

TURIZM SOHASINI RAQAMLASHTIRISHNNG AHAMIYATI

Bekturdiyeva Guli

Samarqand davlat chet tillar instituti talabasi

Annotatsiya: Raqamli turizm -sayohatni rejalashtirish, tashkil etish, nazorat qilish va sayohatdan zavqlanishda raqamli vositalardan foydalanish, sayohatchilarga sayohatdan oldin, sayohat davomida va undan keyin taqdim etiladigan elektron xizmatlar to'plamihisoblanadi. Shu sababdan ham, hozirgi kunda sayyohlarning 95 foizdan ortig'i o'z sayohatlarini onlayn rejalashtirishadi va dam olish vaqtida raqamli resurslardan foydalanishadi. Ushbu maqolada turizm sohasini raqamlashtirishning foydali tomonlari va ahamiyati ko'rib chiqiladi.

Kalit so'zlar: turizm, raqamlashtirish, Internet, turistik agentliklar, sayohat, xizmat ko'rsatish.

Raqamlashtirish dunyodagi ijtimoiy-iqtisodiy madaniyatni, ayniqsa sayohat va turizm sanoatini tubdan o'zgartirmoqda. Raqamli inqilob bugungi kunda korxonalarining ishlash uslubini butunlay o'zgartirdi.

Odamlar turistik agentliklariga borib, chiptalarni sotib olish uchun soatlab uzun navbatda turishga majbur bo'lgan davrlar o'tib ketdi. Texnologik taraqqiyot va jadal raqamlashtirishning paydo bo'lishi bilan barcha sayyohlik kompaniyalari geografik to'siqlarni chetlab o'tishdi va o'z mijozlari bilan aloqa qilishning onlayn usullarini qo'llashmoqda. Mehmonxonani bron qilish va ro'yxatdan o'tish, kafe va restoranlar kabi mehmondo'stlik xizmatlariga asoslangan sohalardagi odamlar tezkor raqamlashtirishdan katta ta'sir ko'rdi. Turizm sanoati sayohat qilish uchun ko'proq pul sarflashga tayyor bo'lgan yosh

avlodga murojaat qilish uchun o'z uslubini o'zgartirdi! Ushbu yoshdagi mijozlar o'z hayotlarining turli jabhalarida doimiy ravishda Internetdan shunchalik ko'p foydalanishadiki, ular har qanday sohada Internetdan foydalanishni afvzal ko'rishadi.

Hozirgi vaqtda sayohatchilar dam olish uchun sayohatlarini qidirish yoki ta'tilni rejalashtirish uchun sayohat portallariga murojat qilishadi. 2019 yilgi so'rov shuni ko'rsatadiki, onlayn bronlashning umumiy qiymati, shu jumladan, parvozlarni bron qilish va mehmonxonalarni bron qilishning o'zi taxminan 755 milliard AQSh dollariga yetgan va shundan beri har yili taxminan 10 foizga o'sgan. Mijozlarning 90% dan ortig'i dam olish joylari va sayohatlar uchun onlayn ya'ni Internetda izlanish olib borishadi va bu saytlarning aksariyati sizni bir nechta onlayn bron qilish saytlari va ilovalariga olib boradi. Buning asosiy afzalligi shundaki, sayohatchilar mehmonxonalar yoki aviakompaniyalarni tanlashda boshqa sayohatchilarning sharhlari va o'tmishdagi tajribalarini ko'rib so'ng qaror qabul qilishlari mumkin. Siz o'z uyingizdanturib, oldindan tadko'rib chiqishingiz va bron qilishingiz mumkin.[1]

Biroq, bu tezkor raqamlashtirish mehmonxonalarni bron qilish va ro'yxatdan o'tkazish xodimlari hamda kafe va restoranlardagi ofitsiantlar kabi mehmondo'stlik va xizmat korsatish sohalaridagi odamlar ish faoliyatiga katta ta'sir ko'rsatdi. Raqamlashtirish va avtomatlashtirish bir nechta ish turlariga bo'lgan ehtiyojni sezilarli darajada kamaytirdi va ishchilar huquqlarini himoya qiluvchi tizimdan uzoqlashdi. Bir tomondan, bu ishlarni osonlashtirsa, boshqa tomondan jadal texnologik taraqqiyot ko'plab xizmat ko'rsatish sohasida ishlovchi xodimlariga ham salbiy ta'sir ko'rsatmoqda. Shu sababli umumiy bir fikrga erishish uchun turli manfaatdor tomonlar bilan birgalikda muhokamalar olib borish zarur. Sayohat sanoatining asosiy afzalligi shundaki, u har doim

odamlar va manzillar o'rtasida aloqa o'rnatishga intiladi. Ushbu iqtisodiy usul orqali sayohatchilar ko'proq imkoniyatlarga ega bo'ladilar va turli xil turar joy turlarini qulay narxlarga topishlari mumkin bo'ladi.

Sayohat almashish ilovalari hozirgi kunda tobora ko'proq tarqalmoqda. Haydovchilar bir xil marshrut bo'ylab bir nechta yo'lovchilarni olib ketishadi, bu esa yo'lovchilar, haydovchilar va platforma egalariga foyda keltiradi.

