

O'ZBEKISTONDA TURISTIK XIZMATLAR ISTE'MOLCHILARINING RAQAMLI TEKNOLOGIYALARDAN FOYDALANISH DARAJASI

Xusniddinova Munavvar Sur'at qizi

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti doktoranti, Toshkent, O'zbekiston

E-mail: munavvar1141@icloud.com

Annotatsiya: Maqolada O'zbekistonda turistik xizmatlar iste'molchilarining raqamli texnologiyalardan foydalanish darajasi tahlil qilinadi. XXI asrda smartfon va raqamli texnologiyalar turizm sohasida muhim o'rin egallab, bronlash, to'lov tizimlari, yo'nalish bo'yicha navigatsiya va tarjimon dasturlar orqali sayohat jarayonlarini yengillashtirmoqda. Shuningdek, raqamli texnologiyalar turizm tadbirkorlariga bozor tahlili va marketing strategiyalarini takomillashtirish imkonini beradi. O'zbekiston turizm sanoati raqamli transformatsiya bosqichida bo'lib, mobil texnologiyalar, ijtimoiy media va sun'iy intellektdan foydalanish tendensiyalari oshmoqda. Shu bilan birga, raqamli tafovut va axborot xavfsizligi kabi muammolar ham mavjud.

Kalit so'zlar: Ijtimoiy media, VR sayohatlar, raqamli texnologiya, virtual tajriba, raqamli savodxonlik.

Kirish: XXI asr texnologiyalar kundalik hayotimizning barcha qismida ta'limdan tortib ish jarayonida faol ishtirok etmoqda. Ayniqsa, smartfonlardan barcha narsalarda foydalanish hayotimizni tubdan o'zgartirib yubordi. Priori Data ma'lumotlariga ko'ra 2024- yil 4,88 mlrd smartfon foydalanuvchilari mavjud bo'lib, bu dunyo aholisining taxminan 60,42 foizini tashkil qiladi. Dunyo miqyosida foydalanilayotgan smartfonlar soni 7,21 milliardga yaqin (How Many People Own Smartphones in the World? (2024-2029) | Priori Data). Raqamli texnologiyalar xususan aqilli qurilmalardan foydalanish har kunlik yangi axborot qabul qilish yangi narsalarni bilish kundalik hayotimizga, jumladan sayohat xizmatlaridan foydalanishga katta qulaylik yaratadi. O'zbekistonda turistik xizmatlar iste'molchilari raqamli texnologiyalardan qanday maqsadlarda foydalanishadi hamda foydalanish ko'lamiga haqida batafsil ma'lumotlar yetarli emas.

Bugungi kunda sayyohlar raqamli texnologiyalardan faol ravishda foydalanib kelishmoqda. Bronlash, onlayn va oflayn to'lovlar, destinatsiya haqida ma'lumotlar, audiogidlar, tarjimon dasturlari kabi ko'plab xizmat ko'rsatuvchi dasturlar mavjud. Raqamli texnologiyalar sayyohlik sohasidagi tadbirkorlarga katta ma'lumotlarni yig'ish va tahlil qilish imkoniyatini beradi. Bu turizm bozorini, turistlarning ehtiyojlarini, afzalliklarini va xatti-harakatlarini tushunishga va tegishli bozorlarga yo'naltirilgan holda marketing siyosatini amalga oshirishga yordam beradi.

Turizmni rivojlantirish barcha davlatlar uchun muhim bo'lganidek O'zbekiston uchun ham muhim hisoblanadi. Xizmatlar sohasi O'zbekiston iqtisodiyotining asosiy tarmog'i va yildan yilga mahalliy va xalqaro sayyohlarni jalb qiluvchi sohalardan biridir. Iste'molchilarning raqamli texnologiyalardan foydalanish darajasini aniqlash va tahlil qilish turizm sohasida raqamli texnologiyalardan samarali foydalanish uchun chora tadbirlar ishlab chiqishga yordam beradi.

