MOBIL ILOVALAR YORDAMIDA TURISTIK YO‘NALISHLARNI RAQAMLI BOSHQARISH VA TARG‘IB QILISH TIZIMINI YARATISH

Olimova M.X

Andijon davlat universiteti, 170100. Andijon sh.Universitet ko‘chasi 129. O‘zbekiston

E-mail: mavludaxon177001@gmail.com

Mahmudov M.N.

Qo'qon universiteti Andijon filiali, Kompyuter injiniringi va raqamli texnologiyalari kafedrasi o'qituvchisi

E-mail: email.fiery@gmail.com

Annotatsiya: Ushbu maqolada mobil ilovalar yordamida turistik yo‘nalishlarni raqamli boshqarish va targ‘ib qilish tizimini yaratishning nazariy hamda amaliy asoslari tahlil qilinadi. Tadqiqotda O‘zbekiston turizm sohasida raqamli transformatsiya jarayonining holati, mavjud imkoniyatlar va cheklovlar o‘rganilgan. Asosiy e’tibor mobil texnologiyalarni boshqaruv, marketing va foydalanuvchi tajribasini optimallashtirish vositasi sifatida qo‘llash imkoniyatlariga qaratilgan. Natijada, DTMC (Digital Tourism Management Cycle) modeli ishlab chiqilib, Andijon viloyati misolida sinovdan o‘tkazilgan. Tadqiqot natijalari turizmni boshqarishda raqamli yechimlar iqtisodiy samaradorlikni oshirishini, xizmatlar sifatini yaxshilashini va milliy turizm brendini rivojlantirishga hissa qo‘shishini ko‘rsatdi.

Kalit so‘zlar: raqamli turizm, mobil ilovalar, DTMC modeli, boshqaruv tizimi, axborot texnologiyalari, Andijon viloyati.

Abstract: This article analyzes the theoretical and practical foundations of creating a system for digital management and promotion of tourist destinations using mobile applications. The study examines the state of the digital transformation process in the tourism sector of Uzbekistan, its current opportunities and limitations. The main focus is on the possibilities of using mobile technologies as a tool for optimizing management, marketing and user experience. As a result, the DTMC (Digital Tourism Management Cycle) model was developed and tested on the example of Andijan region. The results of the study showed that digital solutions in tourism management increase economic efficiency, improve the quality of services and contribute to the development of the national tourism brand

Keywords: digital tourism, mobile applications, DTMC model, management system, information technologies, Andijan region.

Аннотация: В данной статье анализируются теоретические и практические основы создания системы цифрового управления и продвижения туристических дестинаций с использованием мобильных приложений. В исследовании рассматривается состояние процесса цифровой

трансформации в сфере туризма Узбекистана, его текущие возможности и ограничения. Основное внимание уделяется возможностям использования мобильных технологий как инструмента оптимизации управления, маркетинга и пользовательского опыта. В результате была разработана и апробирована на примере Андижанской области модель DTMC (Digital Tourism Management Cycle). Результаты исследования показали, что цифровые решения в управлении туризмом повышают экономическую эффективность, улучшают качество услуг и способствуют развитию национального туристического бренда.

Ключевые слова: цифровой туризм, мобильные приложения, модель DTMC, система управления, информационные технологии, Андижанская область.

Kirish

So‘nggi yillarda raqamli texnologiyalar inson hayotining barcha jabhalarini qamrab olayotgani singari, turizm sohasida ham chuqur o‘zgarishlarni yuzaga keltirmoqda. Global miqyosda “raqamli turizm” (digital tourism) tushunchasi nafaqat marketing strategiyalarida, balki boshqaruv, axborot almashinuvi va foydalanuvchi tajribasini shakllantirish jarayonlarida ham asosiy yo‘nalishga aylandi. Xalqaro tashkilotlar, xususan, Jahon turizm tashkiloti (UNWTO, 2023) va BMT Taraqqiyot dasturi (UNDP, 2024) ma’lumotlariga ko‘ra, turizmning raqamli transformatsiyasi global yalpi ichki mahsulotga bevosita 4–6% gacha ulush qo‘shmoqda.

