



ICHKI TURIZIMDA ONLAYN-GID XIZMATLARINI RIVOJLANTIRISHNING MODELLARI VA USULLARI

Zaripova Mukaddas Djumayozovna^{1,a}

Nabiyev Raxim Azimovich^{2,b}

¹Termiz davlat universiteti «Kompyuter va dasturiy injiniring»
kafedrasi katta o'qituvchisi, i.f.f.d. (PhD)

²Termiz Davlat Univeristeti Kompyuter tizimlari va ularning dasturiy
ta'minoti 1 - kurs magistranti

^bE-mail: raximnabiyev9@gmail.com

<https://www.doi.org/10.5281/zenodo.10532746>

ARTICLE INFO

Received: 12th January 2024

Accepted: 18th January 2024

Online: 19th January 2024

KEY WORDS

Ichki turizm, onlayn-gid,
mijozlar, to'lov, veb-sayt,
sayohlar.

ABSTRACT

Bu tadqiqot onlayn-gid xizmatlarini rivojlantirishning modellari va usullarini o'rganishga bag'ishlangan. Bu sohada o'zgaruvchan foydalanuvchilar, turizm kompaniyalari va xizmat ko'rsatuvchilari uchun muhimdir. Tadqiqot, onlayn-gid xizmatlarini takomillashtirish va mijozlarga qulayliklar yaratishda qo'llaniladigan eng muhim modellarni va usullarni analiz qiladi. Tadqiqotda, ichki turizm sohasida onlayn-gid xizmatlarini rivojlantirishning bir nechta tuzilish va modellari o'rganiladi. Bu tuzilishlar mijozlar, turizm kompaniyalari va xizmat ko'rsatuvchilari orasida doimiy aloqalarni osonlashtirish, xizmatlarni sotib olish va turizm ko'rsatish sohasida yangi texnologiyalardan foydalanish imkoniyatlarini o'rganishga yordam beradi. Tadqiqotda, onlayn-gid xizmatlarini rivojlantirishda qo'llaniladigan eng muhim usullar va texnologiyalar analiz qilinadi. Bu usullar ichki turizm kompaniyalari uchun maxsus veb-saytlar va mobil ilovalar yaratish, tanlov va rezervatsiya tizimlarini tuzish, chatbotlar va tanishuv algoritmlarini qo'llash, turizm ma'lumotlarini integratsiya qilish, va mijozlarga xavfsiz to'lov tizimlarini taqdim etishni o'z ichiga oladi. Tadqiqot natijalari, onlayn-gid xizmatlarini rivojlantirishning turizm sohasida muhim va samarali bo'lganligini ko'rsatadi. Ushbu modellar va usullar ichki turizm kompaniyalariga yangi foydalanuvchilar jalb qilish, xizmatlarni takomillashtirish va texnologik innovatsiyalardan foydalanishda yordam beradi. Natijalar turizm sohasidagi texnologik rivojlanish va onlayn-gid xizmatlari bo'yicha strategiyalar rivojlanishida yordam beradi.

Ichki turizm sohasida onlayn-gid xizmatlarini rivojlantirishning modellari va usullari, turizm sohasidagi barcha muammolarga, sayohatchilar va xizmat ko'rsatuvchilar o'rtasidagi

ta'lim va aloqalar, mijozlar va tadbirkorlar orasidagi munosabatlar kengligiga asoslangan o'zgaruvchilar va faktorlarga hisobiga ega. Bu soha, texnologiya va marketingni samarali birlashtirish, foydali va innovatsion xizmatlar taklif etish orqali rivojlantirilishi mumkin.

Quyidagi ichki turizm sohasida onlayn-gid xizmatlarini rivojlantirishning ba'zi asosiy modellari va usullari keltirilgan:

1. Elektron tarmoq va platformalar:

- Ichki turizm kompaniyalari uchun maxsus tarmoq va platformalar yaratish.
- Mijozlarni jalb qilish uchun shaxsiy elektron tizimlar orqali aloqa o'rnatish.

Kompaniya uchun maxsus veb-saytlar va mobil ilovalar yaratish. Bu platformalar orqali tur paketlari sotish, sayt orqali buyurtma qabul qilish, onlayn xizmatlar va ko'rsatmalar uchun to'lovlarni amalga oshirish mumkin.

Mijozlar va kompaniya o'rtasidagi aloqalarni saqlash uchun ma'lumotlar bazasini tuzish. Bu, mijozlar bilan doimiy aloqada bo'lish, ularning so'rovlari va talablari haqida ma'lumotlarni saqlashga yordam beradi.

