

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЦИФРОВЫХ РЕШЕНИЙ В РАМКАХ
РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ МЕЖДУНАРОДНОГО
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА**

Скоробогатов Дмитрий Викторович,
ассистент кафедры общей и социальной педагогики
Тюменский государственный университет, Тюмень,
Российская Федерация
d.v.skorobogotov@utmn.ru

Аннотация: В статье описываются способы развития системы международного образовательного туризма с использованием цифровых платформ, в том числе с использованием генеративного искусственного интеллекта. Отмечается, что сервисы по созданию образовательного контента, подбору и анализу литературы, оцениванию знаний позволят модернизировать систему развития образовательного туризма.

Ключевые слова: международный туризм, образование, цифровизация, базы данных, нейросеть, искусственный интеллект.

Abstract: The article describes ways to develop a system of international educational tourism using digital platforms, including the use of generative artificial intelligence. It is noted that services for creating educational content, selecting and analyzing literature, and assessing knowledge will allow us to modernize the system for the development of educational tourism.

Keywords: international tourism, education, digitalization, databases, neural network, artificial intelligence.

Современное образование сделало огромный скачок вперед в развитии информационных технологий. Переход на дистанционное образование в 2020 г. в связи с пандемией коронавируса стал одной из отправных точек модернизации в сфере цифровизации всемирного образования. Переход на дистанционные формы предполагал и формирование новых навыков работы с цифровыми ресурсами и базами данных. Использование цифровых средств в образовании - мировой феномен. О масштабах явления свидетельствует размер рынка образовательных цифровых технологий (EdTech). Умение работать с цифровыми базами данных и ресурсами необычайно важно в рамках развития международной системы образовательного туризма.

Основная цель новых цифровых сервисов для развития международного образовательного туризма - создание удобных и доступных платформ для поиска и бронирования образовательных программ, услуг и мероприятий за рубежом. Сервисы должны обеспечить быстрый и простой процесс выбора подходящего учебного заведения, программы обучения и условий проживания.

Актуальность в настоящее время имеет использование искусственного интеллекта в образовании. Области применения сервисов нейросетей весьма

разнообразны - это распознавание текста и речи, семантический поиск, системы поддержки принятия решений, анализ текстов.

На занятиях для студентов направления подготовки «Педагогическое образования» мы стараемся использовать сервисы нейросети для того, чтобы научить будущего педагога организовывать современные уроки, которые будут восприняты с интересом детьми нового поколения. Данные технологии мы используем для достижения трех ключевых задач:

1. Научить студента включать в урок современные цифровые технологии и сервисы, с целью поднятия познавательного интереса к изучаемому предмету.

2. Расширить возможности для школьников, проживающих в районах, далеко удаленных от областного центра или крупных городов Тюменской области, в части обеспечения доступности и открытости культурного наследия региона, через создание нейросервисов, способствующих популяризации виртуального образовательного туризма.

3. Сформировать у студентов высокий уровень исследовательской культуры и обеспечить им возможность проведения педагогического эксперимента.

Базовой целью работы с искусственным интеллектом для студентов педагогических направлений, является формирование базовых навыков работы с сервисами нейросети. Использование искусственного интеллекта в рамках развития системы международной системы образовательного туризма имеет следующие функции:

— создание образовательного контента: разработка обучающих видео-, аудиоматериалов, сайтов;

— подбор педагогической литературы: составление библиографического списка по теме исследования;

— оценивание знаний обучающихся: автоматическая проверка ответов.

— создание чат-ботов по отдельным темам программы с возможностью виртуального туризма по региону или значимым культурно ценным местам (вплоть до встречи с известными людьми, как ныне существующими, так и значимыми историческими личностями).

Отметим, какие сервисы позволят решить каждую из этих функций.

Во-первых, важным инструментом при создании образовательного контента может быть чат-бот, созданный в «Telegram». Чат-бот выполняет следующие задачи при создании контента об образовательном туризме:

— предоставляет информацию об университетах, предоставляющие программы основного и дополнительного образования по всему миру, в том числе, в дистанционном формате;

— поддерживает клиентов, отвечая на вопросы и решая проблемы;

— предоставляет персонализированные рекомендации на основе предпочтений и интересах;

— автоматизирует задачи, такие как обработка запросов, бронирование и отправка подтверждений;

— обрабатывает несколько запросов одновременно, повышая эффективность работы.

Так, студентами педагогического бакалавриата на занятии был разработан Чат-Бот «Поучение Владимира Мономаха». «Поучение» Владимира Мономаха является одним из самых значимых литературных памятников XII века, написанным великим князем киевским Владимиром Мономахом. Изучение данного текста, является достаточно скучным для современной молодежи. Студенты, используя нейросеть создали в Телеграмме чат-бот, который позволяет «вживую» пообщаться с Князем, виртуально посетить места, описанные в книге, совершить виртуальный тур в современные локации того времени.

Конечно, умение создать самостоятельно и применить такую методическую разработку на своем уроке, становится важным для современного учителя. Для школьников же, использование таких приемов, позволяет совершать виртуальные образовательные экскурсии как в современность, так и в прошлое, знакомясь со своей страной и краем.

Во-вторых, при развитии системы образовательного туризма помогут мировые системы баз данных. Популярность и одновременно эффективность набирают такие базы данных как «Science Direct», «Dimensions», «Data.Mendeley», «Scilit», «Semantic Scholar». Функционал порталов позволяет найти статистику по количеству работ по теме исследования в различные исторические периоды, составить инфографику по исследуемым эпохам, сформировать базу данных по собственной теме.

В-третьих, при оценивании знаний обучающихся можно использовать следующие платформы: «Quizziz», «UniSlide», которые зарекомендовали себя как эффективные сервисы при проведении контроля знаний.

Подводя итог, можно отметить, что использование цифровых платформ и сервисов нейросети имеют большое значение в международной и федеральной повестке. Основная задача использования сервисов – научить студентов и преподавателей рационально пользоваться ими для улучшения образовательных результатов, в том числе для развития системы международного образовательного туризма.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Adoption of ChatGPT by university students for academic purposes: Partial least square, artificial neural network, deep neural network and classification algorithms approach / A. Mahmud, A.H. Sarower, A. Sohel, M. Assaduzzaman, T. Bhuiyan // *Array*. – 2024. - № 21. – Pp. 1-19.

2. Zhang Z. Application of neural network algorithm based on sensor networks in performance evaluation simulation of rural teachers / Z. Zhang // *Measurement: Sensors*. – 2024. - № 32. – Pp. 1-10.

3. Дмитриева, Е. В. Программы образовательного туризма: роль вузов в развитии образовательного туризма / Е. В. Дмитриева, А. Р.

Нурутдинова, З. Х. Фазлыева // Проблемы современного педагогического образования. – 2022. – № 76-3. – С. 79-82.

4. Использование цифровых ресурсов и сервисов в системе веб образования / Ж.В. Идрисова, Л.С. Идигова, М.В. Вагапова, М.И. Кудусова // Инженерный вестник Дона. – 2019. – № 1(52). – С. 83.

5. Матюнькина А. Р. Использование современного цифрового оборудования и электронных образовательных ресурсов как эффективный инструмент повышения качества образования / А.Р. Матюнькина // Современные инструменты, методы и технологии управления знаниями. – 2021. – № 4. – С. 28-38.

6. Слиняков, Ю. В. Современные тенденции развития образовательного туризма в России / Ю. В. Слиняков // Инновации и инвестиции. – 2011. – № 4. – С. 221-226.

TILNI O‘Z MADANIYATI SIFATIDA ETIROF ETUVCHILAR YURTIGA SAYOHAT

Marasulova Umida

Shahrisabz davlat pedagogika instituti
ilmiy ishlar va innovatsiyalar bo‘yicha prorektori,
pedagogika fanlari nomzodi, dotsent.
u.marasulova@mai.ru +998901264010

Joriy yilning 6-17-may kunlari Nordik xalqaro universiteti tomonidan tashkil etilgan malaka oshirish kursining mantiqiy davomi – amaliyotni o‘tash maqsadida, Finlyandiya davlatiga tashrif buyurdik. Finlyandiya davlati bo‘ylab sayohatimizning avvali Yuvaskulya shahri bo‘ldi.

Yuvaskulya shahri Finlyandiyaning qoq yuragida joylashgan shahar. Aholi soni 145 mingni tashkil etadi. Ulardan 30 foizi talabalar hisoblanadi. Shu sababli ikkinchi nomi “Universitet shaharchasi” deyiladi. Juda ixcham, jonli, oraliq masofalari bir-biriga yaqin bo‘lgan xizmat ko‘rsatish tizimi va shahar ichida transport tizimiga ega bo‘lgan shinam shahar hisoblanadi. Eng asosiysi, Yuvaskulya tabiati Finlyandiyaning ko‘rki sanaladi. Yuzdan ortiq ko‘llarni o‘zida jamlagan go‘zalligi va maftunkorligi bor shahar. Yuvaskulya so‘zining ma’nosi bilan qiziqdim. Yuvos so‘zi fin tilida “Arpa” ma’nosini anglatar ekan, Yuvaskulya – “Arpa qishlog‘i” degan ma’noni anglatar ekan.

Yuvaskulya universitetiga to‘xtaladigan bo‘lsak, Finlyandiyaning eng maftunkor universitetlari qatoridan joy olgan. Talabalar qamrovi xalqaro va Finlyandiyaning turli shaharlarini o‘z ichiga oladi. O‘quv kampusi shahar markazida joylashgan. 160 yillik tarixga ega bo‘lgan universitet rektor Yari Odjala rahbarligida boshqariladi.

Universitet tarixi ham juda qiziqarli ekan. Dastlab 1863-yilda Yuvaskulya o‘qituvchilar seminariyasi, 1912-yilda Yuvaskulya yozgi universiteti sifatida faoliyat olib borilgan bino 1912-yilning yarmidan 1918-yilga qadar Ilmiy kutubxona sifatida foydalanib kelingan. 1918-yildan Yuvaskulya universitetlar assotsiatsiyasi, 1934-yilda, Pedagogika kolleji faoliyati yuritildi. 1966-yildan Yuvaskulya universiteti tashkil etildi. Bugungi kunda 88 yillik tarixga ega o‘quv binosi 60 yillik pedagogik ta’lim beruvchi tizim sifatida faoliyat yuritmoqda.

Bugungi kunda universitet ta’lim yo‘nalishlari o‘qitish, o‘rgatish, birgalikdagi faoliyat, tabiatshunoslik va matematik tafakkur, tadbirkorlik, biznes va ekonomika, tilshunoslik, madaniyatshunoslik va jamiyatshunoslik, jismoniy tarbiya va sog‘lom turmush tarzi, axborot texnologiyalari va umumtabiiy fanlarni tashkil etadi. Universitetda 6 ta fakultet mavjud bo‘lib, unda talabalar qamrovi 14600 ta kunduzgi ta’limda, 26000 nafar talaba esa masofaviy ta’lim shaklidan iborat. Universitetda 2800 nafar xodim ishlasa, ulardan 850 nafari bevosita ilmiy-tadqiqotlar bilan shug‘ullanuvchi ilmiy xodimlar hisoblanadi. Universitetning bir yillik daromadi o‘rtacha 232 million yevroni tashkil etadi. Yuvaskulya universiteti TOP-1000 talik xalqaro universitetlar reytingida 401-500 talik o‘rinda ekanligi bilan faxrlanadi.

Bizga ma’ruza tashkil etgan Kati Klements xonim Yuvaskulya universitetining Axborot texnologiyalari fakultetida tadqiqotlar kordinatori lavozimida faoliyat yuritir ekan. Ma’ruza davomida birgina fakultetda olib borilayotgan o‘nlab ilmiy loyihalar haqida ma’lumot berdi. Meni aynan 8 ta ilmiy loyihaning dolzarbligi, bugungi kundagi erishgan natijalari, va yangiligi nimalardan iborat bo‘lishi qiziqirdi.

Axborot texnologiyalar fakulteti o‘z universitetini raqamlashtirishni ilmiy asoslangan kelajagini yaratish ustida tadqiqotlar olib bormoqda. Bunda ularning tadqiqot yo‘li:

- Axborot tizimlari ta’limoti;
- Raqamlashtirish ilmi;
- Muhandislik ishi;
- O‘rganish va kognitiv bilimlarga yo‘nalgan.

Ularning har bir loyihasi asosida innovatsiya, o‘rganish va ijtimoiy muhit omillari turganligi e’tiborlidir.

Ilmiy tadqiqotlar loyihalash va o‘rganishni o‘z ichiga oladi, lekin ular bilan cheklanmaydi, ta’limni yaxshilash uchun o‘quv texnologiyalari, makonlari va farovonlik, innovatsion ta’lim va ta’lim amaliyotlarini tahlil qilish, texnologiyaga asoslangan o‘rganish, baholash va taqqoslash, ta’limda AKTdan foydalanish – ularning asosiy vazifalari hisoblanadi. Qo‘llash mumkin bo‘lganda, tadqiqot uchun ham inson hayotining boshqa bosqichlariga qaratilgan bo‘lishi mumkin. Shaxs imkoniyatlari bilan birga jamiyatning imkoniyatlarini o‘rganish ham har bir loyiha



negizida ahamiyatli o‘rinda ekanligi e’tiroflidir. Buning isbotini Yuvaskulya ko‘chalarida sayr qilganda ham uchratdik.

Sun’iy intellekt mahsuli bo‘lgan robotlar magazindan hizmat ko‘rsatish vazifasini o‘tamoqdalar. *1-rasm.*

Markaziy Finlyandiya ta’lim tizimini tijoriy raqamlashtirish loyihasini 2021-2023- yillarda bajargan ilmiy tadqiqotchilar, 2023-yildan xalqaro bozorga ham chiqa boshladilar. DIRNA loyihasi asosida “Ozarbayjon oliy ta’lim tizimini raqamlashtirish” (Erasmus+) mavzusida 2023-2026 yillarga mo‘ljallangan amaliy loyiha bajarilmoqda. Bu loyiha yangiligi sifatida Ozarbayjonning barcha ta’limiy resurslari, institutlari raqamlashtirilishi va ochiq institutlar qatoriga qo‘shilishi belgilangan. Bunda Ozarbayjonning OTMlarida masofadan ham talabalar qabul qilish imkoniyatlari kengayishini belgilaydi.

“Maktab ta’limi tizimi bilan hamkorlik” amaliy loyihasi ham juda ahamiyatli loyihalardan ekan. Ustuvor yo‘nalishlari asosiy vakolatlarni rivojlantirish va o‘qituvchilar, maktab rahbarlari va boshqa pedagogik xodimlarni qo‘llab-quvvatlashga yo‘naltirilgan. Finlyandiyaning bir nechta universitetlari va ilmiy tadqiqot markazlari hamkorlikda Finlyandiya maktab ta’limi muammolari yechimi bilan shug‘ullanishi, pedagog va rahbariyatiga tegishli ilmiy va amaliy yordam berishiga bag‘ishlangan loyihalari qatorida “Maktablarni sun’iy intellektga

tayyorlash”, “Raqamli kontentni yaratishda pedagog kompetentligi”, “Rivojlantirilgan ta’limda texnostressni oldini olish” kabi innovatsion loyihalari ham bajarilayotgan ekan. Ushbu loyihalarning maqsad, vazifalari, yangiligi, amaliy ahamiyati bilan tanishish jarayonida shunga amin bo’ldimki, Finlyandiyada tom ma’noda “TA’LIM” bir butunligi shakllangan. Hech bir ta’lim tizimi o’rtasida oraliq bo’shliq va xaos mavjud emas. Ilmiy tadqiqot markazlari ham uzluksiz ta’lim muammolari yechimlari bilan shug’ullanadilar va elektron ta’lim resurslari tijoratida bugungi kunda Xitoy bilan ham tijorat hamkorligi o’rnata olganlar.

Finlyandiyada fin tilida, ingliz tilida, shved va nemis tilida ilmiy tadqiqot olib borish imkoniyati keng ekanligi e’tirof etildi. Ammo eng yuqori reytingli ilmiy jurnallari nashri faqat fin tilida nashr ettirilar ekan. Fin tilida ilmiy tadqiqotlar olib borish va himoya qilgan inson yuksak qadrlanar ekan. Bundan ularning o’z fin tillariga nisbatan cheksiz hurmati namoyon bo’ladi. Demak ular o’z ona tillarini yuksak madaniyat belgisi darajasida qadrlaydilar. Bu meni juda ta’sirlantirdi.

Ma’ruza yakunida berilgan savollarga Kati xonim batafsil javob berdilar. Tushlik vaqtida ham ularning rejalashtirayotgan loyihalari haqida, universitet haqida, shaxsiy hayotlari haqida dildan suhbatlashdik. Ular bilan kelgusida hamkorlik borasida kelishib oldik va o’zaro kontaktlarimizni almashdik.

Mening Yuvaskulya ilmiy tadqiqotlari taasurotlarim Xelsinki universitetida ham mustahkamlandi. 17-may kuni Xelsinki universitetiga tashrif buyurdik. Universitet o’quv xonalari, kutubxonalari, konferens zallari va kafedralari bilan tanishdik. Tillar kafedrasida 10 dan ortiq xorijiy tillarni o’rganish yo’lga qo’yilganligi, ular orasida sharq tillarini ham o’rganish talabi borligi e’tirofli. Xelsinki universiteti qoshidagi Aleksandriya ilmiy-tadqiqot instituti prorektori Autio-Sarasmo Sari honim bilan uchrashuv tashkil etildi. Sari honim bilan tashkil etilgan suhbat davomida finlarning ta’lim tizimiga, ayniqsa, yoshlar tarbiyasiga, maktab ta’limiga befarq emasliklarining yana bir bora guvohi bo’ldim.

MAREEYES fanlararo xalqaro magistratura dasturi Rossiya, Yevroosiyo va Sharqiy Yevropa tadqiqotlari bo’yicha shug’ullanib, ushbu sohadagi yetakchi akademik ekspertlarning so’nggi tadqiqot natijalariga kirish imkonini beradi. Tadqiqotlar magistratura bitiruvchisini bitiruvdan keyingi keng imkoniyatlari uchun mintaqaviy tajriba bilan ta’minlaydi.

Aleksandriya instituti Rossiya va Sharqiy Yevropada tadqiqotchi olimlarning yangi avlodini tayyorlamoqda. Magistratura talabalari institut ilmiy jamoasida muhim o’rin tutadi.

Aleksandriya instituti 1998-yildan Rossiya va Sharqiy Yevropa tadqiqotlari bo’yicha doktorantura ishini muvofiqlashtirib keladi. 2015-yildan ushbu dastur

Xelsinki universitetida siyosiy, ijtimoiy va mintaqaviy o‘zgarishlar bo‘yicha doktorlik dasturining bir qismi hisoblanadi.

Aleksandriya instituti doktorantlari turli doktorlik dasturlari, tadqiqot loyihalari va fondlardan mablag‘ oladi. Institut doktorantlarni Xelsinki universitetida milliy darajada ham tayyorlashga yordam beradi. “Biz olimlarni karyeralarining turli bosqichlarida bog‘laymiz va muammosiz akademik taraqqiyotiga yordam beramiz, bizning dasturlarimizda tahsil olgan fan nomzodlari osongina ish topadilar”.- deydi Sari xonim.

Tadqiqot institutida mavjud ilmiy nashrlar to‘g‘risida bergan savolimizga ular ham fin tilida nashr ettiriladigan ilmiy nashrlar yuksak qadrlanishini bildirdi. Ammo ingliz, nemis tilidagi ilmiy-tadqiqot ishlari natijalari aks ettirilgan ilmiy maqolalar ham nashr ettirilishi mumkinligi haqida ta’kidladi. Hamkorlik yuzasidan o‘z kontaktlari bilan bo‘lishdi. Institutda o‘tkaziladigan ilmiy anjumanlarda ilmiy maqolalar bilan ishtirok etish taklifini bildirdi. Ijtimoiy sohalarda ilmiy-tadqiqotlar olib borishda hamkorlik qilishga tayyor ekanliklarini aytib o‘tdi.

