

TURIZMDA ELEKTRON BIZNESNING KAMCHILIKLARI VA IMKONIYATLARI

Najmiddinov Sulton Nurali o'g'li

Halimjonova Mardona Umidjon qizi

Chirchiq Davlat Pedagogika Universiteti o'qituvchisi

Chirchiq davlat pedagogika universiteti "Turizm sohasida xizmatlar

texnologiyasi va ularni tashkil etish" yo'nalishli 3-kurs talabasi

<https://doi.org/10.5281/zenodo.14899959>

Annotatsiya. Elektron biznesning yuksalishi turizm sanoatida inqilob qildi, sayohatchilar sayohatlarni rejalashtirish va bron qilishni o'zgartirdi. Ushbu maqola electron turizmning ko'p qirrali landshaftini o'rganib, u taqdim etayotgan qiziqarli imkoniyatlar va muhim muammolarni ko'rib chiqadi. Biz elektron biznesning afzalliklarini, jumladan samaradorlikni oshirish, global qamrov va mijozlar tajribasini yaxshilashni o'rganamiz. Biroq, biz xavfsizlik muammolari, onlayn sayohat agentliklari raqobati va raqamli tafovut kabi hal qilinishi kerak bo'lgan to'siqlarni ham tan olamiz. Ushbu qarama-qarshi tomonlarni tahlil qilish orqali maqola turizmdagi elektron biznesning hozirgi holatini har tomonlama tushunishga qaratilgan bo'lib, ushbu dinamik sektorda kelajakdagi yutuqlarga yo'l ochib beradi.

Kalit so'zlar: Turizm, raqamli transformatsiya, sayyohlik kompaniyalari, innovatsiyalar, kiberxavfsizlik, raqamli lanshaft, onlayn sayyohlik.

Аннотация. Рост электронной коммерции произвел революцию в индустрии туризма, изменив то, как путешественники планируют и бронируют поездки. В этой статье исследуется многогранный ландшафт электронного туризма, изучаются захватывающие возможности и серьезные проблемы, которые он представляет. Мы изучаем преимущества электронного бизнеса, включая повышение эффективности, глобальный охват и улучшение качества обслуживания клиентов. Однако мы также признаем, что необходимо устранить препятствия, такие как проблемы безопасности, конкуренция со стороны онлайн-турагентств и цифровой разрыв. Анализируя эти контрастирующие аспекты, статья призвана всесторонне понять текущее состояние электронного бизнеса в туризме и проложить путь для будущих достижений в этом динамичном секторе.

Ключевые слова: Туризм, цифровая трансформация, туристические компании, инновации, кибербезопасность, цифровой ландшафт, онлайн-туризм.

Abstract. The rise of e-commerce has revolutionized the tourism industry, changing how travelers plan and book trips. This article explores the multifaceted landscape of e-tourism, examining the exciting opportunities and critical challenges it presents. We explore the benefits of e-business, including increased efficiency, global reach and improved customer experience. However, we also recognize barriers that need to be addressed, such as security issues, competition from online travel agencies and the digital divide. By analyzing these contrasting aspects, the paper aims to comprehensively understand the current state of e-business in tourism and pave the way for future advancements in this dynamic sector.

Keywords: Tourism, digital transformation, travel companies, innovation, cyber security, digital landscape, online tourism.

Kirish

Raqamli transformatsiya bilan belgilangan davrda turizm sanoati innovatsiyalar va moslashuv chorrahasida turibdi. Elektron biznes landshaftni qayta belgilashda davom etar ekan, sayyohlik biznesi ko'plab muammolar va imkoniyatlarga duch keladi. Onlayn bron qilish tizimlarining murakkabliklarini navigatsiya qilishdan tortib, marketing uchun ijtimoiy media kuchidan foydalanishgacha, turizmda muvaffaqiyatli elektron biznes strategiyasi sari sayohat ham va'dalar, ham tuzoqlarga to'la. Ushbu maqola turizmdagi elektron biznesning ko'p qirrali olamini o'rganadi, biznes duch keladigan qiyinchiliklarni va raqamli innovatsiyalarni qabul qilganlarni kutayotgan imkoniyatlarni o'rganadi.