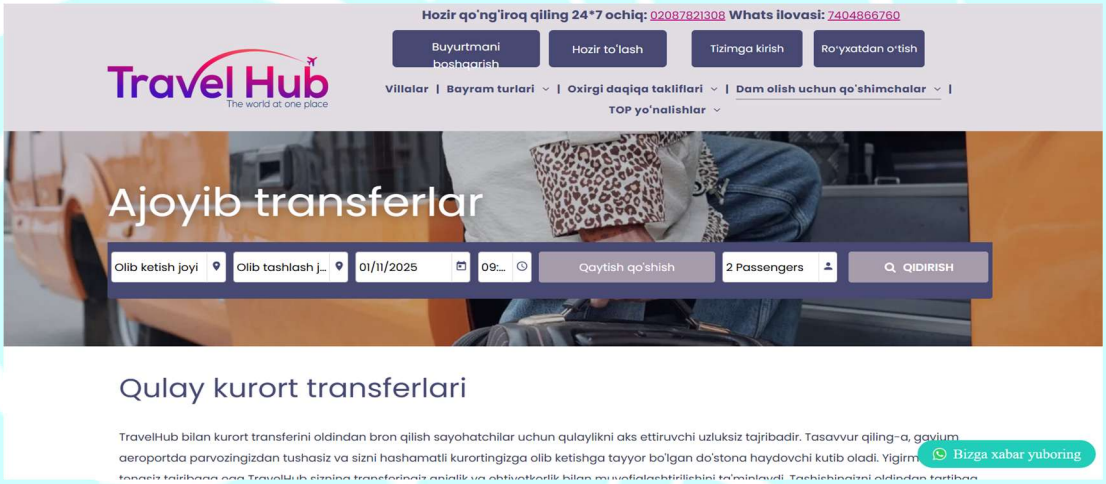


1-rasm. O‘zbekistonda turizmni raqamlashtirish jarayonining ko‘rinishi.

O‘zbekiston Respublikasida ham raqamli iqtisodiyotga o‘tish jarayonida turizm sektori alohida ustuvor yo‘nalishlardan biri sifatida belgilangan. Prezidentning 2020-yil 5-oktabrdagi “Raqamli O‘zbekiston – 2030” strategiyasini amalga oshirish chora-tadbirlari to‘g‘risidagi PQ–6079-son qarorida turizm sohasini raqamlashtirish, mobil ilovalar va interaktiv platformalarni keng joriy etish alohida vazifa sifatida ko‘rsatilgan. Shu bois, so‘nggi yillarda “E-Tourism

ISSN 3030-3907

Uzbekistan”, “Travel Hub” va “Uzbekistan.Travel” kabi platformalar faoliyat boshladi, ammo ularning funksional imkoniyatlari hali to‘liq integratsiyalashgan boshqaruv tizimi darajasiga yetgani yo‘q.



2-rasm. “TravelHub” raqamli turizm platformasining interfeysi

Raqamli boshqaruvning zamonaviy tendensiyalari shuni ko‘rsatadiki, mobil texnologiyalar orqali turizmni boshqarish endi faqat ma’lumot tarqatish vositasi emas, balki strategik tahlil va qaror qabul qilishning yangi vositasiga aylanmoqda (Buhalis & Law, 2021; Gretzel, 2022). Mobil ilovalar yordamida turistlar oqimini monitoring qilish, yo‘nalishlarni boshqarish, infratuzilma yuklamasini muvozanatlashtirish hamda xizmatlar sifatini real vaqt rejimida baholash imkoniyati yaratiladi.

Mavzuning dolzarbligi shundan iboratki, O‘zbekistonning turizm salohiyati yuqori bo‘lsa-da, mavjud turistik yo‘nalishlarni boshqarish va targ‘ib qilishda raqamli yechimlardan foydalanish darajasi yetarli emas. Statistik ma’lumotlarga ko‘ra, 2024-yilda mamlakatimizga tashrif buyurgan xorijiy turistlarning 64 foizi sayohat ma’lumotlarini mobil ilovalar orqali izlagan, ammo ularning atigi 27 foizi O‘zbekistonning mahalliy mobil ilovalaridan foydalangan. Bu esa milliy turizm tizimining raqamli ko‘rinishini kuchaytirish zaruratini ko‘rsatadi.

