



ТАМБОВСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ Г.Р. ДЕРЖАВИНА



# “ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИНИ ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА РИВОЖЛАНТИРИШ МУАММОЛАРИ”

Халқаро илмий-амалий анжуман

## МАТЕРИАЛЛАРИ ТЎПЛАМИ (IV-қисм)

(2021 йил 19-20 феврал)

Самрқанд - 2021



<b>III ШУЪБА. "ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА ТУРИЗМ СОҲАСИ САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШ МЕХАНИЗМЛАРИ, РИВОЖЛАНТИРИШ ТЕНДЕНЦИЯЛАРИ ВА ИСТИҚБОЛЛАРИ"</b>		
Пардаев М.К.	Туризм соҳасида тадбиркорликни ривожлантириш имкониятлари	52
Пардаев Б.Р.	Жиззах воҳасида зйрат туризми ва унинг иқтисодий имкониятлари	55
Ковулдов Ж.М.	Туризм соҳаси самарадорлигини оширишда ижтимоий-демографик омилларни ҳисобга олиш	58
Холқиллов А.Н., Абдуллаев С.Т.	Vuxoro viloyatida turizm sohasidagi asosiy ko'rsatkichlar tahlili	62
Матякубов У.И., Ибодуллоев Е.	"Travel bubble" and its possible use between Uzbekistan and CA countries during COVID-19	65
Каримова А.М.	Сущность инноваций и факторы препеняствующие развитию инновационной деятельности туризпредприятий	68
Ноқуллова Д.З., Абдуллаев С.Т.	Turistik xizmatlar tarmog'ini klasterlarni shakllantirish orqali rivojlantirish masalalari	71
Қолачдаров У.Х., Салимов Э.Х., Худойбердиев С.	Туризм соҳасида талабни шакллантиришда регрессия бoғланиши	75
Ибрагимова М. Фозилова Г.	Туристтик хизматларнинг ўзига хос хусусиятлари	79
Абдураимов Д.М.	Туризм соҳасини тартибга солишнинг асосий йўналишлари ва омиллари	81
Ташматов Ш.У.	Инновация ва рақамли иқтисодиёт шароитида туризм соҳасининг ривожланиш тенденциялари	85
Garratov B.N.	Jizzax viloyatida turizm sohasi samaradorligini oshirish yo'nalishlari va mexanizmlari	89
Рузибаева Н. Х.	Рақамли иқтисодиёт ривожланиши шароитида туристик корхоналар инновация оқоллигини ошириш	94
Ходжаиязов Э.С.	Хоразм вилояти туризм соҳаси транспорт хизматларини янада ривожлантиришда рақамли технологияларнинг аҳамияти	98
Ташматов Ш.У., Лим Н.В.	Проблеми и перспективы развития сферы туризма в условиях инновационной и цифровой экономики в узбекистане	101
Зиявитдинов Х.	Формы smart сервиса в управлении рестораном	105
Ханиязарова О.	Перспективы развития этнотуризма в Узбекистане	107