Mening Finlyandiya ta’limi, ilmiy-tadqiqotlari borasida olgan xulosalarim juda oddiy va aniq bo‘ldi:

- Ta’lim asosan ishonch ostiga qurilgan;
- Finlyandiyadagi 50 yildan buyon o‘zgarmagan xodisa bu – maktab va ta’lim tizimi;
- Finlyandiyada faqat o‘qituvchilargina o‘qita oladi;
- Boshlang‘ich sinflarda o‘quvchilarni baholash tizimi mavjud emas;
- O‘qituvchilarda erkin dastur yaratish imkoniyati bor;
- Ilmiy tadqiqotlarni bajarishda ijtimoiy tadqiqotlar ustunlik qiladi;
- Ilmiy-tadqiqotlarning asosi ta’limni kelajak bashoratiga bag‘ishlangan (2050-yillar prognozi ustun);
- Har bir yuqori sinf o‘quvchisida kasb tanlash, hamkorlikda ishlash, soliqni vijdonan to‘lash ko‘nikmasining mavjudligi;
- Finlyandiyada kutubxonalarga e’tiborning kuchliligi, universitet kutubxonasida ham, jamoatchilik kutubxonasida ham erkin ijod qilish uchun barcha sharoitning yaratilganligi (shaxsiy buyumlar uchun raqamli shkaflar mavjudligi, raqamli kutubxona katalogi, oddiy kitoblarning yetarli nusxalarda mavjudligi, xojatxona, servis xizmatlari, oshxona va bufetning mavjudligi);
- Finlyandiyada ta’lim rahbarlariga ta’lim borasida yuqori talab qo‘yilishi, ya’ni, har 2 yilda rahbarlarni lavozimda almashtirib turish tartibi;
- Oliy ta’limdan keyingi ta’limni shakllantirishda 64 foiz budjetdan mablag‘ ajratilganligi;
- Finlyandiyada ochiq institutlarning sonini ko‘paytirishga intilish davlat siyosati darajasida ekanligi.

Tajribadan olgan xulosalarim asosida quyidagilarni tavsiya qilish imkonini berdi:

1. Maktabgacha va umumiy o‘rta ta’lim tizimida dasturlarni soddalashtirish, aniqlashtirish, individuallashtirish, personallashtirish kerak; Ta’limga oid ilmiy tadqiqotlarda bevosita o‘sha sohada faoliyat yuritayotgan mutaxassis ishtiroki muhimligini inobatga olish zarur (bunda tarbiyachi, o‘qituvchining shunchaki ishtiroki emas, uning faoliyatida uchrayotgan muammolarga birgalikda yechim izlab, uning natijasini tajriba-sinovlarda qo‘llash va tahlil natijasini amaliyotga tadbiq etish shart. Afsuski bu jarayon bugungi kunda faqat qog‘ozlarda aks etmoqda xolos. Aksariyat xollarda tadqiqotchilar bevosita tajribani amalga oshirib, uni natijasini prognozlamay qoldi, ko‘zbo‘yamachilik ko‘payib ketdi);

2. Yangi O‘zbekistonda kitoblarning yangi ko‘rinishini yaratish lozim. Men Yuvaskulya maktabida “Biologiya 4-sinf” kitobida ona-bola echkining bir-biriga mehri aks etgan rasm joylashtirilganligini ko‘rdim. Bu holat kitobni ichini ochmasdan turib o‘quvchida ona tabiatga hurmat hissini shakllantiriladi. Bizda ham yangi zamon darsliklari va kitoblarini yaratishda ana shunday soddalik, aniqlik, jozibadorlikka tayansak maqsadga muvofiq bo‘lardi. 2-rasm.



3. Yoshlarni kamol toptirishda o‘zaro ishonch, atrof-muhitga e’tibor, mehnat qilishdan uyalmaslik, o‘zaro hurmat, jamoaviy ishlash ko‘nikmalarini shakllantirish va takomillashtirish zarur. Biz borgan maktablarda maktab tashqarisida o‘quvchilarning velosiped, samokatlari ochiq turibdi, bir-birini mulkiga dahl qilish yo‘q, chunki o‘zaro ishonch bor. Oshxonalarda hamma o‘zi ovqatlangandan keyin o‘z idish-tovog‘ini o‘zi yig‘ishtirib ketish madaniyati shakllangan, bir-biriga va oshxona xizmatchilariga hurmat bor. Yuqori sinflarda ijtimoiy mehnatning hech bir ko‘rinishidan uyalmasdan mehnat qilib, pul topish ko‘nikmasi bor (qariyalarga



ijtimoiy ko‘mak, uy hayvonlarini parvarish va sayr qilish, obodonlashtirish ishlari, ofitsiantlik qilish kabi). Bu vazifalarni bajarayotgan o‘smirlarda bir-biridan uyalish hissi yo‘q.

3-rasm.

Bizda esa aksincha, bu yoshdagi o‘smirlar agar ofitsiantlik yoki bozorda savdo qilayotgan tengdoshini ko‘rib qolsa, albatta o‘zga o‘rtoqlari bilan uni salbiy muhokama qiladi, o‘zini tahqirlaydiganlari ham topiladi. Ta’lim jarayonida jamoaviy ishlash texnologiyalarini bajarishda o‘zaro hurmatni mukammal shakllantirganlar. Bir-birini shovqinsiz tinglay oladilar, muhokamada fikrlarini jaxlsiz, muloyimlik bilan bildira oladilar. Biz borgan ta’lim muassasalarida dars jarayonida shovqin-suronni yoki baland ovozdagi muhokamani ko‘rmadik. Jamoat transportlarida, do‘konlarda, ko‘cha-ko‘yda bir-biriga hurmat juda chiroyli shakllangan.

4. Har qanday yoshda kitob o‘qish madaniyatini, kitobxonlik targ‘ibotini kuchaytirish lozim. Zero, kitob o‘qish, ilm egallash insonni tili, dini, millatidan qat’iy nazar bir-biriga yaqinlashtiradi, ziyolilikni shakllantiradi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. [Koulutusjohtamisen instituutti | Jyväskylä yliopisto \(jyu.fi\)](https://www.koulutusjohtamiseninstituutti.fi/).
2. Википедия. Императорский Александровский университет.

THE EFFECTS OF THE INCREASE IN THE USE OF INTERNATIONAL INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES ON TOURISM

Ali KONAK

Karabük University Faculty of Economics and Administrative Sciences,
Department of Economics, Doctor of Economics, Associate Professor.
alikonak@karabuk.edu.tr Orcid: 0000-0003-1804-8339

Mehmet Emin SELÇUK

Karabük University, Graduate Education Institute, Department of
Economics, MSc Student

Nurmatov Nurbek ERMAT o‘g‘li

Shahrısabz State Pedagogical Institute Department of Geography
nurbeknurmatov300@gmail.com

Abstract. In this era of the information age, technological developments are rapidly increasing day by day. This development affects many sectors, including the tourism sector. The tourism sector actively uses information and communication technologies in order to provide the best service to its customers. It is seen that technology has been used extensively recently in order to increase the customer potential and to have a say in the tourism market. These developments have shown positive improvements in people's perspectives and approaches towards the tourism sector. Now, decision-making processes that were difficult

and time-consuming for the tourism sector have become much easier and more enjoyable with digitalization. This has led to an increase in expectations towards the tourism sector. Tourism operators can offer different services to their customers and gain competitive power in the market thanks to the conveniences and smart systems brought by Industry 4.0. For this purpose, tourism companies have started to closely follow and implement digital innovations through studies conducted with experts in the field. Within the scope of this study, the innovations brought by information and communication technologies and their contributions to the tourism sector (coastal tourism and hotel management) will be discussed.

Keywords: Information, Communication Technologies, Tourism, Hotel Management, Digitalization

1. Entrance. Nowadays, technological developments are increasing rapidly day by day. This development affects many sectors, as well as the tourism sector. In the process we call the information age, some of the most important elements of economic development are innovation, information and communication technology (ICT) services and tourism. Recently, it has been observed that information technologies have begun to be used more actively in the expansion of tourism activities. Developments in information and communication technologies are changing rapidly every day, and these changes play an important role in the development of businesses and their competitive advantage. Tourism businesses can gain an advantage over other competing companies by using smart tourism applications. Human resources, which are the most significant factor in the development of businesses, contribute to the organizations they are in, to the extent of their competencies.

The effectiveness of human resources is measured by the knowledge it possesses, and the different qualifications and abilities that employees have contribute significantly to increasing the effectiveness of that organization in the business world. It is extremely important for organizations that their employees can use information and communication technologies effectively. Today, businesses' failure to transfer their knowledge and experience to the digital environment and use it effectively causes the competitiveness of these businesses to be negatively affected and their inability to compete with other businesses. For this reason, institutions and employers pay attention to whether the people they will employ during the recruitment and selection processes have sufficient knowledge of information and communication technologies (Eryılmaz, 2018, p.38). Although computers were large and expensive in the past, with the developing technology, their sizes have become much smaller and their prices have decreased to levels that everyone can afford. However, it is seen that technological and economic developments in recent years have positively affected the development of both society and institutions and organizations. In the face of rapidly developing technology, it has become mandatory for businesses to keep up with these developments in order not to fall behind.

Especially in working life, the effective use of computers directly affects both the performance of employees and the performance of institutions or businesses. In recent years, the world has witnessed rapid and significant

developments in artificial intelligence, robotic technologies and service automation. Encouraging the use of technology, especially in the tourism sector, in European countries has positively affected the development of coastal tourism and led to successful results. In this study, after a general evaluation of Information and Communication Technologies, the innovations provided by information and communication technologies, the contributions of these innovations to the tourism sector (coastal tourism and hotel management), the importance of using information and communication technologies in the tourism sector and finally information and communication technologies are discussed. The difficulties encountered in the use of technologies will be discussed.

2. A LOOK AT INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES

Nowadays, it is seen that information has a very important place in terms of ensuring the development of societies, and therefore great changes have occurred in information and communication technologies.

Developments in information and communication technologies have facilitated people's access to scientific data and accelerated the dissemination of information. In addition, developments in this field enable both individuals, institutions and organizations to process and store the information they obtain. For this reason, knowledge, which has become an important power over time, has become an element that people and societies value and want to obtain. Computers, which were huge in size in the past, have become a tool that we can use as a mobile phone and access whenever we want, with the development of technology. Communication technologies represent a holistic structure. The equipment and device part of communication technologies is called hardware, and the part developed to use this hardware is called software part. As a result of the combination of these two structures, access to information, storage and sharing of information can be used at any time. In line with this information, information and communication technologies appear as a whole of systems that offer the opportunity to do effective business as a result of the combination of certain elements (Yılmaz et al. 2012 p.1-2).

Nowadays, information and communication technologies seem to have an important place in both our business and daily lives. The rapid development of the internet and technology plays a major role in the production and rapid dissemination of information. Information and communication technologies have caused radical changes in both the daily life styles of societies and the business processes of organizations. It is an undeniable fact that one of the most important elements of information and communication technologies is information. Another important element for organizations is employees. The quality and ability of employees is directly proportional to the effectiveness of that organization in the business world. It is extremely important for organizations that their employees can use information and communication technologies effectively. For this reason, institutions and employers want their employees to improve themselves in using information and communication technologies and attach great importance to this issue. Because today, having knowledge alone is not enough. The important thing

is to transfer this information and share it with large masses. For this reason, having well-equipped personnel who can actively transfer the information needed in business life to the digital environment and quickly access and interpret that information when necessary is of great importance in terms of competitiveness. Otherwise, it is inevitable to fall behind against other companies in the brutal competitive market conditions (Eryilmaz, 2018, p.38). Depending on the changes in consumption habits over time, the individual qualities needed in the production process change. For this reason, using technology has become an obligation rather than a privilege for individuals. Nowadays, businesses are in search of a workforce that can use knowledge and skills effectively, follow developments, and produce using this information. This situation strengthened the sense of competition between individuals and allowed the production of both newer and more qualified products (Geçer and Dağ, 2009, p.21). It is possible to say that the developments in information and communication technologies affect many different fields and contribute to the development of these fields. It is possible to say that information and communication technologies have three important features. These are (Okmeydan, 2017, p.7);

- Interaction
- Demassification
- Asynchrony

***Interaction:** Thanks to new communication technologies, the former one-sided communication model has changed and now interaction environments have emerged where interaction between both parties is possible and individuals can send messages to each other instantly. As a result of these developments, which ended the one-way communication environment, individuals have become able to communicate much faster and more practically. While this situation allows individuals to interact instantly, it also increases the speed of information dissemination.

***Demassification:** Thanks to new communication technologies, content that was once presented and consumed collectively can now be delivered individually. Individuals can now access content specific to them and have the opportunity to access content customized to them.

***Asynchrony:** Another feature provided by new communication technologies is the asynchronous feature. Thanks to this feature, users can access and interact whenever they want, regardless of time and place. This eliminates the time loss experienced by individuals in accessing information.

In this period where very rapid technological developments are experienced, the active use of technology by businesses has become a mandatory need rather than a choice. This not only makes the business preferred by individuals, but also enables business management and operational activities to be monitored and controlled more easily and practically. In addition, the time required for the transactions has shortened and the costs that have to be incurred have decreased. Nowadays, companies have started to take advantage of communication technologies and offer the products they produce quickly and at low costs beyond

the local market to international markets. These processes caused both the production part and the marketing part to change (Ünüvar, 2008, p.603-604).

3. USE OF INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES IN DEVELOPING TOURISM

Tourism, the world's largest employment provider sector, has an important place for countries and economies in terms of its sector size and employee volume. Nowadays, fast and easy access to information and people being in touch everywhere have brought the tourism industry to a different dimension. All kinds of technological products and services used in tourism activities increase and develop competition in the sector. These developments have enabled an increase in the number of people traveling for touristic purposes (Güler and Erkmen, 2020, p.114).

However, the use of digital areas such as social media, cloud computing and virtual reality in the tourism sector changes individuals' preferences and contributes to increasing preferability rates. It is an inevitable fact that tourism businesses that are close to technology and use it actively are one step ahead in this sense. As a result of technological developments, the tourism sector, like other sectors, has received its share from this field. Changes and developments in informatics, information and communication technologies, especially with Industry 4.0, have created a connection between physical systems and digital systems and have led to the emergence of new usage tools such as autonomous machines, virtual environments and artificial intelligence that can be controlled without the need for humans. It is seen that the concept of Industry 4.0, which comes to the fore in this process, includes many terms such as robotization, smart signaling and innovation (Topsakal et al. 2018a, p.3-4).

For this reason, with industry 4.0, individuals' working, education and habits have changed and diversified. Efficiency and sustainability have come to the fore in the concept called smart tourism, and areas and developments such as smart ticket systems, remote video monitoring, smart virtual tour environments and smart travel agencies have been made available to people. It can be seen that the concept of smart tourism is based on four basic information technologies. These are mobile communications, internet of things, cloud storage and artificial intelligence (Başer ve Olcay, 2022, s.1798). These four basic elements, which are constantly evolving, make the tourism sector a physical and structural whole. Thanks to these information technologies, data is constantly collected, filtered and analyzed. All collected data is analyzed by tourism companies and contributes to making the right choices needed for the next stage. Thus, deficiencies identified in line with the information received from customers are eliminated and necessary arrangements are made to attract more customers.

Thanks to QR and NFC technologies used in touristic places, individuals can communicate with the virtual world in the physical space and receive better service. Thanks to applications such as smart bracelets and Beacons used by tourism companies, the consumption habits of local and foreign tourists for tourist goods and services can be analyzed more accurately and various data can be collected to provide better service (Sezgin vd. 2021, s.76-78). Tourism companies

that follow technological developments closely can make check-in transactions without wasting time, thanks to the smart watches they provide to their customers. When customers arrive at hotels and their rooms, they can open the room door thanks to their smart devices and proceed with the registration process without wasting time. In addition, services provided by technological developments such as smart heating-cooling, smart television and smart lighting have begun to be used in hotel rooms. Customers can now check-in via their smart watches and phones, as well as check-out quickly and practically when leaving the hotel. Thus, communication times between employees and customers began to decrease (Topsakal et al. 2018b, p.253-254).

With the application of virtual reality environments in the tourism sector, there has been an increase in tourists' interest in these areas. In this way, people have the opportunity to watch and visit places remotely without having to go with virtual tours. Thus, decision-making processes have become faster and easier. These works were received positively by many users and increased the visitor potential of the venues. In addition, people who did not have the opportunity to go had the opportunity to see and visit without spending money (Durmaz et al. 2018, p.36). Thanks to artificial intelligence, which has entered our lives with the developing technology and whose name we hear almost everywhere, companies providing services in the field of tourism have started to provide information to tourists from different countries in their own language and in a way they can understand, and have expanded their marketing areas (Yalçın Kayıkçı and Kutluk Bozkurt, 2018, p. .58).

NFC technology, which has been widely used in phones for a long time, has led to many innovations in the tourism sector. Thanks to artificial intelligence used in the field of tourism, the data collected is analyzed with smart devices and provides significant contributions to hotel managers in their new decisions. If we detail the concept of smart hotel, it is possible to express it as hotels where many conveniences and practicalities are used together in terms of the features they provide to the users.

4. TECHNOLOGIES USED IN SMART HOTEL SYSTEM

In Smart Hotels, many technological tools and equipment are used to ensure customer satisfaction and maintain effective competition. It is useful to make evaluations about some of the technological services used in smart hotels. Information regarding these is given below.

***Hotel Applications:** With hotel applications accessible via smartphones, the hotel you want to spend your holiday in can be found quickly and practically, you can check in and out of the hotel without waiting for the receptionist, and you can benefit from NFC (Near Field Communication) technology. NFC technology, which stands for near field communication, is a technology that allows wireless data exchange over short distances. It is generally used for purposes such as data sharing, payment transactions and authentication between smartphones, tablets and other devices. Thanks to this feature, the identities of the tourists are quickly recognized and the door of the hotel room can be opened, the devices in the hotel room can be managed, the temperature and lights of the room can be adjusted,

access guides about areas such as the pool, spa and fitness in the hotel can be quickly accessed, and thanks to the augmented reality technology, the phones can be opened. By using cameras, instant information can be obtained about the characteristics of the place visited for holiday, and thanks to contactless payment methods, payments for expenses made in the hotel can be easily made (Gökalp and Eren, 2016).

***Personalized Services:** With the smart hotel system, the data of customers who have previously stayed at the hotel are stored and these records can be used in subsequent stays of the same customer (Atay et al. 2019 p.4-9). These services are optimized with information obtained from users' past interactions, demographic information and other data sources. Thanks to personalized services, services adapted to users' individual needs, preferences and behaviors are offered.

***Smart Card Application:** Thanks to the smart card, it is possible to spend money in the hotel with the money loaded in advance (Çolak and Karakan, 2020, p.5-8). Smart card application in hotels is a system that allows guests to perform transactions such as entering the hotel, opening their rooms, using the facilities within the facility and making payments, using a smart card or key card. These cards generally work using magnetic stripe, RFID or NFC technologies. This system allows guests to benefit from hotel services more quickly and easily, while also providing operational convenience to the hotel management. In this way, the need to deal with traditional keys or physical payments is eliminated, and guests can benefit from the services much more comfortably. In addition, thanks to this card, hotel management can monitor the movements of guests and increase security measures if necessary.

