



## QASHQADARYO VILOYATI TURIZM BOZORIDA ISTE'MOLCHI XULQ-ATVORINING RAQAMLI TRANSFORMATSIYASINI EMPIRIK TAHLIL QILISH

**Raimova Muborak**

Qarshi davlat universiteti  
ORCID: 009-0001-1191-5930  
[raimova-64@mail.ru](mailto:raimova-64@mail.ru)

**Annotatsiya.** Ushbu ilmiy maqolada Qashqadaryo viloyati turizm bozorida iste'molchi xulq-atvorining raqamli transformatsiyasi empirik jihatdan tahlil qilingan. Tadqiqot davomida turistlarning raqamli platformalar, ijtimoiy tarmoqlar, mobil ilovalar va onlayn bronlash tizimlaridan foydalanish darajasi o'rganildi. Shuningdek, raqamli texnologiyalarning turistik xizmatlarni tanlash, baholash va xarid qilish jarayonlariga ta'siri aniqlangan. Empirik tahlil natijalari hududiy turizm bozorida iste'molchilar ehtiyojlarining o'zgarib borayotganini va raqamli marketing vositalarining ahamiyati ortib borayotganini ko'rsatadi. Tadqiqot natijalari Qashqadaryo viloyatida turizm xizmatlarini rivojlantirish hamda raqamli strategiyalarni takomillashtirish bo'yicha amaliy tavsiyalar ishlab chiqishga xizmat qiladi.

**Kalit so'zlar:** raqamli transformatsiya, turizm bozori, iste'molchi xulq-atvori, Qashqadaryo viloyati, raqamli marketing, onlayn bronlash, turistik xizmatlar, mobil ilovalar, ijtimoiy tarmoqlar, empirik tahlil.

## ЕМПИРИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ НА ТУРИСТИЧЕСКОМ РЫНКЕ КАШКАДАРЬИНСКОЙ ОБЛАСТИ

**Раимова Мубарак**

Каршинский государственный университет

**Аннотация.** В данной научной статье проведён эмпирический анализ цифровой трансформации потребительского поведения на туристическом рынке Кашкадарьинской области. В ходе исследования изучен уровень использования туристами цифровых платформ, социальных сетей, мобильных приложений и систем онлайн-бронирования. Также определено влияние цифровых технологий на процессы выбора, оценки и приобретения туристических услуг. Результаты эмпирического анализа показывают изменение потребностей потребителей на региональном туристическом рынке и возрастание роли инструментов цифрового маркетинга. Полученные результаты могут быть использованы для совершенствования туристических услуг и разработки эффективных цифровых стратегий в Кашкадарьинской области.

**Ключевые слова:** цифровая трансформация, туристический рынок, потребительское поведение, Кашкадарьинская область, цифровой маркетинг, онлайн-бронирование, туристические услуги, мобильные приложения, социальные сети, эмпирический анализ.

## EMPIRICAL ANALYSIS OF THE DIGITAL TRANSFORMATION OF CONSUMER BEHAVIOR IN THE TOURISM MARKET OF KASHKADARYA REGION

**Raimova Mubarak**  
Karshi State University

**Abstract.** *This scientific article presents an empirical analysis of the digital transformation of consumer behavior in the tourism market of Kashkadarya region. The study examines the level of tourists' use of digital platforms, social networks, mobile applications, and online booking systems. It also identifies the impact of digital technologies on the processes of selecting, evaluating, and purchasing tourism services. The results of the empirical analysis indicate changing consumer needs in the regional tourism market and the growing importance of digital marketing tools. The findings of the study can serve as a basis for improving tourism services and developing effective digital strategies in the Kashkadarya region.*

**Keywords:** *digital transformation, tourism market, consumer behavior, Kashkadarya region, digital marketing, online booking, tourism services, mobile applications, social networks, empirical analysis.*

### **Kirish.**

Raqamli iqtisodiyot sharoitida turizm xizmatlari bozorining rivojlanishi tobora ko'proq raqamli texnologiyalar, internet platformalari va onlayn xizmatlar bilan bog'liqligi, zamonaviy turizm bozori turistlarning axborot izlash, xizmatlarni tanlash va bron qilish jarayonida raqamli texnologiyalardan faol foydalanishi darajasini oshishi hududiy turizm xizmatlari bozorining raqamli holatini tahlil qilish turizm sohasining rivojlanish darajasini baholashda muhim ahamiyat kasb etishini belgilaydi.

