

SAYYOHLIK JARAYONLARINI TASHKIL ETISH VA TAKOMILLASHTIRISH AXBOROT TIZIMINI YARATISH ALGORITMI VA ISHLAB CHIQUISH MEXANIZMI

Xoliqova Manzura Qoyirovna

TIQXMMI MTU Buxoro tabiiy resurslarni boshqarish institute

“Muxandislik grafikasi va raqamli texnologiyalar” kafedrasida assistenti

<https://doi.org/10.5281/zenodo.7311413>

Annotatsiya. Ushbu maqolada sayyohlik jarayonlarini tashkil etishga ko‘maklashuvchi yangicha axborot model hamda algoritmlariga asoslangan axborot tizimi yaratish texnologiyalari bilan bog‘liq masalalar ko‘rib chiqilgan. Sayyohlik jarayonlarini tashkil etish va takomillashtirish axborot tizimini yaratish algoritmi va ishlab chiqish mexanizmi ishlab chiqilgan.

Kalit so‘zlar: axborot, arxitektura, ma‘lumot, algoritmi, administrator, interfeys, parametr, obyekt, mijoz, turizm, server, tarmoq, jarayon.

АЛГОРИТМ И МЕХАНИЗМ РАЗРАБОТКИ СОЗДАНИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ТУРИСТСКИХ ПРОЦЕССОВ

Аннотация. В данной статье рассматриваются вопросы, связанные с технологиями создания информационной системы на основе новой информационной модели и алгоритмов, которые помогают организовать туристические процессы. Разработан алгоритм создания информационной системы организации и совершенствования туристских процессов и механизм развития.

Ключевые слова: информация, архитектура, информация, алгоритм, администратор, интерфейс, параметр, объект, клиент, туризм, сервер, сеть, процесс.

ALGORITHM AND MECHANISM FOR DEVELOPING THE INFORMATION SYSTEM FOR ORGANIZING AND IMPROVING TOURIST PROCESSES

Abstract. This article discusses issues related to the technologies for creating an information system based on a new information model and algorithms that help organize tourism processes. An algorithm for creating an information system for organizing and improving tourism processes and a development mechanism have been developed.

Keywords: information, architecture, information, algorithm, administrator, interface, parameter, object, client, tourism, server, network, process.