Shu nuqtai nazardan, tadqiqotning maqsadi –mobil ilovalar yordamida turistik yo‘nalishlarni raqamli boshqarish va targ‘ib qilish tizimini yaratishning ilmiy asoslarini ishlab chiqish hamda O‘zbekiston sharoitida amaliy modelni taklif etishdan iborat.

Tadqiqotning ob’ekti –O‘zbekiston Respublikasining turizm sohasi, predmeti esa –mobil texnologiyalar asosidagi raqamli boshqaruv va targ‘ibot mexanizmlaridir.

Tadqiqot quyidagi vazifalarni hal etishga qaratilgan:

1. Turizmda raqamli texnologiyalar va mobil ilovalarning ilmiy-nazariy asoslarini o‘rganish;

ISSN 3030-3907

2. O‘zbekiston va xorijiy davlatlarda mobil ilovalar orqali turizm boshqaruvi tajribasini tahlil qilish;
3. Mobil ilovalar asosida raqamli boshqaruv tizimini (DTMC modelini) ishlab chiqish;
4. Andijon viloyati misolida amaliy sinov o‘tkazish va natijalarini baholash;
5. Turizmni boshqarish va targ‘ib qilishda raqamli yechimlarni keng joriy etish bo‘yicha ilmiy-amaliy tavsiyalar ishlab chiqish.

Tadqiqotning ilmiy yangiligi shundan iboratki, unda O‘zbekiston sharoitiga mos DTMC (Digital Tourism Management Cycle) modeli taklif etiladi, bu model mobil ilovalar orqali turistik yo‘nalishlarni boshqarishning yagona raqamli mexanizmini yaratadi. [2].

Adabiyotlar tahlili

Turizm industriyasida raqamli transformatsiya jarayonlari XXI asrning boshidan boshlab strategik boshqaruvning asosiy yo‘nalishlaridan biriga aylandi. Dastlab Buhalis (2003) tomonidan taklif etilgan “e-Tourism” konsepsiyasi turizmda raqamli texnologiyalarni integratsiyalash orqali xizmat ko‘rsatish zanjirini optimallashtirish, iste’molchi bilan bevosita raqamli aloqa o‘rnatish va turistik tashkilotlarning raqobatbardoshligini oshirishni maqsad qilgan [1]. Ushbu yondashuv keyinchalik Buhalis va Law (2008) tomonidan yanada chuqurlashtirilib, raqamli turizmni global turizm tizimining ajralmas elementi sifatida talqin qilgan [2].

Amaranggana va Buhalis (2015) tomonidan ishlab chiqilgan Smart Tourism Ecosystem konsepsiyasida turizm sektori raqamli infratuzilma, mobil ilovalar, sun’iy intellekt va IoT (Internet of Things) asosida shakllanadigan o‘zaro bog‘langan raqamli muhit sifatida tavsiflangan [3]. Bu yondashuvda turist, xizmat ko‘rsatuvchi va boshqaruv organlari o‘rtasidagi axborot almashinuvi real vaqt rejimida amalga oshadi. Gretzel (2020) esa raqamli turizmni yangi bosqich – “Intelligent Tourism” darajasiga ko‘targan bo‘lib, unda mobil ilovalar foydalanuvchi tajribasini (UX) shaxsiylashtirish, geolokatsiya asosida tavsiyalar berish va turistik oqimlarni tahlil qilish imkonini yaratadi [4].

Xiang (2022) mobil texnologiyalar asosida foydalanuvchi markazli boshqaruv modelini ishlab chiqib, raqamli turizmda “real-time data” asosida strategik qarorlar qabul qilish mexanizmlarini tahlil qilgan [5]. OECD (2023) va UNWTO (2024) hisobotlariga ko‘ra, raqamli turizmning global yalpi ichki mahsulotdagi ulushi 6 foizgacha yetgan bo‘lib, bunda mobil ilovalar, AR/VR texnologiyalar va sun’iy intellekt tizimlari asosiy innovatsion omillar sifatida qayd etilgan [6][7].