Sayyohlik kompaniyalari o'sishi uchun mobil ilovalarga tobora ko'proq tayanmoqda. Foydalanuvchilarning 35% dan ortig'i sayohatlarni mobil ilovalar orqali bron qiladi va bu foiz tez orada oshadi. Mobil ilovangizni ishlab chiqish, shubhasiz, bir qancha bozor ishtirokchilari uchun qimmat, lekin bunga arziydi. Shu bilan bir qatorda, ko'plab kompaniyalar vaqt va pulni tejaydigan boshqa sayohat ilovalari yo'lga qo'yishmoqda va sotuvchisi sifatida ro'yxatdan o'tishmoqda. Sayohat ilovalari ko'pincha sizga eng ko'p boriladigan manzillarni taqdim etadi. Kognitiv hisoblash deb ham ataladigan ushbu mexanizm sizning oldingi qidiruvlaringiz, eski ma'lumotlaringiz va to'ldirilgan profilingizga tayanadi. Bunday mexanizmlar orqali ular sizdan hech qanday harakat talab qilmagan holda butun sayohatingiz uchun variantlarni kamaytirib, tanlovni ossonlashtirib berishi mumkin.

Bundan tashqari, so'nggi yillarda O'zbekistonda turizm sohasi jadal sur'atlarda rivojlanib bormoqda. Agar raqamlarga e'tibor qaratadigan bo'lsak, 2017-2022-yillarda O'zbekistonga kelgan chet ellik sayyohlar soni deyarli 2 barobar oshgan. 2017- yilda ularning soni 2.7 mln nafarni tashkil qilgan bo'lsa, 2022- yilda esa bu ko'rsatkich 5.2 mln nafarga yetgan. 2022-yilda O'zbekistonga kelgan sayyohlar soni 2021-yildagiga nisbatan 3,4 mln kishidan oshgan hamda o'sish 2,8 barobardan ortiqni tashkil etgan. Natijada turizm xizmatlari eksportida ham sezilarli o'sish bo'lgan. 2017-yilda turizm xizmatlari eksporti 546,9 mln.

AQSH dollarini tashkil etgan bo'lsa, 2022-yilda bu ko'rsatkich 2,9 barobar oshib, 1,6 mlrd.ga yetgan. 2017–2022 yillarda xizmatlar eksportining umumiy hajmida turizm xizmatlari eksportining ulushi 1,8 barobar oshgan.[2] Holbuki, dunyoda eng tez rivojlanayotgan davlatlar iqtisodiyotini rivojlantirayotgan va yaxshigina daromad olib kelayotgan soha bu turizm. Shuni inobatga olgan holda davlatimiz ham bu sohaga alohda e'tibor qaratib nafaqat xorijlik sayyohlarni yurtimizga jalb qilmoqda balki, ichki turizmni ham birgalikda rivojlantirmoqda. Bu ishlar orqali nafaqat turistlar oqimini oshirish balki, xizmatlar sifatini ham yaxshilash, moderinizatsiyalashtirish sohalarida ham natijalarga erishish kutilmoqda.

Sayohat biznesida Omnichannel modeli mavjud bo'lib, unga ko'ra hech bir o'yinchi oxirgisi emas. Foydalanuvchi bir nechta taninotchi kompanoyalarni ko'rib chiqadi va har qanday qidiruvni yakunlashdan oldin har xil variantlarni bir-biri bilan solishtirib oladi. Ushbu model bir nechta biznes ta'minotchilar xizmatlarini mijoz ekranida ko'rsatish uchun katta yordam beradi.[3] Nihoyat, tobora ko'proq o'yinchilar ushbu biznesga kirishgani sari, asosiy e'tibor mijozning o'ziga xos talablari uchun eng yaxshi moslashtirilgan bayram sayohatini yaratishdir. Ta'minotchilar qanchalik moslashtirilgan bo'lsa, ular shunchalik ko'p ma'qullanadi. Ma'lumotlar va sun'iy intellekt korxonalariga o'z mijozlarini ta'qib qilish uchun kuch beradi. Google so'rovi shuni ko'rsatadiki, bugungi kunda sayohatchilarning 36% dan ortig'i ko'proq moslashtirilgan va noyob tajribalar uchun qo'shimcha pul sarflashga tayyor.[4]

Raqamlashtirish, shubhasiz, sayohat va turizm sohasiga eng ko'p ta'sir ko'rsatdi, chunki u sizga hech qanday jismoniy mahsulotni emas, balki tajribani taklif qiladi. Biroq, texnologik taraqqiyotning jadal rivojlanishi bilan ma'lum xizmat ko'rsatish sohalarida ishlaydigan odamlar o'z ishlariniyo'qotish xavfi

ostida. Shu sababli, zamonaviy texnologiyalarni o'z ichiga olgan hamda mahalliy madaniyat va qadriyatlarga hamdard bo'lgan raqamli yo'lni yaratish uchun puxta siyosiy qarorlar talab qilinadi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Khurramov O.K. The Highlight Priorities for The Development Of Digital Tourism in Uzbekistan.

2. Turayev O.K “ Turizm sohasini raqamlashtirishning o’rni”
International journal of science and education

3. <https://www.theparliamentmagazine.eu/news/article/europes-unique-heritage-makes-it-a-key-tourism-destination>

4. <https://www.easemytrip.com/blog/importance-of-digitalization-in-tourism-industry>