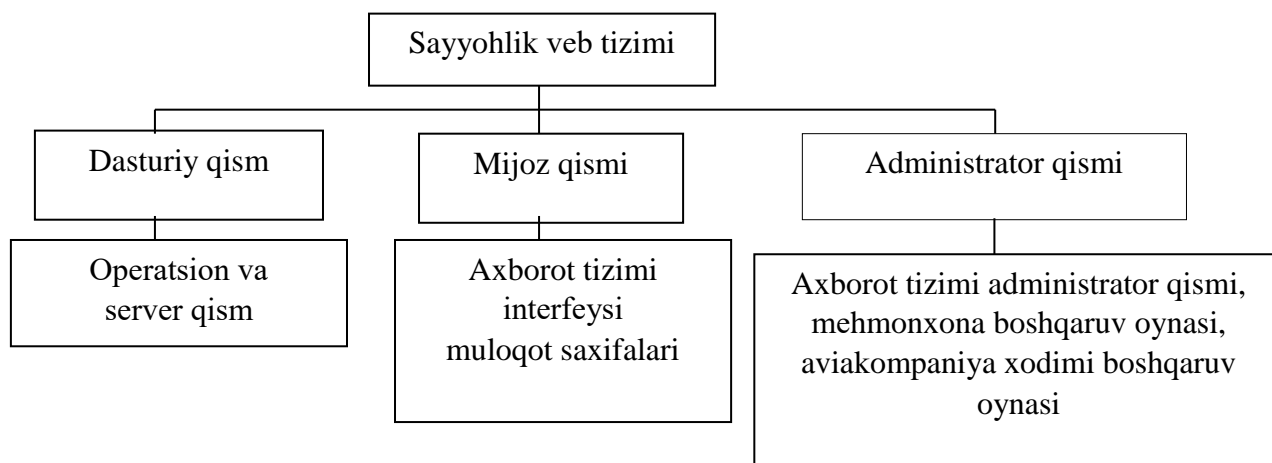
KIRISH

Sayyohlik jarayonlarini tashkil etish va takomillashtirish axborot tizimini yaratishdan oldin uni amalga oshirish arxitekturasi va ishlash algoritmini ishlab chiqish talab etiladi. Sayyohlik jarayonlarini tashkil etish va takomillashtirish axborot tizimini arxitekturasi shunday tuzilishi kerakki, unda ma‘lumotlar tizimlashtirilgan va tashrif buyuruvchilar izlayotgan ma‘lumotlarini tez va oson topishlari uchun qulay navigatsiya tashkil etilishi zarur. Puxta o‘ylab chiqilgan va yuqori saviya bilan loyixalangan arxitektura bu axborot tizimi mijozlarning tashrif buyurishlar sonini ortishiga sabab bo‘ladi. Quyida sayyohlik jarayonlarini tashkil etish va takomillashtirish axborot tizimini tuzilish arxitekturasi keltirilgan.

TADQIQOT MATERIALLARI VA METODOLOGIYASI

Rasm 1.1

Sayyohlik jarayonlarini tashkil etish va takomillashtirish axborot tizimini tuzilish arxitekturasi.



TADQIQOT NATIJALARI

Sayyohlik jarayonlarini tashkil etish va takomillashtirish axborot tizimini ishlash algoritmi quyidagi rasmda keltirilgan.

Ko‘rinib turibdiki, mijoz veb-sayt ma’lumotlari va xizmatlar bilan tanishishi va kerakli buyurtmalarni amalga oshirishi mumkin. Boshqaruv panellariga o‘tishda esa login va parol kiritish talab etiladi.

Sayt reklamasidagi dastlabki qadamlarni saytni yaratayotgan vaqtdayoq qilish lozim. Sahifa qidiruv tizimlari tomonidan topilish imkoniyati iloji boricha yuqori qilingan holda optimizasiya qilinishi lozim, bu xaqda sizning saytingizni qilayotgan studiya bilan kelishib olishni unutmaslik kerak. Sayt yaratilgandan so‘ng uni qidiruv tizimlarida, katalog va reytinglarda ro‘yxatdan o‘tkazish kerak. Sizning saytingizga qancha ko‘p ssilka bo‘lsa, bu shuncha foyda.

Internetdagi eng asosiy reklama bu haligacha bannerli reklama hisoblanadi. Bannerning standart shakllari 468x60 va 100x100 hisoblanadi.

Reklamaning narxi bannerning joylashtirish muddati yoki 1000 marta namoyishlar soniga qarab belgilanadi. Ba’zi bir saytlarda bannerni namoyishi bo‘yicha to‘lovmas, uni bosilishi soni bo‘yicha to‘lovli joylashtirishlar qo‘llanadi.

Sayyohlik firmasi uchun eng foydali reklama bu sayyohlik saytlarida yoki sayohatga doir sahifalar bo‘lgan boshqa saytlarda amalga oshirilgan reklamadir. Undan tashqari eng mashhur sayyohlik portallardan www.turizm.ru va www.100dorog.ru kabilarda aniq bir mamlakat yoki aniq mamlakatdagi turlar yoki sayohat ko‘rinishi bo‘yicha ajratilgan bo‘limlarda bannerni joylashtirish mumkin. Bunday reklama yetarlicha qimmat hisoblanadi, har bir 1000 ta namoyish uchun, masalan 10 \$ dan 30 \$ gacha baholanadi.

Bannerli reklama faqatgina konkret saytlarga joylashtirilmay, banner tarmoqlarida ham joylashtirilishi mumkin, bunday tarmoqlar o‘nlab va yuzlab shu kabi saytlarni o‘zida birlashtiradi. Bunday tarmoqda reklama joylashtirish aniq saytda reklama joylashtirishga nisbatan arzonroq tushadi. Albatta, joylashishning sifati har doim ham yaxshi bo‘lmaydi. Banner tarmoqlarining bannarlari noqulay joylarda, masalan sahifaning eng quyi qismida joylashib qolishi mumkin. Bundan tashqari bunday tarmoqlardan ro‘yxatdan o‘tish vaqtida aynan bir auditoriya uchun mo‘ljallab ro‘yxatdan o‘tish nihoyatda qiyindir. Bunday kamchilikdan sayyohlik banner tarmog‘i (www.turizm.ru/turbs) holidir. U maxsus sayyohlik saytlari o‘rtasida

reklama almashinuvi uchun yaratilgan. Hozir tarmoqdagi saytlar soni 150 dan ortgan, bu son tekin bannerlar almashinuvi hisobiga ortib bormoqda.

