INTERNATIONAL SCIENTIFIC JOURNAL
MANAGEMENT, MARKETING AND FINANCE
SPECIAL ISSUE: ZIYARAH TOURISM AND LOCAL COMMUNITIES: SUSTAINABLE DEVELOPMENT AND SOCIAL RESPONSIBILITY IN AREAS SURROUNDING PILGRIMAGE SITES

ZIYORAT TURIZMI OBYEKTLARINI RAQAMLASHTIRISHNING IQTISODIY ASOSLARI VA TEXNOLOGIK TO‘SIQLARI

[1]Muslimaxon Soxibova, [1]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.20266865

Hozirgi vaqtda dunyo bo‘yicha eng tez rivojlanayotgan sohalardan biri turizm hisoblanadi. Turizm sohasining rivojlanishi butun dunyoning ijtimoiy, siyosiy, madaniy, iqtisodiy rivojlanishiga juda katta ta’sir ko‘rsatdi va ba’zi mamlakatlarning asosiy daromad manbaiga aylandi.

Turizm jahon iqtisodiyotining yetakchi tarmoqlaridan biri bo‘lib, ish o‘rinlari yaratishga, investitsiyalarni jalb qilishga, valyuta tushumlarining o‘sishiga va infratuzilmani rivojlantirishga xizmat qiladi. Bu kichik va o‘rta biznesni rivojlantirishga xizmat qilmoqda, mahalliy aholiga qo‘shimcha daromad keltirmoqda, hududlar iqtisodiyotini diversifikatsiya qilishga xizmat qilmoqda. Shuningdek, madaniy va tabiiy merosni asrab-avaylash, mahalliy va kichik biznesni rivojlantirishga ko‘maklashmoqda. Turizm sohasi iqtisodiyotning asosiy tarmoqlariga katta rag‘batlantiruvchi ta’sir ko‘rsatib, ularni faol qayta qurishga, yangi texnologiyalarni joriy etishga, jahon bozoridagi raqobatda faol ishtirok etishga hamda investitsiyalarni rag‘batlantirishga va rivojlanishiga qayta ta’sir qiladi.

Raqamli texnologiyalar barqaror turizmni rivojlantirishning asosiy omili sifatida tobora ko‘proq e’tirof etilmoqda[1], bu maqsadni boshqarishni takomillashtirish, tashrif buyuruvchilar tajribasini oshirish va sayyohlar o‘rtasida barqaror xatti-harakatlarni targ‘ib qilish uchun yangi imkoniyatlar yaratmoqda. Ijtimoiy media, mobil ilovalar va katta ma’lumotlar tahlili kabi raqamli texnologiyalar sayyohlik yo‘nalishlarining ishlash, muloqot qilish va sayyohlar va manfaatdor tomonlar bilan aloqa qilish usullarini inqilob qilish potensialiga egadir.

Jamiyat texnologik taraqqiyotning kuchli ta’siri ostida bo‘lgan davrni boshdan kechirmoqda. Ushbu raqamli transformatsiya sun’iy intellekt, katta ma’lumotlar, bulutli hisoblash, virtual haqiqat, to‘ldirilgan reallik va boshqalar kabi texnologiyalarning tarqalishi hisobiga sanoat tuzilmasini tubdan o‘zgartiradi.

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].

Raqamli texnologiya butun dunyo bo‘ylab ko‘plab korxonalarning muhim va ajralmas qismi bo‘lib, ularning imkoniyatlarini yaxshilash uchun asosiy iqtisodiy segmentlar va bozorlarni

[1] Zeqiri A., Dahmani M., Youssef A. B. Digitalization of the tourism industry: What are the impacts of the new wave of technologies //Balkan economic review. – 2020. – T. 2. – C. 63-82.
[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.

yaxshilash imkonini beradi. Aytish mumkinki, raqamlashtirish kompaniyalarning rivojlanishi va bozor ko‘rsatkichlarida innovatsiyalar uchun ijobiy vositachidir.

Internetning tarqalishidan boshlab vaqt o‘tishi bilan rivojlanayotgan texnologik yechimlar past raqamlashtirish texnologiyalari va o‘rta raqamli texnologiyalarni tasniflaydi. Raqamlashtirishning past texnologiyalari sifatida asosiy ofis dasturlari, ixtisoslashgan moliyaviy dasturlar, xodimlar interneti, elektron pochta onlayn ma’lumotlarni saqlash, video konferensiya, onlayn hamkorlikda ishlash, internet banking, ijtimoiy media, veb-sayt va boshqalardir[3]. O‘rta raqamlashtirish texnologiyalari sifatida Google Analytics kabi tahliliy vositalar sifatida ko‘rib chiqilishi mumkin. Bularga mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish tizimi, mobil ilovalar, onlayn professional tarmoqlar va boshqalar kiradi.

