

I SHO‘BA

TURIZM FAOLIYATINING MAZMUNI VA UNI O‘RGANISHNING NAZARIY-KONSEPTUAL JIHLTLARI

Gulnora GULYAMOVA,
O‘zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi,
“Islom iqtisodiyoti va moliyasi, ziyorat turizmi” kafedrasi dotsenti, i.f.n.

TURIZMNI RIVOJLANTIRISHDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALARDAN FOYDALANISHNING NAZARIY JIHLTLARI

Annotatsiya. Maqolada turizm sektorini raqamlashtirishning asosiy yo‘nalishlari tahlil etilgan. Raqamlashtirishda asosiy tendensiyalar "Smart Tourism" (aqlli turizm) tushunchasi va uning evolyutsiyasi tahlil etilgan, Turizm 4.0 konsepsiyasi yoki Industriya 4.0 texnologiyalarining turizm sohasiga kirib kelishini nazariy asoslari o‘rganilgan, raqamli ekotizimlar va ularning turistik yo‘nalishlar (destinatsiyalar) raqobatbardoshligiga ta’siri masalalari ko‘rib chiqilgan. Ushbu masalalar bo‘yicha olimlar fikrlari tahlil etilgan. O‘zbekistonda turizmni raqamlashtirish jarayoniga baho berilgan.

Kalit so‘zlar: turizm, raqamli texnologiyalar, aqlli turizm, Turizm 4.0, raqamli ekotizimlar, sun‘iy intellekt, buyumlar interneti, onlayn navigatsiya.

Аннотация. В данной статье проводится детальный анализ основных направлений цифровизации туристического сектора. Автор исследует ключевые тенденции в этой области, уделяя особое внимание эволюции концепции «Smart Tourism» (Умный туризм) и теоретическим основам внедрения технологий Индустрии 4.0 в рамках концепции «Туризм 4.0». В работе рассматриваются вопросы формирования цифровых экосистем и их непосредственного влияния на повышение конкурентоспособности туристических направлений (дестинаций). На основе анализа мнений ведущих ученых в статье дается оценка современному состоянию процессов цифровизации индустрии туризма в Республике Узбекистан.

Ключевые слова: туризм, цифровые технологии, умный туризм, Туризм 4.0, цифровые экосистемы, искусственный интеллект, интернет вещей, онлайн-навигация.

Abstract. This article provides a detailed analysis of the main directions of digitalization in the tourism sector. The author explores key trends in this field, with a particular focus on the evolution of the "Smart Tourism" concept and the theoretical foundations for implementing Industry 4.0 technologies within the "Tourism 4.0" framework. The study examines the formation of digital ecosystems and their direct impact on enhancing the competitiveness of tourism destinations. Based on an analysis of the perspectives of leading scholars, the article provides an assessment of the current state of tourism industry digitalization processes in the Republic of Uzbekistan.

Keywords: tourism, digital technologies, smart tourism, Tourism 4.0, digital ecosystems, artificial intelligence, Internet of Things, online navigation.

So‘nggi yillarda jahon turizm industriyasi asosini yangi texnologiyalar va innovatsiyalar tashkil etgan transformatsiya davriga qadam qo‘ydi. Pandemiya keyingi ko‘p yillik tiklanish jarayoni va sayyohlar ehtiyojlarining o‘zgarishidan so‘ng, turistik agentliklar va turoperatorlar o‘z mijozlariga xizmat ko‘rsatishning yanada oqilona, tezkor va barqaror usullarini izlamoqdalar. Sun‘iy intellekt (AI),

raqamli avtomatlashtirish va personallashtirish turizm uchun kelajak tushunchalari emas, balki bugungi kunning asosiy talablaridir.

Turizm sohasiga yangi texnologiyalarni joriy etish operatsion samaradorlik, individual mijoz tajribasi va daromadlarning o'sishi kabi qator afzalliklar keltirib chiqaradi. Shu bilan birga turizm biznesida raqamli texnologiyalarni joriy etish muayyan muammolar vujudga kelishiga ham olib keladi. Masalan, yangi vositalarga yo'naltirilgan investitsiyalar byudjetga bosim o'tkazishi, xodimlarni o'qitish esa vaqt talab qilishi mumkin, shuningdek, har bir yechim ham eskirgan tizimlarga mos kelavermaydi. Asosiy biznes maqsadlarini yo'qotmagan holda foyda olish uchun to'g'ri texnologiya va strategiyani tanlash o'ta muhimdir.

