

Замонавий ахборот технологиялари – туризм соҳасини жадал ривожлантириш воситаси

*и.ф.д. Алимова Маишхура Тоирхоновна, Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти
“Маркетинг” кафедраси мудири*

*Рахмонов Шухрат Шавкатович, Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти, ТФТ-315
гуруҳ талабаси*

Аннотация: Мақолада Самарқанд вилоятида туризм соҳасини жадал ривожлантиришининг замонавий воситалари сифатида вилоятнинг Веб-портали ҳамда уни узвий равишда ахборот билан таъминловчи марказлаштирилган ахборотлар базасини шакллантириш таклифи илмий асослаб берилган. Шунингдек, марказлаштирилган ахборотлар базаси ҳамда ундан интерактив фойдаланиш тизимининг таркибий тавсифи ишлаб чиқилган.

Калит сўзлар: туризм, ахборот технологиялари, интеграциялаштирилган туристик ахборотлар ресурси, интерактив туристик ахборотлар тизими, ахборотлар базаси.

Аннотация: В статье научно обоснованы предложения создания Веб-портала и формирования централизованной информационной базы, непрерывно обеспечивающей его информацией, как современного инструмента ускоренного развития сферы туризма в Самаркандской области. Также, разработана структурная характеристика централизованной информационной базы и системы интерактивного пользования.

Ключевые слова: туризм, информационные технологии, интегрированный туристский информационный ресурс, интерактивная туристская информационная система, информационная база.

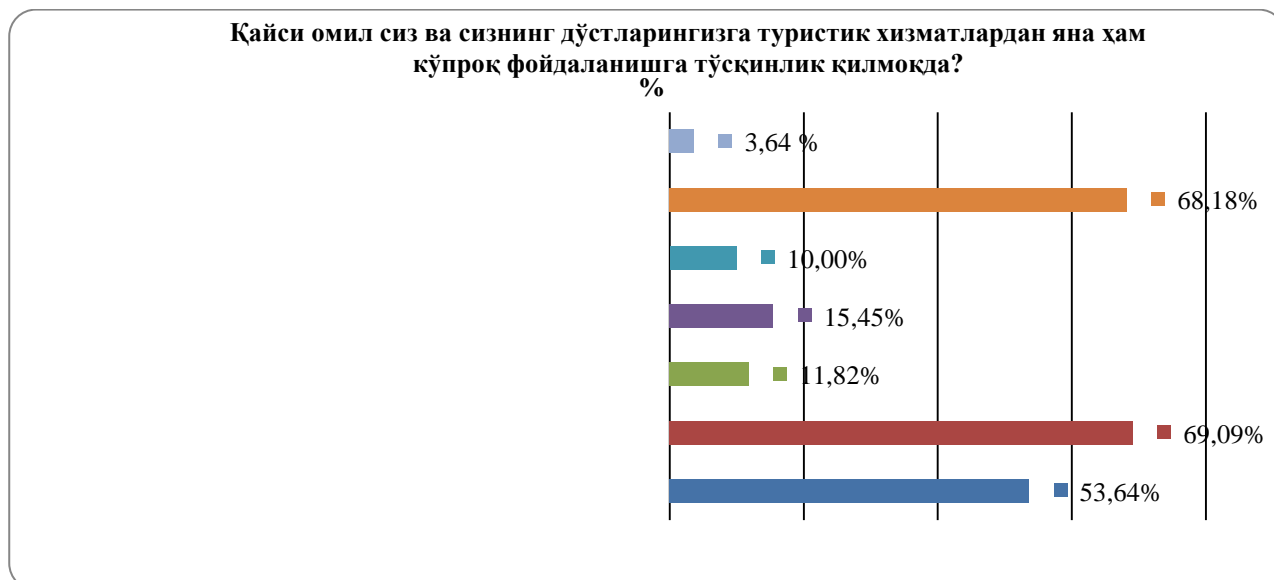
Ҳозирги “ахборот технологиялари асри”да туристик бизнеснинг самарали фаолияти, авваламбор, туристик маҳсулотни ишлаб чиқишдан бошлаб унинг истеъмолчисига етказгунга қадар замонавий ахборот технологияларидан кенг миқёсда фойдаланишни тақозо қилмоқда. Ахборот технологиялари соҳасидаги янгиликлар туризм соҳасини инновацион ривожлантиришининг муҳим йўналишига айланган.