Materiallarni olish texnologiyasi va tadqiqot usuli

Turizmda elektron biznes ham kamchiliklari ham imkoniyatlarni taqdim etadi. Qiyinchiliklar orasida shiddatli raqobat, xavfsizlik muammolari va tez rivojlanayotgan texnologiyaga moslashish kiradi. Boshqa tomondan, u ma'lumotlar tahlili va sun'iy intellektga asoslangan yechimlar orqali global ta'sir,

shaxsiylashtirilgan marketing va kengaytirilgan mijozlar tajribasi uchun imkoniyatlarni taklif etadi. Muvaffaqiyat turizm sanoatida barqaror o'sish va innovatsiyalar uchun raqamli landshaftdan foydalanish uchun ushbu dinamikani to'g'ri boshqarishga bog'liq.

Eksperimental natijalar va ularning muhokamasi

1. Tadqiqot loyihasi:

- tadqiqotga umumiy yondashuvni tushuntirish, masalan, uning sifat, miqdoriy yoki aralash usullari.
- turizmdagi elektron biznesning muammolari va imkoniyatlarini o'rganish uchun nima uchun bu yondashuv maqsadga muvofiqligini asoslab berish.

2. Ma'lumot to'plash usullari:

- So'rovlar, intervyular yoki veb-saytlar mazmunini tahlil qilish kabi ma'lumotlarni to'plash uchun ishlatiladigan usullarni tavsiflash.

- Nima uchun bu usullar tanlanganligini va ular tadqiqot savollarini hal qilishda qanday yordam berishini tushuntirish mumkin.

3. Namuna olish strategiyasi:

- Tasodifiy tanlash, qulay tanlov yoki boshqa usul orqali ishtirokchilar tadqiqot uchun qanday tanlanganligini muhokama qilish kerak.

- Tanlangan tanlab olish strategiyasini asoslash va mumkin bo'lgan cheklovlarni muhokama qilish.

4. Ma'lumotlarni tahlil qilish:

- Tematik tahlil, statistik tahlil yoki sifatli kodlash kabi to'plangan ma'lumotlarni tahlil qilish uchun qo'llaniladigan protseduralarni belgilash.

- Tanlangan tahlil usullari turizm industriyasidagi elektron biznesdagi muammolar va imkoniyatlarni qanday o'rganishga imkon berishini muhokama qilish

5. Haqiqiylik va ishonchlilik:

- tadqiqot natijalarining asosligi va ishonchliligini ta'minlash bo'yicha ko'rilgan choralarni ko'rish.
- tadqiqotning ishonchliligiga noto'g'ri qarashlar, xatolar va boshqa tahdidlarni minimallashtirish bo'yicha ko'rilgan choralarni muhokama qilish.

6. Axloqiy mulohazalar:

- Tadqiqotga tegishli har qanday axloqiy mulohazalarni tavsiflash, masalan, ishtirokchilardan xabardor rozilik olish va maxfiylikni ta'minlash.

- Har qanday mumkin bo'lgan manfaatlar to'qnashuvi va ular qanday hal qilinganligini muhokama qilish mumkin

7. Cheklovlar:

- Namuna hajmi cheklovlari, ma'lumotlarni yig'ish muammolari yoki tanlangan metodologiyaga xos bo'lgan cheklovlar kabi tadqiqotning har qanday cheklovlarini tan olish kerak.

Turizmda elektron biznesning kamchiliklari va imkoniyatlarini SWOT tahlili misolida ko'rib chiqamiz.

Strengths (kuchli) To'lov va buyurtmalar uchun onlayn tizimlar: Elektron tijorat turizm sohasiga turli xil onlayn to'lov tizimlari va buyurtma platformalarini o'rnatish imkoniyatini taqdim etadi. Bu, mijozlarga sodiqlarini oson to'lov qilish va to'g'ri buyurtmalarni amalga oshirish imkonini beradi. Mijozlarga xizmatlarni taqdim etish: Elektron tijorat, turizm xizmatlarini internet orqali taqdim etishni osonlashtiradi. Bu sayohat agentligi, mehmonxonalar, restoranlar va boshqa xizmatlar uchun onlayn bronlashtirish va savdo qilish imkoniyatini oshiradi.	Weaknesses (zaif) Texnologiyaga bog'liqlik: Turizmda elektron biznes ko'p jihatdan texnologiyaga tayanadi, bu uni texnik nosozliklar, kiberhujumlar va tizimdagi nosozliklarga qarshi himoyasiz qiladi. Raqamli bo'linish: Barcha mintaqalar yoki demografiya Internetga yoki texnologik infratuzilmaga teng kirish imkoniyatiga ega emas, bu esa turizmdagi elektron biznes tashabbuslarini cheklaydi. Maxfiylik va xavfsizlikka oid xavotirlar: bandlovlar va tranzaksiyalar uchun shaxsiy ma'lumotlarning to'planishi bilan maxfiylikni
---	--