Zamonaviy turizm sohasida "smart tourism" (aqlli turizm) tushunchasi turistik faoliyatni raqamlashtirish, innovatsion texnologiyalardan foydalanish va turist tajribasini optimallashtirishni o'z ichiga olgan muhim yo'nalish sifatida rivojlanmoqda. Jahon olimlari bu konsepsiyaga turlicha yondashuvlar orqali yondoshgan bo'lsalar-da, ularning umumiy nuqtasi axborot-kommunikatsiya texnologiyalari (ICT), katta ma'lumotlar (Big Data) va real vaqtda ma'lumotlardan foydalanish orqali turistik ekotizimda qiymat yaratish jarayonini ta'minlashdir. Jumladan, Ulrike Gretzel "smart turizmni turimni turistik destinatsiyalarda axborot-kommunikatsiya texnologiyalari, katta ma'lumotlar (Big Data) va real-time axborot orqali qiymat yaratish tizimi"³⁶ deb ta'riflaydi. Uning fikricha, smart tourism - turist, biznes va infratuzilma o'rtasidagi raqamli integratsiyadir. Dimitrios Buhalis "Conceptualising Smart Tourism Destination Dimensions" asarida bu konsepsiyani "aqlli shahar" modeli bilan uyg'unlashtirib, uning asosida raqobatbardoshlik, barqarorlik va turistik tajribani samarali boshqarishni ta'minlovchi tizim sifatida ko'radi³⁷. Shuningdek, Alessandro Inversini "Smart Tourism Destinations: Ecosystems for Tourism Destination Competitiveness" asarida smart turizmni raqamli ekotizim sifatida sharhlab, ma'lumotlar oqimi va raqamli xizmatlar orqali qaror qabul qilish jarayonlarini takomillashtiradigan muhit sifatida ta'riflaydi³⁸. Marianna Sigala esa "Smart Tourism and Social Media" asarida turistlarning onlayn faoliyati va ijtimoiy tarmoqlardagi xulqini tahlil qilish orqali individuallashtirilgan xizmatlar yaratish imkoniyatlariga e'tibor qaratadi³⁹. Zheng Xiang "Information Technology and Tourism Experience" asarida smart turizmning asosiy elementlari sifatida real vaqtdagi ma'lumotlar va joylashuvga asoslangan xizmatlar texnologiyalarini ko'rsatadi. Unga ko'ra, turistik tajriba moslashuvchan mobil ma'lumotlar orqali yanada samarali va shaxsiylashtirilgan bo'ladi⁴⁰.

Bugungi kunda "Sanoat 4.0" (Industry 4.0) yutuqlarining turizm sohasiga integratsiyalashuvi natijasida yangi – "Turizm 4.0" paradigmasi shakllanmoqda.

³⁶ Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2025). *AI-powered smart tourism 2.0: A 10-year retrospective and updated model*. *Electronic Markets*, 35, 108.

³⁷ Boes K., Buhalis D., Inversini A. *Conceptualising Smart Tourism Destination Dimensions*. Bournemouth University, Poole, UK e-mail: kboes@bournemouth.ac.uk; dbuhalis@bournemouth.ac.uk; ainversini@bournemouth.ac.uk

³⁸ Inversini, A. (2017). *Smart Tourism Destinations: Ecosystems for Tourism Destination Competitiveness*. V knige: *Information and Communication Technologies in Tourism*. Springer.

³⁹ Sigala, M. (2018). Collaborative commerce in tourism: implications for smart destinations. *Current Issues in Tourism*, 21(1), 1-13.

⁴⁰ Xiang, Z., & Gretzel, U. (2010). Role of social media in online travel information search. *Tourism Management*, 31(2), 179-188.