1.1-jadval

Ziyorat turizmida raqamli transformatsiya imkoniyatlarini kengaytirish[4]

Internet-turizmning paydo bo‘lishi 0.0	**Web 1.0. Turizm 1.0**	**Web 2.0. Turizm 2.0.**	**Web 3.0. Turizm 3.0.**	**Web 4.0. Turizm 4.0.**
Texnologik jarayonlarga imkon beradi (bron qilish va tarqatish tizimlari)	Millionlab global foydalanuvchilar Bosh sahifalar Korxonalarga yo‘naltirilgan Egalik tarkibi Html, portallar veb-portallar sahifa ko‘rishlari, klik oqimi, Reklama taksonomiyasi	Milliardlab foydalanuvchilar Bloglar, SNS hamjamiyatlarga qaratilgan XML tarkibini almashish, RSS veb-ilovalari bir marta bosish narxi, reklama bosish tezligi	Bir nechta shakllar Lifestream Consolidation dinamik kontent Semantik veb Vidjetlar, olib tashlash va qo‘yish belgilari Foydalanuvchi ishtiroki	Sun’iy intellekt Katta ma’lumotlar Interneti Blokcheyn Bulutli hisoblash Virtual va to‘ldirilgan reallik Yuqori unumdorlikdagi hisoblash Lifestrea

1.1-jadvalda turizmdagi texnologik evolyutsiya va imkoniyatlar ko‘rinib turibdiki, turizm 4.0 uchun asosiy texnologiyalar sun’iy intellekt, katta ma’lumotlar tahlili, narsalar interneti, blokcheyn, bulutli hisoblash, virtual va kengaytirilgan haqiqat, lekin u vaqt o‘tishi bilan rivojlangan texnologiyalarni ham o‘z ichiga oladi.

Turistik yo‘nalishlardagi innovatsiyalar turli omillar bilan ta’minlanadi. Bularga evolyutsion jarayoni, texnologik imkoniyatlar va ijtimoiy kapital kiradi. Turizm industriyasining samaradorligi uning innovatsiyalar yaratish va turistlarning ehtiyojlarini qondirish qobiliyatiga bog‘liq. Turizm manfaatdor tomonlarning fikrlashlari rivojlanayotgan mamlakatlarda innovatsiyalarni tahlil qilish yoki rag‘batlantirishda rol o‘ynaydi. Ijtimoiy kapital va o‘zlashtirish qobiliyati turistik firmalarda innovatsiyalarni qo‘zg‘atuvchi asosiy omillardir, texnologik dinamizm esa salbiy ta’sir ko‘rsatishi

[3] Barashok I. V. et al. Digitization: New possibilities for the Tourism industry //IOP Conference Series: Earth and Environmental Science. – IOP Publishing, 2021. – T. 666. – №. 6. – C. 062059.
[4] Muallif ishlanmasi.

mumkin. Bu omillar innovatsion turizm yo‘nalishlarini rivojlantirishga, siyosiy kun tartibini shakllantirishga va yangi biznes imkoniyatlarini yaratishga yordam beradi.

Ziyorat turizmini raqamlashtirish ko‘plab imkoniyatlarni taqdim etish bilan birga, bu sohada yangi texnologiyalarni joriy etishga to‘sqinlik qilishi mumkin bo‘lgan bir qator texnologik to‘siqlar bilan ham bog‘liq[5].

1. Infratuzilmaning rivojlanmaganligi. Ko‘pgina mintaqalarda, ayniqsa rivojlanayotgan mamlakatlarda yoki chekka hududlarda, kuchsiz internet infratuzilmasi raqamli xizmatlardan foydalanishni qiyinlashtiradi va onlayn platformalardan foydalanishni cheklaydi.

2. Moliyaviy resurslarning yetishmasligi. Kichik sayyohlik kompaniyalari onlayn bron qilish tizimlari, mobil ilovalar yaratish yoki tahliliy vositalarni joriy etish kabi zamonaviy texnologiyalarga sarmoya kiritish uchun yetarli mablag‘ga ega bo‘lmasligi mumkin.

3. Tizimlarni integratsiyalashdagi qiyinchilik. Ko‘pgina sayyohlik kompaniyalari yangi raqamli yechimlar bilan integratsiyalashuvi qiyin bo‘lgan eskirgan boshqaruv tizimlaridan foydalanadi, bu esa katta xarajatlar va vaqt yo‘qotishlariga olib kelishi mumkin.