O'zbekiston Respublikasida turizm sohasini rivojlantirish va uni raqamlashtirish davlat siyosatining ustuvor yo'nalishlaridan biri sifatida belgilangan. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 5-yanvardagi "O'zbekiston Respublikasida turizmni jadal rivojlantirishga oid qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi PF-5611-son Farmoni (2019) doirasida turizm infratuzilmasini modernizatsiya qilish, xizmatlar sifatini oshirish va raqamli texnologiyalarni keng joriy etish vazifalari belgilangan. Shuningdek, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 28-yanvardagi "Qashqadaryo viloyatining tog'li-rekreatsion hududlarida zamonaviy xizmat ko'rsatish va turizm obyektlarini barpo etish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PQ-376-son (Qaror, 2023), 2025-yil 19-noyabrdagi "O'zbekiston Respublikasi Turizm qo'mitasi faoliyatini tashkil etish va turizm sohasini jadal rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PQ-348-sonli (Qaror, 2025) Qarorlarini hamda O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2019-yil 8-martdagi "Qashqadaryo viloyatining turizm salohiyatidan samarali foydalanish chora-tadbirlari to'g'risida"gi 2024-yil 18-fevralfagi 198-son (Qaror, 2019), 2024-yil 7-dekabrda "Turizm sohasini raqamlashtirish va turistik xizmatlarni yagona platformaga birlashtirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi 820-son (Qaror, 2024) qarorlarida hamda tegishli davlar dasturlarida turizmni milliy iqtisodiyotning muhim tarmoqlaridan biri sifatida rivojlantirishda zamonaviy raqamli texnologiyalarni joriy etish, innovatsion boshqaruv mexanizmlarini qo'llash va xizmatlar bozorida iste'molchi yo'naltirilgan yondashuvni kuchaytirish ustuvor vazifa etib belgilangan.

### **Adabiyotlar sharhi.**

Raqamli marketing va iste'molchi xulq-atvori mavzusi juda keng o'rganilgan va doimiy ravishda rivojlanib borayotgan sohadir. Raqamli marketing va iste'molchi xulq-atvorini o'rgangan zamonaviy olimlar Rays va Trautlar (2005) marketingning asosiy qonunlarini, shu jumladan raqamli marketingdagi qonuniyatlarni o'rgangan, Brian Solis (2015) iste'molchi tajribasining ahamiyatini ta'kidlaydi. O'zbekiston olimlaridan Ergashxodjayeva, Narkulova

(2022), Ibragimov (2023), Xolmamatov, Musayev, Boyjigitov (2022) va boshqalar raqamli marketingning iste'molchi xulq-atvoriga ta'sirini o'rganganlar. Adabiyotlar sharhi shuni ko'rsatadiki, turli xil raqamli marketing vositalarining (ijtimoiy tarmoqlar, mobil marketing, qidiruv tizimlari marketingi va h.k.) iste'molchi xulq-atvoriga ta'sirini, AI texnologiyalari (chatbotlar, shaxsiylashtirish tizimlari, prognozli tahlil) raqamli marketingda qanday o'zgarishlar qilayotganini va bu iste'molchi xulq-atvoriga qanday ta'sir etayotganini o'rganish muhim.