Ilmiy adabiyotlarda turizmning rivojlanish bosqichlarini tizimlashtirishda turli yondashuvlar mavjud. Xususan, tadqiqotchi Manjari “E-turizm”, “M-turizm” va “Turizm 4.0” tushunchalarini quyidagicha farqlaydi: E-turizm (elektron turizm) turizm korxonalarini faoliyatini raqamlashtirish va biznes-jarayonlarni internet tarmog‘iga ko‘chirishni anglatadi, bunga aviachiptalarni onlayn bron qilish tizimlarini misol qilish mumkin. M-turizm deganda mobil texnologiyalar va GPS navigatsiya tizimlari orqali sayyohlarga real vaqt rejimida ma’lumot yetkazib berish bosqichini ko‘zda tutadi. Turizm 4.0 bosqichi yuqori darajadagi o‘zaro bog‘liqlik va “fijital” (physical + digital) muhitning yaratilishi bilan xarakterlanadi⁴¹. Bunda real dunyo va raqamli texnologiyalar uyg‘unlashib, sayyohning shaxsiy ehtiyojlariga moslashgan eksklyuziv tajribani taqdim etadi.

O‘zbekiston olimlari ham turizmda raqamli texnologiyalarning ahamiyati masalalarini milliy infratuzilma va raqamli rivojlanish sohalari bilan bog‘liq holda tadqiq etishga katta e’tibor qaratmoqdalar. Masalan, O.Astanakulov “Turizmda raqamlashtirish hali o‘zining to‘liq salohiyatiga erishgani yo‘q, biroq u biznes uchun muhimroq bo‘lganligi sababli uni amalga oshirish istiqboli juda yaqin. Bu ashyolar interneti, katta ma’lumotlar, blokcheyn, sun’iy intellekt, virtual reallik kabi “Sanoat 4.0”ning asosiy faollashtiruvchi texnologiyalari yordamida amalga oshiriladi. Agar “Sanoat 4.0” zamonaviy texnologiyalardan foydalangan holda operatsion samaradorlik va ishlab chiqarish jarayonini avtomatlashtirish orqali yuqori qo‘shimcha qiymatli mahsulot va xizmatlarga erishishni maqsad qilgan bo‘lsa, “Turizm 4.0” turizm sektori uchun ham ana shunday texnologik yutuqlarni joriy etishni nazarda tutadi⁴², deb ta’kidlagan. N.Muxtorova “Smart Tourism Technologies and Their Impact on Tourism Development in Uzbekistan” maqolasida smart tourismni turist qoniqishini oshirish, axborotga oson yetishish, xavfsizlikni ta’minlash va interaktiv muhit yaratishga xizmat qiladigan raqamli tizim sifatida ta’riflaydi⁴³.

M.Axmatova esa “Implementing Innovative Smart Technologies in the Tourism Industry of Uzbekistan” asarida sun’iy intellekt (AI), raqamli platformalar va innovatsion xizmatlarni joriy etish orqali O‘zbekiston turizm sohasining raqobatbardoshligini oshirish imkoniyatlarini ilmiy asoslab bergan.

Shunday qilib, hozirda ilmiy adabiyotlarda turizm raqamli transformatsiyaning nazariy jihatlari quyidagi yo‘nalishlarda muhokama qilinadi:

- “Smart Tourism” (Aqlli turizm) tushunchasi va uning evolyutsiyasi;
- Turizm 4.0 konsepsiyasi yoki Industriya 4.0 texnologiyalarining turizm sohasiga kirib kelishini nazariy asoslari;
- raqamli ekotizimlar va ularning turistik yo‘nalishlar (destinatsiyalar) raqobatbardoshligiga ta’siri masalalari.

Smart Tourism (aqlli turizm) - bu zamonaviy axborot texnologiyalari va turizm

⁴¹ Manjari, P., & Singh, J. Impact of Industry 4.0 on the Tourism Industry: A Theoretical Review

⁴² Astanakulov O.T., Gulyamova G.P. (2023) Turizm sektori raqobatbardoshligi: nazariya va amaliyot. – Monografiya.T.. – 82-83- b.