ASOSIY QISM: Raqamli texnologiyalarni qo'llash va aqlli qurilmalardan keng foydalanish iste'molchilarning sayohatga moyilligini sezilarli darajada oshiradi, turizm yo'nalishlarining raqobatbardoshligini oshirish haqida tushuncha beradi (Tan et al., 2025). Shunga qaramay tadqiqotda foydalanuvchi ma'lumoti xavfsizligi va maxfiyligi, haddan tashqari ko'p ma'lumotlar yuklanishi va uning oqibatlari takidlanmagan.

Raqamli texnologiyalar sayyohlar tomonidan keng foydalaniladi va qoniqishadi, ijtimoiy media va boshqa platformalar sayohat tanlovi va sayohat tajribasiga ta'sir qiladi, chunki ular asosan ijtimoiy media orqali ma'lumot topishadi (Bilan et al., 2024).

2020-yildagi COVID-19 pandemiyasi raqamli texnologiyalarning turizmga yanada integratsiyalashuvi uchun turtki bo'ldi. Butun dunyo bo'ylab blokirovkalar va sayohat cheklovlari o'rnatilganligi sababli, sanoat iste'molchilarni jalb qilishni ta'minlash va xavfsiz sayohat variantlarini osonlashtirish uchun texnologiyadan foydalanish orqali moslashdi. Bunga sayohatchilarni ishontirish va jalb qilish uchun kontaktsiz texnologiyalar va rivojlangan raqamli

marketing strategiyalarini joriy etish kiradi (How Digital Technology in Tourism Is Affecting the Way We Travel | Institute of Entrepreneurship Development).

Turizm 4.0 deganda turizm sohasida avtonom robotlar va kobotlar, virtual reallik, avtonom transport, katta ma'lumotlar va sun'iy intellekt kabi "Sanoat 4.0" texnologiyalarini qo'llash orqali turizmning qo'shimcha qiymatini oshirishga qaratilgan tushuncha sifatida tushunish mumkin (Abdurakhmanova et al., 2022).

O'zbekiston turizm sanoati hozirda raqamli texnologiyalar asosida o'zgaruvchan bosqichni boshdan kechirmoqda. Ushbu yutuqlar sayohatchilarga turizmni raqamlashtirishdagi global tendentsiyalarga mos ravishda sayohatlarini rejalashtirish, tajriba va almashish uchun yangi yo'nalishlarni taklif qilmoqda (Tashpulatova L. M., 2024). Onlayn bron qilish platformalari, virtual reallik sayohatlari va ijtimoiy media marketingi kabi raqamli vositalardan foydalanish sayohatchilar tajribasini yaxshilash va sayyohlik jarayonlarini soddalashtirish uchun tobora muhim ahamiyat kasb etmoqda (Abdullev, 2024). O'zining ulkan salohiyatiga qaramay, O'zbekiston hali ham raqamli turizm amaliyotlarini integratsiyalashtirishning ilk bosqichida. Moslashishning ushbu dastlabki bosqichi sohani rivojlantirish uchun imkoniyatlar va muammolarning aralashmasini taqdim etadi (Abdullev, 2024). O'zbekiston turizmini raqamlashtirishning asosiy tendentsiyalari mobil texnologiyalardan foydalanishning ortib borishi, smart turizm infratuzilmasining rivojlanishi hamda sayohatchilar qaror qabul qilishda ijtimoiy media va virtual tajribalar ta'sirining ortishidir (Tashpulatova L. M., 2024). Biroq, bir qator muhim muammolar raqamli texnologiyalarni O'zbekistonning turizm sektoriga keng ko'lamda joriy etishga to'sqinlik qilmoqda. Bularga raqamli tafovut, ma'lumotlarning maxfiyligi va xavfsizligi bilan bog'liq xavotirlar hamda turizm mutaxassislarining raqamli savodxonligi va malakasini oshirish zarurati kiradi. Bundan tashqari, raqamli texnologiyalarni an'anaviy mehmondo'stlik amaliyotlari bilan integratsiya qilish O'zbekiston turizm sanoatining o'ziga xos belgisi bo'lgan shaxsiylashtirilgan xizmat sifatini saqlab qolish uchun muhim bo'lib qolmoqda (Tashpulatova L. M., 2024).

