“SMART TOURISM” KONSEPSIYASINING ZAMONAVIY TURIZMNI RIVOJLANTIRISHDAGI AHAMIYATI

Namozov Shahzod Maxmud o'g'li
Termiz davlat universiteti Iqtisodiyot fakulteti Turizm va mehmondo'stlik mutaxasisligi magistranti bitiruvchisi
Email: shah.nam1012@gmail.com
ORCID: https://orcid.org/0009-0009-2077-6504
https://doi.org/10.5281/zenodo.22916620

Annotatsiya. Mazkur maqolada “Smart Tourism” konsepsiyasining zamonaviy turizmni rivojlantirishdagi o‘rni va ahamiyati tahlil qilinadi. Aqlli turizmning raqamli texnologiyalar, katta ma’lumotlar, sun’iy intellekt, Internet of Things, mobil ilovalar va bulutli texnologiyalar bilan uzviy bog‘liqligi yoritilgan. Shuningdek, aqlli turizm texnologiyalarining turistlar tajribasini takomillashtirish, turistik xizmatlar sifatini oshirish, destinatsiyalar raqobatbardoshligini kuchaytirish va turizm resurslaridan samarali foydalanishga ta’siri ko‘rib chiqiladi. Tadqiqot natijalari “Smart Tourism” konsepsiyasini izchil joriy etish zamonaviy turizmning raqamli, innovatsion va barqaror rivojlanishiga xizmat qilishini ko‘rsatadi.
Kalit so‘zlar: Smart Tourism, aqlli turizm, raqamli texnologiyalar, sun’iy intellekt, IoT, turistik destinatsiya, raqamlashtirish, innovatsiya, turistlar tajribasi, barqaror turizm.

Аннотация. В данной статье анализируется роль и значение концепции «умного туризма» в развитии современного туризма. Подчеркивается неразрывная связь между умным туризмом и цифровыми технологиями, большими данными, искусственным интеллектом, Интернетом вещей, мобильными приложениями и облачными технологиями. Также рассматривается влияние технологий умного туризма на улучшение впечатлений туристов, повышение качества туристических услуг, укрепление конкурентоспособности туристических направлений и эффективное использование туристических ресурсов. Результаты исследования показывают, что последовательная реализация концепции «умного туризма» будет способствовать цифровому, инновационному и устойчивому развитию современного туризма.
Ключевые слова: умный туризм, цифровой туризм, искусственный интеллект, Интернет вещей, туристическое направление, цифровизация, инновации, туристический опыт, устойчивый туризм.

Abstract. This article analyzes the role and significance of the “Smart Tourism” concept in the development of modern tourism. It highlights the intrinsic link between smart tourism and digital technologies, big data, artificial intelligence, the Internet of Things (IoT), mobile applications, and cloud technologies. Furthermore, the study examines the impact of smart tourism technologies on enhancing the tourist experience, improving the quality of tourism services, strengthening the competitiveness of destinations, and ensuring the efficient use of tourism resources. The research findings indicate that the consistent implementation of the

“Smart Tourism” concept fosters the digital, innovative, and sustainable development of modern tourism.

Key words: Smart Tourism, digital technologies, artificial intelligence, IoT, tourist destination, digitalization, innovation, tourist experience, sustainable tourism.

