



Turizmda innovatsiyalar va raqamlashtirish jarayoni

Rustamova Mushtariy Valiyorjon qizi SamISI TMM-325 guruh talabasi

Uralov Shoxruxbek Asqaraliyevich SamISI Turizm kafedrası assistenti

Samarqand iqtisodiyot va servis instituti

Annotatsiya

Maqolada turizm sohasida innovatsion yondashuvlar va raqamlashtirish jarayonining mazmuni, asosiy yo'nalishlari hamda amaliy ahamiyati tahlil qilinadi. Turizm xizmatlarida onlayn bronlash, elektron to'lov, mobil ilovalar, ma'lumotlar tahlili, virtual sayohat, sun'iy intellektga asoslangan tavsiyalar va mijozlar bilan raqamli aloqa mexanizmlarining o'rni ochib beriladi. Tadqiqotda tahlil, taqqoslash, tizimli yondashuv va umumlashtirish metodlaridan foydalanildi. Natijada raqamlashtirish turizm xizmatlarining tezkorligini, shaffofligini, qulayligini va raqobatbardoshligini oshirishi, biroq infratuzilma, kadrlar salohiyati, kibermuhofaza va mahalliy kontent bilan bog'liq masalalar ham dolzarb bo'lib qolishi asoslandi. Maqola xulosalarida turizm subyektlari uchun bosqichma-bosqich raqamli transformatsiya modeli va uni samarali amalga oshirish bo'yicha tavsiyalar beriladi.

Kalit so'zlar: turizm, innovatsiya, raqamlashtirish, onlayn bronlash, elektron to'lov, mobil ilova, virtual tur, CRM, ma'lumotlar tahlili, xizmat sifati, raqobatbardoshlik

Kirish

Bugungi kunda turizm iqtisodiyotning eng dinamik tarmoqlaridan biri bo'lib, uning rivojlanishi nafaqat transport, mehmonxona va servis xizmatlari bilan, balki axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining jadal taraqqiyoti bilan ham chambarchas bog'liqdir. Sayyohlar ehtiyojining o'zgarishi, vaqt tejilishi, xizmatlarning shaffof va qulay bo'lishiga bo'lgan talab turizmni raqamli platformalar bilan uyg'un rivojlantirishni zaruratga aylantirdi.

Innovatsiya turizmda yangi mahsulot, yangi xizmat, yangi boshqaruv usuli yoki mavjud jarayonni sifat jihatidan takomillashtiruvchi yechim sifatida namoyon bo'ladi. Raqamlashtirish esa ushbu innovatsion o'zgarishlarni axborot tizimlari, dasturiy vositalar, mobil ilovalar, onlayn xizmatlar va ma'lumotlarni avtomatik tahlil qilish

imkoniyatlari orqali amaliyotga tatbiq etadi. Shu ma'noda turizm raqamlashtirish faqat texnik yangilik emas, balki butun boshqaruv falsafasining yangilanishidir.

Zamonaviy sayyoh safarni rejalashtirish jarayonini ko'pincha internet qidiruvi, xaritalar, videolar, ijtimoiy tarmoqlardagi sharhlar va elektron bronlash xizmatlari orqali boshlaydi. U manzilni tanlashdan tortib to'lovni amalga oshirish, marshrutni belgilash, mehmonxona tanlash, gid bilan bog'lanish va safardan keyin fikr bildirishgacha bo'lgan barcha bosqichlarda raqamli vositalardan foydalanadi. Shu sababli turizm korxonalarining raqamli muhitda faol ishlashi ularning bozordagi o'rnini belgilovchi asosiy omillardan biriga aylandi.

Maqolaning maqsadi turizm innovatsiyalar va raqamlashtirish jarayonining nazariy mazmunini ochib berish, ularning xizmat ko'rsatish sifatiga ta'sirini tahlil qilish hamda amaliy takomillashtirish yo'nalishlarini ishlab chiqishdan iborat. Tadqiqot obyekti sifatida turizm xizmatlarini tashkil etish jarayoni, predmeti sifatida esa ushbu jarayonda qo'llanilayotgan innovatsion va raqamli mexanizmlar olindi.

