



TURIZMDA AXBOROTLASHTIRISH TIZIMIDAN FOYDALANISHNING IJTIMOIY-IQTISODIY AHAMIYATI

Mamurov Samadjon

O'zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi

ORCID: 0009-0006-4158-039X

mamurov.samadjon1988@gmail.com

Annotatsiya. Ushbu maqolada O'zbekistonda turizm sohasini axborotlashtirish jarayonlarining ijtimoiy-iqtisodiy ahamiyati tizimli ravishda tahlil qilingan. Tadqiqotda xalqaro tajribalar Janubiy Koreya, Singapur, Estoniya, Ispaniya va Turkiya misolida smart-turizm, e-visa, onlayn bronlash, raqamli marketing va elektron to'lovlar kabi raqamli yechimlarning turizm rivojiga ta'siri o'rganildi. Shuningdek, O'zbekistonning so'nggi yillardagi raqamli infratuzilmasi, elektron xizmatlar qamrovi, turistlar oqimi va turizm eksporti bo'yicha o'sish dinamikasi baholandi. Qiyosiy tahlil natijalari shuni ko'rsatadiki, axborot-kommunikatsiya texnologiyalaridan samarali foydalanish turizmning samaradorligi, xizmat sifati, bandlik darajasi va iqtisodiy faolligini sezilarli darajada oshirmoqda. Maqola yakunida turizmni yanada raqamlashtirish bo'yicha taklif va tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Kalit so'zlar: turizm, axborotlashtirish, AKT, smart-turizm, raqamli infratuzilma, elektron to'lovlar, onlayn bronlash, e-visa, raqamli marketing, iqtisodiy samaradorlik, xalqaro tajriba, raqamli transformatsiya.

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ЗНАЧЕНИЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ В ТУРИЗМЕ

Мамуров Самаджон

Международная исламская академия Узбекистана

Аннотация. В данной статье проведён системный анализ социально-экономической значимости цифровизации туристической отрасли Узбекистана. На основе изучения международного опыта Южной Кореи, Сингапура, Эстонии, Испании и Турции исследовано влияние таких цифровых решений, как smart-tourism, электронная виза, онлайн-бронирование, цифровой маркетинг и электронные платежи на развитие туризма. Также оценена динамика роста цифровой инфраструктуры Узбекистана, развитие электронных услуг, туристических потоков и экспорта туристических услуг в последние годы. Сравнительный анализ показал, что эффективное использование ИКТ значительно повышает результативность туризма, качество услуг, занятость и экономическую активность. В завершение статьи предложены рекомендации по дальнейшей цифровой трансформации сферы туризма.

Ключевые слова: туризм, цифровизация, ИКТ, smart-tourism, цифровая инфраструктура, электронные платежи, онлайн-бронирование, e-visa, цифровой маркетинг, экономическая эффективность, международный опыт, цифровая трансформация.

SOCIO-ECONOMIC IMPORTANCE OF USING INFORMATION SYSTEMS IN TOURISM

Mamurov Samadjon

International Islamic Academy of Uzbekistan

Abstract. *This article provides a systematic analysis of the socio-economic significance of tourism digitalization in Uzbekistan. Drawing on the international experiences of South Korea, Singapore, Estonia, Spain, and Turkey, the study examines the impact of digital solutions such as smart tourism, e-visa systems, online booking platforms, digital marketing, and electronic payments on tourism development. The paper also evaluates recent trends in Uzbekistan's digital infrastructure, electronic services coverage, tourist flows, and tourism exports. Comparative analysis reveals that effective use of ICT substantially enhances tourism efficiency, service quality, employment opportunities, and overall economic activity. The article concludes with recommendations aimed at further strengthening the digital transformation of the tourism sector.*

Keywords: *tourism, digitalization, ICT, smart tourism, digital infrastructure, electronic payments, online booking, e-visa, digital marketing, economic efficiency, international experience, digital transformation.*

Kirish.

So'nggi yillarda globallashuv, raqamli texnologiyalar evolyutsiyasi hamda xizmatlar sektorining jadal kengayishi natijasida turizm sohasi tubdan o'zgarib bormoqda. Xususan, axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining (AKT) joriy etilishi turistik xizmatlar ko'rsatish mexanizmlarini sezilarli darajada optimallashtirib, sohani boshqarishning yangi paradigmasini shakllantirmoqda. Bugungi kunda turizm jarayonlarini axborotlashtirish raqamli marketing, elektron bron tizimlari, onlayn to'lov platformalari, geografik axborot tizimlari (GIS), mobil ilovalar, sun'iy intellekt asosidagi tavsiya tizimlari va katta ma'lumotlar (Big Data) tahliliga tayanmoqda. Bu esa nafaqat turistik xizmatlarning sifatini oshirish, balki turizm oqimlarini boshqarish, xavfsizlikni ta'minlash, mijozlar ehtiyojini tezkor aniqlash va iqtisodiy samaradorlikni oshirish imkonini bermoqda.

Dunyoning ko'plab mamlakatlarida raqamli turizm iqtisodiy o'sishning asosiy drayverlaridan biri sifatida qaralmoqda. UNWTO ma'lumotlariga ko'ra, turizmning raqamlashtirilishi xizmatlar tannarxini 20–30 foizgacha kamaytirishi, marketing samaradorligini esa 40 foizgacha oshirishi mumkin (UNWTO, 2024). Xalqaro tajribalar shuni ko'rsatadiki, raqamli transformatsiya jarayonlarini muvaffaqiyatli amalga oshirgan davlatlarda turizm sektori yalpi ichki mahsulot (YAIM) tarkibida yuqori ulushga ega bo'lib, aholi bandligi ham sezilarli darajada oshgan. Masalan, Janubi-Sharqiy Osiyo va Yevropa davlatlari turizmni axborotlashtirish orqali raqobatbardosh, moslashuvchan va tezkor xizmatlar ekotizimini yaratishga muvaffaq bo'lgan.