KIRISH

Bugungi kunda raqamli texnologiyalarning jadal rivojlanishi iqtisodiyotning barcha tarmoqlarida bo‘lgani kabi turizm sohasida ham tub o‘zgarishlarni yuzaga keltirmoqda. Internet, mobil ilovalar, sun’iy intellekt, katta ma’lumotlar (Big Data), Internet of Things (IoT), bulutli texnologiyalar, geolokatsiya va virtual reallik kabi innovatsion texnologiyalar turistik xizmatlarni yaratish, targ‘ib qilish, sotish va iste’mol qilish jarayonlarini yangi bosqichga olib chiqmoqda. Ayniqsa, turistlarning raqamli muhitda axborot izlash, turistik obyektlarni tanlash, mehmonxonalarni bron qilish, elektron to‘lovlarni amalga oshirish va sayohat tajribalarini ijtimoiy tarmoqlarda baham ko‘rish faolligining ortishi turizmni raqamlashtirishga bo‘lgan ehtiyojni yanada kuchaytirmoqda. Mazkur sharoitda “Smart Tourism”, ya’ni “Aqlli turizm” konsepsiyasi zamonaviy turizmni rivojlantirishning istiqbolli yo‘nalishlaridan biri sifatida shakllanmoqda. Smart Tourism tushunchasi turistik destinatsiyalar, xizmat ko‘rsatuvchi korxonalar va turistlar o‘rtasidagi o‘zaro aloqalarni raqamli texnologiyalar yordamida takomillashtirishni nazarda tutadi. Ushbu konsepsiyaning asosiy maqsadi mavjud turistik resurslardan samarali foydalanish, turistlar ehtiyojlariga mos xizmatlarni shakllantirish, boshqaruv jarayonlarini takomillashtirish va turistlar tajribasini boyitishdan iborat. An’anaviy turizm modelidan farqli ravishda Smart Tourismda ma’lumotlar muhim strategik resurs sifatida namoyon bo‘ladi. Turistlarning qiziqishlari, harakatlanish yo‘nalishlari, bronlash faoliyati, xizmatlardan foydalanish xususiyatlari va onlayn fikr-mulohazalari haqidagi ma’lumotlarni yig‘ish va tahlil qilish orqali turistik xizmatlarni shaxsiylashtirish imkoniyati kengayadi. Masalan, sun’iy intellekt asosidagi tavsiya tizimlari turistning avvalgi tanlovlari asosida unga mos mehmonxona, restoran, ekskursiya yoki turistik marshrutlarni tavsiya qilishi mumkin. Bu esa turist uchun qulaylikni oshirish bilan birga turistik korxonalarning marketing va boshqaruv qarorlarini takomillashtirishga xizmat qiladi. Smart Tourism konsepsiyasining yana bir muhim jihati destinatsiyalarning raqobatbardoshligini oshirish bilan bog‘liq. Zamonaviy turizm bozorida turistlarni jalb qilish faqat tabiiy, tarixiy yoki madaniy resurslarning mavjudligi bilan belgilanmaydi. Turistik hududda raqamli navigatsiya, elektron chipta, mobil gid, onlayn bronlash, raqamli to‘lov, interaktiv xarita, AR/VR texnologiyalari va tezkor axborot xizmatlarining mavjudligi ham turist tanloviga ta’sir qiluvchi omillardan biriga aylanmoqda. Shu sababli destinatsiyalarni “aqlli” tamoyillar asosida rivojlantirish xalqaro turizm bozoridagi raqobatbardoshlikni mustahkamlashning muhim vositasi sifatida qaralmoqda.

O‘zbekiston uchun ham Smart Tourism konsepsiyasini rivojlantirish alohida ahamiyatga ega. Mamlakatning boy tarixiy-madaniy merosi, Samarqand, Buxoro, Xiva, Shahrisabz kabi tarixiy shaharlari, tabiiy turistik resurslari va milliy madaniyati raqamli texnologiyalar yordamida jahon turizm bozorida yanada keng targ‘ib qilinishi mumkin. Xususan, tarixiy obidalarni 3D formatda namoyish etish, virtual ekskursiyalar tashkil qilish, AR-gidlar yaratish, turistik obyektlarni yagona raqamli platformaga birlashtirish hamda sun’iy intellekt asosidagi ko‘p tilli xizmatlarni rivojlantirish O‘zbekiston turizmining raqamli transformatsiyasiga

xizmat qilishi mumkin. Shu bilan birga, Smart Tourismni joriy etish jarayonida raqamli infratuzilmaning yetarliligi, malakali kadrlar tayyorlash, shaxsiy ma'lumotlarni himoya qilish, kiberxavfsizlik, raqamli tengsizlik va texnologiyalardan foydalanish xarajatlari kabi masalalarni ham hisobga olish zarur. Shuning uchun aqlli turizmni rivojlantirish faqat texnologiyalarni joriy etish bilan cheklanmasdan, ularni samarali boshqarish, inson kapitalini rivojlantirish va barqaror turizm tamoyillari bilan uyg'unlashtirishni talab qiladi. Mazkur tadqiqotning maqsadi "Smart Tourism" konsepsiyasining nazariy va amaliy mazmunini ochib berish, uning zamonaviy turizmni rivojlantirishdagi ahamiyatini aniqlash hamda raqamli texnologiyalarning turistlar tajribasi, turistik xizmatlar sifati, destinatsiyalar raqobatbardoshligi va barqaror turizmni ta'minlashdagi rolini tahlil qilishdan iborat.

