



# ILM-FAN MUAMMOLARI YOSH TADQIQOTCHILAR TALQINIDA

KITOB

RESPUBLIKA ILMIY KONFERENSIYASI

ILM

FAN

TADQIQOT

TAHLIL

TA'LIM

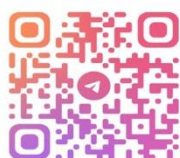
YANGI O'ZBEKISTON

MAKTAB

INNOVATSIYA

BUYUK KELAJAK

UCHINCHI RENESSANS



@TALQINVATADQIQOTLAR

## KONFERENSIYA QATNASHCHILARI:

- ✓ TALABALAR
- ✓ MAGISTRANTLAR
- ✓ DOKTARANTLAR
- ✓ YOSH OLIMLAR
- ✓ YOSH O'QITUVCHILAR

Aniq fanlar

Tabiiy fanlar

Tibbiyot fanlari Ijtimoiy-gumanitar fanlar

Texnika fanlari San'at va madaniyat fanlari

Jismoniy tarbiya va sport

Iqtisod fanlari

Filologiya fanlari

Pedagogika fanlari

Psixologiya fanlari



TALQINVATADQIQOTLAR.UZ



+99891-152-93-14

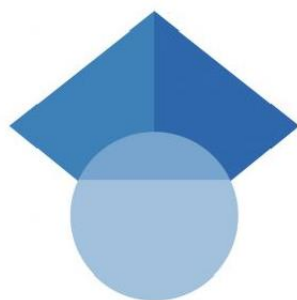
Ushbu ilmiy-onlayn konferensiya “Ilm-fan va ilmiy faoliyat to’g’risida” O’zbekiston Respublikasi Qonuni, O’zbekiston Respublikasi Prezidentining ilm-fan va ta’lim sohasini rivojlantirishga qaratilgan tegishli qarorlarida ko’zda tutilgan vazifalar ijrosini ta’minlash, talabalar, magistrantlar, doktorantlar va yosh olimlarning ilmiy tadqiqot natijalarini keng yoritish maqsadida “Talqin va tadqiqotlar” ilmiy-uslubiy jurnali tahririyati (O’zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikasiyalarni rivojlantirish agentligining 1540-sonli Guvohnoma, ISSN 2181-3035, [talqinvatadqiqotlar.uz](http://talqinvatadqiqotlar.uz) veb-sayti) tomonidan har oyda bir marota tashkil etib boriladi.



# “Ilm-fan muammolari yosh tadqiqotchilar talqinida” mavzusidagi 8-sonli respublika ilmiy konferensiyasi

## MATERIALLARI TO’PLAMI

15-aprel, 2023-yil  
1-QISM



Google Scholar



ADVANCED SCIENCE INDEX



CYBERLENINKA



® digital object  
identifier



## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ В ГАСТРОНОМИЧЕСКОМ ТУРИЗМЕ

**Рузиева Махбуба Тулкиновна**

Преподаватель кафедры туризма и гостиничного хозяйства

Бухарский Государственный Университет

**Аннотация.** В статье рассматриваются использование информационных технологий в сфере кулинарного туризма, новшества, созданные в период COVID-19, которые стали широко использоваться по сегодняшний день.

**Ключевые слова:** гастрономический туризм, дополненная реальность, инновационные технологии.

Кулинарный туризм, который способствует росту рынка за счет налаживания связей между едой и туристической индустрией, а также укрепляет культурную самобытность и общность, а также экономическое положение, должен быть более вовлеченным и устойчивым. [1p35-49] Это также поможет сохранить культуру и традиции, перенести их в следующую эпоху и обеспечить их постоянное присутствие.

Компания American Express Travel недавно выпустила «Отчет о глобальных тенденциях в сфере путешествий за 2023 год», в котором говорится, что целенаправленные путешествия как гастрономический туризм, по-прежнему остаются в центре внимания Поп-культура и социальные сети напрямую влияют на решения о путешествиях; еда оказывает огромное влияние на впечатления от путешествий и на планы поездок на 2023 год. [2]

Возможно, это кажется несвязанным, но влияние технологий на отрасль гастрономического туризма огромно.