O'zbekistonda ham turizm sohasining raqamli infratuzilmasi izchil takomillashmoqda. "Raqamli O'zbekiston – 2030" strategiyasi, elektron hukumat tizimi, "Uzbekistan.travel" portali, mehmonxona va gidlar reyestrlari, elektron vizalar tizimining joriy etilishi turistik xizmatlarni raqamlashtirish jarayonining asosiy bosqichlari hisoblanadi. Shuningdek, so'nggi yillarda mahalliy va xalqaro onlayn bron platformalari orqali sayohat xizmatlaridan foydalanish hajmi keskin oshgani, turistik oqimni real vaqt rejimida monitoring qilish amaliyoti kengaygani kuzatilmoqda. Bu tendensiyalar mamlakatda turizmning raqobatbardoshligini mustahkamlash, hududlar kesimida turizm salohiyatidan samarali foydalanish va aholining turizm xizmatlariga bo'lgan kirishuvchanligini oshirishda muhim omil bo'lib xizmat qilmoqda.

Turizmda axborotlashtirish tizimidan foydalanishning ijtimoiy-iqtisodiy ahamiyati ko'p qirrali bo'lib, bir tomondan, xizmatlar sifatini yaxshilash, mijozlar ehtiyojini chuqur tahlil qilish, marketingning yangi modellarini shakllantirish kabi imkoniyatlarni yaratsa, boshqa tomondan,

iqtisodiy o'sishni rag'batlantiradi, yangi ish o'rinlari yaratadi va hududlar rivojiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi. Turistik axborot tizimlari mamlakat brendini xalqaro maydonda samarali targ'ib qilish, turistlar oqimini boshqarish, ularning xavfsizligini ta'minlash hamda ekologik barqaror turizmni rivojlantirishga bevosita xizmat qiladi.

Shu nuqtayi nazardan, turizmda axborotlashtirish jarayonlarining ahamiyatini ilmiy asosda tadqiq qilish, mavjud infratuzilma, me'yoriy-huquqiy baza va texnologik imkoniyatlarni baholash, ulardan samarali foydalanish bo'yicha takliflar ishlab chiqish dolzarb ilmiy-amaliy masalalardan biri hisoblanadi.

Adabiyotlar sharhi.

Turizmda axborot-kommunikatsiya texnologiyalaridan foydalanishning ijtimoiy-iqtisodiy ahamiyati bo'yicha ilmiy izlanishlar, avvalo, e-tourism va smart-turizm konsepsiyasi doirasida shakllangan. Buhalis (2020) turizmda texnologiya evolyutsiyasini an'anaviy AKTdan e-tourism, smart-turizm va "ambient intelligence tourism" bosqichlarigacha kuzatib, raqamli yechimlar turistik korxonalar samaradorligini oshirishi, xarajatlarni optimallashtirishi va mijozlar tajribasini individuallashtirishi orqali butun sohaning raqobatbardoshligini kuchaytirishini ko'rsatadi.

Gretzel va boshqalar (2015) smart-turizmni turistik ma'lumotlarni yig'ish, ulashish va qayta ishlashga asoslangan raqamli ekotizim sifatida izohlab, real vaqt rejimidagi axborot oqimi, ulashilgan platformalar va "data-driven" boshqaruv qarorlarining iqtisodiy qiymat yaratishdagi rolini asoslab beradi.

Femenia-Serra va Neuhofer (2018) esa smart-turistik tajribalar konsepsiyasini ishlab chiqib, raqamli texnologiyalar turistlarning hissiy qoniqishi, ishtiroki va ijtimoiy aloqalarini chuqurlashtirishi orqali xizmatlar "tajriba industriyasi"ga aylanishini muhokama qilishadi.

So'nggi yillardagi empirik tadqiqotlar AKTning turizm sektori va milliy iqtisodiyotga bevosita va bilvosita ta'sirini miqdoriy baholashga qaratilmoqda. Bqk, Barej-Kaczmarek va Sulikowski (2020) Yevropa davlatlari bo'yicha panel ma'lumotlar asosida olib borgan tadqiqotida AKT infratuzilmasi ko'rsatkichlari yuqori bo'lgan mamlakatlarda turizm daromadlari, eksport tushumlari va xizmatlar qo'shimcha qiymati sezilarli oshishini aniqlagan; bu natijalar AKT turizm orqali iqtisodiy o'sish va bandlikka multiplikativ ta'sir ko'rsatishini ko'rsatadi.

Ali (Ali, 2020) "Handbook of e-Tourism" to'plamidagi bo'limida AKTning barqaror turizm rivojlanishidagi rolini tahlil qilib, geografik axborot tizimlari (GIS), mobil ilovalar, virtual va kengaytirilgan reallik kabi yechimlar turizm resurslari monitoringi, turistik oqimlarni boshqarish, mahalliy hamjamiyatlarni iqtisodiy jarayonlarga jalb qilish va daromadlarni adolatli taqsimlash orqali ijtimoiy-iqtisodiy barqarorlikni mustahkamlashini ilmiy asoslaydi.

Shu bilan birga, raqamlashtirish jarayonining murakkab va qarama-qarshi jihatlar ham ilmiy bahs markazida. S. Gössling (Gössling, 2021) turizm, texnologiya va AKT bo'yicha tanqidiy tahlilida raqamli platformalar, onlayn bron tizimlari va ijtimoiy tarmoqlar, bir tomondan, global ulanish va iqtisodiy samaradorlikni kuchaytirs, boshqa tomondan, raqamli nomuvozanlik, ma'lumotlar asimmetriyasi, ekologik izlarning ortishi kabi xavflarni yuzaga keltirishini ta'kidlaydi.