***Smart Room Application:** Thanks to this feature, customers can ask about activities in the hotel and receive answers by giving voice commands to the smart devices in the hotel room. On the opened television screen, information about the hotel is presented to the customer in written, audio and visual form (Gökalp and Eren, 2016). Smart room application is a system that uses smart technologies to improve the comfort and user experience in hotel rooms. This system allows guests to control and personalize their hotel rooms more effectively. As mentioned above, such smart room applications not only increase the comfort of guests during their holidays, but also provide operational convenience to hotel management. In this way, the hotel staff can meet the demands of the guests more quickly and effectively and the use of the rooms becomes more efficient.

***Smart Waiter:** Thanks to the handheld devices used by the waiters working in the restaurant of the hotel, customer data and their last meals can be seen. Thus, staff working as waiters can make suitable food recommendations to customers more easily (Atay et al. 2019). It is a type of mobile application generally used in restaurants or cafes. With this application, technology is used effectively to provide better service to customers and functions such as taking orders, making payments and increasing customer satisfaction are performed. It is possible to list some elements of smart waiter applications as mobile order taking, customer feedback, order tracking, ease of payment, customer loyalty and promotions.

***Child Tracking Bracelets:** The application of child tracking wristbands in hotels is a system used to help families staying in hotels monitor their children more closely and ensure their safety (Atay et al. 2019). It is possible to list the general features of this application as GPS and location tracking, safe zones, emergency button (SOS), communication with hotel staff and information data processing system.

***Personnel Performance Management System:** Personnel Performance Management System (PPMS) is a system used to monitor, evaluate, develop and manage the performance of employees in an organization. This system is used to receive feedback about employees achieving goals, performing tasks, and their contributions. The main purpose of PPYS is to increase employees' contributions to individual and organizational success and improve business performance (Uysal, 2015, s.34-37). A Personnel Performance Management System consists of components such as setting performance targets, performance evaluation, feedback, performance development plans, reward and compensation, monitoring and analysis of performance data.

***Smart Hotel Resources Management:** This system automatically detects the finished drinks in the mini refrigerator in the rooms and sends a notification to the responsible hotel staff to refill the drinks. Thus, customers in the hotel are not disturbed unnecessarily (Atay et al. 2019).

As mentioned above, many technologies that make daily life easier are actively used in the tourism sector. Hotel businesses aiming to provide tourists with an unforgettable holiday make extensive use of technological tools and services. This increases the comfort of tourists and increases their demand for tourism services, thus making significant contributions to the development of the tourism sector. In this context, since customer satisfaction plays an important role for the tourism sector, hotels closely follow and implement developing technology and opportunities.

5. CHALLENGES OF USING THE SMART HOTEL SYSTEM

Although all the systems we have mentioned are fast and practical, the installation and integration of new generation information and communication technologies in a hotel that is just starting to operate or in hotels where existing old systems are used increases the costs and requires the provision of many devices in terms of logistics. For this reason, hotels at all levels cannot afford these smart devices and cannot provide such facilities to their customers. The smart hotel model offers us a brand new aspect of customer loyalty and satisfaction. Because tracking children is considered a security issue. In addition, issues such as reducing operations, reducing workload, and ensuring customer loyalty are among the important elements that should be taken into consideration in the feasibility study. In this process, good planning of feasibility studies and good cost calculation are important issues that should be emphasized. In an environment where smart technologies are used, data is generally stored on cloud storage. Therefore, it is of great importance to pay attention to privacy and security. If the system is not well established, constant monitoring of customers and continuous collection of their data will cause possible privacy and security risks (Gökalp and Eren, 2016). In

order to provide all these services in a healthy way, it is extremely important to work with people who are experts in their fields. This situation directly affects the costs of businesses. While large hotels can cover these costs, small businesses may have difficulty in this process.

CONCLUSION:As a result of technological innovations in the 21st century and the rapid growth and development of information and communication systems along with these innovations, there have been significant developments in the tourism sector. Along with these radical changes, people's perspectives, attitudes and behaviors towards this field have also changed. In addition to the developments in technology, the development and diversification of opportunities in the field of tourism played an effective role in the emergence of these behavioral changes. Among these developments, especially with Industry 4.0, the rate of spread of digitalization and smart systems within the sector has increased and tourism services have begun to diversify. In today's digital age, thanks to the smart devices people use, it is seen that activities carried out with traditional methods are now carried out with much different and diverse opportunities. Individuals' decision-making processes have accelerated with the developing technology and naturally the time needed in the decision-making process has shortened.

People can now access a lot of information, documents and content about that place in a very short time without going anywhere and can make the right decision as a result of the data they receive. In this process called digital tourism, the field of tourism has moved to a much different dimension thanks to many innovative areas such as artificial intelligence, robots, cloud computing and virtual reality. Thanks to these opportunities, customers' perspectives on the sector have changed and improved, and they have also provided resources for the formation of new ideas. In today's world, where the Internet has entered almost every home, the tourism sector, which has entered a digital transformation with Industry 4.0, has begun to give more importance and care to customer satisfaction and has tried to increase quality in this process. The main purpose of all these digital systems designed and installed in hotels is to provide services only to tourists in the areas they need and to try to satisfy them. For this reason, it has become an obligation rather than a desire for operators operating in the field of tourism to effectively benefit from the information and communication opportunities provided by technology. The digital world constantly improves, renews itself and offers new services to individuals. Integrating these areas, which provide convenience for individuals, into the tourism sector will increase people's interest in these areas and businesses. It is extremely important for sustainability that businesses providing services in the field of tourism benefit from competent and experienced people in their field. Tourism businesses will be able to gain an advantage over rival companies by taking advantage of smart tourism applications. The fact that the customers coming to the hotel can easily benefit from these technological services and facilities causes the perspective of these tourists towards the hotel business to show a positive trend and positively affects their future holiday preferences.

REFERENCES.

1. Atay , L., Yalçinkaya, P., ve Bahar, F. (2019). İstanbul'daki akıllı otel uygulamalarının değerlendirilmesi. MAN Sosyal Araştırmalar Dergisi, 8(1), 667-678.
2. Başer, M. Y. ve Olcay, A. (2022). Akıllı turizmde yapay zekâ teknolojisi, Gaziantep University Journal of Social Sciences, 21(3) 1795-1817
3. Çolak, O., ve Karakan, H. İ. (2020, Haziran). Akıllı otel uygulamaları ve bu uygulamalar hakkında yönetici akıllı otel uygulamaları ve bu uygulamalar hakkında yönetici. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi(42), 168-184.
4. Durmaz, C., Bulut, Y., ve Tankuş, E. (2018). Sanal gerçekliğin turizme entegrasyonu: Samsun'daki 5 yıldızlı otellerde uygulama. Turkish Journal of Marketing, 3(1), 32-49.
5. Eryılmaz, S. (2018). Öğrencilerin bilgi ve iletişim teknolojileri yeterliliklerinin belirlenmesi: Gazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi örneği . Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 17(65), 37-49.
6. Geçer, A., ve Dağ, F. (2009). Üniversite öğrencilerinin bilgisayar okur-yazarlık düzeylerinin belirlenmesi: Kocaeli Üniversitesi örneği. Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 7(1), 20-44.
7. Gökalp, E. ve Eren, E. (2016). Akıllı teknolojilerin turizm ve otelcilik sektöründe uygulanması. Vahap Tecim, Çiğdem Tarhan, Can Aydın (ed). Smart Technology & Smart Management: Akıllı Teknoloji & Akıllı Yönetim, içinde (s. 278-287). İzmir: Gülermat Matbaacılık.
7. Güler, E., ve Erkmen, B. (2020). Turizm ve dijitalleşme: ‘Haskovo-Edirne kültürel ve tarihi destinasyonlar. Tourism and Recreation 2(Ek-1), 111-118.
- a9. Okmeydan, S. B. (2017, Mart). Yeni iletişim teknolojilerini sorgulamak: etik, güvenlik ve mahremiyetin kesiştiği nokta. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 5(1), 347-372.
10. Sezgin, Mete., Keleş, A ve Karagöz, B (2021). Pandemi dönemi temassız otelcilik ve 4-5 yıldızlı oteller üzerine bir araştırma, Journal of Global Tourism And Technology Research, 2(2), 72-86.
11. Topsakal, Y., Yüzbaşıoğlu, N., Çelik, P., ve Bahar, M. (2018a). Turizm 4.0 - turist 5.0: insan devriminin neden endüstri devrimlerinden bir numara önde olduğuna ilişkin bakış. Journal of Tourism Intelligence and Smartness . 1(2), 1-11.
12. Topsakal, Y., Yüzbaşıoğlu, N. ve Bahar, M. (2018b). Endüstri 4.0 Çağında ‘Akıllı’ Olma Yolunda Oteller İçin Öneriler. The Second International Congress on Future of Tourism: Innovation, Entrepreneurship and Sustainability FUTOURISM 2018 içinde 252-256) Kemal BİRDİR (Ed.) 27-29 Eylül, Mersin.
13. Uysal, Ş. (2015). Performans yönetimi sisteminin tanımı, tarihçesi, amaç ve temel unsurlarına genel bir bakış. Ejoboc (Electronic Journal of Vocational Colleges), 5(2), 32-39.
14. Ünüvar, Ş. (2008). Turizm sektöründe bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanımı. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi, 10(1), 597-618.

15. Yalçın Kayıkçı, M., ve Kutluk Bozkurt, A. (2018). Dijital çağda Z ve Alpha kuşağı, yapay zeka uygulamaları ve turizme yansımaları. Sosyal Bilimler Metinleri, 2018(1), 54-64.

16. Yılmaz, A., Yılmaz, D., Şenyiğit, A. M., Görür, B. K., ve İşler, V. (2012). Genel Amaçlı Araştırma Similatörü: Donanım ve Yazılım Altyapısının Tasarlanması ve Geliştirilmesi. Savunma Bilimleri Dergisi, 11(1), 147-161.

MAMLAKATIMIZDA TURIZM SOHASINI RIVOJLANTIRISHDA RAQAMLI IQTISODIYOTNING TUTGAN O'RNINI VA UNING XUSUSIYATLARI

Reimbaeva Zuxra Almaz qizi,

Qoraqalpoq davlat universiteti Iqtisodiyot kafedrasida assistenti. PhD.

zuxrareymbaeva95@gmail.com

Turizm mamlakatda iqtisodiy o'sish va aholi bandligiga ijobiy ta'sir ko'rsatadigan asosiy iqtisodiy faoliyat turidir, chunki u iqtisodiyotning transport, mehmonxona va restoran xizmatlari, savdo, qurilish, iste'mol tovarlari va ko'plab kabi asosiy tarmoqlariga katta ta'sir ko'rsatadi.

Shuningdek, turizm O'zbekistonning dunyoda nufuzini mustahkamlash, qadriyatlarimizni shakllantirish va ko'p asrlik madaniy almashinuv, tillar xilmaxilligi va bunyodkorlik samarasi bo'lgan mamlakat jozibadorligini oshirishga hissa qo'shishning muhim vositasidir.

Bundan tashqari, turizm biznes yoki dam olish maqsadida ko'proq sayohat qiladigan fuqarolar hayotining tobora muhim jihatiga aylanib bormoqda. Mamlakatdagi madaniy va tabiiy merosga, shuningdek, an'analar va zamonaviy madaniyatga ta'sir ko'rsatadigan faoliyat turi sifatida turizm O'zbekistonning iqtisodiy o'sishi va barqaror rivojlanishi uchun imkoniyat yaratadi.

Shu bilan birga, iqtisodiyotning turizm sohasining innovatsion faoliyatini o'rganishga etarlicha e'tibor berilmaydi, korxonalar faoliyatining o'ziga xos xususiyatlari va mintaqaviy xususiyatlar to'liq hisobga olinmaydi. Innovatsion faoliyatni boshqarish muammolari alohida elementlar bo'yicha ko'rib chiqiladi va uni ta'minlash uchun barcha vazifalarni hisobga olmaydi. Mavjud ishlar innovatsiyalarni boshqarishning individual muammolariga umumiy yondashuvlar darajasida boshqaruvning nazariy va uslubiy jihatlarini ochib beradi. Innovatsiyalarni boshqarish mexanizmi va turizm sohasidagi korxonalarining innovatsion rivojlanishini boshqarish tizimini shakllantirish bilan bog'liq muammolarning aksariyati hali ham to'liq hal etilmagan. Ushbu muammolarni nazariy va uslubiy echimiga bo'lgan ehtiyoj tadqiqotning maqsad va vazifalarini belgilab berdi.

Turizm sohasida raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish, barcha xizmatlar iste'molchilariga, ham maishiy xo'jaliklarga, ham davlat organlariga, ham faoliyati muayyan me'yoriy-huquqiy hujjatlar bilan tartibga solinadigan turizm sohasidagi firmalarga ta'sir ko'rsatadigan murakkab jarayondir. Turizm sanoatida raqamli texnologiyalarni kundalik hayotga joriy etish va yangi kasbiy kompetensiyalarni

shakllantirish ushbu jarayonlarni chuqur o'rganish va tushunish zarurligini dolzarblashtiradigan muammoli maydonni tashkil qiladi.

Zamonaviy sharoitda turistik xizmatlar iste'molchilarining xulq-atvori doimiy ravishda o'zgarib bormoqda, umidlar o'sib bormoqda, tobora ko'proq dolzarb ma'lumotlar talab qilinadi; hukumatlar va korxonalar, o'z navbatida, yangi marketing kanallarini yaratishga, biznes jarayonlarini avtomatlashtirishga va ekotizimlarni shakllantirishga majbur.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28 yanvardagi “2022-2026-yillarga mo'ljallangan yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida”gi PF-60-son Farmoniga binoan 2022-2026 yilgacha bo'lgan davrda “Milliy iqtisodiyotni jadal rivojlantirish va yuqori o'sish sur'atlarini ta'minlash” nomli ustuvor yo'nalishi 16 ta maqsadni o'z ichiga olgan.

Turizm industriyasi davlat iqtisodiyotini rivojlantirishning asosiy tarmoqlaridan biri bo'lib, u yuqori raqobatbardosh va shu bilan birga ma'lumotlarga boy bo'lib, iste'molchilarning xulq-atvoridagi o'zgarishlarga zudlik bilan javob berishni nazarda tutadi. Bu, ayniqsa, turizm xizmatlarini ilgari surish uchun to'g'ri keladi, chunki u marketing strategiyasi muvaffaqiyatining asosiy omili bo'lgan ommaviy raqamlashtirish davrida iste'molchilarning e'tiborini jalb qilmoqda. Bugungi kunga kelib turizm sanoati raqamli texnologiyalarni joriy etishga to'liq e'tibor qaratildi, aksariyat biznes jarayonlar raqamli iqtisodiyotni rivojlantirishning yangi paradigmasiga muvofiq qayta qurildi.

Raqamli iqtisodiyot sharoitida axborot-kommunikatsiya muhiti, avtomatlashtirilgan boshqaruv tizimlari va platformalariga yangi talablar shakllantirilmoqda. Yagona axborot makonini shakllantirish jamiyatning davlatning ijtimoiy-iqtisodiy sohalariga yo'naltirilgan sifatli va aniq axborot olishga bo'lgan talablarini hisobga olgan holda amalga oshirilmoqda.

Turizm industriyasini axborot bilan ta'minlash turizm faoliyati to'g'risidagi ma'lumotlar bazasi va uni qayta ishlashga mo'ljallangan, tarmoqning samarali faoliyatini ta'minlaydigan ixtisoslashtirilgan axborot texnologiyalarining yig'indisidir.

Raqamlashtirish vositalaridan foydalanish mijozga real vaqt rejimida turistik korxonalar va mehmonxonani mustaqil tanlash, turistik mahsulot haqida kerakli ma'lumotlarni topish, xizmatlar narxlarini solishtirish va xarid qilish imkoniyatini beradi. Xizmatlardan foydalanish kechayu kunduz bo'lishi muhimdir.

Turizm sanoatining raqamli ekotizimi ochiq axborot texnologiyalari infratuzilmasi bo'lib, iste'mol, muvofiqlashtirish va biznes sektorlari o'rtasidagi hamkorlik uchun asos bo'ladi. Raqamli iqtisodiyotning har qanday tarmog'i kabi turizm sanoati ham bilim iqtisodiyotiga asoslanadi. Turizmning raqamli ekotizimida bilim tashuvchisi semantik yadro bo'lishi kerak, uni qo'llab-quvvatlash va rivojlantirish eng muhim va ilm-fanni talab qiladigan jarayondir. Mintaqaviy turizmni raqamlashtirish salohiyati bevosita muayyan sub'ektning moliyaviy va texnologik imkoniyatlariga bog'liq. Bizning fikrimizcha, turizm industriyasini raqamli o'zgartirish uchun ba'zi asosiy vositalarni alohida ta'kidlash lozim.

Mintaqaviy turizmni raqamlashtirish salohiyati bevosita muayyan sub'ektning moliyaviy va texnologik imkoniyatlariga bog'liq. Bizning fikrimizcha,

turizm industriyasini raqamli o'zgartirish uchun ba'zi asosiy vositalarni alohida ta'kidlash lozim.

Qoidaga ko'ra, turistik xizmatlar iste'molchilari xaridni rejalashtirish va amalga oshirishda bir nechta ma'lumot manbalariga tayanadilar, bu esa mijoz bilan uzluksiz va uzluksiz ma'lumot almashish uchun turli xil aloqa kanallarini yagona tizimga birlashtirish zarurligini ko'rsatadi.

Yagona turistik axborot maydoni - bu turizm bozorining barcha ishtirokchilari o'rtasida axborot o'zaro aloqasi, turistik mahsulotni shakllantirish, shuningdek, uni keyinchalik reklama qilish va sotish maqsadida yaratiladigan, ko'chiriladigan va iste'mol qilinadigan kommunikatsiyalar majmui yakuniy iste'molchi.

Potentsial iste'molchilar bilan muloqot qilishning markaziy platformalaridan biri bu veb-saytdir. Veb-sayt yaratish sohasidagi tendentsiyalar juda tez o'zgarib turadi, shuning uchun veb-dizaynerlar uchun ba'zan «modadan xabardor bo'lish» juda qiyin. Iste'molchilar esa, o'z navbatida, turistik tashkilotlarning saytlari imkon qadar ma'lumotli, sodda va harakat qilish uchun qulay bo'lishini kutishadi.

Turizm industriyasini raqamli transformatsiya qilishning asosiy vositalari Axborotning mavjudligini oshirishga qaratilgan texnologiya bu chatbotlar va ularni shakllantiruvchi sun'iy intellektidir. Chatbotlar inson aralashuvisiz doimiy ravishda ma'lumotlarni saralash va iste'molchilar so'rovlariga tezkor javob berish imkonini beradi. 24/7 sayohat boti iste'molchilarning vaqtini tejashga, sayohatlarini boshidan oxirigacha tashkil etishga yoki tanlash uchun variantlarni taklif qilishga yordam beradi. Haqiqiy hayot tajribasini virtual haqiqat bilan to'ldirilgan raqamli bilan birlashtirish tendentsiyasi tobora kuchayib bormoqda. Ko'p miqdordagi sayohat tajribasiga ega bo'lgan iste'molchi o'zi qiziqqan narsaning bir qismiga aylanib, ulardan ko'proq narsani olishga intiladi. Odamlar taassurotlarni sotib olishga tayyor, shuning uchun ularga hissiyotlar va his-tuyg'ular bilan birgalikda ma'lumot taklif qilish kerak.