Adabiyotlar tahlili va metodlar

Turizmni boshqarish va marketingga oid klassik adabiyotlarda innovatsiyaning asosiy vazifasi iste'molchiga yuqori qiymat yaratish, xizmat ko'rsatishni individuallashtirish va bozor o'zgarishlariga moslashuvchan javob berish bilan izohlanadi. Turizm axborot texnologiyalariga bag'ishlangan tadqiqotlarda esa onlayn bronlash, elektron distributsiya tizimlari, mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish, raqamli reklama va mobil xizmatlar alohida yo'nalish sifatida ko'rsatiladi.

Mavzuga oid manbalar tahlili shuni ko'rsatadiki, turizm innovatsiya bir vaqtning o'zida mahsulot innovatsiyasi, jarayon innovatsiyasi, marketing innovatsiyasi va boshqaruv innovatsiyasi ko'rinishida namoyon bo'ladi. Masalan, virtual ekskursiyalar va 360 darajali kontent mahsulot innovatsiyasiga, onlayn ro'yxatdan o'tish va avtomatik bronlash jarayonlari esa jarayon innovatsiyasiga kiradi. Shuningdek, dinamik narxlash, shaxsiylashtirilgan tavsiyalar, chatbotlar va sodiqlik dasturlari marketing hamda boshqaruv innovatsiyalarining zamonaviy ko'rinishidir.

Mazkur maqolada tahlil, sintez, qiyosiy taqqoslash, tizimli yondashuv hamda umumlashtirish metodlaridan foydalanildi. Avvalo turizm faoliyatining asosiy bosqichlari – axborot olish, tanlash, bron qilish, to'lov, safar davomida xizmatdan foydalanish va safardan keyingi aloqa jarayonlari ajratib olindi. So'ngra ushbu bosqichlarda an'anaviy hamda raqamli yondashuvlarning imkoniyatlari qiyosiy tahlil qilindi.

Tadqiqot metodologiyasida turizmni alohida xizmatlar yig'indisi sifatida emas, balki yagona raqamli ekotizim sifatida ko'rish g'oyasi asos qilib olindi. Bunda mijoz, xizmat ko'rsatuvchi korxonalar, to'lov tizimi, reklama kanali, geolokatsiya, analitika va fikr-mulohaza platformalari o'zaro bog'liq elementlar sifatida baholandi. Ushbu yondashuv raqamlashtirishni faqat alohida ilovani joriy etish bilan cheklamasdan, umumiy boshqaruv mexanizmi sifatida talqin etishga imkon berdi.

Muhokama

Turizmدا innovatsion o'zgarishlarning eng muhim natijasi – mijoz yo'lining barcha bosqichlarini uzluksiz va qulay tizimga aylantirishidir. Avvallari turistik mahsulotlar haqida ma'lumot asosan ofis, katalog, telefon yoki tanish-bilishlar orqali olinardi. Hozir esa sayyoh bir necha daqiqa ichida xizmatni izlash, taqqoslash, sharhlarni ko'rish, narxlarni tahlil qilish va bronni tasdiqlash imkoniyatiga ega. Demak, raqamlashtirish axborot asimmetriyasini kamaytirib, tanlovning ongli va tez bo'lishiga yordam beradi.

Ikkinchi muhim masala – xizmatlarni shaxsiylashtirishdir. Raqamli platformalar foydalanuvchi qiziqishi, oldingi tanlovlari, safar sanasi, byudjeti va joylashuviga qarab mos takliflarni tavsiya eta oladi. Bu esa umumiy reklama yondashuvidan individual xizmat ko'rsatish modeliga o'tishni anglatadi. Ayniqsa, mehmonxona, ekskursiya, transport va gastronomik xizmatlarni bitta platforma ichida birlashtirish turizm ekotizimini samarali boshqarishga xizmat qiladi.