Markaziy tizimlar: Elektron tijorat, sayohat agentligi, aviakompaniyalar, mehmonxonalar va boshqa turizm sohasidagi ishlab chiqaruvchilarga markaziy tizimlar va platformalar orqali aloqa qilish va ma'lumot almashishni osonlashtiradi.	buzish va ma'lumotlarni o'g'irlash xavfi mavjud bo'lib, bu mijozlar o'rtasida ishonchni yo'qotishiga olib keladi. Shaxsiylashtirishning yo'qligi: Elektron biznesdagi avtomatlashtirilgan jarayonlar sayohatchilar uchun shaxsiy tajribalarning etishmasligiga olib kelishi mumkin, bu esa mijozlarning qoniqishi va sodiqligini pasaytiradi.
Opportunities (imkoniyatlari) Global kirish: Elektron biznes turizm korxonalariga an'anaviy geografik chegaralardan tashqari mijozlar bazasini kengaytirib, global auditoriyaga erishish imkonini beradi. Xarajat samaradorligi: Onlayn platformalar avtomatlashtirish orqali operatsion xarajatlarni kamaytirishi mumkin, potentsial ravishda raqobatbardosh narxlarini va yaxshi foyda marjasini taklif qiladi. Ma'lumotlar tahlili: Elektron biznes mijozlarning xatti-harakatlari, afzalliklari va bozor tendentsiyalari haqida tushunchaga ega bo'lish uchun tahlil qilinishi mumkin bo'lgan katta hajmdagi ma'lumotlarni to'plash imkonini beradi, maqsadli marketing va moslashtirilgan xizmatlarni osonlashtiradi. Innovatsiyalar va tabaqalanish: Elektron biznes sayyohlik korxonalariga noyob onlayn tajribalar, virtual sayohatlar va interaktiv kontent orqali innovatsiyalar kiritish va o'zlarini farqlash imkoniyatini beradi.	Threats (tahdidlari) Kiberxavfsizlik xavflari: Elektron biznes platformalari mijozlarning nozik ma'lumotlarini xavf ostiga qo'yib, ma'lumotlarning buzilishi, to'lov dasturi va fishing firibgarliklari kabi kiberhujumlarga moyil. Firibgarlik faoliyati Onlayn tranzaksiyalar kredit kartalari, shaxsiy ma'lumotlarini o'g'irlash yoki soxta bron qilish bilan shug'ullanadigan firibgarlar uchun maqsad bo'lishi mumkin, bu esa biznes va mijozlar uchun moliyaviy yo'qotishlarga olib keladi. Maxfiylik bilan bog'liq muammolar: Shaxsiy ma'lumotlarni onlayn to'plash va saqlash, ayniqsa, korxonalar ushbu ma'lumotni to'g'ri himoya qila olmasa, maxfiylik bilan bog'liq muammolarni keltirib chiqaradi, bu esa maxfiylik qonunlarining buzilishiga va ishonchni yo'qotishiga olib keladi. Obro'ga putur yetkazish: Salbiy sharhlar, ijtimoiy tarmoqlardagi norozilik yoki virusli hodisalar sayyohlik biznesining onlayn obro'siga tezda putur etkazishi mumkin, bu esa kelajakdagi buyurtmalar va mijozlar ishonchiga ta'sir qiladi.

Xulosa

Maqolada turizm industriyasidagi elektron biznesning muammolari va imkoniyatlari o'rganiladi. Bu sayyohlik korxonalari faoliyati va mijozlar bilan muloqot qilish usullarini shakllantirishda raqamli texnologiyalarning ahamiyati ortib borayotganini ta'kidlaydi. Muhokama qilingan muammolar shiddatli raqobat, ma'lumotlar xavfsizligi bilan bog'liq muammolar va doimiy innovatsiyalarga bo'lgan ehtiyojni o'z ichiga oladi. Boshqa tomondan, maqolada global auditoriyaga erishish, mijozlar tajribasini shaxsiylashtirish va operatsiyalarni soddalashtirish kabi elektron biznes taqdim etadigan imkoniyatlar ham ta'kidlangan. Umuman olganda, maqola raqobatbardosh bo'lish va zamonaviy sayohatchilarning o'zgaruvchan talablarini qondirish uchun elektron biznes strategiyalarini qo'llash muhimligini ta'kidlaydi.

