

**РЕЙТИНГ ТУРИСТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ В НАЦИОНАЛЬНОЙ
ИНФОРМАЦИОННО-ПОИСКОВОЙ СИСТЕМЕ**

Дусматова М.А

*Преподаватель кафедры
информационных технологий
Самаркандского института
экономики и сервиса.*

Султонмуродова Сабрина

*Студентки Самаркандского
института экономики и сервиса.*

Аннотация. В данной статье рассматривается значение рейтинга туристических предприятий в национальной информационно-поисковой системе. Анализируются основные критерии оценки, методы формирования рейтинга и его влияние на развитие туристической отрасли. Особое внимание уделяется роли цифровых технологий в повышении прозрачности и конкурентоспособности туристических услуг.

Ключевые слова: туризм, рейтинг, информационно-поисковая система, туристические предприятия, качество услуг, цифровизация.

Введение. Современное развитие туризма невозможно без использования информационных технологий. Национальные информационно-поисковые системы играют важную роль в предоставлении пользователям актуальной информации о туристических услугах. Одним из ключевых элементов таких систем является рейтинг туристических предприятий, который помогает потребителям делать осознанный выбор. Основная часть. Рейтинг туристических предприятий представляет собой систему оценки, основанную на различных показателях деятельности организаций. Основная цель рейтинга — повышение качества обслуживания и создание конкурентной среды на рынке туристических услуг.

К основным критериям оценки туристических предприятий относятся:

- качество предоставляемых услуг;
- уровень сервиса;
- отзывы клиентов;
- безопасность туристических услуг; соответствие стандартам и сертификация;
- ценовая политика.

Национальные информационно-поисковые системы собирают данные из различных источников, включая отзывы пользователей, результаты проверок и статистические показатели. Это позволяет формировать объективный рейтинг, который регулярно обновляется. Важным аспектом является прозрачность системы оценки. Пользователи должны понимать, каким образом формируется рейтинг, чтобы доверять предоставляемой информации. Использование современных технологий, таких как автоматизированные алгоритмы и аналитика больших данных, значительно повышает точность и достоверность рейтингов. Рейтинг оказывает значительное влияние на деятельность туристических предприятий. Высокие позиции в рейтинге способствуют увеличению числа клиентов, укреплению репутации и росту прибыли. В свою очередь, низкий рейтинг стимулирует предприятия к улучшению качества услуг.

Заключение. Таким образом, рейтинг туристических предприятий в национальной информационно-поисковой системе является важным инструментом развития туристической отрасли. Он способствует повышению качества услуг, формированию доверия со стороны потребителей и развитию здоровой конкуренции. В условиях цифровизации значение рейтингов будет только возрастать.

Список использованных источников. Ф

1. Закон Республики Узбекистан «О туризме».
2. Квартальнов В.А. Туризм: учебник. — М.: Финансы и статистика, 2020.
3. Официальные материалы туристических информационных систем.
4. ГОСТ Р 50690-2017 «Туристские услуги. Общие требования».