4. Xodimlarni o‘qitishga bo‘lgan ehtiyoj. Yangi texnologiyalarni joriy etish xodimlarni o‘qitishni talab qiladi, bunga qo‘shimcha resurslar va vaqt ajratmasdan erishish qiyin, shuningdek xodimlarning qarshiliklariga duch kelishi mumkin.

5. Kiberxavfsizlik. Kiberhujumlar tahdidlarining kuchayishi sayyohlarning shaxsiy ma’lumotlari va moliyaviy operatsiyalarini himoya qilish uchun katta sarmoya va maxsus bilimlarni talab qiluvchi mustahkam xavfsizlik tizimlariga ehtiyoj tug‘diradi.

6. Tartibga solish muammolari. Turli mamlakatlar va hududlar turli xil tartibga solish talablari va xavfsizlik standartlariga ega bo‘lishi mumkin, bu esa texnologiyalarni joriy etish va xalqaro platformalarni yaratishni qiyinlashtirishi mumkin.

7. Madaniy va til to‘siqlari. Turli madaniyatlar raqamli texnologiyalarni turlicha qabul qilishi mumkin. Ba’zi foydalanuvchilar texnologik yechimlardan foydalanishga tayyor bo‘lmasligi mumkin, ayniqsa, ular ona tilini bilmasa bu qiyin masala bo‘ladi.

8. An’anaviy usullarga rioya qilish. Turizm industriyasidagi ko‘plab korxonalar an’anaviy ishlash usullarida izchil bo‘lishi mumkin, bu esa raqamli yechimlarni qabul qilishni sekinlashtirishi mumkin.

9. Ma’lumotlar sifati. Yig‘ilgan ma’lumotlarning past sifati yomon tahlil va samarasiz qarorlarga olib kelishi mumkin, bu esa raqamli platformalar va takliflarga bo‘lgan ishonchni susaytiradi.

10. Bozor raqobati. Kuchli raqobat muhitida kompaniyalar yaxshi natijalarga erisha olmasliklari yoki raqobatdosh ustunliklarni ta’minlamasligidan qo‘rqib, yangi texnologiyalarga sarmoya kiritishda ehtiyotkor bo‘lishlari mumkin.

Ushbu to‘siqlarni bartaraf etish strategik yondashuvni, turizm industriyasidagi turli manfaatdor tomonlar o‘rtasidagi hamkorlikni, texnologiya va kadrlar tayyorlashga sarmoya kiritishni hamda mijozlar ehtiyoji va umidlarini tushunishni talab qiladi.

Xulosa qilib aytganda, ziyorat turizmini raqamlashtirish ilg‘or darajada rivojlanar ekan, hukumatlar, biznes va mahalliy hamjamiyat o‘rtasidagi hamkorlik raqamli turizmning to‘liq salohiyatidan foydalanishda hal qiluvchi ahamiyatga ega bo‘ladi. Siyosatchilar iste’molchilar va

[5] Filipiak B. Z., Dylewski M., Kalinowski M. Economic development trends in the EU tourism industry. Towards the digitalization process and sustainability //Quality & Quantity. – 2023. – T. 57. – №. Suppl 3. – C. 321-346.

atrof-muhit manfaatlarini himoya qilgan holda innovatsiyalarni rag‘batlantiradigan qo‘llab-quvvatlovchi tartibga solish muhitini yaratishi kerak. Bundan tashqari, doimiy ta’lim va o‘qitish ishchi kuchini tobora raqamli landshaftda rivojlanish uchun zarur bo‘lgan ko‘nikmalar bilan jihozlash uchun muhim bo‘ladi.

Ziyorat turizmini raqamlashtirish shunchaki tendensiya emas, bu sayohatning kelajagini belgilaydigan asosiy o‘zgarishdir. Texnologiyani ijobiy qabul qilish orqali biz hamma uchun yanada inklyuziv, barqaror va boyituvchi turizm tajribasini yaratishimiz mumkin. Imkoniyatlar juda katta, raqamli turizmning afzalliklari kelajak avlodlar uchun amalga oshirilishini ta’minlash bizning umumiy vazifamizdir.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Zeqiri A., Dahmani M., Youssef A. B. Digitalization of the tourism industry: What are the impacts of the new wave of technologies //Balkan economic review. – 2020. – T. 2. – C. 63-82.
2. Barashok I. V. et al. Digitization: New possibilities for the Tourism industry //IOP Conference Series: Earth and Environmental Science. – IOP Publishing, 2021. – T. 666. – №. 6. – C. 062059.
3. Filipiak B. Z., Dylewski M., Kalinowski M. Economic development trends in the EU tourism industry. Towards the digitalization process and sustainability //Quality & Quantity. – 2023. – T. 57. – №. Suppl 3. – C. 321-346.
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.