Sayyohlik saytlarida qoida bo'yicha faqatgina bannerli reklamalar joylashtirilmay, balki tezkor axborotni ham joylashtirish mumkin. Natijada mijozlar qandaydir talablar asosida o'zlarini qiziqtirgan saytlar bo'yicha qidiruv berishadi va natija sifatida faqatgina talablarga mos keluvchi saytlar ro'yxatini olishadi. Xoxishga ko'ra, tashrif buyuruvchi ariza ham jo'natishi mumkin.

Bunday reklama sezilarli darajada arzon va hattoki o'zlarinini saytlari bo'lmagan firmalar ham ishlatishlari mumkin. Sayohatni joylashtirishda mijoz o'ziga parol va login oladi. Xoxlagan vaqtida sayohat haqidagi ma'lumotlarni o'zgartirishi imkon bo'ladi. Shuni hisobga olish lozimki, matn-satrlar reklamalar nihoyatda ko'p, ayniqsa yo'nalishlari mos keluvchi saytlarda.

Lekin bir necha qiyin bo'lmagan usullar yordamida bunday matn-satr reklamada siz o'zingizni raqobatchilardan ajratib turadigan qilishingiz mumkin. Birinchidan chiroyli sarlavha yozishga harakat qilish kerak, sababi narx va sarlavha mijozlarning diqqatini eng tez o'ziga jalb qiladigan ma'lumotlardir. Eng qiziqarli takliflarni alohida qatorda berish lozim.

Ikkinchidan, takliflar qanday qilib sortirovka qilinishiga e'tibor berish lozim. Ko'plab portallarda birinchi bo'lib, eng oxirgi qo'shilgan yoki yaqinda o'zgartirish kiritilgan e'lonlar ko'rinadi. Bu holda siz iloji boricha tez bu saytlarga kirib turishingiz va o'z takliflaringizni yangilab turishingiz lozim.

Sayyohlik saytlarida yana boshqa samarali reklama imkoniyatlari ham mavjuddir.

Sayyohlik portallari jurnallardan farqli o'laroq, reklama modullari chegaralari bilan chegaralanmagan va har doim qandaydir sizning taklifingizga mos original reklamani taklif qila olishadi.

MUHOKAMA

Masalan, agar sizga internet foydalanuvchisi maksimal darajada sizning taklifingiz haqida bilishini xoxlasangiz, u holda reklamani bir vaqtning o'zida bir nechta yirik sayyohlik portallariga joylashtirish lozim.

Internetdagi reklama imkoniyatlari faqatgina sayyohlik saytlari bilan chegaralanib qolmaydi. Yana bir sayyohlik firmalari uchun foydali bo'lgan maydonchalrdan biri bu qidiruv sistemalaridir. Albatta maksimal-maqсад, bu – berilgan so'rovga ko'ra sizning saytingizni birinchilar qatorida chiqarish, shu bilan birga arzon bo'lishi kerak. Lekin bunga erishish yetarli darajada qiyin.

XULOSA

Sayyohlik firmalari orasidagi raqobat juda yuqori. Shunga qaramay, o'z saytingizni so'rovlar bo'yicha mustahkam o'rnatish imkoniyati mavjud. Xulosa sifatida shuni aytish mumkinki, hozirgi kunda internetdagi sayyohlik reklamasi ancha samaralidir, faqatgina to'g'ri strategiya tanlash va shuni e'tiborga olish kerakki, internetdagi reklama ixtiyoriy boshqa reklama kabi kompleksli jarayondir, u bir martalik amaliyot emas.