1-jadval

O'zbekistonda mobil aloqa va internetdan foydalanuvchilarning ko'rsatkichlari

Ko'rsatkichlar	Yillar			
	2021-yil	2022-yil	2023-yil	2024-yil
Mobil aloqa abonentlari soni (mln.)	26,0	29,0	32,0	34,3
Internetdan foydalanuvchi 10 yosh va undan katta yoshdagi aholi ulushi	76,6%	83,9%	89%	92,7%
Tovar yoki xizmatlar haqida ma'lumot olish uchun internetdan foydalanayotgan 10 va undan katta yoshdagi aholi ulushi	9%	10,2%	12%	14,1%

Manba: stat.uz O'zbekiston respublikasi milliy statistika qo'mitasi

O'zbekiston turizm xizmatlari bozoridagi qatnashchilar mahalliy va xalqaro sayohatchilar hamda xizmat taklif qilayotgan biznes egalari va boshqa shaxslar tashkil etadi. Demak istemolchilar mahalliy aholi va xorijlik turistlar. 1-jadvalda O'zbekistonda mobil aloqa vositalari va internet foydalanuvchilari soni umumiy aholining 90 foizidan ko'pini tashkil qilgani tasvirlangan va hududlar orasida internet tarmog'iga ulangan eng ko'p abonentlar Toshkent shahrida 6,3 mln kishini tashkil etadi. ITU global telekommunikatsiya infratuzilmasi indeksida (TII) O'zbekiston TII darajasi yuqori bo'lgan davlatlar qatoriga kirgan. Respublika yuqori tezlikdagi internet narxi bo'yicha ham 220 mamlakat ichida 19-o'rinni egalladi (Цифровая Трансформация Узбекистана — GlobalCIO|DigitalExperts). Demak, aholi mustaqil ravishta o'zlarining smartfonlari yordamida sayohat xizmatlaridan foydalanish imkoniyatiga ega.

O'zbekistonning turizm sektori, xususan, COVID-19 pandemiyasi keltirib chiqargan muammolardan sabab raqamli texnologiyalarni sezilarli darajada moslashdi. Raqamli texnologiya

innovatsion turizm tajribasini taqdim etishda hal qiluvchi vositaga aylandi. Turistlarga yuqori aniqlikdagi 360 graduslik tasvirlar va simulyatsiya qilingan harakat imkoniyatlari orqali O'zbekistonning qadimiy obidalarini va tarixiy binolarini o'rganish imkonini beruvchi virtual reallik (VR) texnologiyasidan foydalanish yorqin misoldir (The Intersection of Digital Creativity and Tradition: Shaping the Future of Travel in Uzbekistan | ABITA LLC&MARKETING JAPAN). Bu jismoniy sayohat imkoni bo'lmaganda virtual tashriflarni amalga oshirish imkonini berdi. Sun'iy intellekt (AI) O'zbekiston turizm sanoatida ham muhim rol o'ynaydi. Sun'iy intellekt texnologiyalari sayyohlik yo'nalishlarida tirbandlikni bashorat qilish, mehmonxonalarni bron qilishni boshqarish va sayyohlik tendentsiyalarini tahlil qilish uchun qo'llaniladi, shu bilan samarali harakatlarni ta'minlaydi va sayohatchilar tajribasini oshiradi. Masalan, sun'iy intellekt yordamida tirbandlikni bashorat qilish turistlarga avvalgi ma'lumotlar asosida real vaqt rejimida yangilanishlarni taqdim etish orqali gavjum joylardan qochishga yordam beradi (Deciphering the Future of Tourism in Uzbekistan: Convergence of Travel and AI | ABITA LLC&MARKETING JAPAN).

