

amalga oshirish, mamlakatning global turizm bozoridagi o'rnini mustahkamlashga yordam beradi.

Xulosa: O'zbekistonning turizm sohasini rivojlantirishda xorijiy tajribalardan foydalanish zaruriyati katta ahamiyatga ega. Xorijiy tajribalar yordamida mehmonxona xizmatlarini modernizatsiya qilish, yangi turistik yo'nalishlar yaratish, transport va infratuzilmani yaxshilash, ekologik va madaniy turizmni rivojlantirish mumkin. Bunday tajribalarni joriy etish O'zbekistonni global turizm bozorida raqobatbardosh qilib, mamlakat iqtisodiyotini diversifikatsiya qilishga katta hissa qo'shadi. Turizm sohasini rivojlantirish uchun mamlakatda infratuzilmani yaxshilash, xususan, transport tizimini modernizatsiya qilish va turistik xizmatlar sifatini oshirish zarur. Shuningdek, O'zbekistonda turizmni yanada kengaytirish uchun maxsus turistlar uchun paketlar va madaniy tadbirlar tashkil etish ham foydali bo'lishi mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Aripov, S. (2020). O'zbekiston turizmining rivojlanishi: Xorijiy tajriba va istiqbollar. Toshkent: O'zbekiston Noshir.
2. Yuldashev, M., & Abdurahmonov, D. (2019). Turizm va iqtisodiyot: Xalqaro tajribalar va O'zbekiston. Tadbirkorlik va iqtisodiy taraqqiyot, 12(3), 45-56.
3. Zhang, X. (2018). The role of tourism in national economic growth. Journal of Tourism Economics, 15(2), 102-115.

**KORPORATIV BUYURTMACHILAR TOMONIDAN TURIZM XIZMATLARINI XARID
QILISH JARAYONINI SODDALASHTIRISH YO'LLARI**

Qurbanov Shohboz Lutfillayevich

BMA magistranti

Annotatsiya: Ushbu tadqiqot korporativ buyurtmachilar tomonidan turizm xizmatlarini xarid qilish jarayonini soddalashtirish uchun sun'iy intellekt va avtomatlashtirilgan tizimlar yordamida qo'llaniladigan usullarni tahlil qiladi. Xorijiy tajribalarga asoslanib, maqola turizmدا innovatsion texnologiyalarni joriy etishning samaradorligini ko'rsatadi. Sun'iy intellektning shaxsiylashtirilgan xizmatlarni yaratish, xarajatlarni kamaytirish va vaqtni tejashdagi roli yoritilgan. Tadqiqotda, shuningdek, xavfsizlik va maxfiylik masalalari ham ko'rib chiqilib, ularni hal qilish uchun texnologik yondashuvlar taklif etiladi. Korporativ buyurtmachilar uchun onlayn platformalar va mobil ilovalar orqali xarid qilish jarayonini tezlashtirish va soddalashtirish imkoniyatlari muhokama qilinadi. Umuman olganda, tadqiqot turizm xizmatlarini xarid qilish jarayonini yanada samarali va tejamkor qilish uchun texnologiyalarni joriy etishning afzalliklarini ko'rsatadi.

Kalit so'zlar: korporativ buyurtmachilar, turizm xizmatlari, sun'iy intellekt, avtomatlashtirish, shaxsiylashtirish, onlayn platformalar, xavfsizlik, maxfiylik.

Kirish: Bugungi kunda turizm sohasida korporativ buyurtmachilar tomonidan xizmatlar xarid qilish jarayoni juda muhim o'ringa ega bo'lib, ko'plab tashkilotlar va kompaniyalar bu jarayonni yanada samarali va tejamkor qilishga intilmoqda. Korporativ sayohatlar va biznes safari kabi xizmatlar talabining ortishi, shuningdek, sayohatlar rejalashtirishda tezlik va samaradorlikni ta'minlash zarurati, turizm xizmatlarini xarid qilish jarayonining soddalashtirilishini taqozo etmoqda.