⁴³ N.Muxtorova (2026) IMPLEMENTING INNOVATIVE SMART TECHNOLOGIES IN THE TOURISM INDUSTRY OF UZBEKISTAN. (2026). *Multidisciplinary Journal of Science and Technology*, 6(1), 144-146. <https://www.mjstjournal.com/index.php/mjst/article/view/6499>

sohasining chambarchas bog‘lanishidir. Bu shunchaki internetdan foydalanish emas, balki sayyoh uchun maksimal qulaylik, shahar uchun samarali boshqaruv va biznes uchun yangi imkoniyatlar yaratish tizimidir.

Aqlli turizm konsepsiyasi odatda uchta asosiy yo‘nalishga tayanadi:

– aqlli yo‘nalish, destinatsiya (Smart Destination), ya’ni sayyohlarga individual xizmat ko‘rsata oladigan infratuzilmani shakllantirish (masalan, bepul Wi-Fi hududlari, interaktiv xaritalar);

– aqlli tajriba (Smart Experience): texnologiyalar (AR/VR) yordamida sayohatni boyitish;

– aqlli biznes (Smart Business): ma’lumotlar tahlili asosida xizmat sifatini oshirish va resurslarni tejash.

Aqlli destinatsiya tushunchasi hududning innovatsion infratuzilma bilan ta’minlanganlik darajasini belgilaydi. Bunda hududning jismoniy infratuzilmasi raqamli yechimlar – “Narsalar interneti” (IoT), bepul yuqori tezlikdagi Wi-Fi tarmoqlari va sensorli datchiklar bilan integratsiya qilinadi. Interaktiv xaritalar va geopozitsion xizmatlar sayyohning hudud bo‘ylab harakatlanishini optimallashtirsa, ochiq ma’lumotlar bazasi shahar boshqaruvi va xavfsizlik tizimining samaradorligini oshiradi. Natijada, destinatsiya nafaqat mehmonlar uchun qulay muhitga, balki resurslarni oqilona boshqaradigan tirik organizmga aylanadi.

Aqlli tajriba sayyohning sayohat davomida oladigan taassurotlarini texnologiyalar vositasida boyitish va individuallashtirishni nazarda tutadi. Kengaytirilgan va virtual voqelik (AR/VR) texnologiyalari tarixiy obidalarning asl qiyofasini raqamli qayta tiklash orqali ekskursiya jarayoniga yangicha mazmun bag‘ishlaydi. Shaxsiy mobil ilovalar sayyohning qiziqishlaridan kelib chiqib, real vaqt rejimida individual marshrutlar va xizmatlarni taklif etadi. Bu jarayonda texnologiya inson va madaniy meros o‘rtasidagi to‘siqlarni olib tashlab, har bir tashrifni takrorlanmas va interaktiv tajribaga aylantiradi.

Aqlli biznes yo‘nalishi turizm sohasidagi tadbirkorlik subyektlarining katta hajmdagi ma’lumotlar (Big Data) tahlili asosida faoliyat yuritishini anglatadi. Biznes vakillari iste’molchilarning xulq-atvori va xohishlarini tahlil qilish orqali xizmatlar sifatini maqsadli oshirish va operatsion xarajatlarni sezilarli darajada kamaytirish imkoniyatiga ega bo‘ladilar. Bulutli texnologiyalar va avtomatlashtirilgan boshqaruv tizimlari mehmonxona va transport logistikasini optimallashtirib, bozor konyunkturasiga tezkor moslashishga xizmat qiladi. Shu tariqa, raqamli biznes modellari resurslarni tejash bilan birga, turizm xizmatlari bozorida raqobatbardoshlikni ta’minlovchi strategik vosita bo‘lib xizmat qiladi.

Demak, smart tourism – bu faqat texnologik tendensiya emas, balki ma’lumotlarga asoslangan, intellektual boshqaruv va raqamli infratuzilma orqali qiymat yaratadigan yangi turdagi turizm ekotizimidir. Smart tourism nafaqat turistlarning tajribasini boyitadi, balki destinatsiyalarning raqobatbardoshligini ham yuksak darajaga ko‘taradi.

Bugungi kunda “Sanoat 4.0” (Industry 4.0) yutuqlarining turizm sohasiga integratsiyalashuvi natijasida yangi – “Turizm 4.0” paradigmasi shakllanmoqda. Turizm raqamlashtirish hali o‘zining to‘liq salohiyatiga erishgani yo‘q, biroq u biznes uchun muhimroq bo‘lganligi sababli uni amalga oshirish istiqboli juda yaqin.