Uchinchi jihat – operatsion samaradorlikdir. Onlayn bronlash, elektron hujjat aylanishi, QR-kod orqali kirish, raqamli xaritalar va avtomatlashtirilgan hisobot tizimlari korxonalar xarajatlarini qisqartiradi, inson omili tufayli yuzaga keladigan xatolarni kamaytiradi va vaqtni tejaydi. Shu bilan birga, ma'lumotlar bazasi orqali mavsumiy talabni prognoz qilish, marketing kampaniyalarini rejalashtirish va mijozlar sodiqligini oshirish mumkin bo'ladi.

Biroq raqamlashtirish jarayoni faqat ijobiy jihatlar bilan cheklanmaydi. Avvalo, barcha hududlarda internet sifati bir xil emasligi, ayrim kichik turizm subyektlarida texnik jihozlar va malakali mutaxassislar yetishmasligi muammo tug'diradi. Ikkinchidan, foydalanuvchi ma'lumotlarining xavfsizligi, onlayn to'lovlar himoyasi, platformalarga qaramlik va sun'iy reytinglar orqali manipulyatsiya qilish kabi xavflar mavjud. Uchinchidan, mahalliy turizm kontentining ko'p hollarda bir nechta tilga moslashtirilmaganligi xalqaro auditoriyani jalb etishda cheklov bo'lib qolmoqda.

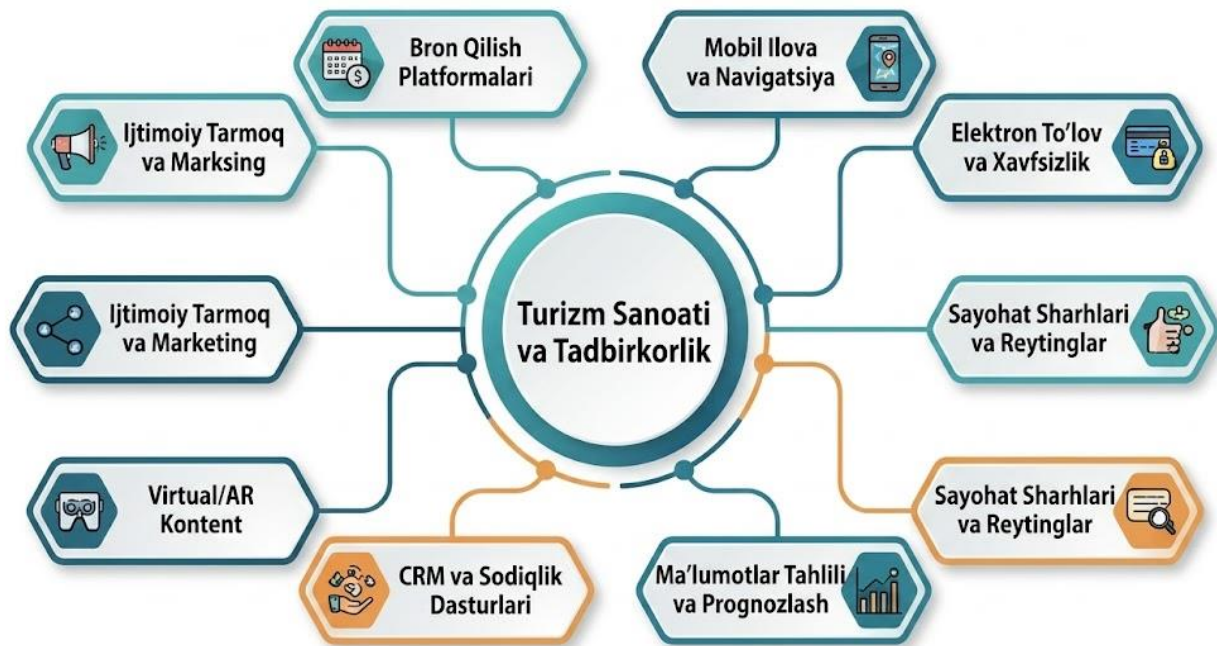
Shu bois turizmدا raqamli transformatsiya bosqichma-bosqich va maqsadli olib borilishi lozim. Dastlab axborotni raqamli formatga o'tkazish, keyin bron va to'lov tizimini yo'lga qo'yish, undan so'ng mijozlar bazasi, analitika, mobil servis va sodiqlik

dasturlarini joriy etish maqsadga muvofiqdir. Eng muhimi, raqamlashtirishning markazida texnologiya emas, balki turistga yaratiladigan qulay va xavfsiz tajriba turishi kerak.