Bundan tashqari, zamonaviy texnologiyalar, xususan sun'iy intellekt, avtomatlashtirilgan tizimlar va innovatsion yechimlar yordamida xaridlarni soddalashtirish va optimallashtirish imkoniyatlari mavjud. Bunday texnologiyalar yordamida korporativ mijozlar uchun turizm xizmatlari taqdimoti, rejalashtirish va xarid qilish jarayonlari yanada tezlashadi, shuningdek, xarajatlar kamayadi va xizmatlar sifatini yaxshilashga erishiladi. Shu bilan birga, korporativ xaridlarni soddalashtirish orqali turizm kompaniyalari raqobatbardoshlikni oshirish, mijozlarga yuqori sifatli xizmatlarni taqdim etish va biznes jarayonlarini samarali boshqarish imkoniyatiga ega bo'ladilar.

Ushbu tadqiqotda, korporativ buyurtmachilar tomonidan turizm xizmatlarini xarid qilish

jarayonini soddalashtirishga qaratilgan usullar va strategiyalar o'rganiladi. Sun'iy intellekt va innovatsion texnologiyalarning bu jarayondagi o'rni, afzalliklari va kutilgan natijalari tahlil qilinadi, shuningdek, soddalashtirish jarayonida duch kelinishi mumkin bo'lgan muammolar va ularni hal qilish usullari ko'rib chiqiladi. Bu, nafaqat turizm kompaniyalariga xizmat sifatini oshirishga, balki korporativ mijozlarga xizmat ko'rsatish samaradorligini yaxshilashga yordam beradi.

Asosiy qism: Korporativ buyurtmachilar tomonidan turizm xizmatlarini xarid qilish jarayoni odatda turli bosqichlarni o'z ichiga oladi, jumladan, xizmatlarni tanlash, taqqoslash, xarid qilish va sayohatni tashkil etish. Bu jarayonlarda turizm kompaniyalari va tashkilotlar mijozlarning ehtiyojlariga mos xizmatlarni taqdim etishda katta e'tibor berishadi. Biroq, bu jarayon ko'pincha ko'p vaqt va resurslarni talab qiladi. Odatda, xarid qilish jarayonida kompaniyalar bir nechta mezonlarga asoslanib xizmatlarni taqqoslashadi, bu esa jarayonni murakkablashtiradi.

Korporativ xaridlar odatda katta hajmdagi xizmatlarni o'z ichiga oladi, masalan, bir necha kishilik guruhlar uchun turistik paketlar, aviabiletleri, mehmonxona xonalarini bron qilish va boshqa ko'plab xizmatlar. Shu sababli, bu jarayonni soddalashtirish nafaqat xarajatlarni kamaytirish, balki xizmat ko'rsatishning sifatini oshirishga ham yordam beradi²⁴⁹.

Sun'iy intellekt (SI) va avtomatlashtirish texnologiyalarining turizm sohasida qo'llanilishi, korporativ buyurtmachilar uchun xarid qilish jarayonlarini soddalashtirishda katta imkoniyatlar yaratadi. Sun'iy intellekt yordamida turizm kompaniyalari mijozlarning ehtiyojlarini yanada aniqroq prognozlash imkoniyatiga ega bo'ladi. Masalan, SI algoritmlari yordamida, mijozlarning sayohat tarixlari, talablar va afzalliklari asosida shaxsiylashtirilgan takliflar yaratiladi. Bu, korporativ buyurtmachilar uchun aniq va samarali xizmatlarni tanlashni ta'minlaydi.

Avtomatlashtirilgan tizimlar yordamida esa xaridlarni amalga oshirish jarayonlari tezlashadi. Turizm kompaniyalari uchun xizmatlar narxlarini tezda taqqoslash, eng yaxshi takliflarni aniqlash va xarid qilish jarayonlarini avtomatik tarzda amalga oshirish imkoniyatlari paydo bo'ladi. Bu esa korporativ buyurtmachilar uchun vaqtni tejash va xarajatlarni kamaytirishga yordam beradi.

Texnologik yondashuvlar, masalan, sun'iy intellekt va "machine learning" (mashina o'rganish) tizimlari, xarid qilish jarayonini avtomatlashtirishga yordam beradi. Bu tizimlar orqali turizm kompaniyalari mijozlar haqidagi katta hajmdagi ma'lumotlarni to'plab, ulardan samarali foydalanishlari mumkin. Misol uchun, SI yordamida mijozlarga maxsus takliflar va chegirmalar berish, va shuningdek, xarid jarayonini soddalashtirish uchun dinamik narxlar strategiyasini ishlab chiqish mumkin.