1. Raqamli transformatsiyani qabul qiling: turizm korxonalari sanoatning o'zgaruvchan landshaftiga moslashish uchun raqamli transformatsiyaga ustuvor ahamiyat berishlari kerak. Bu mijozlar tajribasini yaxshilash va operatsiyalarni soddalashtirish uchun elektron tijorat platformalari, mobil ilovalar va onlayn bron qilish tizimlariga sarmoya kiritishni o'z ichiga oladi.

2. Shaxsiylashtirishga e'tibor qarating: marketing harakatlarini shaxsiylashtirish va xizmatlarni shaxsiy imtiyozlarga moslashtirish uchun ma'lumotlar tahlili va mijozlar tushunchasidan foydalaning. Shaxsiylashtirish sayyohlik korxonalariga gavjum bozorda ajralib turishga va mijozlar bilan uzoq muddatli munosabatlar o'rnatishga yordam beradi.

3. Kiberxavfsizlik bo'yicha chora-tadbirlarni kuchaytirish: raqamli texnologiyalarga bo'lgan ishonch ortib borayotganligi sababli, kiberxavfsizlik turizm sohasidagi elektron biznes uchun muhim masala hisoblanadi. Mijoz ma'lumotlarini himoya qilish va onlayn foydalanuvchilar bilan ishonchni mustahkamlash uchun mustahkam xavfsizlik choralari qo'llash.

4. Chaqqon va innovatsion bo'ling: Raqamli landshaftning tez sur'atda tabiati sayyohlik korxonalaridan tezkor bo'lishni va doimiy innovatsiyalarni talab qiladi. Sanoat tendentsiyalaridan xabardor bo'ling, yangi texnologiyalar bilan tajriba o'tkazing va o'zgaruvchan iste'molchilar talablarini qondirish uchun strategiyalarni moslashtirishga tayyor bo'lish.

5. Sanoat hamkorlari bilan hamkorlik qilish: Onlayn sayyohlik agentliklari, texnologiya provayderlari va mahalliy sayyohlik kengashlari kabi sanoat hamkorlari bilan hamkorlik turizm biznesiga o'z imkoniyatlarini kengaytirish va yangi bozorlarga kirishda yordam berishi mumkin. Kuchli hamkorlikni o'rnatish o'sish va innovatsiyalar uchun o'zaro manfaatli imkoniyatlarga olib kelishi mumkin.

Turizm sanoatida elektron biznes taqdim etayotgan muammolarni hal qilish va imkoniyatlardan foydalanish orqali korxonalar tobora raqamli dunyoda muvaffaqiyat qozonish uchun o'zlarini joylashtirishlari mumkin. Raqamli texnologiyalarni qo'llash, shaxsiylashtirishga e'tibor qaratish, kiberxavfsizlik choralari kuchaytirish, tezkor va innovatsion bo'lish hamda hamkorlikni rivojlantirish sayyohlik biznesining elektron biznes landshaftida rivojlanishining asosiy strategiyasidir.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Dembovska I., Silicka I., Lubkina V. Educational Tourism in the Training of Future Tourism Professionals.
2. Пономарева Т.В. Образовательный туризм: сущность, цели и основные сегменты потребителей. Материалы IV Международной научной конференции "Проблемы современной экономики". Челябинск: Два комсомольца, 2015. 158 с. С.139-142.
3. ВТО, ООН- Международные рекомендации по статистике туризма, 2008 год. Нью-Йорк, Мадрид, 2010г.
4. Лунин, Э. А. Совершенствование управления образовательным туризмом в РФ [Текст]: автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. экон. наук (08.00.05) / Луний Эдуард Андреевич; Санкт-Петербург. гос. ун. — Санкт-Петербург, 2009. — 156 с.
5. Лебедев А. Р. Образовательный туризм как экономическая категория / Современная экономика: проблемы, тенденции, перспективы. — 2012. — №
6. Зорин И. В., Квартальнов В. А. Энциклопедия туризма: Справочник: Финансы и статистика, 2003,33-б.
7. Соломин В.П., Погодина В.Л. "Современное состояние и перспективы развития образовательного туризма в России" Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена, vol. 8, no. 30, 2007, 96-112с.
8. Chebotar Yu.M. Turizm biznesi. Sayohat agentliklari va ularning mijozlari uchun amaliy qo'llanma / Yu. M. Chebotar. - Moskva: Biznes kitoblari olami, 1997. S.13
9. Луний Э. А. Совершенствование управления образовательным туризмом в РФ: автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. экон. наук (08.00.05); Санкт-Петербург, 2009. с. 38.
10. Бельская Н.Л. Современные подходы к управлению образовательным туризмом. Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса, 2015, (2 (4)), 29