Jadval 1. Turizm xizmatlarida an'anaviy va raqamlashtirilgan yondashuvlarning qiyosiy tavsifi

Jarayon	An'anaviy yondashuv	Raqamli yondashuv	Kutiladigan natija
Axborot olish	Ofis, katalog, telefon orqali ma'lumot	Veb-sayt, ijtimoiy tarmoq, xarita va sharhlar	Tanlov tezlashadi, ma'lumot ochiqligi ortadi
Bron qilish	Qo'lda ro'yxatga olish, hujjat almashuvi	Onlayn bronlash, avtomatik tasdiq	Vaqt tejiladi, xatolar kamayadi
To'lov	Naqd yoki alohida bank amaliyoti	Elektron to'lov, to'lov havolasi, QR	Qulaylik va shaffoflik kuchayadi
Xizmat ko'rsatish	Standart, umumiy yondashuv	Shaxsiylashtirilgan tavsiya, mobil servis	Mijoz qoniqishi oshadi
Tahlil va qayta aloqa	Qo'lda hisobot va kechikkan fikr-mulohaza	CRM, analitika, onlayn reyting va feedback	Boshqaruv sifati va sodiqlik ortadi

TURIZMDA RAQAMLI TRANSFORMATSIIYA EKOTIZIMI (YANGI RASP)



1-rasm. Turizmدا raqamli transformatsiya ekotizimi

Natijalar

Tahlil natijalari shuni ko'rsatadiki, turizmدا innovatsiyalar va raqamlashtirish jarayoni xizmat sifatiga bevosita ta'sir qiluvchi besh asosiy yo'nalishda namoyon bo'ladi. Birinchidan, axborotga kirish tezlashadi va xizmatlar bozori ochiqligi ortadi. Ikkinchidan, bron qilish, to'lov va tasdiqlash jarayonlari avtomatlashtiriladi. Uchinchidan, xizmat ko'rsatish sifati real vaqt rejimida nazorat qilinadi. To'rtinchidan, mijoz bilan qayta aloqa va sodiqlik mexanizmlari mustahkamlanadi. Beshinchidan, boshqaruv qarorlari ma'lumotlarga tayangan holda qabul qilinadi.

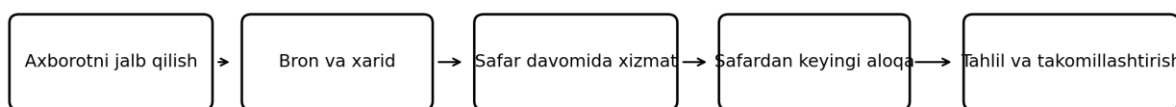
Tadqiqot davomida turizm korxonalarini uchun konseptual raqamli transformatsiya modeli ishlab chiqildi. U uch bosqichdan iborat: boshlang'ich bosqichda rasmiy sayt, ijtimoiy tarmoq va elektron aloqa kanallari yo'lga qo'yiladi; o'rta bosqichda bronlash, to'lov, CRM va mijoz bazasi shakllantiriladi; rivojlangan bosqichda esa analitika, shaxsiylashtirilgan tavsiyalar, mobil servislar va aqlli boshqaruv elementlari joriy qilinadi. Ushbu model kichik, o'rta va yirik turizm subyektlari uchun moslashuvchan tarzda qo'llanishi mumkin.