Ali ham AKT asosidagi "smart" yechimlar barqaror turizm maqsadlariga erishishda kuchli vosita bo'lishi bilan birga, texnologiyalarning o'zi ham resurs sarfi va chiqindilar manbai ekanini, shuningdek, raqamli infratuzilma nuqsonlari tufayli qishloq hududlari va ijtimoiy zaif guruhlar turizmning raqamli foydalaridan chetda qolishi mumkinligini qayd etadi.

Raqamlashtirishning ijtimoiy-iqtisodiy natijalari bo'yicha mintaqaviy va rivojlanayotgan mamlakatlar kontekstida ham qator tadqiqotlar olib borilmoqda. Masalan, Tashpulatova va Suyunovalar (2024) turizm raqamlashtirilishi darajasini xalqaro indeks usuli asosida baholab, raqamli infratuzilmasi rivojlangan davlatlarda turizm xizmatlari eksporti va

investitsiyalar oqimi yuqori bo'lishini ko'rsatadi hamda raqamlashtirishni turizm industriyasining "drayveri" sifatida tavsiflaydi.

Ali va hamkorlarining ishlari esa AKT yordamida mahalliy hamjamiyatlarni turizm loyihalariga jalb etish, ularning iqtisodiy imkoniyatlarini kengaytirish, ijtimoiy kapitalni oshirish hamda ekologik barqarorlikni ta'minlash mumkinligini ko'rsatadi; bu yondashuvlar ayniqsa rivojlanayotgan mamlakatlar uchun dolzarbdir.

O'zbekiston bo'yicha so'nggi yillarda turizmning raqamlashtirilishi va "digital tourism"ning iqtisodiyotdagi roli haqida maxsus tadqiqotlar paydo bo'ldi. Xurramov (2020) "digital tourism"ni O'zbekiston iqtisodiyotida innovatsion o'sish nuqtasi sifatida ko'rib, onlayn bron tizimlari, internet-marketing va raqamli to'lov xizmatlari xalqaro turistlar oqimi, valyuta tushumlari va hududiy bandlikka ijobiy ta'sir ko'rsatayotganini, shu bilan birga, kadrlar tayyorlash va infratuzilmani modernizatsiya qilish zarurligini ta'kidlaydi.

Nematova (2021) esa turizm va raqamlashtirish bo'yicha tahliliy ishida O'zbekistonda digital turizm infratuzilmasining shakllanishi, yutuqlar va institutsional hamda texnik to'siqlarni tizimli ravishda umumlashtiradi va kelgusida raqamli platformalardan foydalanish samaradorligini oshirish bo'yicha yo'nalishlarni belgilaydi.

Ismailova (2021) tomonidan yozilgan maqolada O'zbekistonda raqamli turizm rivojining asosiy trendlari – e-tourism, virtualizatsiya, tajriba va taassurotlar industriyasi, onlayn sayohat agentliklari va yirik platformalarning roli – tahlil qilinib, raqamli transformatsiya turizm xizmatlari diversifikatsiyasi, turistlar profilining o'zgarishi va bozor segmentatsiyasini chuqurlashtirish orqali iqtisodiy faollikni kuchaytirayotgani ko'rsatiladi.

Tishabayeva (2024) turizm raqamli texnologiyalardan foydalanish usullarini o'rganib, turizm bozori sub'yektlarining raqamli texnologiyalarni joriy etish motivlari, xususan, operatsion xarajatlarni kamaytirish, marketing qamrovini oshirish va xizmat ko'rsatish tezkorligini yaxshilash orqali iqtisodiy natijalarni yaxshilashga intilishlarini empirik dalillar bilan tasdiqlaydi.

Raqamli marketing va raqamli infratuzilmaning turizmga ta'siri ham alohida yo'nalish sifatida ko'tarilmoqda. Fayzullayev (2025) O'zbekiston turizm salohiyatini targ'ib etishda raqamli marketing vositalari – ijtimoiy tarmoqlar, qidiruv tizimlari, kontent-marketing va onlayn reklama – ning imkoniyat va cheklovlarini tahlil qilib, ularning to'g'ri qo'llanilishi turistlar oqimini ko'paytirish, valyuta tushumlarini oshirish hamda mamlakat imijini yaxshilashga xizmat qilishini ta'kidlaydi.

Boshqa bir tadqiqotda O'zbekistonda raqamli infratuzilma ko'rsatkichlari (internet qamrovi, mobil aloqa, keng tarmoq) va turizm rivoji o'rtasidagi bog'liqlik tahlil qilinib, raqamli infratuzilmani yaxshilash turistik oqimlar va xizmatlar eksporti o'sishini tezlashtirishi aniqlangan.

Yuqoridagi izlanishlar shuni ko'rsatadiki, xorijiy adabiyotlarda AKTning turizmga ta'siri ko'proq smart-turizm, tajriba iqtisodiyoti va barqaror rivojlanish kontekstida, lokal adabiyotlarda esa O'zbekistonda digital turizm infratuzilmasini shakllantirish, raqamli marketing va boshqaruv mexanizmlarini takomillashtirish nuqtai nazaridan yoritilgan. Biroq ko'pchilik tadqiqotlarda turizmni axborotlashtirishning ijtimoiy-iqtisodiy ta'siri, ya'ni bandlik strukturasiga, hududiy rivojlanish farqlariga, mahalliy hamjamiyatlar daromadi va ijtimoiy inklyuziyaga ta'siri – yetarli darajada chuqur va tizimli tahlil qilinmagan. Shu bois mazkur maqola O'zbekistonda turizm axborotlashtirish tizimidan foydalanish natijasida yuzaga kelayotgan ijtimoiy-iqtisodiy o'zgarishlarni kompleks o'rganish va mavjud ilmiy bo'shliqni qisman to'ldirishni maqsad qiladi.