Bu ashyolar interneti, katta ma'lumotlar, blokcheyn, sun'iy intellekt, virtual reallik kabi "Sanoat 4.0"ning asosiy faollashtiruvchi texnologiyalari yordamida amalga oshiriladi. Agar "Sanoat 4.0" zamonaviy texnologiyalardan foydalangan holda operatsion samaradorlik va ishlab chiqarish jarayonini avtomatlashtirish orqali yuqori qo'shimcha qiymatli mahsulot va xizmatlarga erishishni maqsad qilgan bo'lsa, "Turizm 4.0" turizm sektori uchun ham ana shunday texnologik yutuqlarni joriy etishni nazarda tutadi. Turizm va mehmonxona korxonalari asta-sekin "Sanoat 4.0"ning ba'zi yechimlarini joriy qilmoqdalar, masalan: xizmatlarni avtomatlashtirish, chat-botlar, yetkazib berish robotlari, farrosh robotlari, moslashuvchan restoranlar, o'z-o'ziga xizmat ko'rsatish ma'lumot kiosklari, va boshqalar.⁴⁴

Zamonaviy dunyoda "Sanoat 4.0" barcha tegishli infratuzilmaning rivojlanishiga bevosita va bilvosita ta'sir ko'rsatadigan ijtimoiy-iqtisodiy hodisa sifatida qaraladi. O'z navbatida bu turizm sohasida transport, ijtimoiy va xizmat ko'rsatish yo'nalishlarining yuqori darajada rivojlanishiga ham o'z ta'sirini o'tkazmay qolmaydi, bu esa pirovardida turizm sohasini iqtisodiyotning yuqori daromadli tarmog'iga aylantiradi.

Turizm mamlakatning umumiy farovonligini oshirishga hissa qo'shishi mumkin bo'lgan strategik soha sifatida tan olingan. "Sanoat 4.0" doirasida yangi tashkiliy tizimlar "aqli turizm" va "aqlli turizm yo'nalishlari"ni rivojlantirishga sezilarli turtki bermoqda. Shu sababli, bo'lajak turizm va mehmondo'stlik sohasida ishlovchi mutaxassislarni to'g'ri tayyorlash kerak. Sababi, "Turizm 4.0" yo'nalishida faoliyat yurituvchi bo'lajak mutaxassislar uchun faqatgina turizm sohasidagi fundamental bilimlar va amaliy ko'nikmalarning o'zi yetarli bo'lmaydi. Istiqbolda sohaning raqobatbardosh kadri bo'lib yetishish uchun, "Sanoat 4.0" texnologiyalari bilan ishlay oladigan ko'nikmalarga jumladan, tahliliy va kreativ fikrlash, katta ma'lumotlar bilan ishlash ko'nikmasi kabi bilimlarga ega bo'lish talab etiladi. Buning uchun sohaga kadrlar tayyorladigan ta'lim muassasalarida "Turizm 4.0" talbalariga mos ko'nikmalarni o'z ichiga oluvchi ta'lim dasturlarini ishlab chiqish va mavjudlarini takomillashtirib borishni taqozo etadi.

Hozirgi global iqtisodiyotda raqamli ekotizimlar turistik destinatsiyalar raqobatbardoshligini belgilaydigan strategik omillardan biriga aylanmoqda. Raqamli ekotizim deganda turistik xizmat ko'rsatuvchilar, davlat boshqaruvi organlari, transport operatorlari, mehmonxona tarmoqlari va sayyohlar o'rtasida ma'lumot almashinuvini ta'minlovchi yagona raqamli infratuzilma tushuniladi.

Ilmiy tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, raqamli texnologiyalar joriy etilgan hududlarda turistik samaradorlik yuqori bo'ladi, chunki real vaqt rejimida ma'lumotlar tahlili resurslardan samarali foydalanish imkonini yaratadi. Masalan, Barcelona shahrida smart mobility tizimi, onlayn navigatsiya va turistik oqim monitoringi orqali turistik zonalarda yuklama muvozanatlashtirilgan. Bu esa tashrif buyuruvchilar qoniqishini oshirib, shaharning xalqaro turistik reytinglarda ustunligini kuchaytirgan.

