TURIZM SOHASIDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALARNI RIVOJLANTIRISHDAGI MUAMMO VA TO‘SIQLAR

[1]Muslimaxon Soxibova, [2]Maksudova Shahlo
[1]O‘zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi o‘qituvchisi, [2]O‘zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi Turizm (Ziyorat turizimi) yo‘nalishi 4-bosqich talabasi
https://doi.org/10.5281/zenodo.20266834

Xalqaro maydonda turizm jahon iqtisodiyotining eng daromadli tarmoqlaridan biri hisoblanadi. Turizmning muvaffaqiyatli rivojlanishi iqtisodiy faoliyatning transport, qurilish, qishloq xo‘jaligi, mehmonxona va restoran xizmatlari ko‘rsatish, xalq iste’moli mollari ishlab chiqarish kabi muhim yo‘nalishlariga ijobiy ta’sir ko‘rsatmoqda. Turizm xizmat ko‘rsatishning yetakchi sohasi bo‘lib, mijozlarga xizmat ko‘rsatishning zamonaviy innovatsion shakllari va texnologiyalarini talab qiladi.

O‘zbekistonda zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini rivojlantirish, elektron davlat xizmatlari va elektron davlat xizmatlarining yaxlit tizimini yaratish borasida katta ishlar amalga oshirilmoqda.Iqtisodiy munosabatlar tizimida innovatsiyalarni yo‘lga qo‘yish bilan bir qatorda O‘zbekistonda raqamli makonning obyektiv zarurligi va raqamli iqtisodiyotni ijtimoiy-iqtisodiy tadqiq etish zarurligi qayd etildi[1]. Bundan tashqari, bugungi kunda raqamli iqtisodiyotni joriy etish va takomillashtirish har bir rivojlanayotgan davlatning ustuvor va muhim vazifasiga aylanib bormoqda.

Statistik ma’lumotlarga ko‘ra O‘zbekistonga 2025-yilda 11,7 million xorijiy sayyohlar tashrif buyurdi, bu esa 46,8% bilan o‘sish kuzatilganini ko‘rsatmoqda. Bunga asosan qo‘shni Markaziy Osiyo mamlakatlaridan 77,5%, Rossiyadan 8,5% hissa qo‘shdi. Asosiy manba bozorlari bo‘lsa Qirg‘iziston 3,3 million, Tojikiston 2,7 million, Qozog‘iston 2,7 million bilan turizm rivojiga hissa qo‘shmoqda[2].

Turizm sohasida raqamli texnologiyalarni joriy etishda quyidagi jihatlarga alohida e’tibor qaratish lozim:

– mamlakatni sayohat maqsadi sifatida tanlashga asosiy sabablardan biri davlat turizm imkoniyatlari hamda jozibadorligini o‘zida mujassamlashtirgan mamlakat imiji bo‘lib, uning barqaror ijobiyligini saqlab turishni ta’minlash;