Raqamlashtirish bo'yicha harakatlar O'zbekistonning madaniy merosi va an'anaviy san'atini o'z ichiga oladi. Ushbu madaniy boyliklarni raqamlashtirish va ularni onlayn rejimda taqdim etish orqali butun dunyo bo'ylab sayyohlar O'zbekistonning boy madaniy boyliklarini shaxsan tashrif buyurmasdan ham ko'rishlari mumkin. Bu raqamli siljish nafaqat madaniy merosni saqlab qoladi, balki undan foydalanish imkoniyatlarini kengaytiradi. Bundan tashqari, ijtimoiy media va raqamli marketing O'zbekistonning sayyohlik yo'nalishlarini targ'ib qilishning muhim vositalariga aylandi. Instagram, Facebook va X kabi platformalar hukumat va turizm tashkilotlari tomonidan turli turistik diqqatga sazovor joylar va tadbirlarni sotish uchun keng qo'llaniladi. Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, Destination Visibility Score (DVS), Digital Marketing Expenditure (DME), Social Media Engagements (SME) va Competitiveness Index (CI) kabi omillar O'zbekistonga xalqaro sayyohlar oqimini sezilarli darajada bashorat qiladi va bu onlayn ta'sir va maqsadli reklama muhimligini ta'kidlaydi (The Intersection of Digital Creativity and Tradition: Shaping the Future of Travel in Uzbekistan | ABITA LLC&MARKETING JAPAN).

Mobil texnologiyalar. O'zbekistonda iste'molchilar tomonidan mobil texnologiyalarning o'zlashtirilishi turizm sohasiga sezilarli ta'sir ko'rsatdi va sayohatchilar uchun mavjudlik va qulaylikni oshirdi. Mobil qurilmalardan foydalanishning ortib borishi sayyohlarga ma'lumotlarga osonlik bilan kirish, bronlash va yo'nalishlar bo'yicha osonroq harakat qilish imkonini berdi (Rakhmonova, 2025). Ushbu raqamli transformatsiya shuningdek, umumiy sayohat tajribasini yaxshilash uchun ilg'or texnologiyalarni birlashtirgan aqlli turizm infratuzilmasini rivojlantirishga olib keldi. Bundan tashqari, ijtimoiy media va virtual tajribalarning ta'siri kuchayib, sayohatchilarga o'z sayohatlarini ulashish va potentsial tashrif buyuruvchilar bilan innovatsion usullar bilan muloqot qilish imkonini berdi (Tashpulatova L. M., 2024).

Ijtimoiy media. So'nggi yillarda ijtimoiy tarmoqlarning O'zbekiston turizm sanoatiga ta'siri tobora kuchayib bormoqda. Raqamli asrda, jozibali onlayn mavjudlik sayohatchilarni jalb qilish uchun juda muhimdir. Ijtimoiy media platformalari muhim rol o'ynaydi, bunda vizual jozibador kontent va foydalanuvchilar tomonidan yaratilgan hikoyalar hamjamiyat tuyg'usini yaratadi va potentsial sayohatchilarni O'zbekiston go'zalligini kashf etishga ilhomlantiradi (Xusniddinova, 2023). Ijtimoiy media platformalari xalqaro mehmonlarni jalb qilishning innovatsion usullarini taqdim etish orqali mamlakatning turizm salohiyatini targ'ib qilishda muhim rol o'ynaydi. Hukumat qarorlarida O'zbekistonning turli diqqatga sazovor joylarini reklama qilish, uning tarixiy obidalarini, madaniy merosi va tabiiy go'zalliklarini ko'rsatish uchun ijtimoiy media muhimligi ta'kidlangan (Khalimova NJ, 2024). O'zbekistonda turizmni targ'ib qilish uchun eng samarali ijtimoiy media platformalar Instagram, Facebook va YouTube deb belgilangan. Instagram, xususan, go'zal manzaralar, tarixiy joylar va madaniy festivallar kabi vizual jozibador kontentni namoyish qilish uchun kuchli vositaga aylandi. Ushbu platformalar global auditoriyani qamrab oladigan, ko'proq qiziqish va tashrif buyuradigan maqsadli marketing kampaniyalarini yaratishga imkon beradi. Bundan tashqari, sayyohlar tomonidan joylangan sayohat vloglari,

sharhlar va fotosuratlarini o'z ichiga olgan foydalanuvchilar tomonidan yaratilgan kontentlar destinatsiyaning haqiqiyli va jozibadorligini oshiradi.