Миссия области практики технологий состоит в том, чтобы оценить взаимосвязь между технологиями, гастрономией и туризмом, а также продвигать передовые идеи в этой области на благо нашей отрасли.[3p156-160]

Технологии, от бесконтактных платежей до дополненной реальности и многого другого, оказывают огромное и долгосрочное влияние на туризм. Во время пандемии основное внимание уделялось важности технологий и тому, как они могут помочь нам повысить качество обслуживания посетителей (то есть клиентов).[4] Пандемия COVID-19 стимулировала более глубокое технологическое разделение труда в пищевом секторе, и переходы кажутся жизнеспособными после нормализации социальной жизни.

Инновационная цифровая трансформация включает в себя, например, роботов, интегрированные сервисы на основе данных в ресторанах, платформенные решения, которые улучшают создание и устойчивость сообществ, дополненную и виртуальную реальность (AR и VR), интеллектуальные направления и т. д. [5p116-120]

Поскольку культурная тенденция к идентичности бренда дестинации переоценивается предприятиями на международном уровне, важно, чтобы заинтересованные стороны в индустрии гастрономического туризма рассматривали технологическую трансформацию как ключевую опору и расширяли свои существующие модели, чтобы отразить этот сдвиг. Новое исследование показывает, что воздействие переноса гастрономического туризма в цифровое пространство также требует от нас изучения текущей ситуации и изучения научных и практических последствий в будущем после COVID.

Поскольку перед гастрономическим туризмом стоит задача оставаться привлекательным для нынешних и потенциальных клиентов, технологии также открывают возможности в областях, которые удовлетворяют потребность туристов в доступе к культурной информации и создании новых домашних впечатлений.[6 p42-63] Пандемия способствовала росту инновационных концепций в технологиях, связанных с кулинарными путешествиями. Кулинарные онлайн-сеансы и учебные пособия, дегустации в прямом эфире, туры в виртуальной реальности, удаленное социальное питание и питье — это

актуальные и жизнеспособные приложения, которые успешно поддерживают и временно заменяют традиционный опыт гастрономического туризма.

**Traveling Spoon** — прекрасный пример продовольственного бизнеса, который успешно развернулся с использованием технологий, перейдя от преимущественно международного опыта к проведению кулинарных мастер-классов с местными жителями как лично, так и онлайн. Использование творчества в сочетании с технологиями позволит предприятиям индустрии пищевого туризма продолжать привлекать гастрономов и поддерживать пламя путешествий, удовлетворяя текущие и растущие потребности.[7]

Туризм следует рассматривать как фактор, способствующий развитию социально-культурных и экономических аспектов страны, а не просто как бизнес. Скорость жизни становится настолько быстрой, что почти у каждого есть достаточно времени для физического и социального взаимодействия, а социальные сети становятся все более практичными, поскольку контакт происходит мгновенно и быстро, что экономит время, деньги и время ожидания.[8] Маркетинг в социальных сетях с помощью пользовательского контента, включающего изображения, отзывы и комментарии, предлагает обзор, ориентированный на фактическую реальность, а не на просто сфабрикованные отчеты, продвигаемые ресторанами.

### **Литература:**

1. Anne-Mette Hjalager. (2022) “Digital Food and the Innovation of Gastronomic Tourism” [Journal of Gastronomy and Tourism](#) 7(pp-35-49) DOI: [10.3727/216929722X16354101932186](#)
2. <https://www.travelagentcentral.com/your-business/authenticity-food-and-wellness-dominate-2023-travel-trends-amex>
3. Hudson, S., & Thal, K. (2013). The Impact of Social Media on the Consumer Decision Process: Implications for Tourism Marketing. *Journal of Travel & Tourism Marketing* 30(1-2):, 156-160.

4. Spence, C., Mancini, M., Huisman, G., 2019. Digital commensality: eating and drinking in the company of technology. Front. Psychol. 10, 2252. Available from: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02252>.
5. M. R. Tulkinovna, Z.S.T. Ugli. 2023/2/17. Innovative and Traditional Ways of Developing Gastronomic Tourism in Uzbekistan Central Asian Journal of Innovations on Tourism Management and Finance, 4\2 стр. 116-120
6. Гордин В.Э., Трабская Ю.Г. Гастрономический брендинг туристских дестинаций: опыт формирования и продвижения // Гастрономические бренды дестинаций: подходы и применение. СПб.: Изд-во Левша, 2014.С. 42-63.
7. <https://www.worldfoodtravelmarket.com/united-states/lafayette/culinary-tourism-industry-stakeholders/traveling-spoon>
8. <https://viafuture.ru/katalog-idej/innovatsii-v-turizme>