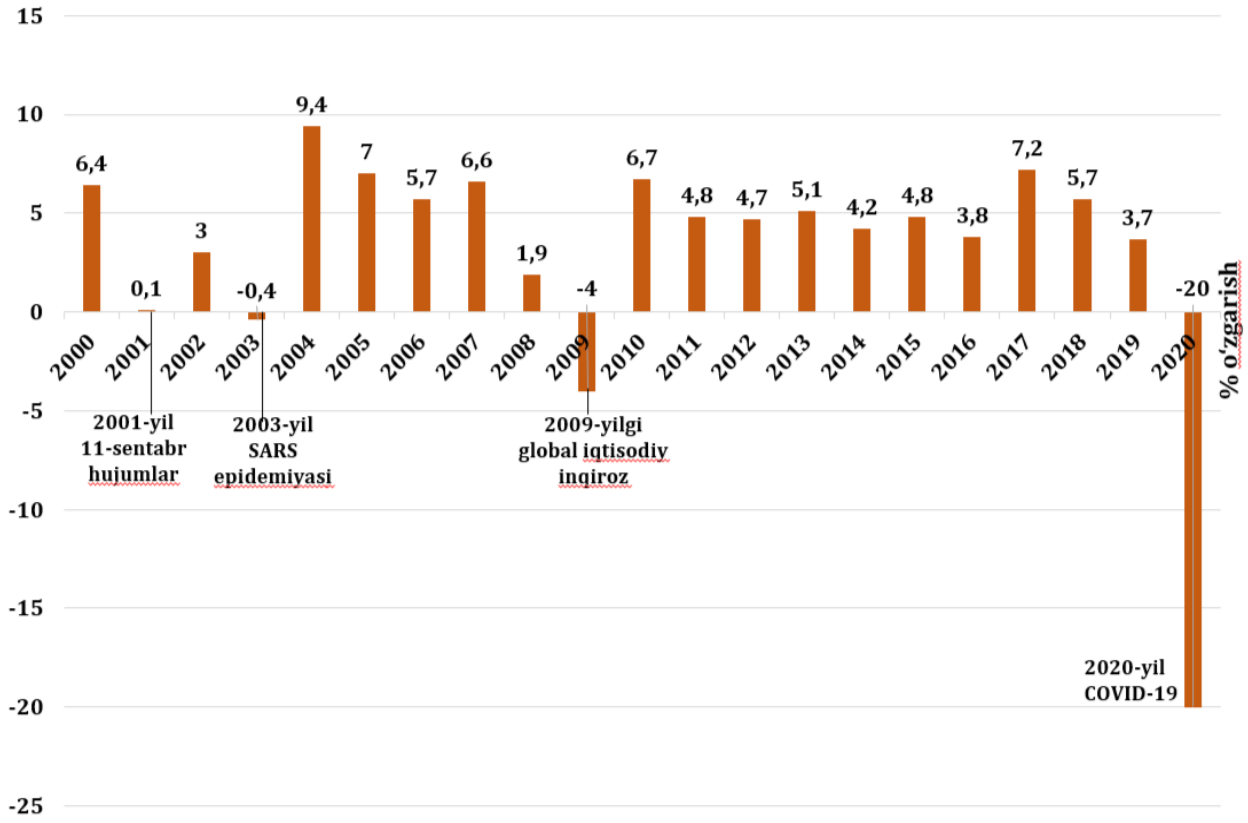
– O‘zbekiston turizm brendini mukammallashtirish hamda jozibadorligini yanada oshirish maqsadida davlat mavjud logotipga mos keladigan va potensial sayyohlarning mamlakatimizni tanlashlariga turtki bo‘ladigan shiorni tanlab, tasdiqlash;

– ichki turizmni rivojlantirish maqsadida turizm rivojlangan asosiy shaharlarning brendini tanlash, past mavsum davrida ushbu shaharlarga jalb qilish maqsadida marketing faoliyatini kompleks amalga oshirish;

[1] Ochilova H. Smart tourism in Uzbekistan: Problems and development prospects //Central Asian Research Journal for Interdisciplinary Studies (CARJIS). – 2023. – №. 7 (19). – С. 298-304.
[2] https://www.uzdaily.uz/en/uzbekistan-welcomes-117-million-tourists-in-2025/#:~:text=UZS%20%E2%80%93%20%2D0.06%25,Korea%20accounted%20for%2046%2C300%20tourists.

– turizm xizmatlarini bronlash va tijoratlashtirish kanallarining milliy tizimlarini joriy qilish hamda mavjudlarini takomillashtirish;

– O‘zbekiston vizasini onlayn olish tizimini joriy qilish va boshqalar.