Shuningdek, turizm kompaniyalari uchun mobil ilovalar va onlayn platformalar orqali xizmatlarni tez va oson xarid qilish imkoniyatlari yaratilmoqda. Bu platformalar avtomatik tarzda sayohatni tashkil qilish, joyni bron qilish va boshqa turizm xizmatlarini taqdim etadi. Mobil ilovalar yordamida, korporativ buyurtmachilar o'z sayohatlarini istalgan joyda va vaqtda rejalashtirishi mumkin, bu esa jarayonni ancha soddalashtiradi.

Korporativ buyurtmachilar uchun turizm xizmatlarini xarid qilish jarayonini soddalashtirishda shaxsiylashtirish yondashuvi juda muhimdir. Sun'iy intellekt yordamida, har bir mijozning talab va afzalliklariga mos ravishda takliflar yaratiladi. Mijozlarning sayohat tarixini tahlil qilish orqali ular uchun eng qulay va arzon takliflar ko'rsatiladi. Shaxsiylashtirilgan xizmatlar, korporativ buyurtmachilarga vaqtni tejash va xarid qilish jarayonini osonlashtirishda yordam beradi.

Onlayn tizimlar va mobil ilovalar yordamida, korporativ buyurtmachilar turizm xizmatlarini tez va oson tarzda xarid qilishlari mumkin. Bu platformalar orqali turizm xizmatlari

²⁴⁹ 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. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.01.002>

haqida ma'lumotlar olish, joylarni bron qilish va sayohatlarni tashkil qilish imkoniyatlari yaratiladi. Mobil ilovalar esa mijozlarga o'z sayohatlarini har doim nazorat qilish imkonini beradi²⁵⁰.

Avtomatlashtirilgan tizimlar yordamida, turizm kompaniyalari xaridlarni soddalashtirishi mumkin. Masalan, xizmatlarni avtomatik tarzda narx taqqoslash, eng arzon variantlarni tanlash va xaridni amalga oshirish imkoniyatlari mavjud. Bu tizimlar yordamida kompaniyalar xarid qilish jarayonini tezlashtirib, samaradorlikni oshirishlari mumkin.

Xarid qilish jarayonini soddalashtirishda ba'zi muammolar ham mavjud. Eng katta qiyinchiliklardan biri — texnologik infratuzilmaning yetishmasligi va ba'zi kompaniyalarda sun'iy intellektni to'liq qo'llashga tayyorlikning pastligi. Boshqa muammo esa, maxfiylik va xavfsizlikka alohida e'tibor qaratilmasligi bo'lishi mumkin. Xaridlar jarayonida maxfiy ma'lumotlarning xavfsizligi ta'minlanmasa, bu mijozlarning ishonchsizligini keltirib chiqarishi mumkin.

Bu muammolarni hal qilish uchun, turizm kompaniyalariga texnologik infratuzilmani mustahkamlash, xavfsizlik choralari kuchaytirish va sun'iy intellektni qo'llashni tezlashtirish zarur. Shuningdek, xizmatlarning sifatini ta'minlash uchun maxfiylik siyosatini ishlab chiqish va muntazam ravishda yangilab turish kerak.

Kelajakda sun'iy intellekt va avtomatlashtirish texnologiyalarining turizm sohasida qo'llanilishi yanada kengayadi. Bu, nafaqat xaridlarni soddalashtirishga, balki kompaniyalar uchun yangi imkoniyatlar yaratishga yordam beradi. Yangi texnologiyalar mijozlarga yanada shaxsiylashtirilgan va samarali xizmatlar taqdim etishga imkon yaratadi, bu esa raqobatbardoshlikni oshirishga yordam beradi.