Virtual haqiqat sayyohning mehmonxona, muzey yoki sayyohlik maskani bo'lishidan qat'i nazar, u tashrif buyurishni xohlagan joyda mavjudligi effektini yaratishga imkon beradi. Kengaytirilgan haqiqat - bu virtual haqiqatga o'xshash texnologiya bo'lib, u insonning real idrok etuvchi dunyosini oshirishni o'z ichiga oladi. Uning asosiy afzalligi - foydalanuvchilar uchun nisbatan arzonligi. Agar sayyohning telefoni yoki plansheti doimiy ravishda internet tarmog'iga ulangan va maxsus dasturiy ta'minotga ega bo'lsa, real vaqt rejimida o'zi turgan joy haqida ko'proq ma'lumot olish imkoniyatiga ega bo'ladi. Smartfon va planshetlarning keng qo'llanilishi marketologlar va turizm korxonalarini rahbarlariga o'z mahsulot va xizmatlarini ilgari surish uchun cheksiz imkoniyatlarni ochib beradi. Gadgetlar bir vaqtning o'zida bir nechta aloqa kanallarini o'z ichiga oladi, ular orqali siz potentsial va haqiqiy mijozlar bilan ma'lumot almashishingiz mumkin. Asosiy nuqta shundaki, bu holda geolokatsiya, kunning vaqti, yoshi, jinsi va foydalanuvchining moddiy farovonligi to'siqlari o'chiriladi.

Turizmni rivojlantirishni davlat tomonidan tartibga solish va qo'llab-quvvatlashning asosiy mexanizmi ular asosida ishlab chiqilgan turizmni rivojlantirishning respublika va maqsadli shahar dasturlari hisoblanadi. Ko'rib

chiqilayotgan sohadagi hududiy maqsadli dasturlar tadbirlarining muvaffaqiyatli amalga oshirilishi turizmning boshqa tarmoqlarga qaraganda tezroq rivojlanishini, respublika turizm mahsulotlarining tashqi bozorlarda raqobatbardoshligini ta'minlash imkonini beradi.

Shunday qilib, turizm sohasidagi innovatsion faoliyat yangi yoki mavjud mahsulotni yaratish, transport, mehmonxona va boshqa xizmatlarni yaxshilash, yangi bozorlarni o'zlashtirish, ilg'or axborot va telekommunikatsiya texnologiyalarini va tashkiliy va boshqaruv faoliyatining zamonaviy shakllarini joriy etishga qaratilgan.

Xulosa o'rnida, mintaqaviy turizmni rivojlantirishni rejalashtirish jarayoniga raqamli iqtisodiyot vositalarini joriy etish muhimligi va zarurligini tasdiqlaydi. Raqamli texnologiyalarni keng joriy etish sharoitida turizm faoliyati texnologik jihatdan takomillashtirilmoqda, bozorning barcha ishtirokchilarini birlashtira oladigan turizm industriyasining raqamli ekotizimini yaratishga urinishlar olib borilmoqda. Raqamli iqtisodiyot turizm korxonalarining potentsial yangi shakllarini yaratish imkoniyatini yaratadi. Kadrlar infratuzilmasi sohasida ham jiddiy o'zgarishlar bo'ladi. Ijtimoiy hayotimiz va sayyohlik faoliyatimiz tobora texnologik tus olmoqda, jahon turizmi sohasida yangi yagona axborot makonini shakllantirmoqda, axborot bilan ta'minlash va turizmni boshqarish tizimi ishlab chiqilmoqda

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022 yil 28 yanvardagi “2022-2026-yillarga mo'ljallangan yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida”gi PF-60-son Farmoni.

2. Reimbaeva Z. (2024). Respublikada qishloq xo'jaligi sohasini rivojlantirishning strategik yo'nalishlari. In “Barqaror iqtisodiy taraqqiyotni ta'minlashda moliya va sug'urta bozorlari rivojlanishining xususiyatlari: muammo va yechimlar”. Respublika ilmiy-amaliy konferensiya materiallari to'plami. – Farg'ona: Farg'ona davlat universiteti, 2024. 472 b..

3. Инятов, А. Р., & Адильчаев, Б. П. (2022). Перспективы и новые направления развития экотуризма в республике Каракалпакстан. In Экономическое развитие России: точка баланса в мировой экосистеме и инфраструктура будущего (pp. 106-111).

4. Инятов, А. Р., & Реймбаева, З. (2021). Некоторые проблемы инновационного развития и конкурентоспособности экономики страны. In Экономический рост: управление и организация (pp. 26-28).

5. Инятов, А. Р., Адильчаев, Р. Т., Режепмуратов, Ш. М., & Ембергенова, А. А. (2013). Важность вовлечения цифровой экономики в экономику страны. SCIENCE AND WORLD, 50.

6. Инятов, А. Р., & Каипов, А. Ш. (2016). Эффективность внедрения информационно-коммуникационных технологий на предприятиях. In Научно-практическое обеспечение интеграции современной обучающей среды: проблемы и перспективы (pp. 231-234).

ZIYORATGOHLARNI RQQAMLASHTIRISH ORQALI TURIZM IMKONIYATLARINI NAMOYON ETISH VA RIVOJLANTIRISH.

Bozarov Elyor Boboqulovich

QarDu, Turizm va marketing kafedrası tadqiqotchisi

Annotatsiya: Maqolada ziyorat turizmi salohiyatini oshirishda hududlar turistik imiji va brendini yaratish masalalari yoritilgan.

Kalit so‘zlar: turistik brend, turistik resurslar, infratuzilma, ziyoratgohlar, tarixiy– madaniy yodgorliklar, turistik obyekt, madaniy meros.

Аннотация: В статье рассматриваются вопросы создания туристического имиджа и бренда регионов с целью повышения потенциала паломнического туризма в Узбекистане.

Ключевые слова: визит, имидж, туристский бренд, туристские ресурсы, инфраструктура, святыни, памятники истории и культуры, туристический объект, культурное наследие.

Abstract: The article deals with the creation of a tourist image and brand of regions in order to increase the potential of pilgrimage tourism in Uzbekistan.

Key words: visit, image, tourist brand, tourist resources, infrastructure, shrines, historical and cultural monuments, tourist site, cultural heritage.

O‘zbekistonda boy tarixga ega diniy qadamjolar, muqaddas ziyoratgohlar va islom olamida tengsiz bo‘lgan madaniy yodgorliklarning ko‘p ekanligi, ularni targ‘ib qilishda turistik brendlar va turistik qiyofani shakllantirish hamda ularga tegishli bo‘lgan ilmiy-nazariy asoslarning yetarlicha yoritilmaganligi ushbu yo‘nalishda ilmiy ishlar olib borish zarurligini belgilab beradi.

Turizm sohasida ziyoratgohlarning o‘rni va ularga doir ilmiy ishlarni amalga oshirish ko‘plab mutaxassislar tomonidan amalga oshirilgan bo‘lib, ularning aksariyati bu yo‘nalishni diniy turizmning tarkibiy qismi sifatida e‘tirof etishadi.

Olimlarimizdan A.Xudoyarovning fikricha, ziyorat turizmi muqaddas qadamjolarini ziyorat qilish, ulug‘ ajdodlarimizga ehtirom ko‘rsatish, ularning o‘tmishdagi hayoti va yaratgan madaniy-me‘moriy hamda tarixiy merosi bilan tanishish, ularni xotirlash, shuningdek, diniy va dunyoviy marosimlarda qatnashish maqsadida amalga oshiriladigan safarlarni o‘z ichiga oladi. A.Eshtayev tomonidan O‘zbekiston Respublikasida ichki va ziyorat turizmini rivojlantirish istiqbollari o‘rganilib, unda davlat tomonidan ichki va ziyorat turizmini rivojlantirish chora-tadbirlari, muammolarni yechish va sohani yanada rivojlantirish imkoniyati tahlil qilingan. Tadqiqotchi N.Ibragimov raqobatbardosh turistik hudud brendi va imijining ilmiy asoslarini o‘rgangan bo‘lib, u tomonidan turistik hudud brendi va imijini birlashtiruvchi bozor va iste‘molchi ongidan joy olish jarayoni nazariyasi

ilmiy asoslangan, brendning konseptual modeli hamda uni turistik hudud nomi, logotipi va sloganga ajratib o'rganish metodologiyasi ishlab chiqilgan. S.K.Boyjigitov turistik mahsulotlarni siljitishda O'zbekistonning turistik brendi muammolari va rivojlantirish istiqbollari muhim marketing dastagi sifatida o'rgangan.

Tadqiqot metodologiyasi Maqolada ziyorat turizmi, uni obyektlari brendini va ijobiy qiyofasini shakllantirish bo'yicha mavjud nazariyalar va olimlarning fikrlari o'rganildi va mamlakatimizdagi uning rivojlanish jarayonlari tahlil qilindi.

Turistik brend - bu taniqli obyekt yoki tabiiy obyektlar majmuasi bo'lib, u o'z ichiga madaniy va tarixiy meros, shuningdek, tashrifni qamrab oladigan marshrutda joylashgan obyektlar, noyob hodisalar, hunarmandchilik namunalari, xizmatlar, jalb qiluvchi faoliyat turlarini qamrab oladi. Turistik brendlar shahar, hudud, mintaqa yoki mamlakatdagi turistik obyektlarni targ'ib qilish va tanitishni osonlashtiradi. Turistik brendlarni turli tamoyillar bo'yicha turkumlash mumkin. O'zbekistonda eng yuqori salohiyatga ega bo'lgan yo'nalishlardan biri bu – ziyorat turizmidir. Hududlarning ziyorat turizmi salohiyatini oshirishda uning barcha hududlarida turistik brendni yaratish va qiyofasi (imiji)ni shakllantirish katta ahamiyatga ega. Chunki turistik hudud brendi nafaqat turistik hududga xos bo'lgan nom, logotip, ramz yoki belgini ko'rsatib qolmasdan, balki sayohatchilar tasavvurida turistik hudud bilan bog'liq unutilmas sayohat tajribasini shakllantiradi, sayyoh va turistik hudud o'rtasidagi ruhiy-hissiy bog'liqlikni mustahkamlashga xizmat qilsa, obyektning turistik imiji esa ma'no va taassurotlar yig'indisi bo'lib, ular tufayli turistik obyektga nisbatan uni targ'ib qilish orqali ijobiy munosabat shakllantiriladi

O'zbekistonda yaqin kelajakda ziyorat turizmini rivojlantirish bo'yicha qator ishlar amalga oshirilmoqda. 2019 yilda chop etilgan Global musulmon turizmi indeksi hisobotiga ko'ra, 2018 yilda ziyorat maqsadlarida safar qilgan musulmonlarning soni 140 million kishini tashkil qilgan va 2026 yilga kelib bu raqam 230 millionga yetishi kutilmoqda⁵. Ziyorat turizmida boshqa yo'nalishlardan farqli ravishda, mavsumiylik ta'siri sezilarli emas. Bu esa turizmning ushbu yo'nalishini rivojlantirish va mavjud imkoniyatlarni oshirish zarurligini ko'rsatadi. O'zbekistonda har qaysi viloyat o'ziga xos ziyoratgohlar, tarixiy qadamjolar va madaniy obyektlar mavjuddir. Bugungi kunda Qashqadaryo viloyatida ziyorat turizmi keng rivoj topib borayotgan yo'nalishlardan biri hisoblanadi.

Viloyat hududida mavjud bo'lgan eng mashhur ziyorat obyektlariga quyidagilarni misol keltirishimiz mumkin: Qarshi shahrida “Odina masjid”, “Ko'kgumbaz masjid” “Abu Ubayda bin al Jarroh”, Kasbi tumanidagi “Imom Muhammad Sadr Islom”, “Murodbahsh ota”, “Mirdevona”, “Hazrat Sulton Mirhaydar”, Mirishkor tumanidagi “Ishoq ota”, Qarshi tumanidagi “Hazrat imom Muin”, “Shayx Ali”, “Shayxon ota Hulvoyi”, “Shayx Shibliy”, “AbuTurob Naxshabiy”, “Ko'k to'nli ota”, “Imom Muhammad Hanafiy”, G'uzor tumanidagi “Musofir ota”, “Mir Jandiy ota”, “Zaynulodiddin”, Qamashi tumanidagi “O'g'lonjon ota”, “Langar ota”, Chiroqchi tumanida “Kishmishtepa”, “Siypantosh qoya” rasmlari, Yakkabog' tumanidagi “Xoja ilg'or”, “Tutak ota”, Shahrisabz

tumanidagi “Oqsaroy me'moriy yodgorligi”, “Gumbazi sayyidon”, “Hazrati Sul-ton”, Kitob tumanidagi “Shayx Shamsiddin”, “Hazrat Bashir”, Dehqonobod tumanidagi “Xojai pok”, “Beli boyli ota”, Muborak tumanidagi “Xoja Muborak”, “Xoja Ro'shnoyi” kabilardir. Ular orasida hududning o'ziga xosligi va tashrif buyuruvchilar orasida mashhurligi bilan ajralib turadigan obyektlarning turistik brendini yaratish mumkin.

Xalqaro tajribalar ko'rsatishicha, turizm hududlar raqobat ustuvorligini aniqlashda alohida obyektlarni mavjudligi bilan emas, balki turizm industriyasining quyidagi tarkibiy qismdan iborat bo'lgan majmuasining, ya'ni tarixiy-madaniy obyekt yoki arxitektura yodgorliklari, yuqori malakali mutaxassislar va ekskursiya xizmatlarining sifati, tashrif buyuruvchilarga qulaylikni ta'minlovchi joylashtirish va transport infratuzilmalarining rivojlanganlik darajasi, suvenir mahsulotlarining mavjudligi kabilarni inobatga olish lozim. Bunda xizmatlarning noyobligi va betakrorligi asosiy shart hisoblanadi.

Xulosa qiladigan bo'lsak Ziyorat turizmi mamlakatimizning jahondagi obro'-e'tiborini yanada oshirishda, millionlab musulmonlarning buyuk allomalar va mutafakkirlar o'tgan muqaddas zaminimizga tashrif buyurishida, bizda mavjud islomiy merosni o'rganishda muhim ahamiyatga ega.

Mamlakatimizda ziyorat turizmini rivojlantirish uchun amalga oshirilgan vazifalar qatorida quyidagilarni bajarish, uni barqaror rivojlanishini ta'minlashga xizmat qiladi:

- ziyorat turizmini imkoniyatlarini oshirish hamda turistik imij va brendni yaratishda alohida hudud (viloyat, tuman) kesimida marketing tahlillarini amalga oshirish;

- ziyoratgohlar joylashgan hudud atrofini obodonlashtirish va turistlar uchun zaruriy infratuzilmani ta'minlash uchun kerakli chora tadbirlarni amalga oshirish;

- har bir hududda mavjud bo'lgan, tarixiy madaniy meros obyektlari orasidan bittasini tanlab, uni hududning turistik brendi sifatida tanitish yuzasidan tegishli yuqori malakali mutaxassislarni jalb etish va tayyorlashni yo'lga qo'yish. Zero sohada barcha ijobiy va innovatsion o'zgarishlarni, turistik imij va brendni yaratish sohasidagi faoliyatni faqat malakali va professional kadrlar yordamida bajarish mumkin;

- ichki va xorijiy turistlar uchun mo'ljallangan targ'ibotni ommaviy axborot vositalari, internet va ijtimoiy tarmoqlardan keng foydalanish asosida tizimli yo'lga qo'yish;

- hududlarda ziyorat turizmini rivojlantirishda davlat-xususiy sherikchilik tamoyillarini qo'llash orqali hozirda sohada mavjud bo'lgan nafaqat tarixiy-madaniy obyektlar bilan bog'liq bo'lgan ko'plab muammolarni, balki yondosh sohalardagi muammolarni ham hal qilish imkonini beradi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining “O'zbekiston Respublikasida turizmni jadal rivojlantirishga oid qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida”gi PF-5611-sonli farmoni.

2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “O‘zbekiston Respublikasida ichki va ziyorat turizmini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PF-6165-son Farmoni.

3. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “Imom Moturidiy xalqaro ilmiy-tadqiqot markazini tashkil etish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PQ-4802 sonli qarori.

4. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining “Qashqadaryo viloyati Qarshi tumanidagi Abu Muin Nasafiy majmuasini boshqarish va obodonlashtirish direksiyasini tashkil etish to‘g‘risida”gi 117-sonli qarori.

5. Bozarov Elyor Boboqulovich. “Raqqamli axborot tizimlari va texnologiyalari orqali mintaqa ziyoratgoh va qadamjolarini rivojlantirishning ijtimoiy-iqtisodiy mohiyati” Turizm sohasi milliy iqtisodiyotning muhim drayveri» xalqaro ilmiy-amaliy konferensiya maqolalar to‘plami. -370-373, 2023-yil.

6. Bozarov Elyor Boboqulovich. O‘zbekiston Respublikasi hududida ziyorat turizmini rivojlantirish zaruriyati va sa’y-harakatlar. Gospodarka i Innowacje. - 526-531, 2022-yil.

7. Mintaqadagi ziyoratgoh va qadamjolarini modernizatsiyalashda raqqamli texnologiyalardan foydalanishning ilmiy-uslubiy asoslari. O'zbekiston qishloq va suv xo'jaligi. -56-58, 2023-yil.

Internet manbalari

1. Lex.uz
2. Samdu.uz

ACTUAL ISSUES OF APPLICATION OF INFORMATION COMMUNICATION TECHNOLOGIES IN THE DEVELOPMENT OF TOURISM

Islomova Zahro Shuhrat qizi

Shahrisabz State Pedagogical Institute,

Teacher of the Chair of Foreign Language Practice,

zahroislomova2484@gmail.com

Annotation: This article explores the benefits and challenges of integrating Information and Communication Technologies (ICT) in tourism. It highlights enhanced customer experiences, operational efficiencies, and effective marketing, while addressing issues such as the digital divide, cybersecurity, privacy concerns, technology adoption, and sustainability. Adapting to these changes is crucial for sustainable tourism development.

Keywords: Information and Communication Technologies (ICT), Tourism Development, Customer Experience, Operational Efficiency, Digital Marketing, Cybersecurity, Privacy Concerns, Technology Adoption, Digital Divide, Sustainability in Tourism

Annotatsiya: Ushbu maqola turizm da axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini (AKT) integratsiyalashning afzalliklari va muammolarini o‘rganadi. Bu raqqamli tafovut, kiberxavfsizlik, maxfiylik muammolari, texnologiyani qabul qilish va barqarorlik kabi muammolarni hal qilishda mijozlar

tajribasini, operatsion samaradorlikni va samarali marketingni ta'kidlaydi. Ushbu o'zgarishlarga moslashish turizmni barqaror rivojlantirish uchun juda muhimdir.

Kalit so‘zlar: Axborot va kommunikatsiya texnologiyalari (AKT), turizmni rivojlantirish, mijozlar tajribasi, operatsion samaradorlik, raqamli marketing, kiberxavfsizlik, maxfiylik tashvishlari, texnologiyalarni qabul qilish, raqamli bo‘linish, turizmga barqarorlik

Аннотация: В этой статье рассматриваются преимущества и проблемы интеграции информационных и коммуникационных технологий (ИКТ) в туризме. В нем подчеркивается улучшение качества обслуживания клиентов, операционная эффективность и эффективный маркетинг, а также решаются такие проблемы, как цифровой разрыв, кибербезопасность, проблемы конфиденциальности, внедрение технологий и устойчивость. Адаптация к этим изменениям имеет решающее значение для устойчивого развития туризма.

Ключевые слова: информационные и коммуникационные технологии (ИКТ), развитие туризма, качество обслуживания клиентов, операционная эффективность, цифровой маркетинг, кибербезопасность, проблемы конфиденциальности, внедрение технологий, цифровой разрыв, устойчивость в туризме.

Introduction

The tourism industry, a significant contributor to global economic development, is continuously evolving with advancements in Information and Communication Technologies (ICT). The integration of ICT in tourism has transformed traditional practices, enhancing the efficiency, accessibility, and overall experience of travel. However, this transformation also presents several challenges. This article explores the actual issues surrounding the application of ICT in tourism development.

Enhanced Customer Experience

Personalization and Customization: ICT allows for personalized travel experiences through data analysis and customer profiling. Travelers can receive tailored recommendations for destinations, accommodations, and activities based on their preferences and previous behaviors.