Tarmoq va platformalar orqali kompaniyalar o'rtasida rezervatsiyalar va hisobotlar uchun maxsus tizimlar tuzish. Bu, turizm kompaniyalari uchun joylashuvlar va mijozlarning so'rovlari bilan avtomatik ravishda ishlash imkoniyatini beradi.

Shaxsiy elektron tizimlar orqali to'lov qabul qilish va hisob-kitoblarni o'tkazish. Bu, mijozlar uchun xavfsiz to'lov jarayoni va kompaniyalar uchun hisob-kitobni osonlashtiradi.

Saytlarda va ilovalarda chatbotlar qo'shish, mijozlarga avtomatik javoblar berish va ularning savollarini hal qilish. Ma'lumotlar bazasiga qo'shimcha xizmatlar qo'shish orqali mijozlarga yangi xizmatlar, takliflar va chegirmalar haqida ma'lumotlarni o'tkazish.



1-rasm. Ichki turizmda sayohatdan rasmlar.



2-rasm. Ichki turizmda sayohatdan rasmlar.

2. Rezervatsiya sistemalari:

- Onlayn rezervatsiya tizimlarini rivojlantirish va ishlab chiqish.
- Maxsus mobil ilovalar va veb-saytlar orqali avvaldan joylashgan xizmatlarni tanlash va sotib olish imkoniyatlarini yaratish.

Mijozlarning talablari va kafolatlari haqida tahlil qilish. Bu, qanday turdagi joylashuvlar, xizmatlar, narxlarni va boshqa parametrlarni talab qilishini o'rganishga yordam beradi.

Mijozlar va xizmat ko'rsatuvchilari haqida batafsil ma'lumotlar bazasini yaratish. Bu, mijozlarga turli xizmatlar, joylashuvlar va narxlar to'g'risida tafsilotlar berishni osonlashtiradi.

Mijozlar uchun oson va qulay bo'lgan mobil ilovalar va veb-saytlar yaratish. Bu, sayt yoki ilovada avvaldan joylashgan joylashuvlarni oson tanlash, rezervatsiya qilish va to'lov amalga oshirish imkonini ta'minlashga yordam beradi.

3. Mijozlarga ma'lumot berish:

- Onlayn xizmatlar orqali mijozlarga ma'lumotlar yetkazib berish va ularni qo'llab-quvvatlash.
- Sayohatchilarga maxsus takliflar, chegirmalar va chegirma kodi tarqatish.

Mijozlarga elektron pochta va SMS orqali maxsus xabarlar yuborish. Bu xabarlarda, sayohatchilarga chegirmalar, takliflar, yangiliklar va chegirma kodlari haqida ma'lumotlar o'z ichiga oladi.

Veb-saytlar va mobil ilovalar orqali mijozlar bilan doimiy aloqada bo'lish uchun aloqa tizimini integratsiya qilish. Bu tizim orqali mijozlar savollarini berishi mumkin va ularning talablari va takliflari tez va samarali ravishda javob topadi.

Sayohatchilarga maxsus chegirmalar, takliflar va chegirma kodlari taqdim etish. Bu chegirmalar, to'lov jarayoni, xizmatlar va sayohatlar uchun chegirmalar, yangi xizmatlar bilan tanishish uchun mo'ljallarni taqdim etish va boshqa maxsus takliflar orqali mijozlarni jalb qilish uchun ishlatilishi mumkin.

4. Aloqa va mijozlarga xizmat:

- Sayohatchilarga elektron pochta, chat, telefon yoki ilovalar orqali 24/7 aloqa tashkil etish.
- Mijozlarga ichki turizm xizmatlari haqida ma'lumot bering va ularning talablari va takliflari bilan bog'liq bo'lgan xizmatlarni taklif etish.



Elektron pochta, chat, telefon yoki ilovalar orqali sayohatchilarga 24/7 aloqa tashkil etish. Bu, ularning talablari, savollar va muammolari bo'yicha tez va samarali javob olishlarini ta'minlash uchun muhimdir.

Sayohatchilar bu orqali tez va oson bir holatda so'rovlarni yuborish, xizmatlar haqida ma'lumot olish va javob olishlari mumkin bo'ladi.