⁴⁴ Morais, E. P., Cunha, C. R., & Gomes, J. P. (2013). The information and Communication Technologies in Tourism Degree Courses: the Reality of Portugal and Spain. *Journal of e-Learning an Higher Education*, 1-10.

Shuningdek, raqamli platformalar orqali bronlash, elektron to'lov, virtual gid va AI asosida personallashtirilgan tavsiyalar destinatsiya brendi qiymatini oshiradi. Amsterdamda turistik ma'lumotlar platformasi orqali tashrif vaqti, transport yo'nalishi va obyektlar bo'yicha ma'lumotlar integratsiya qilingan bo'lib, bu xizmat sifatiga ijobiy ta'sir ko'rsatgan.

Iqtisodiy nuqtayi nazardan raqamli ekotizimlar transaksiya xarajatlarini pasaytiradi, xizmat ko'rsatish tezligini oshiradi va marketing xarajatlarini optimallashtiradi. Shuningdek, real vaqt rejimida turistik oqimlar prognoz qilinib, mavsumiy yuklamalar samarali boshqariladi. Bu destinatsiyaning investitsion jozibadorligini ham kuchaytiradi. Xulosa qilib aytganda, raqamli ekotizimlar turistik destinatsiya raqobatbardoshligining yangi institutsional modeli hisoblanadi.

O'ktam JIYANOV,
O'zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi dotsenti v.b.,
Turizmni rivojlantirish ilmiy tadqiqot instituti mustaqil tadqiqotchisi

TURIZM XIZMATLAR BOZORI SAMARADORLIGINI BAHOLASHNING RAQAMLI INDIKATORLAR TIZIMINI SHAKLLANTIRISH

Annotatsiya. Mazkur maqolada raqamli iqtisodiyot sharoitida turizm xizmatlar bozori samaradorligini baholashning raqamli indikatorlar tizimini shakllantirish masalalari tadqiq etilgan. Tadqiqotda turizm sohasida raqamli transformatsiya jarayonlarining kuchayishi natijasida an'anaviy statistik ko'rsatkichlar bilan bir qatorda raqamli indikatorlardan foydalanish zarurligi asoslab berilgan. Shuningdek, turizm xizmatlari bozori samaradorligini baholashda raqamli infratuzilma, onlayn bronlash, raqamli marketing, mijozlar qoniqishi va innovatsion boshqaruv indikatorlarining ahamiyati yoritilgan. Maqolada O'zbekistonda turizm xizmatlari bozori samaradorligini integral raqamli indeks asosida baholash istiqbollari ham ko'rsatib berilgan.

Kalit so'zlar: raqamli iqtisodiyot, turizm xizmatlari bozori, raqamli indikatorlar, smart tourism, onlayn bronlash, turizm samaradorligi, raqamli marketing.

Аннотация. В данной статье исследуются вопросы формирования системы цифровых индикаторов оценки эффективности рынка туристских услуг в условиях цифровой экономики. В исследовании обоснована необходимость использования цифровых индикаторов наряду с традиционными статистическими показателями в связи с усилением процессов цифровой трансформации в сфере туризма. Также раскрыта значимость цифровой инфраструктуры, онлайн-бронирования, цифрового маркетинга, удовлетворенности клиентов и инновационного управления при оценке эффективности рынка туристских услуг. В статье также показаны перспективы оценки эффективности рынка туристских услуг Узбекистана на основе интегрального цифрового индекса.

Ключевые слова: цифровая экономика, рынок туристских услуг, цифровые индикаторы, smart tourism, онлайн-бронирование, эффективность туризма, цифровой маркетинг.

Abstract. This article examines the issues of forming a system of digital indicators for assessing the efficiency of the tourism services market in the context of the digital economy. The study substantiates the necessity of using digital indicators alongside traditional statistical measures due to the intensification of digital transformation processes in the tourism sector. The article also highlights the importance of digital infrastructure, online booking, digital marketing, customer satisfaction, and innovative management indicators in evaluating the efficiency of the