Virtual Reality (VR) and Augmented Reality (AR): These technologies enable potential travelers to explore destinations virtually, providing a preview of their experiences. This can enhance decision-making processes and increase customer satisfaction.

Mobile Applications: Mobile apps offer real-time information and services, such as booking systems, navigation, language translation, and cultural information, which are essential for modern travelers.

Operational Efficiency

Automated Services: Automation in booking, check-in, and customer service reduces operational costs and improves service efficiency. Chatbots, for instance, can handle customer inquiries 24/7, providing instant support.

Data Management: Big Data and analytics enable tourism businesses to understand market trends, customer preferences, and operational efficiencies. This data-driven approach aids in strategic planning and decision-making.

Supply Chain Management: ICT facilitates better coordination and integration among various stakeholders in the tourism supply chain, including airlines, hotels, and tour operators, leading to seamless service delivery.

Marketing and Communication

Digital Marketing: ICT has revolutionized marketing strategies in tourism. Social media platforms, search engine optimization (SEO), and content marketing are pivotal in reaching a global audience and engaging with customers.

Online Reviews and Ratings: User-generated content, such as reviews and ratings, significantly influences potential travelers' decisions. Tourism businesses must manage their online reputation effectively.

Challenges in ICT Application

Digital Divide: Not all regions have equal access to advanced ICT infrastructure. Developing countries or remote areas might struggle to implement and benefit from these technologies, leading to a digital divide in tourism development.

Cybersecurity: The increasing reliance on ICT exposes tourism businesses and travelers to cyber threats, such as data breaches and hacking. Ensuring robust cybersecurity measures is essential to protect sensitive information.

Privacy Concerns: The collection and use of personal data raise privacy issues. Businesses must adhere to data protection regulations and ensure transparent data usage policies to maintain customer trust.

Technology Adoption: Rapid technological advancements require continuous updates and investments in new systems and training for staff. Small and medium-sized enterprises (SMEs) might find it challenging to keep pace with these changes due to limited resources.

Sustainability Issues: The environmental impact of ICT infrastructure, including energy consumption and electronic waste, poses sustainability challenges. The tourism industry must balance technological advancements with environmental responsibility.

Conclusion

The application of ICT in tourism offers numerous benefits, including enhanced customer experiences, operational efficiency, and effective marketing. However, addressing challenges such as the digital divide, cybersecurity, privacy concerns, technology adoption, and sustainability is crucial for sustainable and inclusive growth in the tourism sector. As technology continues to evolve, the tourism industry must adapt and innovate to harness the full potential of ICT while mitigating its associated risks.

References

1. Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—The state of eTourism research. *Tourism Management*, 29(4), 609-623.

2. Sigala, M., & Gretzel, U. (2018). Advances in Social Media for Travel, Tourism, and Hospitality: New Perspectives, Practice, and Cases. Routledge.
3. Xiang, Z., & Fesenmaier, D. R. (2017). Big data analytics, tourism design, and smart tourism. Springer International Publishing.
4. Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: foundations and developments. Electronic Markets, 25, 179-188.

O‘ZBEKISTONDA TURIZMNI RIVOJLANTIRISH UCHUN “EASY RENT” LOYIHASINING ISTIQBOLLARI

Kodirov Akbar Shuxratovich

Shahrisabz Davlat Pedagogika institutining
“Informatika va uni o‘qitish metodikasi” kafedrası o‘qituvchisi

E-mail: akbar2005ak@gmail.com

Qo‘ziyeva Shaxribonu Muzaffar qizi

Shahrisabz davlat pedagogika instituti
Matematika va informatika yo‘nalishi 3-bosqich talabasi

Sa‘dullayeva Mashkura Shokir qizi

Shahrisabz davlat pedagogika instituti
Matematika va informatika yo‘nalishi 1-bosqich talabasi

Annotatsiya: Ushbu maqola O‘zbekistonda turizm rivoji uchun olib borilayotgan islohotlar asosida olib borilayotgan ishlar, shu jumladan qator loyihalar orqali amaliy ishlar yo‘lga qo‘yib kelinmoqda. Bizning ham turizm yo‘nalishini rivoji yo‘lida yangi loyihamiz bo‘lib, bu loyiha asosida tashqi va ichki turizm uchraydigan ayrim muammolarni, ya‘ni mehmonxonalar, turar-joy, mashina va boshqa zaruriy extiyoj qismlarnini vaqtinchalik ijaraga olish uchun kabi bir qancha muammolarning yechimi uchun dasturiy vosita ishlab chiqilgan bo‘lib, bu nafaqat turizm uchun balki respublikamiz fuqarolari uchun ham xizmat qiladi. Bu loyihani ommalashtirish kelajakda O‘zbekistonning rivoji uchun qator qulayliklarni amalga oshuradi.

Kalit so‘zlar: ichki turizm, tashqi turizm, ziyorat turizmi, ijara, uy-joy, mehmonxona, mashina, subsidiya, xorijiy mehmon, easy-rent, sayyoh, ilova, raqobat.

Аннотация: Данная статья основана на реформах, проводимых для развития туризма в Узбекистане, включая практическую работу посредством ряда проектов. Также у нас есть новый проект по развитию туризма, и на основе этого проекта решены некоторые проблемы, возникающие в зарубежном и внутреннем туризме, такие как временная аренда отелей, жилья, автомобилей и другого необходимого оборудования с помощью

программного инструмента. разработано решение, которое служит не только туризму, но и жителям нашей республики. Популяризация этого проекта обеспечит ряд удобств для развития Узбекистана в будущем.

Ключевые слова: внутренний туризм, зарубежный туризм, паломнический туризм, аренда, жилье, гостиница, автомобиль, субсидия, иностранный гость, льготная аренда, турист, заявка, конкуренция.

Annotation: This article is based on reforms carried out to develop tourism in Uzbekistan, including practical work through a number of projects. We also have a new project for tourism development, and based on this project, some problems arising in foreign and domestic tourism, such as temporary rental of hotels, housing, cars and other necessary equipment using a software tool, have been solved. a solution has been developed that serves not only tourism, but also the residents of our republic. Popularization of this project will provide a number of amenities for the development of Uzbekistan in the future.

Key words: domestic tourism, foreign tourism, pilgrimage tourism, rent, housing, hotel, car, subsidy, foreign guest, preferential rent, tourist, application, competition.

Kirish. Hozirgi kunda mamlakatimizda raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish uchun respublikamiz O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 05.10.2020 yildagi PF-6079-son “Raqamli O‘zbekiston - 2030” strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora-tadbirlari to‘g‘risidagi farmoni ijrosi Respublikamizning turli sohalarini raqamlashtirish borasida bir qator ishlar amalga oshirib kelinmoqda.

Barcha mamlakatlar iqtisodiga yuqori darajada foyda keltiradigan sohalardan biri bu – turizm sohasidir. Shu sababli ham mamlakatimizda ichki, tashqi va ziyorat turizmlari uchun yuqori darajada e‘tibor qaratilmoqda. Prezidentimiz bu borada O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 27.07.2023 yildagi PQ-238-sonli “Turizm yo‘nalishidagi islohotlarni yanada jadallashtirish va sohada davlat boshqaruvi tizimini samarali tashkil qilish chora-tadbirlari to‘g‘risida” qarorlarida turoperatorlar tomonidan turistik oqim past bo‘lgan xorijiy mamlakatlardan Respublikamizga kelayotgan har bir turist uchun O‘zbekiston Respublikasi Davlat budjeti va Turizmni qo‘llab-quvvatlash jamg‘armasi mablag‘lari hisobidan teng ulushlarda 20 AQSh dollaridan 100 AQSh dollarigacha bo‘lgan ekvivalentda rag‘batlantiruvchi subsidiyalar ajratilishi haqida belgilandi, mehmonxonalarni rekonstruksiya qilish davlat budjedidan qoplab berish tizimi joriy qilindi, shu kabi ko‘plab vazifa va imtiyozlar joriy qilindi.

Xorijiy sayyohlar jalb qilindi, ular yurtimizdagi tarixiy obidalar, milliy uy-joylar, bozorlar, qadryatlarimiz, taomlarimizga qiziqish bildirib yurtimizga kelishadi. Bu sayyohlar tur firmalar orqali kelishsa ularga mehmonxonalar band qilinadi. Ha albatta, bizda 3, 4 va 5 yulduzli mehmonxonalarimiz bor, lakin bunday qulayliklarga ega bo‘lgan mehmonxonalar hamma joylarda ham mavjud emas. Ularga asosan o‘zimizning haqiqiy milliylikimizni, mehmondo‘stligimizni, haqiqiy o‘zbek xonadoni va oilalari haqidagi tushunchani shunchaki tarjimonlar orqali eshitishadi xolos. Bizga kelgan xorijiy mehmonlarimiz maxsus tayinlangan avtobus, mikroavtobuslarda yoki maxsus mashinalarda sayohat qilishadi.

Chet eldagi ba’zi sayyohlik shaharlarini oladigan bo‘lsak, sayyohlar o‘zlari sayr qilishlari uchun ijaraga beruvchi tashkilotlar tomonidan taklif etilgan mashinalardan birini ijaraga olishadi va kelishuv shartiga ko‘ra ma’lum muddat tugagandan keyin mashinalarni qaytarishadi.

Birgina Dubay shahrini oladigan bo‘lsak, bu shahar sayyohlar uchun keng imkoniyatlar yaratilgan. Sayyoh sayohat qiladigan shaharga bormasdan, tur agentliklarsiz ham sayohatchilar o‘zlariga taklif etilayotgan zamonaviy mashinalarni oldindan band qilish mavjud (<https://easy-rent.ae/ru>).

Albatta bu kabi imkoniyatlar sayyohlar yoki respublikamizda istiqomat qilayotgan fuqarolar uchun Easy Rent (Oson ijara) loyihasini ishlab chiqdik. Bu loyiha uy-joy, mehmonxona, mashina va fuqarolarning ehtiyojlari uchun zarur jixozlarni ijaraga berishni osonlashtirish maqsadida yangi loyiha shaklida yaratildi.

Bu loyiha yaratishdab avval vatanimizda shu ijaralar bo‘yicha muammolarni izlagan xolda yaratilga veb sahifalar va mobil ilovalar o‘rganildi, fuqarolarning fikrlarini bilish maqsadida ulardan so‘rovnomalar o‘tkazildi.

Muammolar:

- Mustaqil ravishda kelgan xorijiy va ichki sayyohlarimiz ijara uchun xonadon, mehmonxona, mashina va extiyoj uchun asbob-uskunalar izlash jarayoni uchun uzoq vaqt sarflanishi;
- Ijara mahsulotalari topilganda ham fuqaro (yoki sayyohlar) istagandek ijarachi va ijara xonadoni topa olmasligi;
- Boshqa ijara dasturlarining ishlash vaqtlari chegaralanganligi;
- Ijtimoiy ta’minlanganlik darajasi bir xil bo‘lmaganligi uchun qurilma va asbob uskunalarini sotib olishda mablag‘ yetmasligi;
- Aholida mavjud bo‘lgan xonadonlardan, mashina va har doim foydalanmaslik natijasida ularning foydalanmasdan yaroqsiz holga ketayotganligi va mahsulotlarning shunchaki yaroqsiz holga kelayotgani;
- Aksariyat xorijiy mehmonlar faqatgina mehmonxonalarda istiqomat qilib, milliy uylarda yashab ko‘rmaganlari uchun urf – odatlarimizdan xabardor emasliklari;
- Yurtimizda xorijiy mehmonlar uchun online tarzda avtomashina ijarasi uchun sayt yoki ilovaning mavjud emasligi;
- Ijaraga berilgan xonadon, mehmonxonalar, mashina yoki asbob-ukunalar qancha muddatga band etilgani.

Endi shu va shunga o‘xshash muammolarni bartaraf etish uchun biz o‘z loyihamiz (ya’ni dasturiy ta’minot: web sayt va mobil ilova)ni taklif etamiz va unda quyidagi masalalar o‘z yechimini topgan:

Yechimlar:

- Yurtimizga tashrif buyuruvchi sayyoh mehmonlarimiz yaratilgan dastur orqali e’lon qilinayotgan xonadon, mehmonxona, avtomashina, qo‘shimcha jixozlarni on-line buyurtma qilishlari mumkin;
- Ijarachi o‘ziga tegishli (uy, avtomashina, jixozlar va h.k.larni) ilovada oson e’londa beradi;

- Xorijiy sayyohlarimiz va yurtimiz aholisi o‘zlari xohlagan hududdan va e’londa berilgan turdagi ijaradan ya’ni mehmonxona, uy mehmonxonasi yoki oddiy ijara xonadonlarini tanlashlari mumkin.

- Oldindan band qilish va buyurtma berish orqali ijaraga oluvchi xohlagan muddatga (kun, hafta, oy va h.k) ijara xonadon, mehmonxona, mashina va asbob-uskunalar toppish;

- Ilova orqali e’lon bo’yicha tezroq natijaga erishish;

- Kerakli manzillarni va joylashuvlarni topish, buyurtma berish va band qilish uchun geolokatsiyadan ham foydalaniladi;

- Ishonchli va kafolatlangan xizmat turlaridan foydalanish

- Ijaraga band qilingan asbob-uskunalarni yetkazib berish xizmatlari ham mavjud;

- Ijara uchun o‘rtadagi vositachi (dallol)dan foydalanish shart emasligi.

Web dastur va mobil ilova qismlari asosan to‘rt qismdan iborat:

1. Turar joy uchun ijara
2. Mehmonxona uchun ijara
3. Mashina uchun ijara
4. Asbob uskunalar uchun ijara

1-qism. Turar joy uchun ijara. Bu qismda mahalliy sayyohlar va yurtimiz aholisi o‘zlari e’londa berilgan xohlagan turdagi turar joylarni dastur orqali masofadan ko‘rib, qaysi turdagi turar joyligini tanlab, shart-sharoitlari bilan tanishishib chiqib, oldindan va istalgan muddatga (ijarachi bilan kelishuv asosida to‘lovning bir qismni to‘lab) joy band qilishlari, kelib yashashlari mumkin bo‘ladi.

2-qism. Mehmonxona uchun ijara. Bu qismda xorijiy sayyohlar va ichki turizm uchun sayyohlar e’lon bo’yicha o‘zlari xohlagan milliy turar joylarni (uy mehmonxonalar) yoki mehmonxonalarni dastur orqali masofadan ko‘rib, 2, 3 yoki 4 xonalini bosh yoki bandligini aniqlagan holda o‘ziga ma’qullarni kunlarga qarab band qilishlari mumkin.

3-qism. Avtomashina uchun ijara. Bu qism ham albatta xorijiy mehmonlarimiz va yurtimiz aholisi uchun ham albatta ishlaydi. Dasturning bu qismida fuqaro yoki mehmonlar masofadan turib mashinalarning markasi, turi, ishlab chiqarilgan yili, qayerga yetkazilib berilishi, to‘lov usullari haqida ma’lumot olishlari va muddatini o‘zlari belgilagan holda band qilishlari mumkin. Bu uchun ijaraga oluvchuning passporti va haydovchilik guvohnomasi dastur orqali ro‘yhatdan o‘tkazadi va avtomashina aytilgan manzilga yetkazib beriladi.

4-qism. Asbob uskunalar uchun ijara. Bu qismda ham e’lon orqali istalgan turdagi va fuqarolarning kunlik hayotida zarur bo‘lgan ehtiyoj qismlar, qurilish asboblari dastur orqali topishingiz va ijaraga olinishi mumkin. Ijara oluvchining tanloviga ko‘ra esa yurtimiz bo‘ylab yetkazib berish xizmatlaridan foydalanishlari mumkin.

RAQOBAT

Har bir loyihaning yaratilishida yangicha dasturi albatta ma’lum tomondan raqobatchilari har doim ham mavjud bo‘lgan. Biz taklif etayotgan Easy Rent (Oson ijara) ilovasining ham albatta raqobatchilari mavjud va bu ilovada ustun tomonlar mavjud. Izlanishlar natijasida Easy Rent ilovasi uchun raqobatbardosh dasturlardan

avtoelon.uz, ijara.edu.uz, olx.uz kabi dasturlar mavjud bo‘lib, bu dasturlar ijaraning alohida bo‘limlari uchun xizmat qiladi.

	Face ID ERI kalit	Shart- noma	Oldindan joy band qilish	Kunlik ijara olish	Sotish va sotib olish
Easy Rent	✓	✓	✓	✓	✗
Olx.uz	✗	✗	✗	✗	✓
Avtoe’lon.uz Faqat avtomashinalar uchun	✗	✓	✗	✓	✓
Ijara.edu.uz	✗	✓	✗	✗	✗

Easy Rent ilovasining raqobat bardosh dasturlardan ustunlik jihatlari:

- Dastur foydalanuvchilari ro‘yxatdan o‘tishlarida Face ID va ERI kalit bilan himoyalanganligi.
- Mahsulot ijaraga olinayotganda uch tomonlama shartnomaning yo‘lga qo‘yilganligi va xavfsizlik darajasining himoyalanganligi.
- Masofadan turib xonadonni online ko‘rish va oldindan joy band qilish.
- Boshqa ijara dasturlaridan farqli jihati bizning dasturdagi xonadonlarni kunlik ham ijaraga olish mumkin.

Xulosa. Respublikamizda turizmni rivojlantirish borasida olib borilayotgan islohotlar va bu borada bajarilayotgan ishlar samarasi, buning oqibatida vatanimiz bo‘ylab tashqi va ichki turizmni jadal suratda rivojlanishi asosida iqtidodiy o‘sish ko‘rsatkichlar kuzatilmoqda. Davlatizmiz rahbari Sh.Mirziyoyev yurtimizda turizmni rivojlantirish va boshqa davlatlar bilan xamkorlikni kuchaytirish, davlat boshqaruvi turizmni samarali tashkil etish borasida qator chora-tadbirlarni ishlab chiqish bo‘yicha mutasaddi tashkilot rahbarlariga vazifalar va topshiriqlar berib bormoqdalar. Shu nuqtai nazardan biz ham o‘z loyihamiz, ya’ni Easy Rent ilovasi taklif etmoqdamiz. Ichki va tashqi sayyohlar va fuqalolar (ijarada turuvchi talabalar, davlat ishchilari xizmat safariga chiquvchilar, dam olish uchun bir guruh sayyohlar, bemorlarni boshqa manzilga olib boruvchilar va h.k.) uchun biz taklif etayotgan ilova ularni vatanimiz bo‘ylab sayohat qilishlarida uchraydigan jiddiygina muammolarni bartaraf etishlari mumkin. Biz taklif etayotgan loyiha kelajakda Vatanimizning riviji va insonlarning mushkullarini yengish yo‘lida o‘z samarasini beradi deb hisoblaymiz.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR.

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 05.10.2020 yildagi PF-6079-son “Raqamli O‘zbekiston - 2030” strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora-tadbirlari to‘g‘risidagi farmoni.

2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 27.07.2023 yildagi “Turizm yo‘nalishidagi islohotlarni yanada jadallashtirish va sohada davlat boshqaruvi tizimini samarali tashkil qilish chora-tadbirlari to‘g‘risida” PQ-238-sonli qarori

3. Shuxratovich, Kodirov Akbar. «KATTA MA‘LUMOT BAZALARINI PARALLEL ISHLOV BERISH USULLARINI VA MODELLARINI O‘RGANISH.» Journal of new century innovations 43.4 (2023): 93-95.

4. Shuxratovich, Kodirov Akbar. «VATANIMIZDA VENDING NUSXALASH MASHINASINI AMALDA QO‘LLASHNING SAMARADORLIGI.» Journal of new century innovations 43.4 (2023): 90-92.

5. Kodirov, Akbar Shuxratovich, and Muborak To‘Lqin Qizi Nomozova. «MASOFAVIY TALIMDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALARINING ISTIQBOLLI ASOSLARI.» Academic research in educational sciences 4.CSPU Conference 1 (2023): 753-756.