Elektron pochta orqali maxsus takliflar, chegirmalar va yangiliklar yuborish. Bu xabarlar orqali sayohatchilar kompaniya xizmatlari, tur paketlari va boshqa xizmatlar haqida ma'lumot olishlari mumkin.

Sayohatchilarga ichki turizm xizmatlarini tushunishga yordam bering. Tur paketlari, restoranlar, transport xizmatlari va boshqa turizm ko'rsatuvchilari haqida tafsilotlar berish. Bu, sayohatchilar uchun tur tashkiloti sifatida barcha muhim ma'lumotlarni olishlarini ta'minlash uchun muhimdir.

5. Anonimlik va maxfiylikni himoya qilish:

- Mijozlar uchun xavfsizlik va maxfiylikni ta'minlash.
- To'lov tizimlarini xavfsizlikni ta'minlash, shu jumladan, shifrlash va himoyalash bilan integratsiya qilish.

Maxfiylikni himoya qilish uchun qanday ma'lumotlarni qanday olishi, saqlashi va ishlatilishi haqida maxfiylik siyosati yaratish. Sayohatchilarga bu siyosatni o'zlariga etkazib berish va ularni bu siyosatni qanday his qilishi haqida xabardor qilish juda muhim.

To'lov tizimlarini shifrlash bilan himoyalash. Bu, mijozlarning shaxsiy va ma'lumotlarini xavfsiz saqlash, to'lov ma'lumotlarini shifrlash, shuningdek, aloqa tizimlarini xavfsiz saqlash imkonini beradi.

Veb-sayt va ilovalarni SSL (Secure Socket Layer) sertifikatini bilan himoyalash. SSL sertifikatini sayohatchilar bilan sayt o'rtasida aloqani shifrlash orqali maxfiylikni ta'minlaydi.

Mijozlarga sayohatchi platformasi orqali xavfsizlik so'rovlari va maxfiylik so'rovlari bermoq. Bu, ularning ma'lumotlari bilan qanday muomala qilinishi kerakligini tushunishga imkon beradi.

To'lov jarayonlarida mijozlardan shaxsiy ma'lumotlarni so'roq qilish orqali maxfiylikni ta'minlash. Bunday so'roqlar orqali to'lov jarayonlarida maxfiylikni ta'minlash, shaxsiy ma'lumotlar va kredit kartasi ma'lumotlari xavfsizligini oshirish mumkin.

6. Texnologik innovatsiyalar:

- Virtual realnost, tanishuv tizimlari, ishlab chiqarish, robotlar va boshqa texnologik innovatsiyalarni qo'llash.
- Mijozlar uchun qulay va yangi tajribalar yaratish.

Virtual realnost orqali mijozlarga sayohat joylarini oldindan ko'rish imkoniyatini berish. Virtual sayohatlar, otellarni va sayohat joylarini virtual ravishda ko'rish orqali mijozlarga oldindan qanday his qilishlari haqida to'liq tajriba taqdim etadi.

Tanishuv tizimlari va intellektual qidiruvlar orqali mijozlar uchun mos tur paketlarini, sayohatlarini va joylashuvi tajribalarini aniqlash imkoniyatini berish. Bu, mijozlarni shaxsiy tajribalari va talablari asosida avtomatik ravishda mos joylarga yo'naltirish uchun qulayliklar yaratadi.

7. Boshqaruv va monitoring tizimlari:

- Ichki turizm kompaniyalari uchun boshqaruv va monitoring tizimlarini ishlab chiqish.



- Sayohatchilar va xizmat ko'rsatuvchilarni boshqarish uchun ma'lumotlar, xabarlar va statistika tahlili.

8. Marketing va reklama:

- Onlayn reklama va marketing kampaniyalari orqali yangi mijozlarni jalb qilish.
- Sayohatchilarni qaytarish, xizmatlarni ko'rsatish va kompaniya imidjini oshirish uchun strategik reklama.

9. Ta'lim va qo'llab-quvvatlash:

- Xizmat ko'rsatuvchilarga va boshqaruvchilarga yangi texnologiyalar va onlayn-gid xizmatlari bilan ishlash uchun ta'limlar tashkil etish.
- Mijozlarga yangi tajribalarni o'rganish uchun onlayn o'quv kurslari va giyohvandliklar.

Bu modellardan foydalanib, ichki turizm kompaniyalari o'z xizmatlarini sayohatchilar uchun qulayroq, tezroq va samarali qilishlari mumkin.