### Tahlil va natijalar muhokamasi.

Qashqadaryo viloyatida turizm xizmatlari bozorining raqamli holatini tahlil qilish hududdagi turizm faoliyatining raqamli infratuzilma darajasi, iste'molchilarning raqamli xulq-atvori va turizm subyektlarining onlayn faoliyatini kompleks o'rganish orqali amalga oshiriladi. Mazkur tahlil natijalari turizm xizmatlari bozorini rivojlantirish, raqamli marketing strategiyalarini takomillashtirish va hududning turizm salohiyatini oshirish bo'yicha ilmiy asoslangan tavsiyalar ishlab chiqish imkonini beradi. Qashqadaryo viloyati turizm salohiyati jihatidan O'zbekistonning istiqbolli hududlaridan biri hisoblanadi. Viloyatda Shahrisabz tarixiy shahri, Kitob geologiya qo'riqxonasi, Hisor tog' tizmasi, Maydanak majmuasi, ekoturizm va ziyorat turizmi obyektlari mavjud bo'lib, bu hudud turizm xizmatlari bozorining rivojlanishi uchun muhim imkoniyatlar yaratadi.

1-jadval

### Qashqadaryo viloyatining turizm salohiyati va raqamli rivojlantirish imkoniyatlari

Turizm resursi turi	Asosiy obyektlar va yo'nalishlar	Hududiy joylashuvi	Salohiyat darajasi	Raqamli rivojlantirish imkoniyatlari
Tabiiy resurslar	Hisor tog' tizmasi, Kitob geologik qo'riqxonasi, Qamashi va Yakkabog' tog' hududlari	Kitob, Yakkabog', Qamashi	Yuqori	Ekoturizm platformalari, onlayn marshrutlar, VR/AR texnologiyalar
Madaniy-tarixiy resurslar	Shahrisabz shahri (UNESCO), Amir Temur obidalari, tarixiy yodgorliklar	Shahrisabz, Qarshi	Juda yuqori	Virtual turlar, raqamli gidlar, mobil ilovalar
Ziyorat turizmi	Diniy qadamjolar, maqbaralar, muqaddas maskanlar	Viloyat bo'ylab	O'rta-yuqori	Onlayn ziyorat marshrutlari, mobil navigatsiya xizmatlari
Gastronomik turizm	Milliy taomlar (tandir go'shti, osh), mahalliy oshxonalar	Qarshi, Shahrisabz	O'rta	Food-blogging, ijtimoiy tarmoqlarda reklama, influencer marketing
Ekoturizm	Tog' va qishloq turizmi, agro-turizm yo'nalishlari	Yakkabog', Qamashi, Kitob	Yuqori	Booking platformalari, ekologik turizm ilovalari
Turizm infratuzilmasi	Mehmonxonalar (~79 ta), turfirmalar (~9 ta), transport xizmatlari	Asosan Qarshi, Shahrisabz	O'rta	Onlayn bronlash tizimlari, CRM, raqamli to'lovlar
Rekreatsion resurslar	Dam olish zonalar, tog' kurortlari, tabiiy landshaftlar	Viloyat bo'ylab	O'rta	Smart turizm tizimlari, mobil xizmatlar
Madaniy tadbirlar	Festival, milliy bayramlar, folklor tadbirlari	Shahrisabz, Qarshi	O'rta	Onlayn marketing, event platformalar

So'nggi yillarda viloyatda turizm infratuzilmasini rivojlantirish bilan bir qatorda raqamli texnologiyalarni joriy etish jarayonlari ham bosqichma-bosqich amalga oshirilmoqda. Viloyatda turizm xizmatlari bozorining raqamli rivojlanishida ayrim muammolar mavjud, jumladan, ayrim turizm subyektlarida raqamli marketing ko'nikmalarining yetarli darajada rivojlanmaganligi, onlayn bron tizimlarining cheklanganligi va turizm obyektlari haqida to'liq raqamli ma'lumotlarning yetishmasligi kuzatiladi. Shu sababli hududiy turizm xizmatlari bozorini rivojlantirish uchun raqamli infratuzilmani kengaytirish, turizm tashkilotlarini raqamli platformalar bilan integratsiya qilish hamda raqamli marketing strategiyalarini takomillashtirish zarur hisoblanadi.