Tadqiqot metodologiyasi.

Ushbu tadqiqot turizm sohasida axborotlashtirish tizimlaridan foydalanishning ijtimoiy-iqtisodiy ahamiyatini aniqlashga qaratilgan bo'lib, unda kombinatsiyalashgan metodlar qo'llaniladi. Birinchidan, xorijiy va mahalliy olimlarning (Buhalis, Gretzel, Gössling,

Xurramov, Nematova, Suyunova va boshqalar) tadqiqotlari asosida kontent tahlili amalga oshiriladi, bunda e-tourism, smart-turizm, raqamli marketing, AKTning iqtisodiy samaradorlikka ta'siri kabi yo'nalishlar tizimli o'rganiladi. Ikkinchidan, O'zbekiston bo'yicha mavjud statistik ma'lumotlar, turizm xizmatlari eksporti, turistlar oqimi, internet qamrovi, raqamli infratuzilma ko'rsatkichlari tendensiyalar tahlili orqali baholanadi. Uchinchidan, AKTning turizmga ta'sirini o'lchashda ilgari qo'llangan ilmiy yondashuvlar (panel tahlil, indekslash, bog'liqlik tahlili) nazariy asos sifatida qiyosiy o'rganiladi. Mazkur metodlar orqali O'zbekistonda turizmni axborotlashtirishning iqtisodiy samaradorlik, bandlik, xizmatlar sifati va hududiy rivojlanishga ta'siri haqida umumlashtirilgan ilmiy xulosalar ishlab chiqiladi.

Tahlil va natijalar muhokamasi.

O'zbekiston turizm sohasida axborotlashtirish jarayonlari so'nggi yillarda sezilarli sur'atlarda rivojlanib, sohaning modernizatsiya qilingan boshqaruv modeli shakllanmoqda. Tahlil natijalari shuni ko'rsatadiki, turizmga AKTdan foydalanishning kengayishi nafaqat xizmatlar sifatini oshirmoqda, balki iqtisodiy faollik, hududiy integratsiya, bandlik va xalqaro raqobatbardoshlikni ta'minlashda strategik omilga aylanmoqda. Eng avvalo, raqamlashtirilgan xizmatlar ekotizimining kengayishi elektron viza (e-visa) tizimining takomillashuvi, mehmonxonalar va gidlarning yagona reyestri, "Uzbekistan.travel" portalining modernizatsiyasi, mahalliy turistik operatorlarning global bron platformalari bilan integratsiyasi — turistlar oqimini boshqarish va ularning harakatini monitoring qilish imkoniyatlarini kengaytirdi. Statistik ma'lumotlarga ko'ra, e-visa tizimi joriy etilgandan so'ng mamlakatga tashrif buyurgan sayyohlar soni yillik o'sish sur'atini 25–35 foizga oshirdi, bu esa axborotlashtirishning real iqtisodiy samarasini ko'rsatadi.

Shu bilan birga, mobil ilovalar va raqamli navigatsiya xizmatlarining ko'payishi turistlar uchun qulaylik yaratib, xizmat ko'rsatishning shaffofligi va tezkorligini oshirdi. 2022–2024 yillar davomida 40 dan ortiq turizmga oid mobil ilovalar faoliyat boshladi, jumladan, elektron gidlik, onlayn xarita, transport jadvali, muzey va tarixiy obidalar haqida AR/VR texnologiyalari asosidagi ma'lumot xizmatlari kengaymoqda. Bu esa turistlarning mamlakat bo'ylab mustaqil harakatlanish darajasini oshirib, ularning sarf-xarajatlari va iqtisodiy faollik ko'rsatkichlarini sezilarli ravishda kengaytirgan. Turistik obyektlarda QR-kodli axborot tizimlari joriy etilishi turistlarning axborotga kirish imkoniyatini osonlashtirdi, natijada ekskursiya xarajatlari qisqarib, shaxsiylashtirilgan sayohat tajribasi shakllandi.

Tahlillar shuni ko'rsatadiki, turizm subyektlarining raqamli marketing vositalaridan foydalanish darajasi keskin oshdi: 2020-yilda turizm korxonalarining atigi 28 foizi ijtimoiy tarmoqlar orqali targ'ibot olib borgan bo'lsa, 2024-yilda bu ko'rsatkich 70 foizdan oshgan. Onlayn reklama, kontekstli qidiruv tizimlari (Google Ads, Yandex Direct), kontent-marketing va SEO texnologiyalaridan foydalanish orqali turistik oqimda sezilarli o'sish kuzatilmoqda. Shu bilan birga, O'zbekiston brendi xalqaro maydonda yanada tanila boshladi; "One Million Uzbek Coders", "Visit Uzbekistan", "Uzbekistan – Safe Travel Guaranteed" kabi raqamli kampaniyalar mamlakat imijining kuchayishiga xizmat qilmoqda. Xususan, 2023-yilda turizmga oid media-kontentlar 1,2 milliarddan ortiq ko'rishlar to'pladi va bu ko'rsatkich yildan yilga ortib bormoqda.

Iqtisodiy ko'rsatkichlar ham raqamlashtirishning samaradorligini tasdiqlamoqda. 2019–2024 yillar davomida turizm xizmatlari eksporti 1,3 baravar oshgan bo'lib, o'sishning sezilarli qismi onlayn bron tizimlari, elektron to'lovlar va raqamli marketing orqali erishilgan. Mehmonxonalar sektorida raqamlashtirilgan boshqaruv tizimlari (PMS – Property Management Systems) joriy etilgach, xizmat ko'rsatish jarayonlarida inson xatolari kamaydi, buyurtmalarni qayta ishlash tezligi 2–3 baravar oshdi va operatsion xarajatlar 12–15 foizgacha qisqardi. Restoran, transport va gidlik xizmatlarining digitalizatsiya darajasi oshgani natijasida elektron to'lovlar ulushi 2021-yildagi 18 foizdan 2024-yilda 45 foizga yetdi. Bularning barchasi

ichki bozorning rasmiylashtirilishi, soliqliq tushumlarining oshishi va iqtisodiy shaffoflikning kuchayishiga yordam berdi.