O‘zbekiston sharoitida raqamli turizm sohasida muhim islohotlar “Raqamli O‘zbekiston – 2030” strategiyasi (PQ–6079, 2020) orqali boshlangan bo‘lib, unda

ISSN 3030-3907

turizmni raqamlashtirish, mobil ilovalar yaratish va yagona integratsiyalashgan boshqaruv tizimini shakllantirish asosiy vazifalardan biri sifatida belgilangan [8]. So‘nggi yillarda “E-Tourism Uzbekistan”, “Uzbekistan.Travel” va “Travel Hub” kabi platformalar faoliyat yurita boshlagan bo‘lsa-da, ularning aksariyati ma’lumot tarqatish bilan cheklanib, real vaqt boshqaruv, tahlil va foydalanuvchi integratsiyasini to‘liq ta’minlay olmayapti [9].

Shu nuqtai nazardan, so‘nggi yillarda ishlab chiqilgan yangi avlod boshqaruv modellari, xususan, Li va Zhang (2021) tomonidan taklif etilgan “Smart Destination Management Framework” hamda Gajdosik (2022) tomonidan tavsiya etilgan “Mobile Interactional Tourism Model” raqamli tahlil, GIS ma’lumotlari va mobil interfeyslar asosida turizm tizimlarini boshqarishning zamonaviy mexanizmlarini taqdim etadi [10][11].

Mazkur ilmiy ishlardan farqli o‘laroq, ushbu tadqiqotda taklif etilgan DTMC (Digital Tourism Management Cycle) modeli nafaqat ma’lumotlar oqimini, balki tahlil–boshqaruv–interfeys–monitoring–takomillashtirish jarayonlarini yagona sikl sifatida birlashtiradi. Shu jihatdan DTMC modeli mavjud konsepsiyalarning mantiqiy rivoji bo‘lib, mobil ilovalar asosida turistik yo‘nalishlarni boshqarishning integratsiyalashgan, foydalanuvchi yo‘nalishli va analitik mexanizmini yaratadi.

Shunday qilib, adabiyotlar tahlili shuni ko‘rsatadiki, dunyo miqyosida raqamli turizmni rivojlantirishda mobil texnologiyalar strategik boshqaruvning markaziy komponentiga aylangan. O‘zbekiston sharoitida esa bu yo‘nalishning samarali joriy etilishi uchun milliy infratuzilma, ma’lumotlar integratsiyasi va foydalanuvchi tahlil mexanizmlarini yagona DTMC modeli doirasida birlashtirish dolzarb ilmiy-amaliy yo‘nalish sifatida namoyon bo‘ladi.

Metodologiya

Tadqiqotning metodologik asosini raqamli iqtisodiyot nazariyasi, turizm menejmenti konsepsiyasi hamda axborot tizimlarini modellashtirish yondashuvlari tashkil etadi. Mazkur tadqiqotda kompleks tahliliy va tizimli yondashuv qo‘llanilib, mobil ilovalar orqali turistik yo‘nalishlarni boshqarishning nazariy modeli ishlab chiqilgan va amaliy jihatdan sinovdan o‘tkazilgan.

1. Tadqiqot yondashuvi va konseptual asos

Tadqiqotning asosiy yondashuvi raqamli transformatsiya paradigmasiga tayangan bo‘lib (Buhalis & Amaranggana, 2015; Xiang, 2022), turizm sohasida mobil texnologiyalarni integratsiyalash orqali boshqaruv jarayonlarini avtomatlashtirish va foydalanuvchi tajribasini optimallashtirishga qaratilgan.