Tadqiqot ishi natijasida ishlab chiqilgan ushbu jadval Qashqadaryo viloyatining turizm salohiyatini kompleks baholash imkonini beradi. Tahlil natijalari shuni ko'rsatadiki, hudud ayniqsa madaniy-tarixiy va tabiiy resurslar bo'yicha yuqori salohiyatga ega, biroq infratuzilma va raqamli xizmatlar darajasi hali to'liq rivojlanmaganligi sababli raqamli texnologiyalarni joriy etish orqali turizm xizmatlarini diversifikatsiya qilish va iste'molchi xulq-atvorini samarali boshqarish imkoniyati mavjud. Turizm xizmatlari bozorining raqamli holatini tahlil qilishda turizm infratuzilmasining raqamlashtirish darajas, iste'molchilarning raqamli xulq-atvoriga e'tibor qaratilishi lozim.

2010-2025 yillar oralig'ida O'zbekiston Respublikasida raqamli iqtisodiyotning shakllanishi va rivojlanishi turizm sohasiga ham bevosita ta'sir ko'rsatdi. Mazkur davrda internet qamrovi, mobil aloqa infratuzilmasi, elektron to'lov tizimlari va onlayn xizmatlar bozori sezilarli darajada kengaydi. Bu jarayon turizm xizmatlarining taqdim etilish shaklini o'zgartirib, iste'molchi xulq-atvorining raqamli transformatsiyasiga olib keldi. Internetdan foydalanuvchilar ulushi 2010-yildagi taxminan 15-20 foiz darajadan 2024-2025 yillarda 90 foizdan yuqori ko'rsatkichga yetdi. Bu ko'rsatkich raqamli turist-iste'molchi segmentining shakllanishi uchun asosiy infratuzilmaviy omil bo'lib xizmat qildi.

Raqamli muhitning kengayishi quyidagi jarayonlarni tezlashtirdi:

- onlayn bronlash platformalarining ommalashuvi;
- elektron to'lov vositalarining keng qo'llanilishi;
- tarmoqlar orqali turistik axborot almashinuvi;
- eWOM (elektron fikr-mulohazalar) ta'sirining kuchayishi.



**1-rasm. Qashqadaryo viloyatida turizm infratuzilmasi va raqamli rivojlanish ko'rsatkichlari**

Tadqiqot ishi natijasida oligan jadval ma'lumotlariga ko'ra Qashqadaryo viloyatida turizm infratuzilmasi va raqamli rivojlanish ko'rsatkichlari o'rtasidagi hududiy bog'liqlikni ko'rsatadi. Ma'lumotlardan ko'rinib turibdiki, internet abonentlari sonining keskin oshishi joylashtirish

obyektlari sonining ortishi bilan bir vaqtda sodir bo'lgan. Bu jarayon hududiy turizm subyektlarining raqamli platformalarga integratsiyalashuvi kuchayganini anglatadi. Raqamli infratuzilmaning kengayishi mehmonxona va turistik xizmat ko'rsatuvchi subyektlarga onlayn bronlash, ijtimoiy tarmoq marketingi va mijozlar bilan real vaqt rejimida aloqani yo'lga qo'yish imkonini berdi. 2020-yildagi pandemiya davrida turistlar sonining pasayishi kuzatilgan bo'lsa-da, internet abonentlari soni kamaymagan. Bu hududiy darajada raqamli iste'molchi xulq-atvori an'anaviy turizm oqimidan mustaqil shakllanayotganini ko'rsatadi.