Хасанова Н.А.	Туризм фаолиятини давлат томонидан тартибга солишни такомиллаштириш	110
<b>IV ШУЪБА. "ХИЗМАТ КўРСАТИШ СОҲАСИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ВА САМАРАДОРЛИгини ОШИРИШДА МЕНЕЖМЕНТ ВА МАРКЕТИНГНИ ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА ТАКОМИЛЛАШТИРИШ МАСАЛАЛАРИ"</b>		
Xoliqulov A.N., Yodgorov A.A.	Kichik biznes faoliyatida marketing va uning asosiy yo'nalishlari	114
Yulohoxovov N.B.	Raqamli marketingda internet-reklamadan foydalanishning o'ziga xos xususiyatlari	117
Усмонова Д.И., Рахмонов М.М., Абдуразоков М.	Ташки бозорларда маркетинг аддикотларини амалга оширишнинг ўзига хос	120
Narkulova Sh.Sh.	Internet marketing in the field of retail trade in the conditions of innovative and digital economy	124
Махмудова Д.Р.	Рақамли иқтисодиётни ривожлантириш шароитида кичик бизнес бoшқарувини такомиллаштириш	127
Bovijigitov S.K. Xo'jaxmedov U.A.	Ishlab chiqarish korxonalarida marketing faoliyatini samaradorligini baholash mexanizmlarini takomillashitirish	131
Яхёнонов Н.Б., Наркулова Ш.Ш.	Роль инструментов цифровой маркетинга в деятельности интернет-магазинов	133
<b>V ШУЪБА. "ХИЗМАТ КўРСАТИШ СОҲАСИ САМАРАДОРЛИгини ОШИРИШДА ИННОВАЦИОН ВА ИНВЕСТИЦИЯЛАРНИНГ ўрни ВА МОЛИЯВИЙ МУНОСАБАТЛАРНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ МАСАЛАЛАРИ"</b>		
Хамракулова О.Д.	Инвестиции в сфере образовательных услуг Узбекистана	138
Хайдаров З.Ш.	Тижорат банклари актив ва пассивларини бoшқарилиши: холати, муаммолари ва такомиллаштириш йўналишлари	140
Abdikarimova D.R.	Raqamli iqtisodiyot sharoitida bank kreditlari garov ta'minotini baholash faoliyatini tartibga solish masalalari	144
Хусанов Б.Ш., Ходжимамедов А.	Маҳаллий бюджет харажатларини ошириш ва улардан самарали фойдаланиш имкониятлари	147
Турсунов И.Н., Турсунов Б.Э., Алиева С.С.	Предпосылки создания финансового механизма развития сельского хозяйства в условиях пандемии коронавируса	150



от посредников между производителями и потребителями, что отразится на ценах туристских услуг в сторону понижения, качестве и ассортименте услуг. А также повысится ответственность производителей за свои продукты, их качество и уровень обслуживания, тем самым увеличатся и спрос.

По нашему мнению, одной из проблем, тормозящих развитие туризма в Узбекистане является информационное обеспечение. Так как, туристы не редко сталкиваются с тем, что не могут найти информацию о том или ином объекте (чаще всего о гостиницах, пунктах питания, обмена валют и т.п.) либо она не актуальна. Для решения данной проблемы можно создать мобильное приложение или платформу, в которой турист сможет на любом языке найти, например, ближайшие гостиницы, ознакомиться с ценами, условиями проживания и забронировать номер. При этом важно уделить внимание приобретению высокотехнологичных систем для безопасного, надежного, долгосрочного хранения больших объемов информации, а также подсистем обеспечения их безопасности.

Итак, в условиях инновационной и цифровой экономики производители туристских услуг вынуждены внедрять новые формы цифровизации в свою хозяйственную деятельность с тем, чтобы приобрести дополнительные конкурентные преимущества и не оказаться вынужденными инициировать процесс ликвидации по причине неприбыльного бизнеса. Однако, возникающие тенденции не всегда очевидны: как правило, они востроены в практике повседневности, но затрагивают важные аспекты как личностного бытия, так и общественного развития и потому нуждаются в пристальном исследовательском внимании.

#### Список использованной литературы

1. Морозов М.А. Инфраструктурное обеспечение предпринимательской деятельности в туризме: монография. М.: Российский новый университет, 2005. 172 с.
2. Морозов М.А., Морозова Н.С. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме. Учебник. 6-е изд., перераб. М.: Академия, 2008.
3. Семячков К.А. Цифровая экономика и ее роль в управлении современными социальными экономическими отношениями // Современные технологии управления. – 2017. – № 4 (80) [Электронный ресурс] – <http://sovman.ru/article/8001/>
4. Иванов В.В., Малинецкий Г.Г. Цифровая экономика: от теории к практике // Инновации. 2017. № 12(30). С. 3-12.
5. Черевачко Т.В., Темякова Т.В. Цифровизация туризма: формы проявления // Ин-Сарат. ун-та. Нов. сер. Сер. Экономика. Управление. Право. 2019. Т. 19, вып. 1. С. 59-64. DOI: <https://doi.org/10.18500/1994-2540-2019-19-1-59-64>
6. <https://ida.uz/ru/society/zachem-uzbekistanu-isifovizatsiya-14-05-2020>
7. Цифровизация туризма: кто не успел, тот опоздал. URL: <https://www.tourprom.ru/articles/42/>
8. Постановление Президента Республики Узбекистан «О мерах по широкому внедрению цифровой экономики и электронного правительства» №П-4699 28.04.2020. URL: <https://lex.uz/docs/4890661>
9. «Концепция развития сферы туризма в Республике Узбекистан в 2019-2025 годах» приложение № 1 к Указу Президента Республики Узбекистан от 5 января 2019 года № УП-561 URL: <https://lex.uz/ru/docs/4143186>
10. Узбекистан – страна незабываемого туризма. URL: <https://www.un.uz/uzbekistan/fr/news/>