6. Kodirov, Akbar, Farangiz Kenjayeva, and Marjona Yusupova. «MAKTABLARDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALAR ASOSIDA ANIQ FAN MAVZULARINI OTISHDA ERISHILAYOTGAN YUTUQ VA KAMCHILIKLAR.» Инновационные исследования в современном мире: теория и практика 3.4 (2024): 49-52.

7. Kodirov, Akbar, Gulasal Ruziyeva, and Marjona Yusupova. «ELEKTRON QO‘LLANMALAR YARATISHDA AUTOPLAY DASTURIDAN FOYDALANISH VA IMKONIYATLARINI TA‘LIM TIZIMDA TALQIN ETISH.» Наука и технология в современном мире 3.4 (2024): 51-55.

8. <https://easy-rent.ae/ru>

РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА

Турсунова Луиза Комиловна

ассистент-преподаватель кафедры

Информатика и методика ее обучения

Шахрисабзского государственного педагогического института

luturkom@gmail.com

Аннотация. В данной статье рассмотрены роль информационных технологий в продвижении туристского продукта, распространении и продажах туров, влияние на менеджмент и автоматизацию туристических предприятий, обеспечивающие быстрое и точное планирование туров, стимулирование развития международного туризма с использованием Интернет-технологий, важность электронной коммерции, позволяющей предпринимателям находить новые рынки сбыта, автоматизацию и

сертификацию туров с помощью информационных технологий, развитие туристических информационных центров для формирования позитивного имиджа регионов. В статье подчеркивается, что информационные технологии играют ключевую роль в управлении туристскими организациями, обеспечивая автоматизацию процессов, улучшение качества обслуживания, расширение клиентской базы и множество других преимуществ.

Ключевые слова. Туризм, интернет-технологии, компьютерные технологии, автоматизация, мобильные приложения, революция.

Annotation. The article is devoted to the study of the influence of information technology on the development of the tourism industry. The article discusses the role of information technology in promoting the tourism product, distribution and sales of tours, the impact on the management and automation of tourism enterprises, ensuring fast and accurate planning of tours, stimulating the development of international tourism using Internet technologies and Internet communities, the importance of e-commerce, allowing entrepreneurs find new sales markets, automation and certification of tours using information technology, development of tourism information centers to create a positive image of the regions. The article emphasizes that information technology plays a key role in the management of tourism enterprises, providing automation of business processes, improving the quality of service, expanding the customer base and many other advantages.

Keywords. Информационные технологии произвели революцию в индустрии туризма, сыграв фундаментальную и преобразующую роль в различных аспектах туризма. Влияние информационных технологий охватывает поиск информации, бронирование, маркетинг, обслуживание клиентов, управление ресурсами и процессы принятия решений.

Информационные технологии прочно вошли в сферу туризма, преобразив ее способы функционирования, общения и взаимодействия между участниками отрасли. Современные туристические компании активно используют различные ИТ-инструменты для улучшения качества обслуживания, оптимизации процессов и удовлетворения потребностей современного путешественника.

Текущие тенденции подчеркивают значительное влияние информационных технологий на индустрию туризма. Улучшенный доступ к информации, автоматизация процессов, улучшение обслуживания клиентов и лучшее управление являются ключевыми достижениями, способствующими конкурентоспособности и успеху в современном туризме.

Интернет стал неотъемлемой частью планирования и бронирования путешествий. Сайты и приложения для онлайн-бронирования гостиниц, авиабилетов, аренды автомобилей и экскурсий предлагают путешественникам широкий выбор и удобство в использовании. Благодаря этому, путешественники могут легко сравнивать цены, читать отзывы и выбрать наиболее подходящие варианты для своего путешествия.

Современные компьютерные технологии оказывают глубокое влияние на продвижение туристических продуктов посредством распространения и продаж. Сбор, хранение, обработка и передача актуальной информации жизненно важны для функционирования высоко динамичного туристического сектора. Активно используются интегрированные коммуникационные сети, мультимедийные системы и информационные системы управления, каждая из которых имеет разную степень влияния на развитие туризма.

Мобильные приложения стали незаменимым инструментом для путешественников. Они предоставляют доступ к информации о достопримечательностях, ресторанах, местных мероприятиях и общественном транспорте, а также предлагают персонализированные рекомендации и советы. Благодаря таким приложениям, путешественники могут легко ориентироваться в незнакомом городе и получать актуальную информацию в режиме реального времени.

Интернет и мультимедийные технологии играют важную роль в деятельности туристических фирм, облегчая использование мультимедийных онлайн-технологий, таких как справочники и каталоги. Мультимедийные технологии предоставляют интерактивные возможности для работы с видео, анимацией, текстом и звуком, повышая доступность туристической информации и помогая быстро выбрать подходящие туристические продукты.

Технологии виртуальной реальности предоставляют путешественникам возможность исследовать места назначения до начала путешествия. Виртуальные туры и интерактивные карты позволяют путешественникам погрузиться в атмосферу места и ознакомиться с его достопримечательностями и культурой. Виртуальная реальность добавляет интерактивные элементы к реальному миру, обогащая опыт путешествия новыми возможностями и впечатлениями.

Информационные технологии стимулируют рост рынка в туристическом секторе, способствуя развитию электронной торговли, влияя на рынки труда и способствуя прогрессу в сфере услуг. Внедрение систем бронирования и других технологических инноваций произвело революцию в транспортном секторе, улучшив качество как грузовых, так и пассажирских транспортных услуг.

Сбор и анализ данных стал важным инструментом для туристических компаний. Большие данные позволяют понять предпочтения и потребности путешественников, предсказать спрос и оптимизировать предложение. Это также помогает компаниям создавать персонализированные предложения и улучшать обслуживание, что способствует удовлетворению клиентов и повышению лояльности.

Информационные технологии также играют важную роль в продвижении экологической устойчивости и социальной ответственности в туризме. Они помогают снизить использование бумажной документации, оптимизировать маршруты и ресурсы, а также повышать осведомленность о

принципах устойчивого туризма среди путешественников и местных сообществ.

В заключение можно сказать, что интеграция информационных технологий в сферу туризма изменила то, как турорганизации работают, взаимодействуют с клиентами и конкурируют на мировом рынке. Непрерывное развитие технологий произведет революцию в сфере туризма, подчеркнув решающую роль информационных технологий в формировании будущего отрасли. Информационные технологии преобразили сферу туризма, делая ее более доступной, удобной и инновационной. Они играют ключевую роль в улучшении качества обслуживания, оптимизации процессов и создании незабываемых впечатлений для путешественников. В будущем, с развитием технологий, они будут продолжать формировать отрасль, открывая новые возможности и вызовы для туристического бизнеса.

Список использованной литературы:

1. Ерметов, А. А. «ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИДА ТУРИЗМ СОҶАСИНИ РИВОЖДАНТИРИШ БОРАСИДАГИ ИСЛОҶОТЛАР.» XALQARO KONFERENSIYA VA JURNALLARNI SIFATLI INDEXLASH XIZMATI 1.1 (2024): 137-140.

2. Якименко, М. В., et al. «Организация инклюзивного туризма (организация туризма для лиц с особыми потребностями).» (2024): 238-238.

3. Астанакулов, Олим Таштемирович. «ТУРИЗМ 4.0: ТУРИЗМ ИНДУСТРИЯСИДА РАҚАМЛИ ТЕХНОЛОГИЯЛАРНИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ ЗАМОНАВИЙ ТЕНДЕНЦИЯЛАРИ.» Science and innovation 3.Special Issue 28 (2024): 662-667.

4. Отенов, Нариман Турдымуратович. «ҚАРАҚАЛПАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ ТУРИЗМ ТАРАҰЫНЫҢ ХӘЗИРГИ РАҰАЖЛАНЫҰ БАҒДАРЫ, ШЕТ ЕЛЛЕР МЕНЕН БИРГЕ ИСЛЕСИҰИ.» Konferensiyalar| Conferences. Vol. 1. No. 11. 2024.

5. <https://7universum.com/ru/tech/archive/item/15783>

6. https://studbooks.net/681301/turizm/vliyanie_informationnyh_tehnologiy_razvitiye_turizma

7. https://tourlib.net/statti_tourism/teodorovich2.htm

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ВНЕДРЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА.

Самиев Шохрух Фахриддин угли.

Докторант кафедры «Корпоративное управление»
Ташкентского государственного транспортного университета.

lassie2323@gmail.com

Ключевые слова: Информационно-коммуникационные технологии, туризм, Узбекистан, цифровизация, инновации, туристическая индустрия,

электронное правительство, мобильные приложения, онлайн-бронирование, виртуальные туры.

Аннотация: В статье рассматриваются актуальные вопросы внедрения информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) в развитие туристической индустрии, с особым акцентом на Узбекистан. Анализируются современные тенденции использования ИКТ, их влияние на туристические услуги и опыт потребителей. Рассматриваются конкретные примеры успешных инициатив и проектов в области цифровизации туризма в Узбекистане, а также выявляются основные вызовы и перспективы в этой сфере. Особое внимание уделено мобильным приложениям, онлайн-платформам для бронирования, электронным визовым системам и виртуальным турам. В заключении представлены выводы и рекомендации для дальнейшего развития ИКТ в туристической индустрии Узбекистана.

Annotatsiya: Maqolada O'zbekistonga alohida e'tibor qaratgan holda turizm industriyasini rivojlantirishga axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini (AKT) joriy etishning dolzarb masalalari ko'rib chiqiladi. AKTdan foydalanishning hozirgi tendentsiyalari, ularning sayyohlik xizmatlari va iste'molchilar tajribasiga ta'siri tahlil qilinadi. O'zbekistonda turizmni raqamlashtirish sohasidagi muvaffaqiyatli tashabbus va loyihalarning aniq misollari ko'rib chiqiladi, shuningdek, ushbu sohadagi asosiy muammolar va istiqbollari aniqlanadi. Mobil ilovalar, onlayn bron qilish platformalari, elektron vazn tizimlari va virtual sayohatlarga alohida e'tibor qaratilgan. Xulosa O'zbekiston turizm industriyasida AKTni yanada rivojlantirish bo'yicha xulosalar va tavsiyalar beradi.

Annotation: The article deals with topical issues of the introduction of information and communication technologies (ICT) in the development of the tourism industry, with a special focus on Uzbekistan. The article analyzes current trends in the use of ICT, their impact on travel services and consumer experience. Specific examples of successful initiatives and projects in the field of tourism digitalization in Uzbekistan are considered, as well as the main challenges and prospects in this area are identified. Special attention is paid to mobile applications, online booking platforms, electronic weighing systems and virtual tours. In conclusion, the conclusions and recommendations for the further development of ICT in the tourism industry of Uzbekistan are presented.

Информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) играют ключевую роль в развитии современной туристической индустрии. Они способствуют повышению эффективности управления, улучшению качества обслуживания клиентов и созданию новых возможностей для продвижения туристических продуктов. В Узбекистане, богатом культурно-историческим наследием и природными достопримечательностями, внедрение ИКТ может значительно усилить конкурентные преимущества и привлечь большее количество туристов.

Современные тенденции использования ИКТ в туризме

Современные тенденции в области ИКТ охватывают широкий спектр технологий и приложений. Среди них можно выделить:

1. **Мобильные приложения:** помогают туристам получать информацию о достопримечательностях, бронировать отели и билеты, а также находить рестораны и магазины.

2. **Онлайн-платформы для бронирования:** позволяют туристам легко и быстро бронировать отели, билеты на транспорт и экскурсии.

3. **Электронные визовые системы:** упрощают процесс получения виз, сокращая время ожидания и количество необходимых документов.

4. **Виртуальные туры:** дают возможность посетить туристические объекты виртуально, что особенно актуально в условиях ограничений на поездки.

Примеры успешных инициатив в Узбекистане

Узбекистан активно внедряет ИКТ в различные сферы, включая туризм. Рассмотрим несколько ключевых проектов:

1. **E-Visa:** В 2018 году Узбекистан ввел электронную визовую систему, которая значительно упростила процесс получения виз для иностранных туристов. Система позволяет получить визу онлайн, заполнив простую анкету и оплатив сбор.

2. **Туристические мобильные приложения:** Разработаны приложения, предоставляющие информацию о культурных и исторических достопримечательностях, а также о туристических услугах. Одним из таких приложений является «Visit Uzbekistan», которое предлагает интерактивные карты, гиды и советы для путешественников.

3. **Онлайн-платформы для бронирования:** Местные и международные онлайн-платформы, такие как Booking.com и Expedia, активно используются туристами для бронирования отелей и других услуг в Узбекистане. Местные платформы также развиваются, предлагая дополнительные возможности для бронирования экскурсий и транспортных услуг.

Вызовы и перспективы внедрения ИКТ в туризме Узбекистана

Несмотря на значительный прогресс, внедрение ИКТ в туризме Узбекистана сталкивается с рядом вызовов:

1. **Инфраструктурные проблемы:** Недостаточное покрытие интернетом в отдаленных районах и проблемы с качеством связи могут ограничивать использование ИКТ.

2. **Низкий уровень цифровой грамотности:** Часть населения и туристических операторов не обладает достаточными навыками для эффективного использования современных технологий.

3. Необходимость интеграции различных систем: требуется интеграция различных платформ и систем для обеспечения бесшовного пользовательского опыта.

Для преодоления этих вызовов необходима комплексная стратегия, включающая развитие инфраструктуры, повышение уровня цифровой грамотности и поддержку инновационных проектов.

Таблица

Сравнение ключевых ИКТ-проектов в туризме Узбекистана

Проект	Описание	Влияние на туризм	Примечания
E-Visa	Электронная визовая система	Упрощение получения виз, привлечение большего числа туристов	Введена в 2018 году
Visit Uzbekistan	Мобильное приложение для туристов	Информация о достопримечательностях, интерактивные карты	Поддержка на нескольких языках
Booking.com	Онлайн-платформа для бронирования отелей	Удобство бронирования, широкие возможности выбора	Международный сервис
Expedia	Онлайн-платформа для бронирования путешествий	Комплексные услуги по бронированию	Международный сервис
Местные платформы	Локальные онлайн-платформы для бронирования услуг	Поддержка местного бизнеса, удобство для туристов	Развитие локальной экономики

Внедрение информационно-коммуникационных технологий играет ключевую роль в развитии туристической индустрии Узбекистана. Современные технологии позволяют улучшить качество обслуживания туристов, упростить процессы бронирования и получения виз, а также предоставить новые возможности для виртуальных путешествий. Несмотря на существующие вызовы, такие как инфраструктурные проблемы и низкий уровень цифровой грамотности, Узбекистан успешно движется в направлении цифровизации туризма. Для дальнейшего успеха необходимо продолжать развитие инфраструктуры, повышение уровня цифровой

грамотности населения и поддержку инновационных проектов. Это позволит не только привлечь больше туристов, но и улучшить общий туристический опыт, что в свою очередь будет способствовать устойчивому развитию экономики страны.

Таким образом, внедрение ИКТ в туристическую индустрию Узбекистана открывает широкие перспективы для развития, предоставляя новые возможности для привлечения туристов и улучшения качества предоставляемых услуг.

Список литературы

1. Asadov, A., & Tursunov, I. (2020). The Impact of Information Technology on Tourism Industry Development in Uzbekistan. *Journal of Tourism Studies*, 15(2), 123-134.
2. Karimov, B. (2019). E-Government and Tourism: The Case of Uzbekistan. *International Journal of Public Administration in the Digital Age*, 6(4), 45-56.
3. Matyakubov, A. (2021). Digitalization of Tourism in Uzbekistan: Opportunities and Challenges. *Tourism and Hospitality Management*, 27(1), 89-104.
4. «Visit Uzbekistan» Mobile Application. Retrieved from <https://visituzbekistan.com>
5. World Tourism Organization. (2022). *Global Report on Information and Communication Technologies in Tourism*. UNWTO.

THE ROLE OF INFORMATION COMMUNICATIONS IN THE DEVELOPMENT OF TOURISM

Shodiyeva Guzal Bakhtiyorovna

Shahrisabz State Pedagogical Institute

Teacher of the Chair of Foreign Language Practice

E-mail: gozalshodiyeva0@gmail.com

Abstract: This article explores the pivotal role of Information and Communication Technologies in the development and growth of the tourism industry. It highlights how Information and Communication Technologies has revolutionized marketing, customer service, and operational efficiency within the tourism sector. The integration of digital tools and platforms has enhanced the accessibility and appeal of tourism services, leading to increased global reach and customer satisfaction. The article also discusses the future prospects of Information and Communication Technologies in tourism and the potential challenges that need to be addressed.

Keywords: Tourism, Information and Communication Technologies, digital marketing, customer service, operational efficiency, global reach, digital platforms.

Аннотация: В данной статье исследуется ключевая роль информационных и коммуникационных технологий в развитии и росте туристической индустрии. В нем подчеркивается, как информационные и

коммуникационные технологии произвели революцию в маркетинге, обслуживании клиентов и операционной эффективности в туристическом секторе. Интеграция цифровых инструментов и платформ повысила доступность и привлекательность туристических услуг, что привело к расширению глобального охвата и удовлетворенности клиентов. В статье также обсуждаются будущие перспективы информационных и коммуникационных технологий в туризме и потенциальные проблемы, которые необходимо решить.

Ключевые слова: туризм, информационные и коммуникационные технологии, цифровой маркетинг, обслуживание клиентов, операционная эффективность, глобальный охват, цифровые платформы.

Annotatsiya: Ushbu maqola turizm sanoatining rivojlanishi va o'sishida axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining hal qiluvchi rolini o'rganadi. Unda Axborot-kommunikatsiya texnologiyalari turizm sohasida marketing, mijozlarga xizmat ko'rsatish va operatsion samaradorlikni qanday inqilob qilgani ta'kidlangan. Raqamli vositalar va platformalarning integratsiyasi sayyohlik xizmatlaridan foydalanish imkoniyati va jozibadorligini oshirdi, bu esa global qamrov va mijozlarning qoniqishini oshirishga olib keldi. Maqolada, shuningdek, turizmda axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining kelajakdagi istiqbollari va hal qilinishi kerak bo'lgan muammolar haqida so'z boradi.

Kalit so'zlar: Turizm, Axborot va kommunikatsiya texnologiyalari, raqamli marketing, mijozlarga xizmat ko'rsatish, operatsion samaradorlik, global kirish, raqamli platformalar.

Introduction. The tourism industry is a dynamic and vital part of the global economy, contributing significantly to and employment in many countries. In recent decades, the advent of Information and Communication Technologies has dramatically transformed the way tourism businesses operate and interact with their customers. From marketing and customer service to operational management, Information and Communication Technologies plays a crucial role in enhancing the efficiency, reach, and quality of tourism services.

Marketing and Promotion. Information and Communication Technologies has revolutionized the marketing and promotion strategies of tourism businesses. The use of websites, social media, and mobile applications allows for targeted and personalized marketing campaigns that reach a global audience. Digital marketing tools such as search engine optimization, pay-per-click advertising, and content marketing enable tourism businesses to attract and engage potential customers more effectively. Social media platforms like Facebook, Instagram, and Twitter are also used to share visual content, promotions, and customer reviews, further enhancing brand visibility and reputation. For example: Social Media Campaigns a case in point is the “Pure New Zealand” campaign by Tourism New Zealand, which leverages social media platforms to share stunning visuals and stories about New Zealand's attractions. This campaign has successfully attracted millions of tourists to the country, demonstrating the power of social media in tourism marketing.

Information and Communication Technologies has greatly improved customer service in the tourism industry. Online booking systems, chatbots, and customer relationship management software provide customers with convenient and efficient ways to plan and book their travel. These tools also enable tourism businesses to offer personalized services and support, leading to higher customer satisfaction and loyalty. Example: Online booking systems like Booking.com and Airbnb have revolutionized the way tourists book accommodations. These platforms provide real-time availability, customer reviews, and easy payment options, making the booking process seamless and user-friendly.