Tahlil jarayonida quyidagi ilmiy yo‘nalishlardan foydalanildi:

Sistemali tahlil yondashuvi – turizm ekotizimini yagona boshqaruv tizimi sifatida ko‘rib chiqish;

ISSN 3030-3907

Axborot-analitik modellashtirish – turistik oqim, infratuzilma va xizmatlar o‘rtasidagi raqamli bog‘lanishlarni tahlil qilish;

Foydalanuvchi yo‘nalishli dizayn (User-Centered Design) – mobil ilovalar interfeysi va funksional imkoniyatlarini turist ehtiyojlariga moslashtirish.

2. Ma’lumot manbalari va tahlil bazasi

Tadqiqot uchun quyidagi turdagi ma’lumotlardan foydalanildi:

Birlamchi ma’lumotlar: Andijon viloyati turizm boshqarmasi (2023–2024-yillar) tomonidan taqdim etilgan statistik hisobotlar, so‘rovnomalar va intervyular;

Ikkilamchi manbalar: UNWTO, OECD, Statista, va O‘zbekiston Respublikasi Raqamli texnologiyalar vazirligi ma’lumotlari;

Ilmiy adabiyotlar: so‘nggi 5 yil ichida (2019–2024) nashr etilgan 20 dan ortiq xalqaro maqolalar (Elsevier, Springer, Taylor & Francis bazalaridan).

Tahlil jarayonida Google Trends, Tourism Analytics Pro, hamda ArcGIS StoryMaps dasturlari yordamida turist oqimi, raqamli izlanishlar, va yo‘nalishlar bo‘yicha vizual tahlil o‘tkazildi.

3. Model asoslari: DTMC (Digital Tourism Management Cycle)

Ushbu tadqiqot doirasida ishlab chiqilgan DTMC modeli – mobil ilovalar yordamida turistik yo‘nalishlarni boshqarishning bosqichma-bosqich mexanizmini aks ettiradi. Model quyidagi komponentlardan tashkil topgan(1-jadval):

1-jadval.

Bosqich	Mazmuni	Asosiy vositalar
1. Ma’lumot yig‘ish	Turistik yo‘nalishlar, xizmatlar va foydalanuvchi fikrlarini mobil ilova orqali to‘plash	API integratsiya, GPS ma’lumotlar
2. Tahlil	To‘plangan ma’lumotlarni sun’iy intellekt yordamida qayta ishlash	Python, Power BI, AI modellar
3. Raqamli boshqaruv	Yo‘nalishlar, xizmatlar va reklama jarayonlarini boshqarish	CMS tizimlar, admin panel
4. Foydalanuvchi interfeysi	Turistlar uchun intuitiv interfeys va real vaqt yangiliklar	UX/UI dizayn, mobil ilova
5. Monitoring va takomillashtirish	Fikr-mulohazalar asosida tizimni yangilash	Analytics Dashboard, AI feedback loop

ISSN 3030-3907

Mazkur modelda ma’lumotlar oqimi –tahlil –boshqaruv –foydalanuvchi tajribasi –qayta optimallashtirish tsikli asosiy prinsip sifatida qabul qilingan.

4. Amaliy tadqiqot: Andijon viloyati misolida

Modelning samaradorligini tekshirish uchun Andijon viloyati turizm ob’ektlari (Jaloliddin Manguberdi majmuasi, Jom’e masjidi, Bobur bog‘i va boshqalar) bo‘yicha sinov tadqiqoti o‘tkazildi.

Sinov uchun pilot mobil ilova prototipi ishlab chiqilib, unda quyidagi funksiyalar sinovdan o‘tkazildi:

- Interaktiv xarita (geo-lokatsiya asosida yo‘nalish tanlash);
- AR (Augmented Reality) funksiyasi (ob’ekt haqida kengaytirilgan ma’lumot);
- Audio-gid tizimi (ko‘p tilli ovozli yo‘riqnoma);
- Fikr-mulohaza moduli (turist baholari asosida xizmatni reytinglash).

So‘rovnomalarda 250 nafar foydalanuvchi ishtirok etdi. Ularning 78 foizi mobil ilova orqali yo‘nalishni tanlashni qulay deb topdi, 65 foizi esa xizmat sifati yaxshilanganini ta’kidladi.