So'nggi tendentsiyalar turizm marketingi strategiyalarida raqamlashtirishdagi sezilarli o'zgarishini ko'rsatadi. Sun'iy intellekt (AI) va boshqa raqamli texnologiyalarning integratsiyasi sayyohlar oqimini aniqlash va mehmonxonalarni bron qilishni boshqarishni osonlashtirdi, sayohat tajribasini tashrif buyuruvchilar uchun yanada samarali va qiziqarli qilish imkonini beradi. Ushbu raqamli transformatsiya ijtimoiy mediadan strategik foydalanish bilan birgalikda O'zbekistonga jahon turizm miqyosida o'z obro'sini yuksaltirish imkonini beradi va xalqaro sayyohlar soni ortib borishiga hissa qo'shadi.

Raqamli savodxonlik. O'zbekiston hukumati mahalliy aholi va sayyohlar o'rtasida raqamli savodxonlikni oshirish bo'yicha turli tashabbuslarni faol amalga oshirmoqda. Ushbu strategiyaning asosiy elementi "Raqamli O'zbekiston 2030" tashabbusi bo'lib, u raqamli infratuzilmani rivojlantirish, elektron hukumat xizmatlarini ilgari surish va IT ta'limini takomillashtirishga qaratilgan. Ushbu tashabbus mamlakatning raqamli savodxonlikni rivojlantirishga intilishini ta'kidlaydi, bu esa aholining qariyb 60 foizini tashkil etuvchi yoshlarning iqtisodiy va ijtimoiy imkoniyatlarini kengaytirish uchun juda muhimdir How the UN Guides Uzbekistan's Youth in Its Digital Journey | ITC.

Ushbu raqamli transformatsiyada xalqaro hamkorlik muhim rol o'ynaydi. Masalan, O'zbekiston Raqamli texnologiyalar vazirligi va Shveysariya taraqqiyot va hamkorlik agentligi o'rtasidagi hamkorlik aholining raqamli ko'nikmalarini baholash, rivojlanayotgan bozor talablarini aniqlash va IT-ta'lim resurslari uchun integratsiyalashgan platformani ishlab chiqishga qaratilgan. "O'zbekistonda IT va raqamli ta'lim landshaftini rivojlantirish inklyuziv o'sish uchun manfaatdor tomonlarni bog'lash" loyihasi doirasidagi o'zaro anglashuv memorandumida aks ettirilgan ushbu tashabbus raqamli ko'nikmalarni oshirishga sezilarli hissa qo'shishi kutilmoqda (Shveysariya Taraqqiyot va Hamkorlik Agentligi Bilan Kelishuv Shartnomasi Imzolandi).

Bundan tashqari, Jahon banki IT-ga asoslangan xizmatlar, xususan, qishloq va chekka hududlardagi yoshlar uchun raqamli ko'nikmalar va ish bilan ta'minlash imkoniyatlaridan foydalanish imkoniyatlarini kengaytirishga qaratilgan "O'zbekistonning raqamli inklyuziyasi" loyihasini qo'llab-quvvatlash uchun 50 million AQSh dollari miqdoridagi imtiyozli kreditni ma'qulladi (World Bank to Support Uzbekistan in Developing the Digital Economy and Creating New Jobs in the Information Technology Sector). Ushbu loyiha raqamli tafovutni bartaraf etish va raqamli iqtisodiyotda inklyuzivlikni rivojlantirishda muhim ahamiyatga ega.

Birlashgan Millatlar Tashkiloti O'zbekiston yoshlarini raqamli sayohatga yo'naltirishda ham muhim ahamiyat kasb etadi. Birlashgan Millatlar Tashkilotining sa'y-harakatlari "Raqamli O'zbekiston 2030" strategiyasining kengroq maqsadlariga mos keladigan raqamli savodxonlikni oshirish, biznes imkoniyatlarini kengaytirish va barqaror raqamli iqtisodiyotni yaratishga qaratilgan (How the UN Guides Uzbekistan's Youth in Its Digital Journey | ITC).