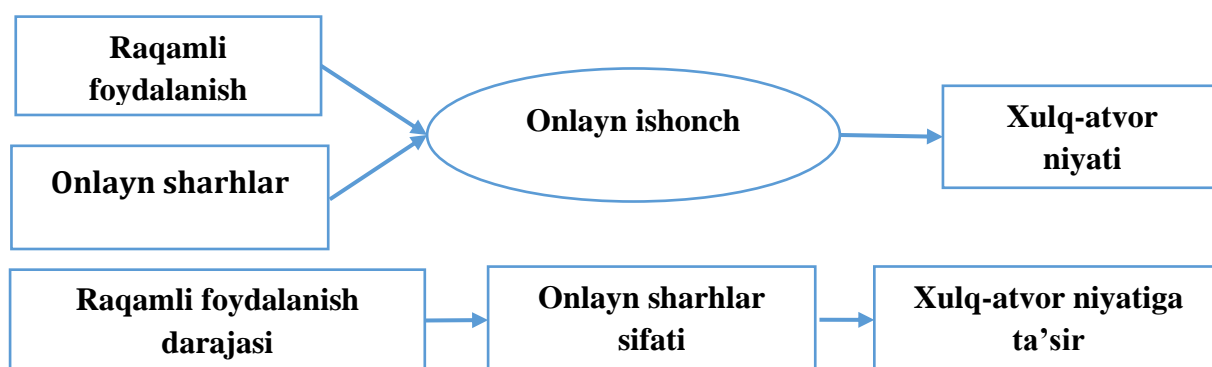
1-jadval

## Turizm xizmatlari bozorining raqamli infratuzilmasi

Raqamli omil	Mazmuni	Turizm xizmatlariga ta'siri
Veb-saytlar	Mehmonxona va turizm firmalarining rasmiy saytlari	Turistlar uchun axborot ochiqligini oshiradi
Onlayn bron tizimi	Internet orqali mehmonxona va xizmatlarni bron qilish	Xizmatlardan foydalanishni tezlashtiradi
Elektron to'lovlar	Plastik karta va mobil to'lov tizimlari	Moliyaviy operatsiyalarni soddalashtiradi
Mobil ilovalar	Turizm xizmatlarini mobil qurilma orqali boshqarish	Turistlar uchun qulaylik yaratadi
Ijtimoiy tarmoqlar	Turizm obyektlarini targ'ib qilish	Marketing samaradorligini oshiradi

Qashqadaryoda raqamli transformatsiya turizm sohasida yangi boshqaruv instrumentlari (CRM, onlayn sharhlar monitoringi, onlayn reputatsiya boshqaruvi) joriy etilishi uchun institutsional zamin yaratgan. Shu davrda joylashtirish obyektlari soni ham 3-4 barobar oshdi. Mehmonxonalar, oilaviy mehmon uylari va turistik xizmat ko'rsatuvchi subyektlar sonining ortishi hududiy turizm taklifining kengayganini ko'rsatadi. Internet infratuzilmasi va turizm obyektlari soni o'rtasidagi o'sish parallel xarakterga ega bo'lib, bu raqamli transformatsiya va turizm rivoji o'rtasida ijobiy bog'liqlik mavjudligini anglatadi.

Tahlillar shuni anglatadiki, internetdan foydalanish darajasi oshishi bilan turistlar soni ham ortadi. Bu bog'liqlik sababiylikni to'liq isbotlamasa-da, kuchli ijobiy korrelyatsiyani ko'rsatadi. Shu asosda raqamli infratuzilmani rivojlantirish turizm siyosatining ustuvor yo'nalishlaridan biri bo'lishi lozim. Ayniqsa, hududiy kesimda raqamli xizmatlar sifatini oshirish turizm oqimining barqaror o'sishiga xizmat qiladi.



1-rasm. Tadqiqotning konseptual modeli

Qashqadaryo viloyatida turizm xizmatlaridan foydalanuvchi iste'molchilarning raqamli omillar ta'sirida xulq-atvor shakllanishini empirik baholash maqsadida miqdoriy yondashuv

asosida tadqiqot tashkil etilib, ma'lumotlar Google Forms platformasi orqali to'plandi va tahlillar asosida yaratilgan konseptual model raqamli foydalanish va onlayn sharhlar omillarining onlayn ishonch orqali xulq-atvor niyatiga ta'sirini aks ettiradi.