Бу борада Ўзбекистон Республикасида “қулай туризм ахборот муҳитини ташкил этиш ва ривожлантириш, кенг реклама-ахборот фаолиятини амалга ошириш, мамлакат ҳудудларида туризм ахборот марказлари ва чет элда туризм ваколатхоналари очиш, Интернет тармоғидан фаол фойдаланиш” [1] ўрта муддатли истиқболда туризм соҳасидаги давлат сиёсатининг мақсадли вазифалари ва устувор йўналишлари этиб белгиланган.

Ахборот технологияларининг туризм индустиясини самарали ривожлантиришдаги аҳамиятига алоҳида эътибор қаратган баъзи мутахассис олимлар қуйидаги фикрларни билдириб ўтишган. Хусусан, Н.И.Плотникова: “Туризм ахборотларга тўйинган фаолият. Ахборотни тўплаш, қайта ишлаш, қўллаш ва узатиш, туризм индустриясидагидек кундалик фаолият юритиши учун муҳим бўлган бошқа тармоқлар кўп эмас. Туристик хизматлар сотувда истеъмол ёки ишлаб чиқариш товарлари сифатида намоён этилмайди ҳамда кўриб чиқилмайди. Уларни одатда олдиндан, истеъмол қилинадиган манзилдан йироқда харид қилишади. Шу сабабли туризм турли тасвирлар, тавсифлар, коммуникация ва ахборотларни узатиш воситаларига бевосита боғлиқдир” [2], – деб таъкидлайди. Л.А.Родигин эса туризмда ахборотларни барча туристик фаолиятларни боғловчи бўғин сифатида талқин этади [3].

Туристик соҳани ахборотлаштиришнинг асосий мақсади – ишончли маълумотларни ўз вақтида тўлиқ етказишни таъминлашдан иборатдир. Чунки, узатилаётган ахборотларнинг объективлиги, тезкорлиги, долзарблиги, ўз вақтидалиги қабул қилинадиган бошқарув қарорларининг муваффақиятини белгилашдан ташқари, бутун соҳанинг самарали ривожланиши таъминлайди.

Худудий туризм бозорида потенциал харидорларни аниқлаш ва уларнинг эҳтиёжларини ўрганиш учун миллий туристик маҳсулотларнинг ички истеъмолчилари ўртасида ўтказилган социологик сўров натижаларига кўра, мавжуд туристик ресурслардан фойдаланишга тўсқинлик қилувчи асосий омиллардан бири сифатида мавжуд худудий туристик хизматлар турлари ҳақида маълумотларнинг йўқлиги белгиланди (1-расм).



1-расм. Туризм соҳасининг ривожланишига таъсир этувчи омиллар

Изоҳ: сўровномада респондентларга келтирилган жавоблардан бир нечасини белгилаш руҳсат берилганлиги сабабли, жавоблар йиғиндисини 100%дан ортиқ.

Мамлақатимиз туристик маҳсулотларининг хорижий истеъмолчилари ўртасида ўтказилган социологик сўров натижаларига кўра, ҳудудий туризм бозорининг потенциал ташқи харидорлари мамлақатимиз туризм олами тўғрисидаги маълумотларни топиш ва “Ўзбекистонга сайёҳлик сафарига чиқиш” тўғрисидаги қарорни асосан туристик агентлик ва бюролар ҳамда дўстларининг маслаҳатлари ёрдамида қабул қилмоқда (2-расм).