Ushbu keng qamrovli sa'y-harakatlar O'zbekistonning mustahkam raqamli iqtisodiyotni barpo etish va uning aholisi, jumladan, sayyohlar zamonaviy dunyoda yaxshi yashnashi uchun zarur raqamli ko'nikmalar bilan ta'minlashga intilishini aks ettiradi.

Smart turizm infrastrukturasi. O'zbekiston turizm industriyasi smart turizm infratuzilmasini joriy etish natijasida sezilarli darajada o'zgardi. Raqamli texnologiyalarning joriy etilishi sayyohlarning mamlakatdagi sayohatlarini rejalashtirish, tajriba va almashish usullarida inqilob qildi. Eng e'tiborga molik tendentsiyalardan biri bu mobil texnologiyalardan foydalanishning ortib borishi bo'lib, bu sayohatchilarga ma'lumotlarga kirishni, bron qilish xizmatlarini va manzillarni muammosiz navigatsiyani osonlashtirdi (Mukhtorova & Askarov, 2024a).

O'zbekistondagi smart turizm infratuzilmasi turistik qadamjolar, turar joylar, transport va ovqatlanish imkoniyatlari haqida real vaqt rejimida ma'lumot beruvchi mobil ilovalarni ishlab chiqishni o'z ichiga oladi. Ushbu ilovalar ko'pincha raqamli xaritalar, til tarjimasini va kengaytirilgan

reallik kabi xususiyatlarni o'z ichiga oladi, bu esa sayohatni yanada qulay va interaktiv qilish orqali umumiy sayohat tajribasini yaxshilaydi (Mukhtorova & Askarov, 2024b).

Bundan tashqari, ijtimoiy media va virtual tajribalardan foydalanish ko'paydi, bu sayyohlarga o'z tajribalarini bir zumda ulashish va potentsial sayohatchilar bilan muloqot qilish imkonini beradi. Bu raqamli mavjudlik nafaqat O'zbekistonning destinatsiya sifatida ko'rinishini oshiribgina qolmay, balki shaxsiylashtirilgan va immersiv sayohat tajribasini ham osonlashtiradi.

VR sayohatlar. COVID-19 pandemiyasi global turizmga, jumladan, sayohatlarga qo'yilgan cheklovlar va xavfsizlik muammolari tufayli an'anaviy turizm keskin to'xtab qolgan O'zbekistonda ham jiddiy ta'sir ko'rsatdi. Mashhur attraksionlar yopildi, reyslar bekor qilindi va sayyohlar uyda qolishi sababli bir vaqtlar gavjum ko'chalar bo'shab qoldi (The Rise of Virtual Reality Tourism/Digitization of Culture in the Time of COVID-19).

Bu muammolarga javoban O'zbekistonning turizm sohasi, boshqa ko'plab sohalar singari, tezda moslashishga majbur bo'ldi. Muhim moslashuvlardan biri virtual haqiqat (VR) sayohatlari va boshqa raqamli tajribalardan foydalanishning ko'payishi edi. Ushbu texnologiyalar potentsial sayyohlarga o'z uylaridan turib O'zbekistonni kashf qilish va ular bilan muloqot qilish imkonini berdi. O'zbekistondagi madaniy meros va diqqatga sazovor joylar VR texnologiyasini qo'llagan bo'lib, virtual sayohatlarni taklif etib, jismoniy sayohat cheklovlariga qaramay, global auditoriyaga mamlakatning boy tarixi va madaniy merosi bilan tanishish imkonini berdi. Ushbu raqamli siljish nafaqat pandemiya davrida turistlarning qiziqish darajasini saqlab qoldi, balki O'zbekistonning misli ko'rilmagan muammolarga qarshi innovatsion yechimlarga sodiqligini ham namoyish etdi.