Tahlilning yana bir muhim natijasi shundan iboratki, AKTning turizmga ta'siri hududiy rivojlanish darajasida bilinarli. Raqamli infratuzilma yaxshilangan hududlarda Toshkent shahri, Buxoro, Samarqand va Xorazm viloyatlarida turizm xizmatlari hajmi va turistlar soni eng yuqori sur'atlarda o'smoqda. Masalan, Samarqandda "Smart City" loyihasi doirasida joriy etilgan raqamli transport, xavfsizlik va turizm axborot tizimlari 2023-yilda turistlar oqimini 28 foizga oshirdi. Xorazm viloyatida esa "Digital Khiva" loyihasi natijasida elektron gidlik xizmatlaridan foydalanuvchilar soni keskin ko'paydi, bu esa mahalliy iqtisodiyotda xizmatlar sektorining o'sishiga turtki bo'ldi. Hududlarda VR/AR texnologiyalari asosidagi virtual muzeylar va yo'nalishlar yaratish tashabbuslari ham turizmni diversifikatsiya qilishga yordam bermoqda.

Ijtimoiy nuqtayi nazardan olib qaraganda, raqamlashtirish turizm sohasida yangi kasblar va mehnat bozorining yangi segmentlarini yuzaga keltirmoqda. Digital-gidlar, kontent yaratuvchilar, raqamli marketing mutaxassislari, onlayn turizm operatorlari, mobil dasturchilar, turizm uchun AR/VR dizaynerlari kabi kasblarga talab ortib bormoqda. Raqamli savodxonlik darajasining oshishi yoshlar uchun yangi bandlik imkoniyatlarini yaratmoqda. Shuningdek, AKT orqali nogironligi bo'lgan shaxslar, keksalar, ayollar va chekka hududlardagi aholining turizm xizmatlariga kirishuvchanligi oshmoqda, bu esa ijtimoiy inklyuziya va teng imkoniyatlarni ta'minlashda muhim o'rin tutadi.

1-jadval

Turizmda axborotlashtirishning asosiy ijtimoiy-iqtisodiy omillari va ulardan foydalanish darajasi

Ijtimoiy-iqtisodiy omillar	Ko'rsatkich	yillar			Izoh
		2020	2022	2024	
Elektron viza (E-Visa) tizimi qamrovi	E-visa olgan xorijiy turistlar soni (ming nafar)	285 ming	512 ming	740 ming	O'sish 2020–24 yillarda +160%
Onlayn bron xizmatlaridan foydalanish	Rezervatsiyalarning onlayn ulushi (%)	22%	38%	57%	Global OTAs (Booking, Agoda) bilan integratsiya kuchaydi
Turistik obyektlarda QR-kodli axborot tizimlari	QR-kod joriy etilgan obyektlar ulushi	18%	42%	71%	2024-yilda 1000+ obyekt raqamlashtirilgan
Elektron to'lovlar ulushi	Turizm elektron to'lovlar ulushi (%)	15%	29%	45%	To'lov tizimlaridagi modernizatsiya natijasi
Raqamli marketingdan foydalanish	Ijtimoiy tarmoqlarda faol turizm subyektlari (%)	28%	54%	72%	Kontent marketing bozorida keskin o'sish
Digital(Raqamli) bandlik	Raqamli turizm bilan bog'liq yangi ish o'rinlari (mingta)	12 ming	19 ming	27 ming	Raqamli gidlar, SMM, IT-turizm kasblariga talab oshdi
Turistlar oqimi bilan bog'liq raqamli xizmatlar	Mobil ilovalardan foydalanuvchi turistlar ulushi	20%	41%	63%	Smart-navbat, smart-transport tizimlari kengaydi
Turizm xizmatlari eksporti	Valyuta tushumi (mlrd. USD)	1.3	1.68	2.42	2024-yilga kelib o'sish +86%
Raqamli infratuzilma qamrovi	Turistik hududlarda yuqori tezlikdagi internet (%)	55%	71%	85%	Smart-city loyihalari ta'siri

Manba: State Committee (2024)

O'zbekistonda turizmda axborotlashtirish tizimidan foydalanish darajasi so'nggi yillarda sezilarli ravishda kengayib, ijtimoiy va iqtisodiy ko'rsatkichlar bo'yicha barqaror o'sish sur'atlari kuzatilmoqda. Avvalo, elektron viza tizimining modernizatsiyasi 2020–2024 yillar davomida xorijiy sayyohlar oqimini 160 foizga oshirgan bo'lib, bu turizm eksporti va valyuta tushumlarining ko'payishiga bevosita ta'sir ko'rsatmoqda. Onlayn bron xizmatlaridan foydalanish 57 foizga yetgani turistlar uchun qulaylik, xizmat ko'rsatish tezligi va shaffoflikning oshganini bildiradi. Shuningdek, turistik obyektlarda QR-kodli axborot tizimlarining 71 foizgacha kengaygani, mobil ilovalar va navigatsiya xizmatlaridan foydalanuvchi turistlar ulushi 63 foizga yetgani raqamli ekotizimning shakllanganini tasdiqlaydi.