2-расм. Ўзбекистон Республикасига кировчи хорижий туристларнинг социологик сўрови натижаси

Ваҳоланки, Интернет тармоғининг бугунги кундаги кенг миқёсда оммалашуви туристик бизнесни юритиш, потенциал харидорларни топиш, туристик маҳсулотларни кенг доирадаги истеъмолчилар аудиториясига тарғиб этиш, улар билан алоқа ўрнатиш ва тижорат алоқаларини такомиллаштиришга катта имкониятлар яратиб бермоқда. Бугунги кунда Самарқанд вилоятида фаолият олиб боровчи туроператорлар ва меҳмонхоналар ўзининг виртуал офисини (электрон сайтини) шакллантириш орқали ушбу Интернет тақдим этаётган имкониятлардан кенгроқ фоидаланишга ҳаракат қилмоқда. Аммо ҳудудий туризм индустриясининг бошқа вакилларининг (жумладан, санатория-курорт ташкилотлари, овқатлантириш ташкилотлари ва ҳк.) Интернетда ўзининг виртуал ваколатхонасини очишга ҳаракатлари нисбатан сустроқ. Бугунги кунда мамлақатимиз туризм бозорида ташкиллаштирилмаган турмаҳсулотларга талабнинг (саёҳатларини мустақил тарзда ташкил этувчилар талаби) ошиб бориши тенденцияси кузатилмоқда. Туризм бозорининг мазкур сегментига хос инфратузилманинг такомиллашмаганлиги, туристик бизнес субъектларининг

потенциал харидорларини йўқотаётганлигидан далолат бермоқда. Бу борада ҳудудий туристик ахборотларнинг электрон тизимини шакллантириш мазкур масаланинг замонавий ечими сифатида намоён бўлади. Туристик ахборотлар тизими интеграциялашган ҳудудий туристик ахборотлар базасидаги маълумотларни веб-сайт орқали, мобил алоқа воситалари ёрдамида ҳудудий туристик маҳсулотларнинг потенциал истеъмолчиларига етказиб бериш имконини яратиб беради. Бунда ахборотларни етказиб беришнинг самарали воситаси сифатида ҳудуднинг виртуал туристик оламини – Веб портални шакллантириш мақсадга мувофиқдир (“Самарқанд – шарқ гавхари” Веб портали).

Веб-портал орқали потенциал харидор ҳудуд, ҳудудда тақдим этилаётган туристик хизматлар тўғрисидаги зарурий маълумотларни тўплаш имконига эга бўлади. Айниқса, “мустақил туристлар” ҳеч қандай қийинчиликларсиз ўзининг мобил алоқа воситалари ёрдамида ўзларига манзур туристик маршрутни танлаш, ўз она тилларида зарурий маълумотлар билан танишиш, саёҳатини дастурлаш, йўл хариталарини уяли телефонига юклаб олиш, реал вақт режимида ҳудудий меҳмонхоналарда бўш жойлар ҳақидаги маълумотга эга бўлиш, туристик хизматларни танлашда уларнинг реал истеъмолчилари қолдирган фикр-мулоҳаза ва ҳаволалар билан танишиш, жойни брон қилиш, хизматларга буюртма бериш, ҳаттоки ҳудудга виртуал саёҳат қилиш имконига эга бўлади.

Потенциал харидорларнинг айнан шу Веб-сайтдан фойдаланиб, ўз турпакетини танлаши ёки ўзи ташкил этиши учун ҳудудий туристик таклифнинг барча таркибий қисмлари тўғрисидаги маълумотларни имкон даражада тўлиқ жойлаштиришга эришиш лозим. Замонавий ахборот технологиялари шахсий Веб-сайтларга эга ҳудудий ташкилотларни матнли ёки графикли гипер-мурожаатларни ўрнатиш орқали ягона сайтга бирлаштириш имкониятларини яратиб бермоқда. Демак, Самарқанд вилоятида фаолият юритувчи туризм индустрияси ташкилотлари ҳақида маълумот берувчи ягона “Самарқанд – шарқ гавхари” Веб-портали саҳифаларида ўрнатилган гипер-мурожаатлар орқали ташкилотларнинг шахсий сайтларига ўтишни таъминлайди. Шу қаторда Интернетда шахсий саҳифага эга бўлмаган ташкилотлар тўғрисида маълумотлар Веб-порталнинг ўзида тақдим этилиб, буюртмаларни бошқариш вазифаси ҳам айнан шу сайт орқали ташкилотларнинг электрон манзилларига мурожаат ёки телефон алоқаси орқали амалга оширилади. Яратилган Интернет-лойиҳа ёки Веб-сайтнинг муваффақияти куйидагиларга, яъни:

- интернетнинг кидирув тизимларида Веб-саҳифани топишнинг осонлиги;
- сайтда жойлаштирилган маълумотларни бир нечта хорижий тилларда узатилиши; сайтдан фойдаланишнинг қулайлиги ва сайтнинг жозибадорлиги;
- жойлаштирилган маълумотларнинг оператив тарзда янгиланиб борилиши; саёҳатчиларга тавсиялар тизими – (TRS)-эксперт тизимларидан фойдаланилганлик; ташриф

китоблари воситасида мижозлар билан доимий мулоқот юритилиши; бир вақтнинг ўзида кўп мижозлар билан ишлаш имкониётларининг яратилганлиги билан белгиланади.

Ватанимиз олимлари С.С.Гулямов, И.Е.Жуковскаяларнинг бу борадаги фикрларидан келиб чиқиб, яратилган Интернет-лойиҳа ёки Веб-сайтнинг муваффақияти қуйидаги кўрсаткичлар орқали баҳоланади:

Биринчи кўрсаткич – сайтлардан фойдаланиш даражасидир, чунки ҳар бир фойдаланувчи салоҳиятли мижоз ҳисобланади.

Иккинчи кўрсаткич – сайтнинг қийматидир. Сайтларнинг қиймати харажатларни иложи борида тезроқ қоплаш ва даромад келтириш даражасида бўлиши мақсадга мувофиқ.

Учинчи кўрсаткич – сайтнинг керакли маълумотларни қамраб олиш даражаси.

Тўртинчи кўрсаткич – яратилган сайтда маълумотларнинг узвий равишда, доимий тарзда янгиланиб турилиши, яъни сайт “жонли” бўлиши лозим.

Бешинчи кўрсаткич – сайтнинг жозибadorлиги ва ундан фойдаланиш қулайлиги ҳисобланади. Фақатгина ана шундай сайт даромад келтириш имкониятига эгадир.

Ушбу сайт туристик ҳудуднинг ижобий имиджини яратиш ҳамда миллионлаб турли хил жўғрофий ҳудудларда жойлашган туристик маҳсулот истеъмолчиларига ҳудуд ва ҳудудий туристик маҳсулотлар ҳақида маълумотларни узатиш ва етказишнинг самарали воситаси ҳисобланади. Бунга туристик ташкилот ва туристик маҳсулотлар ҳақидаги маълумотларни визуаллаштириш ва тақдим этишнинг барча имкониятлари: график тасвир, овозли ахборот, анимация, видео тасвир ва кўплаб бошқа имкониятларини тўлиқ амалга ошириш орқали эришилади. Ушбу сайтини бозорнинг ҳолатига оператив тарздаги акс таъсир: ҳудудда ишлаб чиқиладиган туристик маҳсулот ва кўрсатиладиган хизматлар ҳақидаги маълумотларни янгилаш, янги туристик маҳсулот тўғрисидаги эълонларни жойлаштириш сифатида кўриш лозим.

Веб-портални узвий равишда ахборот билан таъминлаш, аваламбор, интеграциялаштирилган туристик ахборотлар ресурсини шакллантириш заруриятини келтириб чиқаради. Интеграциялаштирилган ахборотлар ресурси – бу энг аввало туризм соҳасида бошқарув фаолиятининг барча даражаларида асосли қарорларни қабул қилишга йўналтирилган, туризм бозорининг батафсил ҳолатли таҳлили, бошқарувнинг стратегик мақсадлари ва уларга эришиш омилларининг таҳлили, маркетинг тадқиқотларида тизимли фойдаланишга мўлжалланган ахборотларнинг марказлаштирилган ва тартиблаштирилган мажмуасидир. Бунинг учун:

- зарурий технологиялардан фойдаланишнинг методологик асосларини ишлаб чиқиш;
- ахборот тизимларини ташкил этиш ва бошқаришга оид меъёрий-ҳуқуқий қонунчиликни такомиллаштириш;

– йирик ахборотлар базасини шакллантириш имкониятини берувчи коипьютер дастурларини ишлаб чиқиш ёки мавжудларини такомиллаштириш;

– туристик фаолиятни ташкил этишда замонавий ахборот технологиялари имкониятларидан тўлиқ фойдалана оладиган (дастурчилар, технологлар) малакали кадрларни етиштириш тизимини такомиллаштириш лозим.