Raqamli texnologiyalarning evolyutsiyasi O'zbekistondagi sayyohlik faolligiga, xususan, Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, O'zbekistonda turistik xizmatlar iste'molchilari orasida raqamli texnologiyalardan foydalanish darajasi yildan yilga ortib bormoqda. Mobil aloqa va internet foydalanuvchilari sonining o'sishi, shuningdek, onlayn bron qilish platformalari, ijtimoiy media va virtual reallik texnologiyalarining rivojlanishi sayyohlar uchun yangi imkoniyatlar yaratmoqda. Biroq, raqamli tafovut, maxfiylik muammolari va turizm sohasidagi mutaxassislarining raqamli savodxonligi darajasi hali ham hal qilinishi lozim bo'lgan muammolar sirasiga kiradi. O'zbekiston turizm sektorining raqamli transformatsiyasini jadallashtirish uchun zamonaviy texnologiyalarni keng joriy etish, ta'lim va malaka oshirish dasturlarini rivojlantirish muhim ahamiyat kasb etadi. Shuningdek, turizm xizmatlarini taqdim etishda an'anaviy mehmondo'stlik qadriyatlarini saqlab qolgan holda raqamli innovatsiyalarni qo'llash orqali sohaga bo'lgan qiziqishni yanada oshirish mumkin. O'zbekistonning yo'nalishlari bo'yicha immersiv tajribalarni taklif etuvchi muhim vosita sifatida paydo bo'ldi, bu esa sayohat cheklovlari vaqtida sayyohlarning qiziqishi va faolligini saqlab qolishga yordam berdi (Ibrokhimov, 2024). Raqamli turizmga o'tish sayohatchilarga virtual sayohatlar orqali tashriflarini o'rganish va rejalashtirish imkonini berdi, bu esa vaqt va resurslarni tejash hamda umumiy sayohat tajribasini oshirish imkonini berdi (Khurramov et al., 2020).

O'zbekiston turizm sektoridagi raqamli transformatsiya mobil texnologiyalardan foydalanishning ko'payishi, smart turizm infratuzilmasining rivojlanishi, ijtimoiy media va virtual tajribalarning ta'siri kabi bir qancha asosiy tendensiyalarni keltirib chiqardi. Ushbu yutuqlar nafaqat sayyohlar uchun rejalashtirish va qulaylikni yaxshilashga yordam berdi, balki ularning mahalliy diqqatga sazovor joylari va madaniyati bilan aloqalarini boyitadi.

Bundan tashqari, raqamli marketing O'zbekistonning turizm sanoatida inqilob qilishda hal qiluvchi rol o'ynadi. Onlayn marketing strategiyalarini qo'llagan holda O'zbekiston destinatsiyani targ'ib qilish va tashrif buyuruvchilarni jalb qilishni kuchaytirdi, bu esa sohada o'sishni ta'minladi (Kholieva, 2024). VR sayohatlar va raqamli marketingning uyg'unligi sayyohlar uchun global sayohat muammolari sharoitida ham O'zbekistonning boy merosi va go'zal tabiatini his qilish uchun yangi yo'llarni taqdim etdi.

Xulosa: O'zbekistonda turistik xizmatlar iste'molchilari orasida raqamli texnologiyalardan foydalanish darajasi yildan yilga ortib bormoqda. O'zbekiston turizm sanoati raqamli transformatsiya jarayonini boshdan kechirmoqda va bu jarayon sayyohlarning sayohat