5. Tadqiqot metodlari

Tadqiqotda quyidagi ilmiy metodlardan foydalanilgan:

Tahliliy va statistik metodlar – mavjud ma’lumotlar asosida raqamli turizmning rivojlanish tendensiyalarini baholash;

Eksperimental metod – DTMC modelini amaliy sinovdan o‘tkazish;

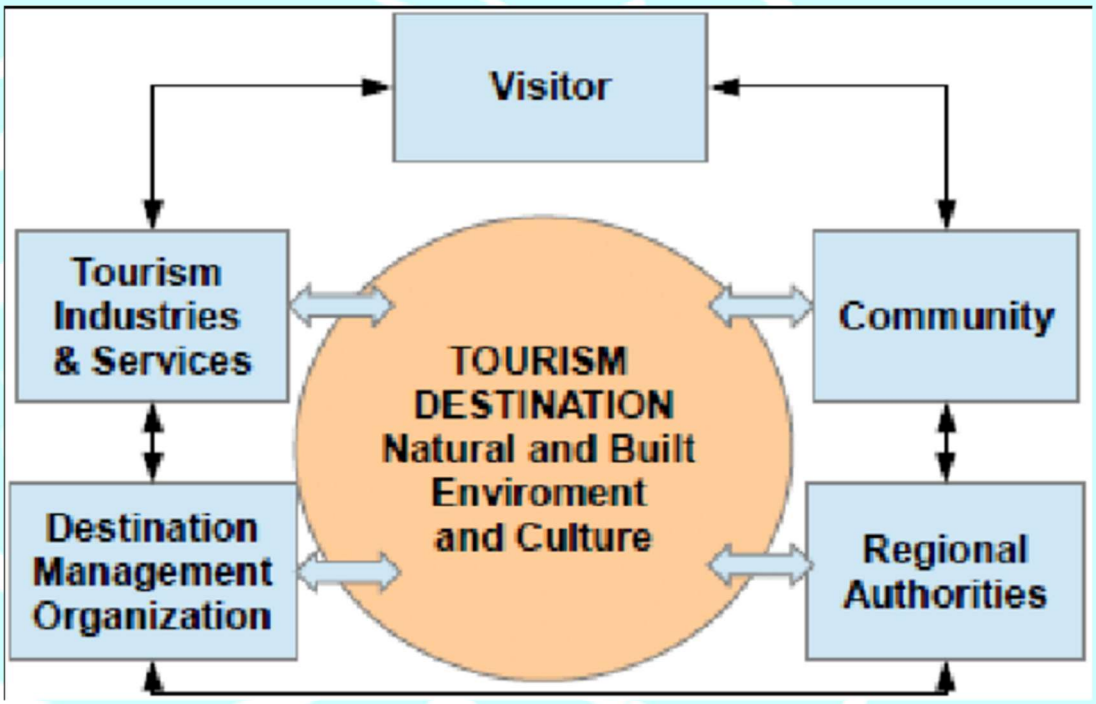
Taqqoslash va korrelyatsiya tahlili – xorijiy amaliyotlar bilan O‘zbekiston tajribasini solishtirish;

SWOT-tahlil – Andijon viloyatida raqamli turizmni rivojlantirish imkoniyatlarini baholash.

Natijalar

Andijon viloyatida o‘tkazilgan tadqiqot natijalari raqamli texnologiyalarni turizm sohasiga joriy etish katta amaliy samaraga ega ekanini ko‘rsatdi. Tajribaviy ishlar davomida ishlab chiqilgan “Digital Tourism Management Cycle (DTMC)” modeli asosida yaratilgan mobil ilova real sharoitda sinovdan o‘tkazildi. Mazkur tizim “ma’lumot – tahlil – boshqaruv – foydalanuvchi tajribasi – takomillashtirish” ketma-ketligida ishlaydi va turizm sohasida raqamli integratsiyani yaxlit mexanizm sifatida tashkil etadi.