Shunday qilib, korporativ buyurtmachilar tomonidan turizm xizmatlarini xarid qilish jarayonini soddalashtirish nafaqat vaqtini tejash, balki xizmat sifatini oshirishga, xarajatlarni kamaytirishga va yangi imkoniyatlar yaratishga xizmat qiladi. Yangi texnologiyalar va innovatsion yondashuvlar turizm kompaniyalariga ushbu jarayonlarni muvaffaqiyatli amalga oshirishda yordam beradi²⁵¹.

Turizmدا korporativ buyurtmachilar tomonidan xizmatlarni xarid qilish jarayonini soddalashtirishga qaratilgan innovatsion texnologiyalarni joriy etishda dunyo bo'ylab bir qancha davlatlar ilg'or tajribalarga ega. Ular sun'iy intellekt (SI), avtomatlashtirish, mobil ilovalar va onlayn platformalardan foydalanish orqali turizm xizmatlarini xarid qilish jarayonini samarali tarzda boshqarib kelmoqdalar. Xorijiy tajribalar turizm sohasidagi jarayonlarni soddalashtirish, xarajatlarni kamaytirish va xizmat sifatini oshirishga qaratilgan yondashuvlarni ko'rsatadi. Quyida ba'zi mamlakatlar tajribalarini ko'rib chiqamiz:

AQSh, ayniqsa, sun'iy intellekt va avtomatlashtirilgan tizimlar sohasida ilg'or tajribalarga ega. Korporativ buyurtmachilar uchun xizmatlar xarid qilish jarayonini soddalashtirishda AQShda ko'plab yirik kompaniyalar va turizm tarmoqlari SI va avtomatlashtirilgan tizimlarga asoslangan tizimlarni muvaffaqiyatli qo'llamoqda.

Hilton mehmonxonalari, AQShdagi yirik mehmonxona tarmog'i, korporativ mijozlarga xizmat ko'rsatish jarayonini soddalashtirish uchun "Connie" robotini joriy etgan. "Connie" robot mehmonlarga sayohat ma'lumotlari, mehmonxona xizmatlari va mahalliy diqqatga sazovor joylar haqida yordam beradi. Bu robot SI yordamida mijozlarning ehtiyojlarini aniqlaydi va ular uchun shaxsiylashtirilgan tavsiyalar taqdim etadi. Korporativ buyurtmachilar uchun bu tizim xizmatlarni tanlash va xarid qilish jarayonini ancha tezlashtiradi, shuningdek, mijozlarning qoniqishini oshiradi.

Delta Airlines, AQShdagi yirik aviakompaniya, sun'iy intellekt yordamida sayohatlarni prognozlashda muvaffaqiyatga erishdi. Aviakompaniya SI algoritmlari yordamida mijozlar uchun

²⁵⁰ Gretzel, U., Sigala, M., & Xiang, Z. (2015). Smart tourism: Foundations and developments. *Electronic Markets*, 25(3), 179-188. <https://doi.org/10.1007/s12525-015-0196-8>

²⁵¹ Ivanov, S., & Webster, C. (2017). Adoption of robots and service automation by tourism and hospitality companies. *Journal of Tourism Research*, 38(4), 505-517. <https://doi.org/10.1016/j.jtrangeo.2017.01.001>

shaxsiylashtirilgan sayohat tavsiyalarini ishlab chiqadi va sayohatning eng arzon variantlarini avtomatik tarzda taqdim etadi. Bu yondashuv korporativ mijozlar uchun xarid qilish jarayonini ancha soddalashtiradi va xizmat ko'rsatish samaradorligini oshiradi. Delta Airlines uchun sun'iy intellekt yordamida mijozlarga qulay, samarali va vaqtni tejaydigan xizmatlar taklif qilinadi.

Germaniyada, turizm kompaniyalari va sayohat operatorlari sun'iy intellektni mijozlarga shaxsiylashtirilgan xizmatlar taqdim etishda muvaffaqiyatli qo'llamoqda. Germaniya bo'ylab ko'plab yirik sayohat operatorlari, masalan, "TUI Group" kompaniyasi, turizm xizmatlarini shaxsiylashtirish uchun sun'iy intellekt va mashina o'rganish tizimlaridan foydalanadi.