The integration of Information and Communication Technologies in tourism operations has led to significant improvements in efficiency and cost-effectiveness. Technologies such as cloud computing, big data analytics, and Internet of Things enable tourism businesses to streamline their operations, optimize resource allocation, and make data-driven decisions. Example: airlines and hotels use big data analytics to analyze customer preferences, booking patterns, and market trends. This information helps them to optimize pricing strategies, manage inventory, and enhance service delivery.

Information and Communication Technologies has also played a crucial role in enhancing the overall tourist experience. Virtual reality and augmented reality technologies provide immersive experiences that allow tourists to explore destinations before visiting them. Mobile applications offer real-time information about local attractions, events, and transportation options, making it easier for tourists to navigate and enjoy their trips. Example: Tourism boards and travel agencies are increasingly using Virtual reality and augmented reality to provide virtual tours of destinations, museums, and historical sites. For instance, the British Museum offers a Virtual reality experience that allows visitors to explore ancient artifacts from different angles, enhancing their understanding and appreciation of the exhibits.

Challenges and Future Prospects. While Information and Communication Technologies has brought numerous benefits to the tourism industry, it also presents certain challenges. Issues such as data privacy, cybersecurity, and digital divide need to be addressed to ensure the sustainable growth of Information and Communication Technologies in tourism. Moreover, the rapid pace of technological advancements requires continuous adaptation and innovation from tourism businesses. Despite these challenges, the future prospects of Information and Communication Technologies in tourism are promising. Emerging technologies such as artificial intelligence, blockchain, and 5G are expected to further transform the industry, offering new opportunities for growth and innovation.

Conclusion. Information and Communication Technologies has become an indispensable tool in the development and growth of the tourism industry. By enhancing marketing, customer service, operational efficiency, and tourist experience, Information and Communication Technologies has significantly contributed to the global expansion and competitiveness of tourism businesses. As the industry continues to evolve, embracing and leveraging the latest technological

advancements will be key to sustaining its success and meeting the ever-changing demands of tourists.

REFERENCES

1. Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet. **Tourism Management**, 29(4), 609-623.
2. Xiang, Z., Magnini, V. P., & Fesenmaier, D. R. (2015). Information technology and consumer behavior in travel and tourism: Insights from travel planning using the internet. **Journal of Retailing and Consumer Services**, 22, 244-249.
3. Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: Foundations and developments. **Electronic Markets**, 25(3), 179-188.
4. Tussyadiah, I. P., & Fesenmaier, D. R. (2009). Mediating tourist experiences: Access to places via shared videos. **Annals of Tourism Research**, 36(1), 24-40.
5. Leung, D., Law, R., van Hoof, H., & Buhalis, D. (2013). Social media in tourism and hospitality: A literature review. **Journal of Travel & Tourism Marketing**, 30(1-2), 3-22.

TURIZMNI RIVOJLANTIRISHDA AXBOROT KOMMUNIKATSIYA TEXNOLOGIYALARINI TADBIQ QILISHNING AHAMIYATI

Xoliqova Zahro

Shahrisabz davlat pedagogika instituti
O‘zbek tili yo‘nalishi 1-bosqich doktoranti,
Boshlang‘ich ta‘lim metodikasi kafedrasida o‘qituvchisi
zakhrokhlikova@gmail.com

Annotatsiya: Bu maqolada turizmni rivojlantirishda axborot texnologiyalarining o‘rni va ahamiyati haqida ma‘lumotlar berilgan. Maqolada tavsifiy metoddan foydalanilgan. Maqolada axborot kommunikatsiyalari tasnifi va turizmga ta‘siri haqida ham yoritilgan.

Kalit so‘zlar: Axborot kommunikatsiyalar, internet, global tarmoqlar, mobil ilov, dasturiy ta‘minot, turistik tizimlar

Axborot texnologiyalarining ustunligi ularning axborotlarni to‘plash, tahlil qilish va uzatishda yaratib beradigan katta imkoniyatlari bilan belgilanadi. Bu texnologiyalar ma‘lumotlarni istalgan joyga, u qanday masofada joylashganligidan qat‘iy nazar, tezlik bilan va minimal xarajatlar evaziga yetkazib berish imkonini beradi. Axborot texnologiyalarining bu imkoniyatlarini insonning intellektual qobiliyati ro‘yobga chiqaradi va undan foydalanishni ta‘minlaydi. Yoki boshqacha qilib aytganda, axborot texnologiyalari inson intellektual qobiliyati imkoniyatlarini to‘ldiradi, uni yanada kuchaytiradi. Axborot texnologiyalarining turizmni rivojlantirishdagi roli beqiyos. Chunki turizm axborotlar tez va uzoq masofalarga uzatilishi lozim bo‘ladi. Internet-texnologiyalar turizmni innovatsion asosda rivojlantirish uchun keng imkoniyatlar yaratib berdi, Aynan

internettexnologiyalar tufayli turistik xizmatlarni iste'molchilarga multimedlyali reklama qilish bo'yicha axborotlarni yig'ish va taqdim etish elektron tizimlarini qo'llash imkoniyatlari paydo bo'ldi.

Turizmda zamonaviy innovatsion texnologiyalarini qo'llash asosida xizmatlar ishlab chiqarish jarayonlarini modernizatsiyalash hali boshlang'ich bosqichlarini boshidan kechirmoqda. Lekin kelajakda turizm axborot texnologiyalarining ulkan istiqbollari to'g'risida hech qanday shubha yo'q.

O'zbekistonda turizm jahon bozori talablari bilan rivojlanib bormoqda. Bugun yurtimizga tashrif buyurmoqchi bo'lgan sayyoh internet orqali o'z sayohatini rejalashtirishi, mehmonxona va aviakompaniyalar onlayn xizmatlaridan foydalanishi mumkin. Mamlakat hududida smartfonlardagi maxsus mobil ilovalar orqali taksi chaqirtirish, ovqat buyurtma qilish, restoranda joy band qilish yoki borayotgan manzillari haqida internetdan ma'lumot olish imkoniyati bor. Axborot texnologiyalari shu tariqa sayohat industriyasida taraqqiy etishni davom ettiradi. Misol tariqasida quyidagi faktlarni sanab o'tish mumkin: O'rta Osiyo va Kavkazorti mamlakatlaridagi yirik va jadal rivojlanayotgan onlayn agentlik hisoblangan Oriental Express CA O'zbekiston turistik xizmatlarini targ'ib qilishda faollik ko'rsatayapti, yildan yilga OrexCA.com foydalanuvchilari diyorumiz, undagi rang-barang urf-odatlar, turistik manzilgohlar haqida shu manbadan ma'lumot oladi. Qolaversa, O'zbekistonda turoperatorlar va mehmonxonalar o'rtasida internet vositasida axborot almashish servisi – Hotelios joriy qilingan. Mazkur tizim MDH davlatlari orasida muqobili yo'q bo'lgan innovatsion loyiha hisoblanadi. Sug'urta polislarini onlayn olish imkoniyatlarining mamlakatimizda joriy qilingani ham shular jumlasidandir. Biroq, biz O'zbekistonga ko'proq sayyohlar tashrif buyurishiga erishish, bizda mavjud madaniy, tarixiy obidalar va o'ziga xos tabiatga ega manzilgohlarni ommalashtirish bo'yicha ko'p ishlarni amalga oshirishimiz kerak. Menimcha, xalqimiz tinchligi va sarhadlarimiz xavfsizligi chora-tadbirlari ko'rilgan holda, yurtimiz mehmonlari, ularning shaharu qishloqlarimizga kelishi uchun iloji boricha qulayliklar yaratilsa, innovatsiyalar yordamida ularning harajatlarini tejash masalalari hal qilinsa, O'zbekistondagi turistik xizmatlar yanada jozibador bo'ladi va ko'proq daromad olib keladi. So'nggi yillarda turizm sohasi, jumladan mehmonxona faoliyati yangi axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini tatbiq etilishi ta'sirida sezilarli o'zgardi. Turli sohalarda qo'llaniladigan dasturiy mahsulotlar dunyo bozorida doimiy yangilanib bormoqda, shuning uchun, turizm va mehmonxona biznesida axborotkommunikatsiya texnologiyalari innovatsiyalarini to'g'ri tanlash va foydalanish muammosi yanada ko'proq ahamiyat kasb etadi. Ular biznesni boshqarishga imkon beruvchi vosita bo'lib xizmat qiladi.

Turizm sohasi matnlar, elektron jadvallar va ma'lumotlar omboribilan ishlash texnologiyasini keng ommalashishidan boshlab, ayrim turistik firma va mehmonxonalar ishini avtomatlashtirishni ta'minlovchi maxsus dasturiy mahsulotlardan foydalanishgacha bo'lgan turli axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini tadqiq etilishini talab qiladi. Ushbu maqolada zamonaviy axborotkommunikatsiya texnologiyalari, jumladan CRM- tizimidan foydalanish turistik tashkilotlar daromadi, mehnat unumdorligi, raqobatbardoshligini

o'shishning omili ekanligi asoslangan. Turizm sohasida qo'llaniluvchi turli axborot-kommunikatsiya texnologiyalari va tizimlar mavjud. Unga ko'ra turizm sohasida qo'llaniluvchi axborotkommunikatsiya texnologiyalari va tizimlari to'rtta omil bilan ta'riflanadi: global tizimlar, turistik tizimlar, boshqaruv tizimlari va yordamchi tizimlar. Global tizimlar (internet tarmog'i, sputnik tizimi, telefon tarmog'i, elektron to'lovlar tizimi) orqali o'zaro aloqalar tarmoqlar bo'yicha amalga oshiriladi, turistik tizimlar (turizmni boshqarishning avtomatlashtirilgan tizimlari, bronlashning kompyuter tizimlari) tarmoqlardan foydalangan holda turizm xizmatlarini amalga oshiradi, boshqaruv tizimlari (mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish tizimlari, elektron hujjat almashish, elektron biznes tizimlari) turistik xizmatlarni amalga oshirish jarayonida axborot-kommunikatsiya tizimlarini bevosita qo'llagan holda turistik boshqaruvni amalga oshiradi, yordamchi tizimlar (ofis tizimlari, axborot-huquqiy tizimlar, multimedia tizimlari, geoaxborot tizimlari) axborotlarni qayta ishlash imkonini beradi. Hozirgi kunda turistik biznes borgan sari murakkab, turli rejali va dinamik ko'rinishda shakllanmoqda. Texnologiyalar, insonlar, axborot, pul, boshqaruv tizimi avvalgiga qaraganda jadalroq o'zgarimoqda hamda bu bozor va tashkilot raqobatbardoshligini oshishiga olib kelmoqda.

Xulosa sifatida aytishimiz mumkinki, turizm sohasidagi xorijiy hamkorlikni rivojlantirish bo'yicha ishlab chiqilayotgan rejalar onlayn konferensiyalar, vebinarlar va xorij mutaxassislari bilan masofaviy ma'ruzalar tashkil etish kabi axborot texnologiyalari faol murojaat qilingan loyihalarni o'z ichiga olishiga umid bildiramiz va bu o'z natijasini ko'rsatadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. Rakhimov Z. O. The importance of the development of the digital economy in the field of tourism in Uzbekistan // Builders of the future. – 2022. – T. 2. – №. 02. – С. 221-227
2. Xusenov M.Z, Ergashev A.A. TURIZMNI RIVOJLANTIRISHDA AXBOROT KOMMUNIKATSION TEXNOLOGIYALARDAN FOYDALANISH «Ipak va ziravorlar». 2018 yil

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПРИМЕНЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА

Бахритдинова Дилобар Зайнитдиновна

Старший преподаватель кафедры ШГПИ

Бобоева Сагдияна Азамат кизи

ШДПИ Студентка 2 курса Начального образования

Аннотация: Информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) играют ключевую роль в современном развитии туризма. Их влияние проявляется на всех уровнях: от планирования и бронирования поездок до продвижения туристических направлений и управления туристическими

объектами. В этой статье будут рассмотрены актуальные вопросы, связанные с применением ИКТ в туризме, включая их преимущества, вызовы и перспективы.

Ключевые слова: Туризм, ИКТ, применение ИКТ в туризме, развитие, перспективы, интернет, туристы, туристические компании, эффективный.

Развитие информационно-коммуникационных технологий кардинально изменило индустрию туризма. Появление интернета, мобильных приложений и социальных сетей предоставило туристам новые возможности для поиска информации, планирования поездок и обмена впечатлениями. В то же время, туристические компании и организации получили мощные инструменты для управления своими операциями и взаимодействия с клиентами.

Преимущества применения ИКТ в туризме

1. Доступность информации: Интернет сделал информацию о туристических направлениях доступной для всех. Туристы могут легко находить сведения о местах, которые они хотят посетить, читать отзывы, смотреть фотографии и видео. Это способствует более осознанному выбору и улучшает общее качество туристического опыта.

2. Удобство планирования и бронирования: Онлайн-сервисы позволяют туристам бронировать авиабилеты, отели, экскурсии и другие услуги через интернет. Это значительно упрощает процесс планирования поездок и экономит время.

3. Персонализация услуг: ИКТ позволяют туристическим компаниям предлагать персонализированные услуги на основе анализа данных о предпочтениях и поведении клиентов. Это улучшает качество обслуживания и повышает удовлетворенность клиентов.

4. Маркетинг и продвижение: Социальные сети и цифровой маркетинг открыли новые возможности для продвижения туристических направлений. Компании могут использовать таргетированную рекламу, контент-маркетинг и SEO для привлечения новых клиентов и укрепления своей позиции на рынке.

5. Управление и оптимизация операций: Современные ИКТ-системы помогают туристическим компаниям эффективно управлять своими ресурсами, оптимизировать бизнес-процессы и повышать операционную эффективность.

Вызовы применения ИКТ в туризме

Несмотря на многочисленные преимущества, применение ИКТ в туризме сопряжено с рядом вызовов.

1. Безопасность данных: С увеличением объемов обрабатываемой информации возрастает риск утечек данных и кибератак. Туристические компании должны уделять особое внимание защите персональных данных своих клиентов.

2. Технологическая зависимость: Увеличение зависимости от технологий может стать проблемой в случае сбоев или технических неисправностей. Это требует наличия резервных систем и планов действий в чрезвычайных ситуациях.

3. Неравномерное распределение доступа к ИКТ: В различных регионах мира доступ к интернету и современным технологиям может существенно различаться. Это создает неравенство в возможностях использования ИКТ для туристов и туристических компаний в разных странах.

4. Квалификация персонала: Внедрение новых технологий требует соответствующей подготовки персонала. Недостаток квалифицированных специалистов может затруднять эффективное использование ИКТ в туризме.

5. Этические вопросы: Использование данных клиентов для персонализации услуг поднимает вопросы этики и конфиденциальности. Туристические компании должны соблюдать строгие стандарты и нормы для защиты прав потребителей.

Перспективы развития ИКТ в туризме

Развитие ИКТ продолжает открывать новые возможности для индустрии туризма. Рассмотрим некоторые перспективные направления.

1. Искусственный интеллект и машинное обучение: Эти технологии позволяют анализировать большие объемы данных и предоставлять более точные и персонализированные рекомендации. Системы на основе ИИ могут улучшать качество обслуживания, прогнозировать потребности клиентов и оптимизировать бизнес-процессы.

2. Виртуальная и дополненная реальность: Виртуальные туры и дополненная реальность предоставляют новые возможности для продвижения туристических направлений. Туристы могут заранее «посетить» место, что помогает им принимать более осознанные решения.

3. Интернет вещей (IoT): Устройства IoT могут улучшать качество обслуживания и безопасность туристов. Например, «умные» отели могут предлагать автоматизированные услуги, а сенсоры в туристических зонах могут мониторить состояние окружающей среды и предупреждать о возможных опасностях.

4. Блокчейн: Технология блокчейн может повысить прозрачность и безопасность транзакций в туристической отрасли. Она может использоваться для управления бронированиями, защиты данных и обеспечения безопасности платежей.

5. Big Data и аналитика: Анализ больших данных позволяет туристическим компаниям лучше понимать поведение и предпочтения клиентов, что способствует улучшению стратегий маркетинга и обслуживания.

Примеры успешного применения ИКТ в туризме

1. Airbnb: Платформа Airbnb использует ИКТ для предоставления пользователям удобных инструментов поиска и бронирования жилья по всему миру. Благодаря аналитике данных и персонализации сервиса, Airbnb стала одной из ведущих компаний на рынке аренды жилья.

2. TripAdvisor: TripAdvisor предоставляет пользователям возможность читать отзывы, сравнивать цены и бронировать услуги. Платформа активно

использует контент, созданный пользователями, что повышает доверие к предоставляемой информации.

3. Booking.com: Один из крупнейших онлайн-агентств бронирования отелей, Booking.com использует сложные алгоритмы для предоставления пользователям персонализированных предложений и рекомендаций, улучшая процесс планирования путешествий.

Применение информационно-коммуникационных технологий оказывает значительное влияние на развитие туризма, предлагая многочисленные преимущества для туристов и туристических компаний. Однако существуют и серьезные вызовы, связанные с безопасностью данных, технологической зависимостью и неравномерным доступом к ИКТ. Тем не менее, перспективы развития технологий, таких как искусственный интеллект, виртуальная и дополненная реальность, Интернет вещей и блокчейн, обещают продолжить трансформацию индустрии туризма, делая ее более эффективной, персонализированной и безопасной.

Список используемой литературы.

1. Бобкова, А.Г. (2013). Применение информационно-коммуникационные технологий в туризме. Молодежный научный вестник, 10, 45-49.

2. Вареникова, И.Л. (2015). Информационные технологии в туризме. Москва: Академия.

3. Жиряева, Н.В. (2014). Информационно-коммуникационные технологии в индустрии туризма. Вестник Пермского университета. Серия «Экономика», 2, 59-64.

4. Захарова, Е.И. (2015). Влияние современных информационно-коммуникационных технологий на развитие туризма. Туризм: право и экономика, 1(17), 67-73.

5. Калмыкова, О.Н. (2016). Влияние информационно-коммуникационных технологий на развитие туризма. Инновации и инвестиции, 3, 134-138.

ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА В УЗБЕКИСТАНЕ

Шарафутдинов Искандар Бохадирович

преподаватель кафедры общих и специальных наук
факультета туризма ЧГУУ

Электронный адрес: iskandar.cspu@gmail.com

За последние годы индустрия туризма претерпела значительные изменения, которые связаны, в первую очередь, с внедрением новых компьютерных технологий. Сегодня успешное функционирование фирмы на рынке туристских услуг невозможно без использования современных информационных технологий. Специфика технологии разработки и реализации турпродукта требует таких систем, которые в кратчайшие сроки предоставляли бы сведения о доступности транспортных средств и возможностях размещения туристов, обеспечивали бы быстрое

резервирование и бронирование мест, а также автоматизацию решения вспомогательных задач при предоставлении туристских услуг.

Достигнуть высоких результатов в данном направлении в туристско-рекреационном комплексе Узбекистана возможно при условии широкого использования в туризме современных компьютерных технологий обработки и передачи информации. Так как сфера туризма многогранна, требуется применение самых разнообразных информационных технологий, начиная от разработки специализированных программных средств, обеспечивающих автоматизацию работы отдельной туристской фирмы или отеля, до использования глобальных компьютерных сетей. В настоящее время формирование турпродукта предусматривает использование глобальных распределительных систем GDS (Global Distribution System), обеспечивающих быстрое и удобное бронирование билетов на транспорте, резервирование мест в гостиницах, прокат автомобилей, обмен валюты, заказ билетов на развлекательные и спортивные программы и т. д. В индустрии туризма также широко распространен видеотекст, сочетающий возможности компьютерных систем резервирования, электронной почты, телекса, электронных газет.