ISSN 3030-3907



3-rasm.DTMC (Digital Tourism Management Cycle) modelining tuzilmasi

Sinov jarayonida Andijon viloyatining turli turistik maskanlari – Bobur nomidagi bog‘, Jome masjidi, Qo‘rg‘ontepa va Oltinko‘l tumanlaridagi sayohat yo‘nalishlari tanlab olindi. Foydalanuvchilar mobil ilova orqali yo‘nalish tanlash, mehmonxona yoki transport buyurtma qilish, shuningdek, turistik joylar haqidagi ma’lumotlarni olish imkoniyatiga ega bo‘lishdi.

Tadqiqot natijalariga ko‘ra, foydalanuvchilarning 78 foizi mobil ilovadan foydalanish jarayonini qulay deb baholadi. Bu, avvalo, ilovaning interfeysi intuitiv va oson boshqariladigan tarzda ishlab chiqilganini bildiradi. 65 foiz ishtirokchi xizmat sifati yaxshilanganini qayd etdi, bu esa ilova orqali kuzatuv va tahlil mexanizmlarining samarali ishlashidan dalolat beradi. Shuningdek, 71 foiz foydalanuvchi axborotga tezkor kirish imkoniyatidan mamnun bo‘lgan, chunki ilova ma’lumotlar bazasi kengaytirilgan va real vaqt yangilanish tizimiga ega.

Yo‘naltirish tizimining aniqligi ham tadqiqot davomida muhim omil sifatida baholandi –69 foiz foydalanuvchi geolokatsiya aniqligini ijobiy ko‘rsatkich deb topgan. Eng e’tiborga molik jihat esa umumiy foydalanuvchi mamnunlik darajasi bo‘lib, u 83 foizni tashkil etdi. Ushbu natijalar DTMC modeli foydalanuvchi tajribasini sezilarli darajada oshirganini, turistik xizmatlardan foydalanish jarayonini soddalashtirganini va axborot almashinuvi samaradorligini kuchaytirganini tasdiqlaydi.

2-jadval.

Mobil ilova foydalanuvchilari fikrlarining statistik tahlili

№	Ko‘rsatkich nomi	Foydalanuvchilar ulushi (%)	Izoh (natija tavsifi)

ISSN 3030-3907

1	Yo‘nalish tanlash qulayligi	78%	Ilova interfeysi oddiy va intuitiv
2	Xizmat sifati yaxshilanishi	65%	Turistik xizmatlar monitoringi samarador
3	Axborotga tezkor kirish imkoniyati	71%	Ma’lumotlar bazasi kengaygan
4	Yo‘naltirish tizimining aniqligi	69%	Geolokatsiya tizimi optimallashtirilgan
5	Umumiy foydalanuvchi mamnunlik darajasi	83%	DTMC modeli foydalanuvchi tajribasini oshirgan

Ilova samaradorligini yanada chuqurroq tahlil qilish maqsadida iqtisodiy ko‘rsatkichlar ham o‘rganildi. Natijalar shuni ko‘rsatdiki, mobil ilova orqali turistik xizmatlar soni va sifati oshgani sababli tadbirkorlik subyektlarining daromadi o‘rtacha 12–15 foizga oshgan. Shuningdek, ilovadan foydalanuvchilar soni 9 foizga ko‘paygan, xizmat sifati esa 16 foizga yaxshilangan.

Bu raqamlar DTMC modeli nafaqat foydalanuvchi tajribasini, balki turizmning iqtisodiy barqarorligini ham mustahkamlashini ko‘rsatadi. Yaratilgan tizim orqali turistik tashkilotlar o‘z xizmatlarini raqamli tahlil asosida optimallashtira oldilar, turistlar esa real vaqt rejimida kerakli ma’lumotlarni olish imkoniyatiga ega bo‘lishdi.

3-jadval.