Ўзбекистон Республикаси Туризмни ривожлантириш давлат қўмитасининг Самарқанд вилояти бошқармаси қошида ташкил этиладиган Туристтик ахборотлар Маркази негизда марказлаштирилган маълумотлар базаси шакллантириш мақсадга мувофиқдир. Марказлаштирилган маълумотлар базаси вилоятда туризм соҳасининг барча жабҳаларини қамраб олган ўнта иловадан иборат маълумолар мажмуидан таркиб топган бўлиши мақсадга мувофиқ, яъни:

1. “Туриндустрия ташкилотлари” иловаси миллий туристик маҳсулотларни таклиф этувчи туризм индустриясининг барча субъектлари (туроператорлар, турагентлар, уларнинг контрагентлари) ҳақидаги маълумотларни (уларнинг рўйхати, адреслари, боғланиш учун зарурий маълумотлар);

2. “Туристтик ресурслар реестри” иловаси Ўзбекистон Республикаси ҳудудларида мавжуд табиий-жўғрофий, маданий-тарихий, археологик ва экологик ресурслар ва объектлар тўлиқ рўйхати, уларнинг жойлашиши борасидаги интерактив хариталарни, туристик объектлар 3D-моделларини; объектларга электрон навигация тизимларини;

3. “Туризм ва оммавий ахборот воситалари” иловаси туризм соҳасига ихтисослашган оммавий ахборот воситаларини, туристик ҳудудларнинг реклама роликларини, шунингдек нуфузли хорижий туристик агентликларнинг каталогларини;

4. “Бизнинг харидорларимиз” иловаси реал истеъмолчилар томонидан миллий туристик маҳсулотларимизга берилган баҳо ва келтирилган фикрларни online-шаклида киритиш ва бу борада фикр алмашиш имконини берувчи ахборот тизимлари ва технологияларни;

5. “Тадбирлар” иловаси мамлакатимиз ҳудудларида бир йил давомида ўтказилиши режалаштирилган соҳага оид тадбирлар (ярмарка, кўргазма, фестивал, илмий-амалий конференциялар) режасини; ушбу тадбирларнинг натижавий маҳсулотларини (буклет, открыткалар, рисолалар, илмий тўпламлар);

6. “Туристтик маҳсулотлар ва инфратузилма” иловаси ҳудудий туристик ташкилотлар томонидан таклиф этилаётган туристик маҳсулотлар, ҳудудий инфратузилма объектлари тўғрисидаги маълумотларни;

7. “Туристтик статистика” иловаси миллий туризм статистикасига оид маълумотлар, “Ўзбектуризм” МК томонидан олиб борилган семинарлар, учрашувлар ва уларнинг амалий натижалари ва янгиликларини;

8. “Дастурлар” иловаси туризм соҳасига оид давлат томонидан қабул қилинган дастурлар, ушбу дастурлар негизида ишлаб чиқилган “Инновацион ва инвестицион лойиҳалар”, лойиҳалар бўйича танловлар тўғрисидаги маълумотларни;

9. “Маркетинг” иловасида “Ўзбектуризм” МК томонидан олиб борилган маркетинг тадқиқотлари натижалари, ишлаб чиқилган маркетинг тадбирлари режаси тўғрисидаги маълумотларни;

10. “Эълонлар доскаси” иловаси халқаро туризм соҳасида ҳамда миллий туризм соҳаси доирасидаги янгиликларни тақдим этувчи электрон эълонлар доскасини ўз таркибига олиши мақсадга мувофиқдир.