Makroiqtisodiy va hududiy tadqiqotlar instituti (MHTI) O'zbekistonda ichki turizmning rivojlanishi bilan bog'liq holatni baholash maqsadida onlayn so'rov o'tkazdi.

Mamlakatning barcha hududidan jami 1282ta respondent ishtirok etgan so'rov natijasi ichki turizmning intensivlik darajasi yuqori emasligini ko'rsatdi.

Xususan, respondentlarning 34,7%i sayohat qilmasligini, 42%i yilda bir marotaba hamda 14,4%i har uch oyda bir marotaba sayohat qilishini qayd etgan.

Mamlakat bo'ylab amalga oshirilayotgan sayohatlarning deyarli 50%i 4ta hudud — Samarqand (15,8%), Buxoro (9,4%), Toshkent (10,6%) viloyatlari va Toshkent shahri (11,4%) hissasiga to'g'ri keladi.

Qoraqalpog'iston eng kam ulushga ega — 3%. Buning asosiy sabablaridan biri hududning ancha olisda ekanligidir.

Sayohatni qaysi ko'rinishda amalga oshirasiz, degan savolga respondentlarning 81,2% mustaqil ravishda, 15,5% ish joyidan uyushtirilgan holda, 2,4% turoperatorlar yordamida, deya javob bergan.

Respondentlar sayohatga asosan shaxsiy avtomobili (56,8%) va poyezd (17,3%) da chiqishadi.

Turizm yo'nalishlariga kelganda, so'rov qatnashchilarining 17,6%i tog' va tog'oldi hududlarida dam olishni, 17,1%i oilaviy turizmni, 22,6%i ziyorat turizmini, 11,5%i madaniy va ma'rifiy turizmni afzal ko'rishini qayd etgan.

Shuningdek, respondentlarning 5,7%i sanatoriy-kurortlarda dam olishni, 3,5%i yoshlar va ekstremal turizmni, 3%i ishbilarmonlik turizmini, 6,1%i ekoturizmni ma'qul ko'rishadi. Bu esa O'zbekistonda turizmning ushbu yo'nalishlari ham rivojlanayotganini ko'rsatadi.

Sog'lomlashtirish muassasalarida dam olish nimasi bilan jalb qiladi, degan savolga asosan, toza tog' havosi (35,9%) va oilaviy dam olish imkoniyatining mavjudligi (16,4%) hamda salomatlikka ijobiy ta'siri (10,8%) bilan, deb javob qaytargan.

Ichki turizmni rag'batlantirish, qo'llab-quvvatlash borasida respondentlarning 26,2%i shaharlararo sayohatlar uchun imtiyozlar (ovqatlanish, avtoturargohlar uchun chegirmalar) berish, 23,6%i arzon va sifatli jamoat transporti tizimini rivojlantirish, 11,6%i transport logistika markazlarini tashkil qilish zarurligini bildirgan.



3-rasm. Markaz so'rov natijalari va bevosita aholi tomonidan bildirilgan taklif va mulohazalardan kelib chiqib, ichki turizmni rivojlantirish bo'yicha quyidagi takliflarni bildirdi:

- har bir hududning o'z brendini shakllantirish (tibbiy turizm va sanatoriy-kurortlarda dam olish, ziyorat turizmi, ekoturizm va boshqalar);
- mahalla, qishloq, kichik shaharlardagi urf-odatlar va tarixiy yodgorliklarni saqlash maqsadida zamonaviy turizm markazlarini barpo qilish;
- "Turistik mahalla", "Turistik hudud" maqomiga ega aholi punktlarining reyestrini shakllantirish va elektron platformani ishlab chiqish;
- hududlar bo'yicha turistik xizmat turlari va yo'nalishlarni keng targ'ib qilish, jumladan, ziyorat obyektlari, tarixiy arxitektura yodgorliklari, tibbiy turizm maskanlari bo'yicha onlayn platformani tashkil etish va bepul targ'ib qilish;
- mahallalarda istiqomat qiladigan va "temir daftar"ga kiritilgan ijtimoiy himoyaga muhtoj oilalarga oilaviy turizm bilan shug'ullanish uchun mahalliy jamg'arma hisobidan imtiyozlar berish;
- bolalar va yoshlar turizmini rivojlantirish bo'yicha 2030-yilgacha mo'ljallangan chora-tadbirlar rejasini ishlab chiqish va amalga oshirish.