rejalashtirish usullaridan tortib, tajribalarini tarmoqlarga joylashtirishgacha bo'lgan barcha bosqichlarga ta'sir ko'rsatmoqda. Mobil texnologiyalar sayyohlarga xizmatlardan yanada qulay foydalanish imkonini yaratdi, virtual reallik (VR) esa ularning sayohat tajribalarini yangi bosqichga olib chiqmoqda. Ijtimoiy media va raqamli marketing orqali mamlakatning turistik salohiyati kengroq auditoriyaga yetkazilmoqda, ijodiy kontentlar esa madaniy meros va innovatsiyalar uyg'unligi orqali sayyohlarni jalb qilishda muhim rol o'ynamoqda. Hukumat tomonidan qo'llab-quvvatlanayotgan raqamli tashabbuslar pandemiyadan keyin turizmning tez tiklanishiga yordam berdi. Natijada, texnologiya va ijodkorlikning birlashuvi O'zbekistonni zamonaviy, raqamli texnologiyalarni yaxshi biladigan sayohatchilar uchun jozibador manzilga aylantirmoqda. Biroq, raqamli tafovut, maxfiylik muammolari va turizm sohasidagi mutaxassislarning raqamli savodxonligi darajasi hali ham hal qilinishi lozim bo'lgan muammolar sirasiga kiradi. O'zbekiston turizm sektorining raqamli transformatsiyasini jadallashtirish uchun zamonaviy texnologiyalarni keng joriy etish, ta'lim va malaka oshirish dasturlarini rivojlantirish muhim ahamiyat kasb etadi. Shuningdek, turizm xizmatlarini taqdim etishda an'anaviy mehmondo'stlik qadriyatlarini saqlab qolgan holda raqamli innovatsiyalarni qo'llash orqali sohaga bo'lgan qiziqishni yanada oshirish mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Abdullev, Z. (2024). Current state and socio-economic implications of smart tourism adoption in Uzbekistan. 1, 2(15), 156–160. <https://interonconf.org/index.php/sues/article/view/11440>
2. Abdurakhmanova G.K., Astanakulov O.T., Goipnazarov S.B. & Irmatova A.B. (2022). Tourism 4.0: opportunities for applying industry 4.0 technologies in tourism. Proceedings of the 6th International Conference on Future Networks & Distributed Systems, 33–38.
3. Bilan, Y., Tovmasyan, G., & Dallakyan, S. (2024). The Impact of Digital Technologies on Tourists' Travel Choices and Overall Experience. Journal of Tourism and Services, 15(29), 153–175. <https://doi.org/10.29036/JOTS.V15I29.805>
4. Ibrokhimov, N. (2024). Digital Innovations Transforming Tourism Experiences in Uzbekistan: A Mixed-Methods Approach. Central Asian Journal of Innovations on Tourism Management and Finance, 2024(4), 116–123.
5. Khalimova N.J. (2024). Government attention to the use of social media in the tourism sector of Uzbekistan. Studies in economics and education in the modern world 3(5)
6. Kholieva, A. (2024). The role of digital marketing in revolutionizing the tourism industry of Uzbekistan. Innovative Development in Educational Activities, 3(5), 51–56. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10823731>
7. Khurramov, O. K., Fayzieva, S. A., Saidova, F. K., Khalilov, B. B., & Fayzieva, S. K. (2020). Directions for improvement digital tourism and tourism info structure in Uzbekistan. Journal of Critical Reviews, 7(5), 366–369. <https://doi.org/10.31838/JCR.07.05.72>
8. Mukhtorova, N., Askarov, Z. (2024a). The rise of smart tourism and its transformative potential for Uzbekistan. Science and Innovation, 3(Special Issue 59), 72–78.
9. Mukhtorova, N., Askarov, Z. (2024b). Unlocking Uzbekistan's tourism potential: the significance of smart tourism for sustainable growth. Management, Marketing and Finance, 1(1), 45–49. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.10829500>
10. Rakhmonova, N. (2025). The role of digital marketing and technology on international tourist arrivals to Uzbekistan. Frontiers of Global Science, 3(1), 12–15.
11. Tan, Y., Jiang, G., Merajuddin, S. S., & Zhao, F. (2025). Analyzing the impact of digital technology on consumers' travel intentions. Journal of Innovation & Knowledge, 10(2), 100685. <https://doi.org/10.1016/I.IJK.2025.100685>
12. Tashpulatova L. M., Suyunova F. B. (2024). Digital transformation in tourism: trends, challenges, and opportunities. International Journal of Global Economic Light (JGEL), 10(7), 1–1. <https://doi.org/10.36713/EPRA17744>