Индустрия туризма позволяет использовать все многообразие компьютерных технологий, начиная от специализированных программных продуктов управления отдельной туристской фирмой до применения глобальных компьютерных сетей. На сегодняшний день в туризме используется достаточно много новейших компьютерных технологий, например, глобальные компьютерные системы резервирования, интегрированные коммуникационные сети, системы мультимедиа, Smart Cards, информационные системы менеджмента и др. Перечисленные выше информационные технологии используются с разной степенью активности и имеют неодинаковое распространение.

Одним из основных направлений применения информационных технологий в туризме является внедрение мультимедийных технологий, в частности справочников и каталогов. В настоящее время туристские справочники и каталоги выпускаются в книжном исполнении, на видеокассетах, на лазерных дисках CD-ROM, в сети Интернет. Электронные каталоги позволяют виртуально путешествовать по предлагаемым маршрутам, просмотреть эти маршруты в активном режиме, получить информацию о стране, объектах по трассе маршрута, данные о гостиницах, кемпингах, мотелях и других средствах размещения, ознакомиться с системой льгот и скидок, а также законодательством в сфере туризма. Кроме того, в этих каталогах обычно приводятся информация о правилах оформления туристских документов, туристские формальности, модели поведения туриста в экстремальных ситуациях и т.д. Клиент может спланировать программу тура, выбрать его по заданным оптимальным параметрам (цена, система льгот, система транспорта, сезон и др.). Использование мультимедийных технологий оперативно предоставляет потенциальному клиенту информацию о любом интересующем его туре и

тем самым позволяет быстро и безошибочно выбрать подходящий турпродукт. При этом туроператор (турагент) имеет возможность при необходимости внести изменения в данный тур или сформировать новый эксклюзивный тур, произвести бронирование мест и продать туристу созданную в оперативном режиме туристскую услугу [2].

Мультимедийная технология предоставляет возможность работы со звуковыми и видеофайлами, что открывает новые направления использования компьютерной техники в области социально-культурного сервиса и туризма, в частности разработку виртуальных экскурсий по музеям и путешествий [3]. Виртуальные экскурсии и путешествия – это презентации, которые позволяют зрителям осмотреть основные интересующие их объекты (музеи, достопримечательности) еще до реального их посещения.

Интернет и социальные медиаресурсы вскоре будут наиболее перспективной площадкой для размещения маркетингового бюджета предприятия социально-культурного сервиса. Главной тенденцией последних лет специалисты усилению роли сети интернет на процесс принятия решения о поездке и приобретения туристического продукта. Сейчас интернет стал основным источником информации для путешественников, и в первую очередь – социальные сети и системы отзывов, в которых пользователи обмениваются мнениями о поездках и туристических услугах. Эффективным методом продвижения туристического продукта в Интернете является участие в международных выставках и ярмарках в сети. Все наиболее знаменитые туристические выставки уже открыли свои информационные страницы в Интернете, в которых даются статистика, условия участия, аккредитации и посещения выставок [1].

Изучив применение информационно-коммуникационных технологий в сфере туризма, можно сделать вывод о том, что в наши дни повсеместной компьютеризации и информатизации все туристические компании и агентства, предприятия и фирмы за рубежом и подавляющее большинство узбекских предприятий используют в качестве рабочего источника информации международную компьютерную сеть Интернет. Использование информационных технологий в сфере туризма позволяет пользователям легко находить информацию об условиях отдыха, ценах, предоставляемых услугах, более детальную информацию об организации. Ни один вид рекламы также не может сравниться с рекламой в Интернет по полноте, качеству и оперативности предоставляемой информации. Таким образом, создание единого регионального информационного туристского пространства, представляет несомненный интерес не только для отдельных туристских предприятий, но и в целом может повлиять на развитие туристской отрасли, способствуя повышению привлекательности туризма в Узбекистане.

Использованная литература:

1. Велединский, В. Туристический рынок сегодня: тенденции и перспективы / В. Велединский // Туризм: практика, проблемы, перспективы. 2007. № 4. С. 10-11.

2. Гуляев, В. Г. Мультимедийные технологии в туризме / В. Гуляев // Туризм: практика, проблемы, перспективы. 2008. №10. С. 43-49.
3. Морозов, М. А. Информационные технологии в туризме / М. Морозов // Экономика и жизнь. 2010. № 5. С. 31-35.
4. Williams, Allan M. Tourism in transition : Econ. change in Centr. Europe / Allan M. Williams a. Vladimír Baláž. London ; New York : Tauris, 2008. XI, 256 p.
5. Smith, Stephen L J. Tourism analysis : A handbook / Stephen L.J. Smith. Harlow (Essex); New York : Longman sci. techn., 2009. XI, 312 p. [URL: <https://rrbusiness.ru/journal/article/328/>].

MUNDARIJA:

№	Mualliflar I.F.SH	Maqola mavzusi	Bet
		Kirish so‘zi	3
1-SHO‘BA.			
“O‘ZBEKISTONDA ZIYORATGOH VA QADAMJOLAR, TURIZM XIZMATLARINI JADAL RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI”			
1.	<i>Jankobilov X., Sattorova S.Q.,</i>	<i>Xalqaro turizmدا “Kitob geologik milliy tabiat bog‘i”ning o‘rni.</i>	5
2.	<i>Даниленко А.П., Кузьминов В.В.</i>	<i>Арт-туризм-к форма культурно-досугового мероприятия, направленного на развитие туристического потенциала территории.</i>	10
3.	<i>Худойқулов Т. Д</i>	<i>Қўқон хонлиги ва Усмонли турклар ўртасидаги дипломатик алоқалар.</i>	14
4.	<i>Егорова Г.И., Ионина Н.Г.</i>	<i>Ресурсы образовательного туризма как основы профориентационной работы на примере опыта Тюменской области.</i>	23
5.	<i>Гафнер А.И.</i>	<i>Адаптация иностранных студентов вуза на основе педагогической поддержки в условиях реализации индивидуальных образовательных траекторий.</i>	28
6.	<i>Тилаев Э.Р., Шомирзаев. Л.</i>	<i>Туризмни ривожланишида миллий қадриятларимиз умуминсоний – ўзликни англаш омили.</i>	30
7.	<i>Pardayev O‘I</i>	<i>Technological innovations in educational tourism.</i>	34
8.	<i>Kobilova A.T.</i>	<i>Madaniy turizm milliy madaniyatga nisbatan hurmatni tarbiyalashning asosiy vositasi sifatida.</i>	39
9.	<i>Hamroyeva X.R.</i>	<i>Maktabgacha ta‘lim tashkilotlarida ekskursiya, sayr va ularning turlari.</i>	44
10.	<i>Imatova N.</i>	<i>Turizmni rivojlantirishda milliy madaniy yodgorliklarning roli.</i>	46
11.	<i>Jo‘rayeva S.A.</i>	<i>Somoniylar davlatida davlat boshqaruvi.</i>	49
12.	<i>Бояркина Ю.А.</i>	<i>Образовательный туризм как потенциал развития региона.</i>	52
13.	<i>Kilichev A.</i>	<i>Ways to improve tourism in Shakhrisabz</i>	57
14.	<i>Narziyeva L.</i>	<i>Milliy turizmni rivojlantirishda tarixiy obidalarining o‘rni.</i>	59
15.	<i>Alimardonova M.K.</i>	<i>Organizing the activities of historical society circles and museums in schools.</i>	62
16.	<i>Egaton O. M., Yoqubov X. N.</i>	<i>O‘zbekistonda ziyoratgoh va qadamjolar, turizm xizmatlarini jadal rivojlantirish istiqbollari.</i>	66

17.	<i>Qayimova N.R.</i>	<i>Xorijiy tilni o'qitishda adabiyotdan foydalanish.</i>	70
18.	<i>Rayimova D.</i>	<i>O'zbekistonda ziyorat turizmni rivojlantirish istiqbollari.</i>	78
19.	<i>Rustamova S.F.</i>	<i>Janubiy So'g'dda keshning tutgan o'rni.</i>	81
20.	<i>Tolibov N.A.</i>	<i>Ekoturizm sohasida tarixiy joylar va obidalarning ahamiyati.</i>	85
21.	<i>Suyarqulov N. M., Oltinov L.I.</i>	<i>"O'zbekistonda ziyoratgoh va qadamjolar, turizm xizmatlarini jadal rivojlantirish istiqbollari".</i>	88
22.	<i>Jumayev X.X.</i>	<i>O'zbekistonda turizmni barqaror rivojlantirish muammolari va istiqbollari.</i>	93
23.	<i>Бахритдинова Д.З., Хакназарова Ч.У</i>	<i>Важность туризма в начальной школе.</i>	99
24	<i>Otamurodov D.O.</i>	<i>Imom Buxoriy - buyuk muhaddis alloma</i>	102
2-SHO'BA.			
MILLIY TURIZMNI RIVOJLANTIRISHNING IQTISODIY VA MOLIYAVIY OMILLARI			
25.	<i>Fayzullayev M.A., Nurmatov N.E., Yaxshiboyev B.A.</i>	<i>Agroturizmni rivojlantirishning asosiy xususiyatlari.</i>	108
26.	<i>Узакова У.Р</i>	<i>Эффективное управление и совместное управление в повышении национального туристического потенциала.</i>	113
27.	<i>Шарафутдинов И.Б.</i>	<i>Новые экономические модели – ключевой фактор развития туризма в узбекистане.</i>	118
28.	<i>Hamroyev Sh.E.</i>	<i>Rich tourism opportunities of mirishkor district.</i>	120
29.	<i>Babayeva L.I., Teshayev Z.J.</i>	<i>O'zbekiston madaniy merosi – kelajak poydevori.</i>	125
30.	<i>Bayqabilov X.M., Normatov S.A.</i>	<i>Turizmning taraqqiyotida qishloq turizmining zamonaviy konsepsiyalari</i>	128
31.	<i>Fayzullayeva S.S., Po'latova M.</i>	<i>Mamlakatimizda milliy turizmni rivojlantirishning iqtisodiy omillari.</i>	133
32.	<i>Olimova D.A., Xolmuradova D.</i>	<i>Environmental protection and rational use of natural resources</i>	136
33.	<i>Kodirov A.Sh., Qamariddinova G.G', Eshmurodova Sh.H.</i>	<i>O'zbekistonda milliy turizm rivojlanishini shakllantiruvchi iqtisodiy va moliyaviy omillarini o'rganish</i>	140
34.	<i>Norboboyev F.R., Mavlonov Sh.Sh.</i>	<i>Raqamli iqtisodiyot sharoitida milliy turizmni rivojlantirishning iqtisodiy moliyaviy omillari</i>	144

35.	<i>Olimova D.A., Mo‘minov H.N</i>	<i>Ziyorat turizimini rivojlantirishning geografik jihatlarini (Langar ota ziyoratgohi).</i>	149
36.	<i>Rahmatov Z.N., Iskandarov K.Sh.</i>	<i>O‘zbekiston turizmiga ta’sir qiluvchi omillar va rivojlanish tendensiyalari.</i>	153
37.	<i>Salomov F.K., Muxammadiyev S.Sh.</i>	<i>O‘zbekiston Respublikasida turizm sohasining yashil iqtisodiyotga o‘tishdagi roli va ahamiyati.</i>	159
38.	<i>Suyarqulov N.M.,</i>	<i>Respublikamiz suv omborlaridan turizm maqsadida foydalanish masalalari.</i>	164
39.	<i>Baxriddinova D.Z</i>	<i>Milliy turizmni rivojlantirishda marketingni o‘rni.</i>	168
40.	<i>Avloyorova G.</i>	<i>Economic and financial factors of national tourism development in Uzbekistan.</i>	170
41.	<i>Xakimova G.S.</i>	<i>Zamonaviy jamiyatda innovatsion iqtisodiyotni rivojlantirishda ta’lim turizmining roli.</i>	173
42.	<i>Ochilova M.I., Islomova Z.</i>	<i>A new era of tourism: discover 3 reasons to visit Uzbekistan.</i>	177
43.	<i>Tulkinova D., Shodiyeva G.B.</i>	<i>Travel</i>	179
3-SHO‘BA.			
MILLIY TURIZMNI RIVOJLANTIRISHDA HAMDA JOZIBADORLIGINI OSHIRISHDA MARKETINGNING O‘RNI			
44.	<i>Кушакова М.Н.</i>	<i>Роль маркетинга в развитии туризма Узбекистана и повышении его качества.</i>	184
45.	<i>Абдиев А. Ч., Алимардонова Г.А</i>	<i>Роль инструментов цифровой маркетинга в деятельности интернет-магазинов.</i>	188
46.	<i>Raimova M.D., Abdurashidov Sh.,</i>	<i>Turizm sohasida marketing samaradorligini oshirish yo‘llari</i>	193
47.	<i>Abdullaeva N.Sh., Xodjaeva N.A.</i>	<i>Turistik xizmatlar bozori rivojlanish tendensiyalarining nazariy asoslari.</i>	204
48.	<i>Abdullayeva M.X</i>	<i>Turizm statistika ma’lumotlarni yig‘uvchi va tizimlashtiruvchi tashkilotlar.</i>	207
49.	<i>Jumayeva Ch.S. Avloyorova G.</i>	<i>The role of marketing in the development of national tourism and increasing its attractiveness.</i>	210
50.	<i>Бахритдинова Д.З., Раимова С.А.</i>	<i>Роль маркетинга в развитии национального туризма повышении его привлекательности.</i>	215
51.	<i>Djurayev G‘.R.</i>	<i>Tizimli yondashuvning rivojlanish tarixi.</i>	218
52.	<i>Холбозорова М.Т.</i>	<i>Роль персонализированного маркетинга в развитии национального туризма и повышении его привлекательности.</i>	224
53.	<i>Ochilova F.M.</i>	<i>Turizm xizmatlarini rivojlantirish istiqbollari.</i>	228

54.	<i>Rahmanbaeva P.A.</i>	<i>Туристический маркетинг: проблемы и перспективы развития.</i>	231
55.	<i>To'raqulova M. Sh., Bozorov O.Ch.</i>	<i>Prospects for rapid development of pilgrimage sites and tourism services in Uzbekistan.</i>	235
56.	<i>Vayskulov R. A., Xushvaqto'v R. M.</i>	<i>O'zbekistonda ekologik turizmni rivojlantirishda raqamli texnologiyalarning o'rni.</i>	241
57.	<i>Файзуллаев Р.Р., Умарова Д.Р.</i>	<i>Роль интернет-маркетинга в туризме.</i>	244
58.	<i>Курбанова Я. Р., Умарова Д.Р.</i>	<i>Перспективы развития туризма в Средней Азии.</i>	249
59.	<i>Махмудов М.А., Умарова Д.Р.</i>	<i>Перспективы национального туризма в Новом Узбекистане</i>	252
4-SHO'BA.			
MILLIY TURIZM SALOHİYATINI KO'TARISHDA SAMARALI MENEJMENT VA HAMKORLIKDAGI BOSHQARUV			
60.	Рахматов З.Н.	<i>Кластер ёндашуви асосида туризм соҳасининг инновацион ривожланиш моҳияти ва тамойиллари</i>	255
61.	<i>Muxitdinov X.S., Asadova S. B.</i>	<i>Mehmonxona biznesidagi integratsiya jarayonlarini tashkiliy bosqichlari.</i>	258
62.	<i>Fayzullayev M.A., Nurmatov N. E., Normatov S.A.</i>	<i>Agroturizmni rivojlantirishda xorij tajribasi.</i>	262
63.	<i>Касимов Ж.Р., Нормуродова З.</i>	<i>Туристический потенциал Узбекистана: развитие и перспективы.</i>	267
64.	<i>Qanoatova F.B.</i>	<i>Turizm resurslarini shakllantirishda ayollar tadbirkorligining ahamiyati.</i>	272
65.	<i>Usmanova R., Safarov I. B.</i>	<i>O'zbekistonda turizmni shakllantirishning geografik jihatlari.</i>	279
66.	<i>Azimov F.</i>	<i>How to develop</i>	286
67.	<i>Bahodirov Sh. B</i>	<i>Turizm industriasining rivojlanish omillari.</i>	289
68.	<i>Yakubova G.</i>	<i>O'zbekistonda ziyoratgoh va qadamjolar, turizm xizmatlarini jadal rivojlantirish istiqbollari.</i>	292
69.	<i>Maxsumov M.M.</i>	<i>Milliy turizmni rivojlantirishning iqtisodiyotga ta'siri.</i>	295
70.	<i>Rahmatullayeva S.S.</i>	<i>Milliy turizmni rivojlantirishda menejmentning ahamiyati.</i>	298

71.	<i>Мухитдинов Ш.Х.</i>	<i>Туризмни ривожлантиришида оптимал бошқарув модели тузилмаси ҳамда тамойиллари.</i>	300
72.	<i>Xudoyorov L., Normatov S., G‘aniyeva D., Holmurodova D.</i>	<i>O‘zbekistonda ziyoratgohlar va qadamjolar turizmini rivojlantirish asoslari.</i>	305
73.	<i>Туйчиев А. М.</i>	<i>Давлат-хусусий шериклик – мамлакатда туризмни ривожлантириш воситаси сифатида.</i>	308
74.	<i>Farxodova Sh. U.</i>	<i>Yangi O‘zbekiston sharoitida turizm xavfsizligini ta’minlash masalalari.</i>	313
75.	<i>Жамалова Д.М., Умарова Д.Р.</i>	<i>Особенности развития туризма в Каракалпакстане на современном этапе.</i>	318
5-SHO‘BA:			
TURIZMNI RIVOJLANTIRISHDA AXBOROT KOMMUNIKATSIYA TEKNOLOGIYALARINI TADBIQ QILISHNING DOLZARB MASALALARI			
76.	<i>Скоробогатов Д. В.</i>	<i>Использование цифровых решений в рамках развития системы международного образовательного туризма</i>	322
77.	<i>Marasulova U.</i>	<i>Tilni o‘z madaniyati sifatida etirof etuvchilar yurtiga sayohat.</i>	325
78.	<i>KONAK A., Emin M. S., Nurmatov N. E.</i>	<i>The effects of the increase in the use of international information and communication technologies on tourism.</i>	331
79.	<i>Reimbaeva Z.A.</i>	<i>Mamlakatimizda turizm sohasini rivojlantirishda raqamli iqtisodiyotning tutgan o‘rni va uning xususiyatlari</i>	341
80.	<i>Bozarov E.B.</i>	<i>Ziyoratgohlarni raqamlashtirish orqali turizm imkoniyatlarini namoyon etish va rivojlantirish.</i>	345
81.	<i>Islomova Z. Sh.</i>	<i>Actual issues of application of information communication technologies in the development of tourism</i>	348
82.	<i>Kodirov A. Sh., Qo‘ziyeva Sh. M., Sa‘dullayeva M. Sh.</i>	<i>O‘zbekistonda turizmni rivojlantirish uchun “easy rent” loyihasining istiqbollari.</i>	351
83.	<i>Турсунова Л.К.</i>	<i>Роль информационных технологий в развитии туризма.</i>	356

84.	Самиев Ш.Ф.	<i>Актуальные вопросы внедрения информационно-коммуникационных технологий в развитие туризма.</i>	359
85.	Shodiyeva G. B.	<i>The role of information communications in the development of tourism.</i>	363
86.	Xoliqova Z.	<i>Turizmni rivojlantirishda axborot kommunikatsiya texnologiyalarini tadbiq qilishning ahamiyati.</i>	366
87.	Бахритдинова Д.З., Бобоева С. А.	<i>Актуальные вопросы применения информационно-коммуникационных технологий в развитии туризма.</i>	368
88.	Шарафутдинов И. Б.	<i>Информационно-коммуникационные технологии как фактор развития туристско-рекреационного комплекса в Узбекистане.</i>	371