Tadqiqotning konseptual modeliga ko'ra:

- raqamli xizmatlardan foydalanish darajasi ishonchni shakllantiradi;
- onlayn sharhlar sifati ishonchni mustahkamlaydi;
- ishonch esa xulq-atvor niyatiga bevosita ta'sir ko'rsatadi.

### Xulosa va takliflar.

Tadqiqot natijasida raqamli marketing va menejment integratsiyasi iste'molchi xulq-atvorini boshqarishda yangi mexanizmlarni yuzaga keltirishi aniqlashtirildi. Xususan, raqamli xizmat sifati, onlayn sharhlar, onlayn ishonch, CRM tizimlari va personalizatsiya vositalari iste'molchi qoniqishi orqali xulq-atvor niyatlariga bevosita va bilvosita ta'sir ko'rsatishi ilmiy asoslandi. Ushbu jarayonda boshqaruv yondashuvi ma'lumotlarga asoslangan qarorlar qabul qilish, real vaqt rejimida monitoring va individual marketing strategiyalarini ishlab chiqishga yo'naltirilganligi bilan ajralib turadi. Raqamli transformatsiya sharoitida iste'molchi xulq-atvorini boshqarish tizimi ko'p darajali va integratsiyalashgan xarakter kasb etishi aniqlanib, unda texnologik, iqtisodiy, ijtimoiy va institutsional omillar o'zaro uzviy bog'liqlikda faoliyat yuritishi turizm sohasi kabi xizmatlar sektorida boshqaruv samaradorligini oshirish uchun kompleks yondashuv zarurligini ko'rsatadi. Nazariy umumlashtirishlar shuni ko'rsatdiki, raqamli texnologiyalar turizm bozorida faqat axborot vositasi emas, balki boshqaruv mexanizmi sifatida faoliyat yuritadi, raqamli omillar orqali shakllanadigan ishonch va qoniqish esa xulq-atvor niyatining asosiy determinantlariga aylanadi.

### Adabiyotlar / Литература / Reference:

Brian Solis (2015) «X. The Experience When Business Meets Design». John Wiley & Sons Inc, - 254 p.

Farmon (2019) O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 5-yanvardagi "O'zbekiston Respublikasida turizmni jadal rivojlantirishga oid qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi PF-5611-son Farmoni // <https://lex.uz>.

Narkulova Sh.Sh. (2022) Consumer behaviour: Textbook. – Samarqand: SamIES, "STAR-SELL" L.L.C. editorial office, – 394 p.

Qaror (2019) O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2019-yil 8-martdagi "Qashqadaryo viloyatining turizm salohiyatidan samarali foydalanish chora-tadbirlari to'g'risida"gi 2024-yil 18-fevraldagi 198-son qarori // <https://lex.uz>.

Qaror (2023) O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 28-yanvardagi "Qashqadaryo viloyatining tog'li-rekreatsion hududlarida zamonaviy xizmat ko'rsatish va turizm obyektlarini barpo etish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PQ-376-son Qarori // <https://lex.uz>.

Qaror (2024) O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2024-yil 7-dekabrda "Turizm sohasini raqamlashtirish va turistik xizmatlarni yagona platformaga birlashtirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi 820-son <https://lex.uz>.

Qaror (2025) O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2025-yil 19-noyabrda "O'zbekiston Respublikasi Turizm qo'mitasi faoliyatini tashkil etish va turizm sohasini jadal rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PQ-348-sonli Qarori // <https://lex.uz>.

Xolmamatov D.H., Musayev B.Sh., Narkulova Sh.Sh., Boyjigitov S.K. (2022) Internet marketing. O'quv qo'llanma. – Samarqand: «FAN BULOG'I» nashriyoti, - 232 bet.

Ибрагимов И.О. (2023) Поведение потребителей: Учебное пособие – Самарканд.: СамИЭС. Издательство ООО «СТАР-SEL», – 288 стр.

Райс Эл, Траут Дж. (2005) 22 непреложных закона маркетинга. М.: АСТ, - 160 с.