TUI Group, Yevropaning eng yirik sayohat operatori, korporativ buyurtmachilar uchun shaxsiylashtirilgan sayohat xizmatlari yaratishga katta e'tibor beradi. TUI Group sun'iy intellekt yordamida mijozlarining sayohat tarixlarini tahlil qiladi va ularning afzalliklariga mos ravishda xizmatlar taklif etadi. Bu yondashuv, korporativ mijozlarning talablariga to'g'ri javob berishga va xarid qilish jarayonini soddalashtirishga yordam beradi. Mijozlar o'zlarining afzalliklariga moslashtirilgan sayohat paketlarini tez va oson tanlashlari mumkin.

Germaniya turizm sohasida ko'plab kompaniyalar onlayn platformalar va mobil ilovalar orqali xizmatlar taqdim etadi. Onlayn platformalar yordamida korporativ buyurtmachilar, sayohatlarni rejalashtirishda ko'plab variantlarni tez va oson taqqoslash imkoniyatiga ega bo'ladilar. Bu platformalar yordamida turizm kompaniyalari xizmatlarni taklif qilish, sayohat paketlarini shaxsiylashtirish va mijozlarga eng yaxshi takliflarni yaratish imkoniyatiga ega.

Fransiyada turizm kompaniyalari va xizmat ko'rsatuvchi tashkilotlar avtomatlashtirilgan tizimlardan foydalanish orqali xarid qilish jarayonlarini soddalashtirmoqda. Fransiyada sayohatlarni bron qilish va boshqa turizm xizmatlarini avtomatik tarzda taqdim etish orqali xizmat ko'rsatish samaradorligi oshirilgan.

Air France, Fransiyaning yirik aviakompaniyasi, sun'iy intellekt va avtomatlashtirilgan tizimlar yordamida sayohatlarni bron qilish jarayonini soddalashtirgan. Avtomatlashtirilgan tizimlar yordamida mijozlar o'z sayohatlarini avtomatik tarzda bron qilish, narxlarni taqqoslash va eng yaxshi variantlarni tanlash imkoniyatiga ega bo'ladilar. Bu tizimlar korporativ buyurtmachilar uchun sayohatlarni tezda rejalashtirish va xarid qilishni osonlashtiradi.

Fransiyada, turizm kompaniyalari SI yordamida mijozlarning talablarini prognozlash va ularga maxsus takliflar yaratish orqali xizmat ko'rsatishni optimallashtiradi. Air France kabi kompaniyalar, sun'iy intellekt yordamida mijozlar uchun shaxsiylashtirilgan takliflar yaratadi va sayohatlarni optimallashtiradi. Bu yondashuv, korporativ buyurtmachilarga mos ravishda xizmatlar yaratish va xarid qilish jarayonini ancha soddalashtirishga yordam beradi.

Birlashgan Arab Amirliklarida (BAA) sun'iy intellekt va avtomatlashtirish texnologiyalari turizm sohasida katta muvaffaqiyatlarga erishdi. BAA'dagi ko'plab kompaniyalar, masalan, "Emirates Airlines" va "Dubai Tourism", turizm xizmatlarini samarali boshqarish va korporativ buyurtmachilarga yuqori sifatli xizmatlar taqdim etish uchun texnologik yechimlardan foydalanyapti.

Emirates Airlines, BAA'dagi yirik aviakompaniya, korporativ buyurtmachilar uchun avtomatlashtirilgan sayohat rejalashtirish tizimini joriy qilgan. Bu tizim, korporativ mijozlarga sayohatlarni tezda rejalashtirish va bron qilish imkonini beradi. Emirates, sun'iy intellekt yordamida mijozlar uchun shaxsiylashtirilgan xizmatlar yaratadi va xarid qilish jarayonini soddalashtiradi. Buning natijasida, korporativ buyurtmachilar uchun sayohatlarni rejalashtirish va xarid qilish yanada samarali va qulay bo'ladi.

Dubai Tourism, BAA'dagi eng yirik turizm tashkiloti, sun'iy intellekt va avtomatlashtirish texnologiyalarini qo'llash orqali turizm xizmatlarini soddalashtirishda katta yutuqlarga erishdi. Dubai Tourism kompaniyasi, sayohatlarni rejalashtirishda raqobatbardoshlikni oshirish va mijozlarga sifatli xizmatlarni taqdim etish uchun innovatsion texnologiyalarni joriy etadi. Bu esa korporativ buyurtmachilar uchun sayohat xarid qilish jarayonini osonlashtiradi va samarali qiladi.