Shuningdek, "Mahalliy urf-odatlar va tarixiy-madaniy qadriyatlarni bilish" bo'yicha o'quvchilar va talabalar o'rtasida tanlovlarni tashkil qilish va g'oliblarni taqdirlash, dam olish va sog'lomlashtirish joylarida ovqatlanish, atrof-muhitni himoya qilish, ichimlik suvi va elektr energiyasi bilan ta'minlashda sanitariya-gigiyena qoidalariga rioya qilish ham ilgari surilgan.

Avvalroq o'zbekistonliklar turistik maqsadlarda eng ko'p Qirg'izistonga borgani haqida xabar berilgandi. Shuningdek, fuqarolar undan keyingi o'rinlarda Tojikiston va Qozog'istonga sayohat qilishgan.



References:

1. Kim, S. I., & Lee, K. (2019). Suggestion of customized professional guide services through domestic and foreign travel platforms. *Journal of Digital Convergence*, 17(9), 421-428.
2. Ndlovu, J., Nyajuna, E., & Heath, E. T. (2010). Strategies for developing domestic tourism: A survey of key stakeholders in Namibia.
3. Bader, A., Baldauf, M., Leinert, S., Fleck, M., & Liebrich, A. (2012). Mobile tourism services and technology acceptance in a mature domestic tourism market: the case of Switzerland. In *Information and communication technologies in tourism 2012* (pp. 296-307). Springer, Vienna.
4. Antonyuk, N., Medykovsky, M., Chyrun, L., Dverii, M., Oborska, O., Krylyshyn, M., ... & Naum, O. (2019, September). Online tourism system development for searching and planning trips with user's requirements. In *Conference on Computer Science and Information Technologies* (pp. 831-863). Cham: Springer International Publishing.
5. Karimova, Z., Haydarov, S., & Doniyorova, G. (2023). МАНИПУЛИРОВАНИЕ ИЗОБРАЖЕНИЯМИ С ПОМОЩЬЮ ЯЗЫКА ПРОГРАММИРОВАНИЯ ПРИ РАСПОЗНАВАНИИ ДОРОЖНЫХ ЗНАКОВ. *Предпринимательства и педагогика*, 5(1), 112-119.
6. Хайдаров, Ш. (2023). ФОРМИРОВАНИЕ БАЗЫ ДАННЫХ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЙ О ДОРОЖНЫХ ЗНАКАХ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ АЛГОРИТМА РАСПОЗНАВАНИЯ ОБЪЕКТОВ. *Предпринимательства и педагогика*, 5(1), 103-112.
7. Ziyatovich, M. F., & Islom o'g'li, X. S. (2023). SUN'IY INTELLEKT VA UNING TA'LIM SOHASIGA ALOHIDA MUHOJAT QILGAN HOLDA TURLI SOHALARDAGI QAMROVI. *ОБРАЗОВАНИЕ НАУКА И ИННОВАЦИОННЫЕ ИДЕИ В МИРЕ*, 16(3), 16-19.
8. Мамажанов, Р. Я., & Хайдаров, Ш. И. (2022). РАЗРАБОТКА ПЛАТФОРМЫ ИННОВАЦИОННОГО ПОДХОДА ПРИ ПОДГОТОВКЕ НАУЧНЫХ СТАТЕЙ НА МЕЖДУНАРОДНОМ УРОВНЕ. *CENTRAL ASIAN JOURNAL OF MATHEMATICAL THEORY AND COMPUTER SCIENCES*, 3(12), 267-269.
9. Мамажанов, Р., & Хайдаров, Ш. (2022). ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА В ПОВЫШЕНИИ ЭКОНОМИКИ И ВЛИЯНИЯ ВУЗОВ РАСПОЛОЖЕНИЕ В ЦЕНТРЕ. *CENTRAL ASIAN JOURNAL OF MATHEMATICAL THEORY AND COMPUTER SCIENCES*, 3(12), 270-275.
10. Хайдаров, Ш. И. (2022). Разработка Программного Обеспечения QR-Code Для Формирования Электронных Баз Данных И Систем Управления Высшими Учебными Заведениями. *CENTRAL ASIAN JOURNAL OF MATHEMATICAL THEORY AND COMPUTER SCIENCES*, 3(1), 3-8.
11. Мамажанов, Р. Я., & Хайдаров, Ш. И. (2022). Создания Web Приложения И Распознавания Ограничения Скорости Дорожных Знаков. *CENTRAL ASIAN JOURNAL OF MATHEMATICAL THEORY AND COMPUTER SCIENCES*, 3(4), 57-61.