Iqtisodiy tomondan, turizmda elektron to'lovlar ulushining 45 foizga chiqishi, rezervatsiyalarning yarmidan ko'pining onlayn amalga oshirilishi, raqamli marketingning 72 foizga yetishi operatsion xarajatlarni kamaytirib, turistik xizmatlar samaradorligini oshirmoqda. Bandlik nuqtayi nazaridan, raqamli turizm bilan bog'liq kasblar bo'yicha 27 mingdan ortiq ish o'rinlari yaratilgani AKTning mehnat bozori rivojiga katta ta'sir ko'rsatayotganini ko'rsatadi. Raqamli infratuzilma qamrovi 85 foizga yetgani esa hududlar bo'yicha turizm rivojining tenglashuviga xizmat qilmoqda.

Umuman olganda, tahlillar shuni anglatadiki, O'zbekiston turizmida axborotlashtirish tizimining jadal joriy etilishi iqtisodiy samaradorlik, xizmat sifati, xalqaro integratsiya, bandlik va hududiy rivojlanish uchun kuchli drayverga aylandi. Mazkur jarayon mamlakatning global turizm bozoridagi raqobatbardoshligini oshirishda strategik ahamiyat kasb etmoqda.

Turizm sohasida axborotlashtirish jarayonlari O'zbekistonning iqtisodiy taraqqiyoti, xalqaro imiji, raqobatbardoshligi va hududlar rivojlanishiga sezilarli ta'sir ko'rsatmoqda. Soha transformatsiyasi nafaqat xizmatlar sifatini oshirmoqda, balki yangi iqtisodiy imkoniyatlar yaratib, ijtimoiy rivojlanishga ko'p qirrali ijobiy ta'sir ko'rsatmoqda. Shu asosda aytish mumkinki, turizmni axborotlashtirish O'zbekistonning global turizm bozorida mustahkam o'rin egallashi uchun strategik asos yaratmoqda.

So'nggi yillarda dunyo mamlakatlarida turizm sohasini raqamlashtirish bo'yicha jadal islohotlar amalga oshirilmoqda. Smart-turizm, e-visa, onlayn bronlash, elektron to'lovlar, raqamli marketing va katta ma'lumotlar tahlili kabi texnologiyalar turizm sanoatini globallashtirish va raqobat sharoitlariga moslashtirib, ijtimoiy hamda iqtisodiy samaradorlikni sezilarli darajada oshirmoqda. Janubiy Koreya, Singapur, Estoniya va Ispaniya kabi eng ilg'or davlatlar axborotlashtirilgan turizm ekotizimlari orqali turistlar oqimini boshqarish, xizmat sifati va iqtisodiy natijalarni yaxshilashga erishgan.

O'zbekiston ham so'nggi yillarda raqamlashtirish sohasida sezilarli o'sish qayd etmoqda. Ammo raqamli infratuzilma, onlayn bron tizimlari, elektron to'lovlar va smart-destination xizmatlari bo'yicha dunyoning yetakchi mamlakatlari bilan qiyosiy tahlil olib borish, mavjud imkoniyatlarni aniqlash va takomillashtirish yo'nalishlarini belgilash dolzarb ahamiyat kasb etadi.

Masalan, Janubiy Koreya turizmni raqamlashtirish bo'yicha dunyoda etakchilardan biridir. "Smart Korea Tourism Platform" loyihasi asosida barcha turistik obyektlar, transport tizimi, mehmonxonalar, restoranlar yagona raqamli ekotizimga ulangan. Seul shahrida 580 dan ortiq turistik maskanda AR/VR gidlik, real vaqtli navigatsiya, sun'iy intellekt asosidagi tavsiya tizimlari joriy etilgan. AKT bilan bog'liq choralar turizm daromadlarini 2015–2023 yillarda 37% ga oshirdi va Koreyani Osiyodagi eng raqamli turizm markazlaridan biriga aylantirdi.

Estoniya to'liq raqamlashtirilgan davlat modeli tufayli "e-tourism" konsepsiyasini juda samarali qo'llamoqda. Barcha sayyohlar uchun e-identity, e-payment, e-health tizimlari birlashtirilgan bo'lib, bu turistlar uchun butun jarayonni soddalashtiradi. 2023-yilda mamlakatga kelgan sayyohlarning 82% turistik xizmatlar uchun elektron to'lovlardan foydalangan, bu esa ijtimoiy-iqtisodiy shaffoflik va davlat daromadlarini oshirishga yordam berdi.

Singapur turizmida katta ma'lumotlar (Big Data) va sun'iy intellektni keng qo'llamoqda. "Singapore Tourism Analytics Network" orqali mamlakat turistlar harakati, xarajatlari, yo'nalishlari, afzalliklarini real vaqt rejimida tahlil qiladi. Natijada turistlar oqimi boshqaruvi ancha samarali bo'lib, xizmat ko'rsatish sifati 25% ga oshgan. Shuningdek, 95% turistik obyektlarda bepul Wi-Fi mavjud.

Ispaniya "Smart Destinations" modelini ishlab chiqqan birinchi Yevropa mamlakatidir. Barselona, Valensiya va Malaga shaharlarida raqamli turizm xizmatlari (QR-gidlik, mobil navigatsiya, smart-transport) joriy etilgach, turistlar soni yillik 15–20% ortgan. Raqamli xizmatlar daromadlarni sezilarli oshirgan: 2023-yil yakuni bo'yicha turizm daromadlari 92 mlrd yevroga yetdi.

Turkiyada e-visa tizimi joriy etilganidan so'ng xorijiy sayyohlar oqimi keskin oshdi: 2014-yilda 3 mln bo'lgan e-visa oluvchilar soni 2023-yilda 11 mln nafargacha yetdi. Shuningdek, turizm onlayn bron xizmatlarining ulushi 2024-yilda 65% ga yetdi. Bu raqamli infratuzilmaning turizm eksportidagi ulushni oshirishdagi muhim rolini isbotlaydi.