Xorijiy mamlakatlarning tajribalari turizm sohasida korporativ buyurtmachilar tomonidan

xizmatlarni xarid qilish jarayonini soddalashtirish uchun innovatsion texnologiyalarni muvaffaqiyatli qo'llashni ko'rsatadi. Sun'iy intellekt, avtomatlashtirish tizimlari va onlayn platformalar yordamida korporativ buyurtmachilar uchun xizmat ko'rsatish jarayonlarini tezlashtirish, xarajatlarni kamaytirish va samaradorlikni oshirish imkoniyatlari yaratilmoqda. Bu tajribalar, turizm kompaniyalariga raqobatbardoshlikni oshirish va mijozlarga sifatli xizmatlar taqdim etish imkonini beradi.

Xulosa: Korporativ buyurtmachilar tomonidan turizm xizmatlarini xarid qilish jarayonini soddalashtirish — bu zamonaviy texnologiyalar, xususan sun'iy intellekt (SI), avtomatlashtirilgan tizimlar va mobil ilovalar yordamida amalga oshiriladigan muhim jarayon hisoblanadi. Xorijiy tajribalar ko'rsatadiki, SI va innovatsion texnologiyalar turizm xarid qilish jarayonlarini tezlashtirish, xarajatlarni kamaytirish va xizmat ko'rsatish sifatini oshirish imkoniyatlarini yaratadi.

Korporativ buyurtmachilar tomonidan turizm xizmatlarini xarid qilish jarayonini soddalashtirish, bugungi kunda kompaniyalar uchun zaruriy ehtiyojga aylangan. Zamonaviy texnologiyalar, xususan sun'iy intellekt va avtomatlashtirilgan tizimlar yordamida, sayohatlarni rejalashtirish, xizmatlarni tanlash va xarid qilish jarayonlari yanada samarali va tezkor bo'lmoqda. Onlayn platformalar va mobil ilovalar, shuningdek, shaxsiylashtirilgan xizmatlar yaratish orqali bu jarayonni soddalashtirish imkoniyati oshadi.

Xorijiy tajribalar, masalan, AQSh, Germaniya va Fransiyadagi ilg'or kompaniyalar tomonidan amalga oshirilgan yondashuvlar, korporativ buyurtmachilar uchun eng qulay xizmatlarni taqdim etishning muvaffaqiyatli misollarini ko'rsatadi. Shu bilan birga, xavfsizlik va maxfiylik masalalari, ayniqsa ma'lumotlar xavfsizligini ta'minlashda e'tibor talab qiladi.

Xarid jarayonini soddalashtirish nafaqat vaqtni tejashga, balki kompaniyalar uchun iqtisodiy samaradorlikni oshirishga ham yordam beradi. Shu tarzda, sun'iy intellekt va avtomatlashtirish texnologiyalarini joriy etish, korporativ buyurtmachilarga turizm xizmatlarini yanada samarali xarid qilish imkonini beradi.

Takliflar:

1. Korporativ buyurtmachilar uchun xizmatlarni yanada shaxsiylashtirilgan tarzda taqdim etish va xarid qilish jarayonini soddalashtirish uchun sun'iy intellektni kengaytirish zarur. Bu, mijozlarning talablarini aniqroq prognozlash va eng qulay xizmatlarni taqdim etish imkoniyatini yaratadi.

2. Sayohatlarni rejalashtirish va xarid qilish jarayonlarini tezlashtirish uchun avtomatlashtirilgan tizimlar joriy qilinishi kerak. Bu tizimlar yordamida eng arzon va qulay variantlar avtomatik tarzda tanlanadi, bu esa vaqtni tejash va xarajatlarni kamaytirishga yordam beradi.

3. Korporativ xaridlar jarayonida mijozlarning ma'lumotlarini himoya qilish uchun xavfsizlik choralarini mustahkamlash zarur. Sun'iy intellekt yordamida ma'lumotlar xavfsizligini ta'minlash va maxfiylik siyosatlarini ishlab chiqish muhim ahamiyatga ega.