Абдулло Зиявитдинов – базовый доцент кафедры экономики сферы сервиса, Бухарский государственный университет

#### ФОРМЫ СМАРТ СЕРВИСА В УПРАВЛЕНИИ РЕСТОРАНОМ

**Аннотация:** Мақолада ресторан бизнесини бошқаришда акция хизматининг наққадли муҳофиза қилиниши ва ресторан хизмати соҳасидаги енг қизиқарли рақамли маҳсулотларнинг хуsusиётларига алоҳида эътибор қаратилади.

**Калит сўзлар:** ресторанни бошқариш, smart сервис, онлайн шарҳ, онлайн фрой, акция хизмат тизими.

**Аннотация:** В статье рассматривается формирование smart сервиса в управлении ресторанном бизнесом и особое внимание уделяется характеристике наиболее интересные цифровые продукты в сфере ресторанного обслуживания

**Ключевые слова:** управление рестораном, smart сервис, онлайн-обзор, онлайн-бронирование, интеллектуальная система обслуживания.

**Abstract:** The article discusses the formation of smart service in the management of the restaurant business and pays special attention to the characteristics of the most interesting digital products in the field of restaurant service.

**Keywords:** restaurant management, smart service, online review, online booking, intelligent service system.

Согласно Service Science, услуга рассматривается как взаимодействие нескольких участников на основе ценностного предложения, которое направляет применение компетенций для взаимной выгоды<sup>1</sup>. Последние разработки в области Service Science, в соответствии с центральной ролью технологий и ИКТ как на глобальном, так и на бизнес-уровне, имеют вид smart сервис или так называемые интеллектуальные сервисные системы. В число, которых относятся следующие цифровые продукты в сфере ресторанного обслуживания:

**1. Poster-Платформа автоматизации кафе, ресторана и магазина.** Облачный сервис для автоматизации кафе, ресторана или маленького магазина на планшете. Poster позволяет создать виртуальную карту зала, принимать и контролировать заказы, вести кассу, печатать чеки, которыми есть открытые заказы, выделяются на карте ресторана.

**2. R-Keeper-Платформа для автоматизации предприятий общественного питания<sup>2</sup>.** Платформа разработана для небольших кафе, баров, многозальных ресторанов и крупных сетей. Автоматизация обеспечивается двумя программными уровнями: кассовым и менеджерским. Классовый уровень обеспечивает автоматизацию процесса продаж и формирование соответствующей базы данных.

Менеджерский уровень отвечает за формирование справочников, распределение прав доступа, настройку кассового уровня, установку параметров

1. Imiti A., Grimaldi M., Tommasetti A., Troisi O., Vecsi M. (2017a). Modeling and Measuring the Consumer Activities Associated with Value Co-creation: An Exploratory Test in the Context of Education. Service Science <https://keeper.uz/>



и настроек отчетов, разработку и внедрение маркетинговых программ, обеспечение взаимодействия с другими системами. В платформе используются переносные терминалы официанта на iPad/iTouch, электронное меню на планшетах iPad, динамические меню-борды, кассовые станции с дополнительным экраном для гостя, электронные очереди, киоски самообслуживания для фастфудов, электронные принтеры повара и официанта.

**3. Piazus-Мобильное приложение для оплаты счета в кафе и ресторанах<sup>1</sup>.** Приложение позволяет оплачивать счет и оставлять чаевые, не дожидаясь официанта с терминалом оплаты. Вместе с чеком посетитель получает от официанта код для ввода в приложении Piazus. После ввода кода в приложение клиент видит свой заказ и может его оплатить. Деньги списываются с карты, которая привязана к Piazus. Официанты получают чаевые мгновенно на Яндекс.Кошелек. Администраторы заведения могут отслеживать поступления чаевых в отчете.