Бундан ташқари, шакллантирилган маълумотлар базаси оператив тарзда онлайн-шаклда янгиланиб борилиши ҳамда бир нечта хорижий тилда тақдим этилиши (жумладан, хитой тилида) лозим. Бу борада маълумотлар базасига ҳудудий туроператорлар тўғрисида киритилган маълумотлар уларнинг ўзлари томонидан уларга тақдим этилган логин ва пароль ёрдамида янгиланиб борилиши имкониятининг яратилиши катта аҳамият касб этади.

Бундан ташқари маълумотлар базасига киритиладиган туристик объектларнинг виртуал шаклини яратиш ва уларни интерактив тарзда намойиш этиш туристик фаолиятни ташкил этишнинг янги сифат босқичига ўтилишининг муҳим белгиси ҳисобланади. Интерактив туристик ахборотлар тизими қуйидаги тузилмавий тавсифга, яъни:

- геофазовий асосга (яъни ҳудуднинг рангли космик сурати ва схемали харитаси, Самарқанд вилоятининг интерактив харитаси каби маълумотлар мажмуига);

- аҳамиятли туристик объектлар қатламига (яъни ҳар бир объектнинг расми, 3D-моделли, аниқ туристик объект ҳақидаги маълумотларни кўриш имкониятларидан иборат тузилмага);

- ҳудудий инфратузилма объектлари қатламига (яъни инфратузилма объектлари ҳақидаги маълумотлар мажмуи ва аниқ объект ҳақидаги маълумотларни кўриш имкониятларидан иборат тузилмага);

- ҳудудда мавжуд экскурсия ёки туристик маршрутлар қатламига (яъни маршрутнинг схемали харитаси, унда қамраб олинган туристик объектлар, туристик-экскурсия хизматларини ташкил этувчи ташкилотлар манзили, мурожаат қилиш учун маълумотлар мажмуига);

- ахборотларни қидириш (навигация) воситалари мажмуига;

- меҳмонхона ва жойлаштиришнинг бошқа муассасалари қатламига (яъни аниқ меҳмонхонанинг манзили, уларда тақдим этиладиган хизмат турлари ва жорий вақтдаги бўш хона ва жойлари ҳақидаги маълумотлар мажмуига);

- транспортдан фойдаланиш имкониятлари тавсифига (яъни ҳудудда транспорт хизматларидан фойдаланиш имкониятлари, йўл хариталаридан иборат маълумотлар

мажмуига) эга бўлиши лозим;

– интерактив маълумотлар тизимида маълумотлар базаси бир нечта хорижий тилларда шакллантирилиши мақсадга мувоффиқдир.

Демак, туристик ҳудуднинг виртуал олами ҳисобланган ягона интеграциялашган Интернет сайтини шакллантириш ҳамда ахборотлардан интерактив фойдаланиш тизимини шакллантириш ҳудудий туристик таклиф ва ҳудудий туристик талабнинг потенциал харидорлари ўртасидаги ижтимоий-иқтисодий муносабатларни янги савдо нуқталарини барпо этмасдан туриб самарали амалга оширишнинг замонавий ечими ҳисобланади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

- 1. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёевнинг 2016 йил 2 декабрдаги ПФ-4861-сонли «Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида»ги Фармони. Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари тўплами, 2016 й.*
- 2. Плотникова Н.И. Комплексная автоматизация туристского бизнеса: в 2 ч. – Часть 1. Информационные технологии в турфирме / Н. И. Плотникова. – М.: Советский спорт, 2001 г. – 320с. – С. 25.*
- 3. Родигин, Л.А. Информационные технологии в гостиничном и туристском бизнесе / Л.А. Родигин. – М.: РМАТ, 1999. – С. 33.*
- 4. Гулямов С.С., Жуковская И.Е., Основные аспекты эффективности применения информационного и программного обеспечения в туристской отрасли Узбекистана. “Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар” илмий электрон журнали. № 1, сентябрь, 2011 йил.*
- 5. Кизим А.В. Информационные технологии в туризме: учебно-методическое пособие /А.В. Кизим. – Астрахань: Астраханский государственный университет, Издательский дом «Астраханский университет», 2011. – 146 с.*
- 6. Старова Н.В. Техника и технологии в социально-культурном сервисе и туризме / Н.В. Старова. – Астрахань: Изд-во АГТУ, 2009. – 152 с.*