1.1-rasm. Xalqaro turistlar sonining dinamikasi, 2000-2020 yillar, (%) da[3]

1.1-rasmdan ko‘rinib turibdiki, so‘nggi sayohatlar oqimi sezilarli darajada kamaygan. 2001-yilda SARS epidemiyasi tufayli 2003-yil 11-sentyabrdagi terroristik hujumlar va 2009-yil global iqtisodiy inqiroz tufaylidir. 2020-yilda Covid-19 pandemiyasi tufayli pasayish ko‘rsatilgan. 2000-yildan 2020-yilga qadar bo‘lgan muddat ichida eng past ko‘rsatkich -20% bilan 2020-yil hisoblanadi. Bu muddat ichida eng yuqori ko‘rsatkich 9,4% bilan 2004-yilni tashkil qilmoqda. Xalqaro turistlar dinamikasi bo‘yicha eng o‘rta darajadagi ko‘rsatkich 2011-yildan 2015-yilga qadar bo‘lgan davrni tashkil qilmoqda.

Pandemiya raqamli platformalar va onlayn kontentni qabul qilishni tezlashtirdi. O‘zlarining sayyohlik yo‘nalishlarini asosan ko‘rgazmalarda qatnashish va televideniya, radio, matbuotda reklama va tashqi reklama orqali tashviq qilishdi. Raqamli marketing samarali bo‘lishiga qaramay, an’anaviy marketing platformalari pandemiya davrida aniq bo‘lgan ba’zi qiyinchiliklardan xoli bo‘lmadi Garchi ko‘plab yo‘nalishlar ilgari innovatsion raqamli platformalar va onlayn kontent (masalan, video va audio kontent yaratish, ya’ni podkastlar yoki striming xizmatlari va smart televizorlarda reklama) bilan tajriba o‘tkazgan bo‘lsa-da, bugungi kunda bu va boshqa zamonaviy texnologiyalar tobora ommalashib, foydalanuvchilar uchun qulay bo‘lib bormoqda.

O‘zbekistonda raqamli texnologiyani joriy etishdagi muammolar bu ma’lumotlarning maxfiyligi va xavfsizligi, integratsiya muammolari, xarajatlar va investitsiyalar rentabelligi,

[3] World Tourism Organization (2021), International Tourism Highlights, 2020 Edition [Elektron resurs]. – URL: https://www.e-unwto.org

o‘zgarishlarga qarshilik va raqamli bo‘linish hisoblanadi[4]. Bulardan eng katta muammo ma’lumotlarning maxfiyligi va xavfsizligi va o‘zgarishlarga qarshilik hisoblanadi.

Xulosa qilib aytganda, bugungi kunda turizmni raqamlashtirish orqali iqtisodiyot va unga bog‘liq sohalar tubdan o‘zgarmoqda. Yangi imkoniyatlar yaratilmoqda, chunki o‘zgarishlar sur’ati o‘sib bormoqda va yangi texnologiyalar soni o‘sishda davom etmoqda. Covid-19 pandemiyasi avj olgan davrda turizm va sayohat industriyaning ko‘plab qirralari sekinlashdi ba’zilari ma’lum vaqt davomida to‘xtab qoldi. Natijada, raqamli tajribaning ahamiyati va talabi tobora ortib bordi. Sayyohlik biznesi egalari raqamli platformalarda faoliyatini yaxshilash va ajoyib raqamli tajribalarni taklif qilish uchun turli xil yechimlarni amalga oshirmoqda.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Ochilova H. Smart tourism in Uzbekistan: Problems and development prospects //Central Asian Research Journal for Interdisciplinary Studies (CARJIS). – 2023. – №. 7 (19). – С. 298-304.
2. World Tourism Organization (2021), International Tourism Highlights, 2020 Edition [Elektron resurs]. – URL: https://www.e-unwto.org
3. Jamilya K. et al. Digitalization is the Main Factor in the Recovery of Tourism in Uzbekistan //Special Education. – 2022. – Т. 1. – №. 43.
4. https://www.uzdaily.uz/en/uzbekistan-welcomes-117-million-tourists-in-2025/#:~:text=UZS%20%E2%80%93%20%2D0.06%25,Korea%20accounted%20for%2046%2C300%20tourists.

[4] Jamilya K. et al. Digitalization is the Main Factor in the Recovery of Tourism in Uzbekistan //Special Education. – 2022. – Т. 1. – №. 43.