4. Onlayn platformalar va mobil ilovalar orqali korporativ buyurtmachilar uchun xizmatlarni tanlash, bron qilish va sayohatlarni rejalashtirish jarayonlarini soddalashtirish kerak. Bu platformalar foydalanuvchilarga qulaylik yaratib, barcha xizmatlarni yagona joyda taqdim etishga imkon beradi.

5. Turizm kompaniyalariga texnologik infratuzilmani mustahkamlash va yangi texnologiyalarni qo'llashni ta'minlash uchun yanada ko'proq resurslar ajratilishi kerak. Bu orqali kompaniyalar samarali va tezkor xizmatlar taqdim etish imkoniyatiga ega bo'ladi.

Adabiyotlar ro'yxati:

7. 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. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.01.002>

8. Gretzel, U., Sigala, M., & Xiang, Z. (2015). Smart tourism: Foundations and

developments. Electronic Markets, 25(3), 179-188. <https://doi.org/10.1007/s12525-015-0196-8>

9. Ivanov, S., & Webster, C. (2017). Adoption of robots and service automation by tourism and hospitality companies. Journal of Tourism Research, 38(4), 505-517. <https://doi.org/10.1016/j.jtrangeo.2017.01.001>

СТАТИСТИКА ТУРИЗМА В УЗБЕКИСТАНЕ КАК ИНСТРУМЕНТ ОПТИМИЗАЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ РЕСУРСОВ

Эралиева Айжан Бегалиевна

Агентство статистики при Президенте Республики Узбекистан, главный специалист
Банковско-финансовая академия, магистрант 2-го курса
e-mail: nurc0764@gmail.com

Аннотация: Туризм играет ключевую роль в экономике Узбекистана, а эффективное управление отраслью требует достоверных статистических данных. В тезисе рассматривается, как статистика туризма помогает анализировать динамику туристических потоков, оптимизировать ресурсы и прогнозировать доходы. Данные о въездном и выездном туризме, сезонных колебаниях и расходах туристов позволяют принимать обоснованные решения по развитию инфраструктуры, маркетингу и инвестициям.

Особое внимание уделяется развитию экотуризма и культурного наследия, а также регулированию занятости в отрасли. Статистика способствует рациональному строительству туристических объектов и минимизации воздействия на окружающую среду. За последние годы наблюдается значительный рост туристических потоков: число иностранных туристов увеличилось в 5,4 раза, а выездной туризм вырос на 10%.

Использование статистических данных укрепляет конкурентоспособность туристической отрасли Узбекистана, способствуя ее устойчивому развитию и вкладу в экономический рост страны.

Ключевые слова: въездной туризм, выездной туризм, статистический анализ, туристические потоки, динамика туризма, визовая политика, сезонность туризма, экономические факторы, развитие туризма, туристическая инфраструктура.

Введение: В современных условиях туризм играет значительную роль в экономическом развитии Республики Узбекистан. Эффективное управление туристической отраслью требует достоверных и актуальных статистических данных, которые позволяют анализировать динамику туристических потоков, прогнозировать доходы и оптимизировать использование экономических ресурсов. В данном тезисе рассматривается, каким образом статистика туризма в Узбекистане способствует рациональному распределению финансовых, трудовых и инфраструктурных ресурсов, а также повышению экономической эффективности туристического сектора.

Статистические данные позволяют определить основные тенденции в развитии туризма в республике, включая количество прибывающих и выезжающих туристов, среднюю продолжительность пребывания, географическое распределение туристических потоков и сезонные колебания посещаемости. Эта информация помогает органам государственной власти, бизнесу и инвесторам принимать обоснованные решения, связанные с развитием туристической инфраструктуры, маркетинговыми стратегиями и распределением бюджетных средств. В стране активно ведется работа по сбору и анализу статистических данных о посещаемости культурных и исторических объектов, потоках внутреннего и въездного туризма, что позволяет формировать более точные прогнозы развития отрасли.

Статистические исследования в сфере туризма позволяют определить наиболее прибыльные сегменты туристического рынка страны, что способствует эффективному