**4. Self-Bar-Система самообслуживания для современного бара** Основу Self-Bar составляет решение для продажи напитков, состоящее из следующего оборудования: терминала оплаты, позволяющего выдавать и пополнять карты клиента путем наличных или безналичных оплат; терминалов розлива и сервера, объединяющего все оборудование в единую систему. Также в систему интегрируются снековые автоматы, терминалы заказа блюд по меню, терминалы для кухни, дисплеи готовности заказа. Используя различные комбинации оборудования, можно создать как небольшой бар, так и ресторан самообслуживания с несколькими зонами раздачи блюд и саморозливом напитков. Полный контроль над расчетами ведется с помощью бота в Telegram.

**5. Штрих-М-Система управления рестораном.** Система работает следующим образом: официант на кассовом терминале (рабочей станции официанта) формирует заказ для клиента, выбирая на сенсорном экране заказанные блюда. На кухонных принтерах (на кухне и в баре) автоматически печатаются чеки заказа с указанием номера стола заказчика, официанта и блюд данной кухни (бара), входящих в заказ. По этим чекам официант получает блюда из кухни и бара. Марочник на кухне и бармен в баре проверяют отпуск блюд. Таким образом ограничивается недокUMENTированное получение блюд и одновременно увеличивается скорость обслуживания. Одновременно на одном терминале работают несколько официантов и обслуживается множество клиентов. Для расчета с клиентом официант печатает счет. Если у клиента имеется дисконтная карта, официант регистрирует ее и клиент автоматически получает скидки. Кассир принимает деньги у официанта и выдает фискальный чек. Администратор ресторана имеет возможность на своей рабочей станции наблюдать за заказами. Обычно только менеджер подтверждает заказы, возвращает, обменя блюдами между столами, продажу по свободной цене, дает скидки.

**6. MixCart-Сервис автоматизации закупок для ресторанов.** Система

представляет собой платформу, которая трансформирует закупки и управление документооборотом через автоматизацию этих процессов: мастера и поставщики управляют закупками через облачные решения.

Система сокращает время на обработку заказов и уменьшает количество возвратов, благодаря автоматизации документооборота через интеграцию с R-ксерет и 1С, наличием мобильного приложения, автоматической выгрузки прайсов, собственной торговой площадки. MixCart обеспечивает снижение затрат на 18%.

**7. Shopster-Сервис трекинга посетителей с помощью Wi-Fi<sup>1</sup>.** Shopster Analytics – сервис, анализирующий потоки посетителей. В изучаемые ключевые показатели входят маршруты передвижения, проведенное в магазине время, частота посещений. Полученные данные обрабатываются и наглядно визуализируются в виде схем и графиков. Сервис отслеживает потоки посетителей путем анализа Wi-Fi-сигналов мобильных устройств и предоставляет новую информацию о них: частоту посещений, проведенное время.

**8. Робот-оффинант-Автоматизированный робототехнический комплекс<sup>2</sup>.** Алгоритм использования робототехнического комплекса прост: при появлении новых гостей администратор (или иной сотрудник заведения) вызывает к себе робота-оффинанта через свой пульт вызова. Робот самостоятельно подбегает к администратору, используя заранее составленную карту помещения. Администратор выдает роботу электронное меню и через пульт вызова задает номер столика, куда его следует доставить. Робот самостоятельно доставляет электронное меню к столу гостей и предлагает гостям сделать через него заказ. После выдачи электронных меню робот уезжает для обслуживания следующих гостей.

**О.И. Ханназарова** – магистрант группы МФ-119, СамИЭС,  
**Ф.У. Шокиров** – магистрант группы МФ-119, СамИЭС

## ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭТНОТУРИЗМА В УЗБЕКИСТАНЕ

**Аннотация:** В статье анализируются вопросы и перспективы развития этнографического туризма в Республике Узбекистан. В Узбекистане предлагается проводить различные национальные мероприятия не только для нашего народа, но и для наших зарубежных гостей.

**Ключевые слова:** экономика, этнография, этнографический туризм, национальные события.

**Аннотация:** Maqolada O'zbekiston Respublikasida etnografik turizmni rivojlantirish masalalari va istiqbolli tahlil qilingan. O'zbekistonda nafaqat xalqimiz, balki chet ellik mehmonlarimiz uchun ham turli xil milliy tadbirlarni o'tkazish taklif etilmoqda.

<sup>1</sup> <https://www.getshopster.com/ru/>

<sup>2</sup> <http://robotrends.ru/robotopia/roboty-officianty-primery-vnetremny>