2-jadval

Ayrim xorijiy mamlakatlarda turizm axborotlashtirish darajasi va iqtisodiy natijalarining qiyosiy tahlili (2024 yil) (UNWTO, 2024)

Mamlakat	Raqamli turizm infratuzilmasi (Internet qamrovi, %)	Onlayn bron xizmatlari ulushi (%)	E-visa tizimi samaradorligi (turistlar o'sishi, %)	Elektron to'lov ulushi (%)	Turizm daromadlari o'sishi (so'nggi 5 yilda, %)
Janubiy Koreya	98	78	+32	94	+37
Estoniya	99	82	+18	96	+24
Singapur	97	85	+25	95	+29
Ispaniya	95	72	+20	89	+31
Turkiya	92	65	+28	72	+34
O'zbekiston	85	57	+35	45	+26

Qiyosiy tahlil shuni ko'rsatadiki, turizmni axborotlashtirish darajasi yuqori bo'lgan mamlakatlarda iqtisodiy natijalar ancha yuqori va barqaror. Singapur, Koreya va Estoniya kabi davlatlar raqamli infratuzilma (95–99%), elektron to'lovlar (94–96%), onlayn bronlash (78–85%) ko'rsatkichlari orqali turizmni yuqori samaradorlik bilan boshqarmoqda. Bu esa turizm daromadlarining 5 yil davomida 25–37% gacha o'sishiga olib kelgan.

Ispaniya raqamli xizmatlar integratsiyasi orqali yiliga 75–90 mlrd yevrogacha turizm daromadi ishlab chiqmoqda. Turkiya esa e-visa tizimi samaradorligi bo'yicha kuchli misol bo'lib, turistlar oqimidagi o'sish O'zbekistonga o'xshash tendensiyaga ega.

O'zbekiston ko'rsatkichlari ham ijobiy dinamikaga ega: e-visa tizimi samaradorligi bo'yicha o'sish (35%) ayrim ilg'or davlatlardan yuqori. Biroq raqamli infratuzilma (85%) va elektron to'lovlar ulushi (45%) bo'yicha hali sezilarli rezerv mavjud. Tahlil shuni ko'rsatadiki, O'zbekiston Koreya, Ispaniya va Singapur tajribalaridagi integratsiyalashgan smart-destination yondashuvini qo'llasa, turizm eksporti va iqtisodiy samaradorlik keskin oshishi mumkin.

Xulosa va takliflar.

O'zbekiston turizm sohasida oxirgi yillarda amalga oshirilayotgan axborotlashtirish jarayonlari sohaning modernizatsiya qilinishi, xizmatlar sifatining oshishi, turistlar oqimining ko'payishi, iqtisodiy samaradorlikning o'sishi va xalqaro raqobatbardoshlikning kuchayishida muhim omil bo'lib xizmat qilmoqda. Raqamli infratuzilmaning kengayishi, elektron viza tizimi, onlayn bronlash platformalari, elektron to'lovlar, mobil ilovalar, QR-gidlik, AR/VR

texnologiyalari va raqamli marketingning rivojlanishi turistik xizmatlar ekotizimini tubdan o'zgartirmoqda. Xorijiy tajribalar tahlili shuni ko'rsatadiki, Janubiy Koreya, Estoniya, Singapur, Ispaniya va Turkiyada raqamli yechimlarning keng qo'llanilishi turizm daromadlari va turistlar oqimlarida sezilarli o'sishga olib kelgan. O'zbekistonning ko'rsatkichlari ham ijobiy dinamikaga ega: e-visa tizimi samaradorligi bo'yicha mamlakat ayrim ilg'or davlatlardan ham yuqori natijaga ega (35%), onlayn bronlash, elektron to'lovlar va raqamli xizmatlar ulushi ham bosqichma-bosqich ortib bormoqda. Tahlillar shuni anglatadiki, turizmda AKTdan foydalanish O'zbekiston iqtisodiyotida bandlikni oshirish, hududiy rivojlanishni rag'batlantirish, xizmatlar eksportini kengaytirish va global bozorda raqobatbardoshlikni kuchaytirishda strategik ahamiyatga ega.

Shu asosda quyidagi takliflar ishlab chiqildi:

1. "Smart-destination" konsepsiyasini joriy etish zarur, ya'ni Samarqand, Buxoro, Xiva, Toshkent kabi asosiy turistik shaharlarda integratsiyalashgan smart-transport, smart-xavfsizlik, smart-gidlik va real vaqt rejimidagi axborot platformalari yaratish.
2. Raqamli infratuzilmani hududlar kesimida kengaytirish, ayniqsa, turistik zonalar va qishloq turizmi yo'nalishlarida yuqori tezlikdagi internet qamrovini 100% ga yaqinlashtirish.
3. Elektron to'lovlar tizimini turizmning barcha segmentlarida majburiy joriy etish, chunki elektron to'lov ulushining oshishi iqtisodiy shaffoflikni kuchaytiradi, soliq tushumlarini oshiradi va xizmat ko'rsatish samaradorligini yaxshilaydi.
4. Onlayn bronlash platformalarini mahalliy sektor bilan integratsiyalash, mehmonxonalar, hostellar, muzeylar, yo'nalishlar, gidlar reyestrini yagona raqamli platformaga birlashtirish.
5. Turizm uchun innovatsion xizmatlar yaratishni qo'llab-quvvatlash, jumladan AR/VR muzeylar, 3D virtual sayohatlar, sun'iy intellekt asosidagi tavsiya tizimlari, geografik axborot tizimlari (GIS) va mobil navigatsiya.
6. Turizm xodimlarining raqamli ko'nikmalarini oshirish — IT-savodxonlik, onlayn marketing, CRM tizimlaridan foydalanish, elektron xizmatlar boshqaruvi bo'yicha maxsus o'quv dasturlari joriy qilish.
7. Xalqaro onlayn platformalar bilan hamkorlikni kengaytirish (Booking, Airbnb, Expedia, TripAdvisor va boshqalar) O'zbekistonning global ko'rinishini kuchaytirish, yangi auditoriyalarni jalb qilish imkonini beradi.
8. Raqamli marketing strategiyasini takomillashtirish, mamlakat brendini (Uzbekistan Tourism Brand) TikTok, YouTube, Instagram kabi platformalarda professional kontent orqali targ'ib qilish.
9. Turistlar oqimini real vaqt monitoringi tizimini yaratish, bu tirbandlik, xizmat sifati va xavfsizlikni boshqarishda muhim mexanizm bo'ladi.
10. Turizm katta ma'lumotlar (Big Data) va analitik platformalardan foydalanishni kengaytirish, turistlar xulqi, sarf-xarajatlari, yo'nalishlari bo'yicha model yaratish orqali rejalashtirish samaradorligini oshirish.
11. Hududlar kesimida raqamli turizm klasterlarini shakllantirish, bu mahalliy tadbirkorlar, mehmonxona biznesi, gidlar va transport xizmatlarini yagona raqamli ekotizimga birlashtiradi.
12. Normativ-huquqiy bazani modernizatsiya qilish, yangi raqamli xizmatlar, elektron kontraktlar, ma'lumot xavfsizligi, onlayn bron himoyasi va AI texnologiyalari bo'yicha mexanizmlar ishlab chiqish.
13. Raqamli turizm startaplarini qo'llab-quvvatlash, grantlar, soliq imtiyozlari va inkubatsiya markazlari orqali innovatsion yechimlarni rag'batlantirish.
14. E-visa tizimini yanada soddalashtirish va kengaytirish, 2024-yil ko'rsatkichlariga asoslanib, qo'shimcha mamlakatlar uchun vizasiz rejim yoki soddalashtirilgan tariflar joriy etish.

15. Turizm xavfsizligi bo'yicha smart-monitoring tizimlarini joriy etish, bu turistlar uchun xavfsiz va qulay muhit yaratadi.

Xulosa qilib aytganda, turizm axborotlashtirish tizimlarining joriy etilishi O'zbekiston uchun sohaning raqobatbardoshligini oshirish, turistlar oqimini ko'paytirish, xizmatlar sifatini yaxshilash va iqtisodiy faollikni rag'batlantirishda muhim drayverga aylandi. Xalqaro tajribalar bilan qiyoslash natijalari shuni ko'rsatadiki, raqamli infratuzilma, e-visa, onlayn bronlash va elektron to'lovlar singari texnologiyalarni yanada kengaytirish mamlakatning turizm salohiyatini sezilarli oshiradi. Demak, AKTga asoslangan innovatsion yondashuvlar kelgusida O'zbekistonning turizm industriyasini barqaror, samarali va global bozorda raqobatbardosh holga keltirishning eng muhim omillaridan biridir.

Adabiyotlar/Jumepamypa/References:

Ali, A. (2022). Information and communication technology for sustainable tourism development. In Z. Xiang, M. Fuchs, U. Gretzel, & W. Höpken (Eds.), *Handbook of e-Tourism* (pp. 1645–1665). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-48652-5_103

Bqk, I., Barej-Kaczmarek, E., & Sulikowski, P. (2022). Impact of information and communication technologies on the tourism sector. *European Research Studies Journal*, 25(3), 595–606. <https://doi.org/10.35808/ersj/3052>

Buhalis, D. (2020). Technology in tourism—from information communication technologies to eTourism and smart tourism towards ambient intelligence tourism: A perspective article. *Tourism Review*, 75(1), 267–272. <https://doi.org/10.1108/TR-06-2019-0258>

Fayzullayev, N. B. (2025). Digital marketing tools in promoting Uzbekistan's tourism: Opportunities and challenges. *Ekonomika i sotsium*, 8(135).

Femenia-Serra, F., & Neuhofer, B. (2018). Smart tourism experiences: Conceptualisation, key dimensions and research agenda. *Investigaciones Regionales – Journal of Regional Research*, 42, 129–150.

Gössling, S. (2021). Tourism, technology and ICT: A critical review of affordances and concessions. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(5), 733–750. <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1873353>

Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: Foundations and developments. *Electronic Markets*, 25(3), 179–188. <https://doi.org/10.1007/s12525-015-0196-8>

Ismailova, S. U. (2023). The main trends in the development of digital tourism in Uzbekistan. *Yashil Iqtisodiyot va Taraqqiyot, maxsus son*, 1, 182–189.

Khurramov, O. K. (2020). Digital tourism and its importance in the economy of Uzbekistan. *European Research: Innovation in Science, Education and Technology*, (special issue), 50–52.

Nematova, R.N. (2021). Tourism and digitalization: Achievements and challenges for the future. *Central Asian Journal of Innovations on Tourism Management and Finance*, 2(4), 179–183.

State Committee of the Republic of Uzbekistan for Tourism. (2024). *Tourism Statistics Bulletin 2019–2024: Digital Transformation and Sectoral Performance*. Tashkent: SCRTCH.

Suyunova, Z., Tashpulatova, L., & Suyunova, F. (2024). Digitalization is a driving factor of developing tourism industry. In *Proceedings of the 8th International Conference* (pp. 1–6). Association for Computing Machinery.

Tishabayevna, R. M. (2024). Methods of using digital technologies to develop tourism. *International Journal of Management, Economics and Finance*.

United Nations World Tourism Organization (2024). International tourism to reach pre-pandemic levels in 2024. Available at: <https://www.untourism.int/news/international-tourism-to-reach-pre-pandemic-levels-in-2024>

UNWTO (2024). *International Tourism Digitalization Report 2024*. Madrid: World Tourism Organization.