REFERENCES

1. «Elektron tijorat to'g'risida» O'zbekiston Respublikasining qonuni, 29.04.2004 y.
2. «Elektron to'lovlar to'g'risida» O'zbekiston Respublikasi Qonuni, 16.12.2005 y.
3. «Elektron hujjat aylanishi to'g'risida» O'zbekiston Respublikasining qonuni, 29.04.2004 y.

4. Xolmogorov V.L. Web – masterstva. M.:Piter 2001 g.
5. Выков V. A. Elektronnyy biznes i bezopasnost. — M.: Radio i svyaz, 2000 g.
6. Bokarev T. Ensiklopediya Internet-reklamy. — M.: Izdatelstvo «PROMO-RU», 2000.
7. Gagin A. Tekhnologiya raboty v globalnykh obshchestvennykh setyax. — Jet Infosystems, 1996 g.
8. Galkin S. Ye. Biznes v Internet. — M: «Sentr», 1998 g.
9. Zakaryan I., Filatov I. Internet kak instrument dlya finansovykh investitsiy. — SPb.: BXV — Sankt-Peterburg, 1999 g.
10. Imeri Vins. Kak sdelat biznes v Internet, 3-ye izd. per. s angl. pod red. N. M. Makarovoy. — Moskva: Dialektika, 1998 g.
11. Konnekut D. Ispolzovanie Internet, 2-ye izdanie. — Kiev: Dialektika, 1997 g.
12. Prinsip elektronnoy biznesa / Perevod: Rubsov V., Gracheva M.V. – Izd-vo: Otkrytye sistemy, 2001g.
13. Norchayev A..N. Xalqaro sayyohlik rivojlanishning iqtisodiy o'sishga ta'siri. //Turkiston gazetasi. 14 – sentabr. 2009
14. Norchayev A.N., Eshnazarov M.A. Taraqqiyotning muhim bo'gini. //Turkiston gazetasi. 29 – noyabr. 2006 y
15. Butunjahon Turizm Tashkilotining 2010 - yil turizm sohasi rivojlanishi va uning kelajakdagi prognozi bo'yicha hisoboti. // www.unwto.org, 2010
16. „O'zbekturizm” MKning 2005 – 2012 – yillarda xizmat ko'rsatish va servis sohasini jadal rivojlantirish dasturi
17. Дурович А.Р. Организация туризма – СП.: «ПИТЕР» 2009.
18. Турковский М. Маркетинг гостиничных услуг. Учебное пособие – М.: «ФиС» 2008.
19. Бутко И.И. и другие. Туристический бизнес: Основы организации – М.: «ФиС» 2008.
20. Биржаков М.В. Введение в туризме. – СП.: «ПИТЕР» 2008.
21. Уолкер Дж.Р. Введение гостеприимство. Зарубежкй учебник. – М.: «ЮНИТИ - ДАНА» 2008.
22. Севастьянов Д.В. Основы странаведение и международного туризма. Учебное пособие. – М.: «Академия». 2008.
23. Ефимова О.П. Экономика гостиниц и ресторанов. Учебник. – М.: «Новое знание» 2008.
24. Берлоу Дж., Стюарт П. Сервис ориентированный на бренд – новое нокурентное преимущество. –М.: «Олимп-бизнес» 2006.
25. Aliyeva M.T. , Xo'jayev O'.X. Turizm rivojlanishini prognozlash. O'quv qo'llanma. – T.: «TDIU» 2005
26. Александрова А.Ю. Международный туризм. – М.: «ГРИФ» 2004.
27. Зорин И.В. Менеджмент туризма. Туризм и отраслевые системы. Учебник. М.: «ФиС» 2002.
28. Чудновский А.Д. Туризм и гостиничный бизнес. Учебник – М.: «Юркнига» 2002.
29. <http://www.gov.uz> – O'zbekiston hukumatining rasmiy sayti
30. <http://www.stat.uz> – O'zbekiston Respublikasi Davlat Statistika Qo'mitasi rasmiy sayti
31. <http://www.uzbektourism.uz> - „O'zbekturizm” MK rasmiy sayti
32. <http://www.unwto.uz> – ВМТning Butunjahon turizm tashkiloti rasmiy sayti

33. <http://www.worldtravel.com>
34. <http://www.visittoczech.com>