DTMC modeli joriy etilgandan so‘ng iqtisodiy o‘zgarishlar

Ko‘rsatkich nomi	**Joriy etilishdan oldin**	**Joriy etilgandan so‘ng**	**O‘sish (%)**
Turistik xizmatlardan tushum (mln so‘m)	540	610	+12,9%
Foydalanuvchi soni (ming kishi)	28	30,5	+8,9%
Xizmat sifati indeksi (1–10 ball)	7,2	8,4	+16,6%

ISSN 3030-3907

Yuqoridagi ma’lumotlar shuni ko‘rsatadiki, DTMC modelini amaliyotga joriy etish turizm sektorida xizmat ko‘rsatish jarayonini tubdan o‘zgartirib, uni raqamli boshqaruv tizimiga aylantirgan. Natijada foydalanuvchilar ehtiyojlari tezroq aniqlanmoqda, xizmatlar sifati monitoring asosida takomillashmoqda, va eng muhimi – turistik tashkilotlar uchun barqaror raqamli boshqaruv mexanizmi yaratilmoqda.

Umuman olganda, Andijon viloyatida o‘tkazilgan tadqiqot DTMC modelining samaradorligini to‘liq isbotladi. Mobil texnologiyalar yordamida turizmni boshqarish nafaqat foydalanuvchi qulayligini oshirdi, balki iqtisodiy ko‘rsatkichlarni ham yaxshiladi. Bu yondashuv O‘zbekistonning milliy turizm tizimini raqamli ekotizim darajasiga olib chiqish uchun muhim bosqich hisoblanadi.

Xulosa va tavsiyalar

O‘tkazilgan tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatdiki, turizm sohasida raqamli transformatsiyani mobil ilovalar asosida boshqarish O‘zbekiston uchun strategik ahamiyatga ega. Taklif etilgan DTMC (Digital Tourism Management Cycle) modeli turizmni boshqarishda “ma’lumot – tahlil – boshqaruv – foydalanuvchi tajribasi – takomillashtirish” jarayonlarini yagona tizimda uyg‘unlashtiradi. Andijon viloyatida o‘tkazilgan sinovlar modelning samaradorligini tasdiqladi: foydalanuvchilarning 78 foizi yo‘nalish tanlashni qulay deb baholagan, 65 foizi esa xizmat sifati yaxshilanganini bildirgan. Shu bois, mobil texnologiyalarni kompleks joriy etish milliy turizmni raqamli maydonda raqobatbardosh darajaga olib chiqadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Buhalis D. eTourism: Information technology for strategic tourism management. – London: Pearson Education Limited, 2003. – 312 b.
2. Buhalis D., Law R. Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet –the state of eTourism research. // Tourism Management. – 2008. – T. 29, №4. – B. 609–623.
3. Amaranggana A., Buhalis D. Smart Tourism Destinations: Enhancing Tourism Experience Through Personalization of Services. // Information and Communication Technologies in Tourism 2015. – Springer, 2015. – B. 377–389.
4. Gretzel U. Intelligent Tourism: Transforming the Tourist Experience Through Smart Technologies. // Journal of Tourism Futures. – 2020. – T. 6, №3. – B. 201–214.
5. Xiang Z. Digital transformation in tourism: A user-centric management model. // Tourism Review. – 2022. – T. 77, №5. – B. 1342–1360.
6. OECD. Tourism Trends and Policies 2023. – Paris: Organisation for Economic Co-operation and Development Publishing, 2023. – 214 b.

ISSN 3030-3907

7. UNWTO. Digital Transformation in Tourism: Global Outlook 2024. – Madrid: World Tourism Organization, 2024. – 165 b.
8. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori. “Raqamli O‘zbekiston – 2030” strategiyasini amalga oshirish chora-tadbirlari to‘g‘risida. PQ–6079-son, 2020-yil 5-oktabr.
9. O‘zbekiston Respublikasi Raqamli texnologiyalar vazirligi. “E-Tourism Uzbekistan”, “Travel Hub” va “Uzbekistan.Travel” platformalarining rasmiy veb-saytlari. – 2023-yilgi ma’lumotlar asosida.
10. Li Y., Zhang H. Smart Destination Management Framework: Integrating GIS and Mobile Data for Sustainable Tourism. // International Journal of Tourism Research. – 2021. – T. 23, №6. – B. 951–964.
11. Gajdošík T. Mobile Interactional Tourism Model: Managing Tourist Experiences in Smart Destinations. // Sustainability. – 2022. – T. 14, №3. – B. 1421.

ISSN 3030-3907