Raqamlashtirishning amaliy samarasi bir nechta ko'rsatkichlarda namoyon bo'ladi: xizmatga murojaat qilish vaqti qisqaradi, mijoz qoniqishi ortadi, qayta xarid ehtimoli kuchayadi, reklama xarajatlari aniq maqsadli auditoriyaga yo'naltiriladi hamda boshqaruv qarorlari tezlashadi. Ayniqsa, hududiy turizmni rivojlantirishda mahalliy

obyektlar, tarixiy maskanlar, madaniy tadbirlar va transport yo‘nalishlarini yagona raqamli platformada birlashtirish katta samara beradi.

Shuningdek, natijalar turizmدا innovatsiyalarni joriy etishda inson kapitalining o‘rni juda muhim ekanini ko‘rsatdi. Malakali kadrlar, raqamli savodxonlik, servis madaniyati va ko‘p tilli kontent bir-birini to‘ldirmasa, texnologik tizimlar kutilgan samarani bermaydi. Demak, raqamlashtirish texnik emas, ijtimoiy-iqtisodiy va boshqaruv jarayoni sifatida ko‘rilishi lozim.

Turizm xizmatida raqamlashtirishning uzluksiz jarayoni



2-rasm. Turizm xizmatida raqamlashtirishning uzluksiz jarayoni

Xulosa

Xulosa qilib aytganda, turizmدا innovatsiyalar va raqamlashtirish jarayoni xizmatlarni zamonaviylashtirishning eng muhim vositalaridan biridir. U turist uchun qulaylik, tezkorlik va ishonchlikni, korxonalar uchun esa samaradorlik, nazorat va raqobat ustunligini ta‘minlaydi. Ayniqsa, onlayn bronlash, mobil servislar, elektron to‘lovlar, virtual taqdimot, ma‘lumotlar tahlili va mijoz bilan raqamli aloqa turizmning yangi sifat bosqichiga chiqishida muhim rol o‘ynaydi.

Kelgusida turizmدا raqamli transformatsiyani chuqurlashtirish uchun bir nechta amaliy vazifalarga e‘tibor qaratish zarur: hududiy internet infratuzilmasini mustahkamlash, turizm subyektlari uchun raqamli ko‘nikmalar bo‘yicha treninglar tashkil etish, mahalliy va xorijiy tillardagi kontentni boyitish, kibermuhofaza va ma‘lumotlar maxfiyligini kuchaytirish, shuningdek, davlat va xususiy sektor o‘rtasida yagona raqamli platformalar bo‘yicha hamkorlikni kuchaytirish.

Shunday yondashuv asosida turizm nafaqat iqtisodiy daromad manbai, balki hudud imijini shakllantiruvchi, madaniy merosni targ‘ib qiluvchi va xalqaro muloqotni kengaytiruvchi zamonaviy tarmoqqa aylanadi. Demak, turizmدا innovatsiya va raqamlashtirish bugungi kun talabi bo‘lish bilan birga, kelajak rivojlanishining ham strategik omilidir.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Buhalis, D., Costa, C. (Eds.). *Tourism Business Frontiers: Consumers, Products and Industry*. Oxford: Elsevier, 2006. pp. 5–29.
2. Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., Wanhill, S. *Tourism: Principles and Practice*. 5th ed. Harlow: Pearson, 2012. pp. 587–609.
3. Inkpen, G. *Information Technology for Travel and Tourism*. Harlow: Longman, 1998.
4. Kotler, P., Bowen, J., Makens, J., Baloglu, S. *Marketing for Hospitality and Tourism*. 7th ed. Harlow: Pearson, 2017.
5. Middleton, V. T. C., Fyall, A., Morgan, M., Ranchhod, A. *Marketing in Travel and Tourism*. 4th ed. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2009. pp. 242–288.
6. Page, S. J. *Tourism Management*. 6th ed. London: Routledge, 2020. pp. 282–291, 472–475.
7. Sheldon, P. J. *Tourism Information Technology*. Wallingford: CAB International, 1997.
8. Xiang, Z., Fesenmaier, D. R. *Analytics in Smart Tourism Design: Concepts and Methods*. Cham: Springer, 2017. pp. 13–29.