ADABIYOTLAR TAHLILI

"Aqlli turizm" yoki "Smart Tourism" konsepsiyasi so'nggi yillarda turizm sohasining raqamli transformatsiyasi bilan bog'liq holda ilmiy tadqiqotlarning muhim yo'nalishlaridan biriga aylandi. Mazkur konsepsiyaning shakllanishida axborot-kommunikatsiya texnologiyalari, katta ma'lumotlar (Big Data), sun'iy intellekt, Internet of Things (IoT), mobil texnologiyalar va geolokatsiya tizimlarining rivojlanishi muhim omil bo'lib xizmat qilmoqda. Ilmiy adabiyotlarda Smart Tourism asosan raqamli texnologiyalar yordamida turistik destinatsiyalarni boshqarish, xizmatlarni shaxsiylashtirish va turistlar tajribasini takomillashtirishga qaratilgan innovatsion yondashuv sifatida izohlanadi. Buhalis va Law [1] turizmda axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining rivojlanishini tahlil qilib, raqamli texnologiyalar turistik mahsulotlarni yaratish, targ'ib qilish, taqsimlash va iste'mol qilish jarayonlarini sezilarli darajada o'zgartirganini ta'kidlaydi. Ularning tadqiqotlari turizm sohasining raqamli transformatsiyasi Smart Tourism konsepsiyasining shakllanishi uchun muhim nazariy asos bo'lganini ko'rsatadi. Buhalis va Amaranggana [2] smart turizm destinatsiyalari masalasiga alohida e'tibor qaratib, aqlli texnologiyalar turistlar tajribasini shaxsiylashtirish hamda destinatsiya xizmatlarini takomillashtirish imkonini berishini asoslaydi. Mualliflarning fikricha, ma'lumotlarni yig'ish va qayta ishlash orqali turistlarning individual ehtiyojlariga mos xizmatlarni shakllantirish mumkin. Mazkur yondashuv Smart Tourismning asosiy jihatlaridan biri bo'lgan shaxsiylashtirish tamoyilini ochib beradi. Gretzel, Sigala, Xiang va Koo [3] Smart Tourism konsepsiyasining nazariy asoslarini tizimlashtirib, uning markazida ma'lumotlar, texnologiyalar, inson kapitali va institutsional muhitning o'zaro integratsiyasi turishini ko'rsatgan. Ularning tadqiqotida smart turizm oddiy raqamlashtirishdan farqli ravishda turistik ekotizimdagi turli subyektlar va resurslarning o'zaro bog'langan tizimi sifatida talqin qilinadi. Gretzel va hammualliflar [4] "Smart Tourism Ecosystem" tushunchasini rivojlantirib, turizmda aqlli texnologiyalarning samarasi faqat texnik vositalarga emas, balki ma'lumotlar almashinuvi va turizm ekotizimining turli ishtirokchilari o'rtasidagi hamkorlikka ham bog'liqligini ta'kidlaydi. Ushbu yondashuv turistik korxonalar, davlat tashkilotlari, turistlar va mahalliy hamjamiyatlar o'rtasidagi raqamli integratsiyaning ahamiyatini ko'rsatadi. Tussyadiah [6] turizmda avtomatlashtirish, sun'iy intellekt va robototexnologiyalarning qo'llanilish istiqbollarini tahlil qilib, ushbu texnologiyalar xizmat ko'rsatish jarayonlarini avtomatlashtirish va turistlar tajribasini yaxshilash imkoniyatiga ega ekanligini qayd etadi. Shu bilan birga, texnologik innovatsiyalarni joriy etishda insoniy muloqot, xizmat sifati va texnologik xavfsizlik

masalalariga ham e’tibor qaratish zarurligi ko‘rsatiladi. Umuman olganda, mavjud adabiyotlar tahlili Smart Tourism konsepsiyasining uchta asosiy tarkibiy yo‘nalishini ajratish imkonini beradi: birinchidan, raqamli texnologiyalar va infratuzilma; ikkinchidan, ma’lumotlarni yig‘ish, integratsiya qilish va tahlil etish; uchinchidan, turistlar tajribasi va destinatsiya boshqaruvini takomillashtirish. Shu bilan birga, mavjud tadqiqotlarda Smart Tourismning alohida texnologik komponentlari keng o‘rganilgan bo‘lsa-da, ushbu texnologiyalarning turizmning iqtisodiy samaradorligi, xizmatlar sifati va barqaror rivojlanishiga kompleks ta’sirini, xususan, O‘zbekiston turizm destinatsiyalari misolida tizimli baholash masalalari yanada chuqur tadqiq etishni talab qiladi. Mazkur holat ushbu tadqiqotning ilmiy yo‘nalishini belgilaydi.

TADQIQOT NATIJALARI VA MUHOKAMASI

Tadqiqot natijalari “Smart Tourism” konsepsiyasining zamonaviy turizmni rivojlantirishda kompleks va ko‘p yo‘nalishli ahamiyatga ega ekanligini ko‘rsatdi. O‘rganilgan ilmiy manbalar va konseptual tahlil asosida aqlli turizm texnologiyalarining turistik xizmatlar sifati, turistlar tajribasi, destinatsiyalar raqobatbardoshligi, boshqaruv samaradorligi va barqaror rivojlanishga ta’siri aniqlandi. Tadqiqot davomida Smart Tourismning samaradorligi faqat texnologik vositalarning mavjudligi bilan emas, balki ularning yagona raqamli ekotizimga integratsiyalashuvi bilan belgilanadi degan xulosaga kelindi.

Smart Tourismning turistik xizmatlar sifatiga ta’siri. Tadqiqot natijalariga ko‘ra, aqlli texnologiyalar turistik xizmatlarning tezkorligi, qulayligi va individuallashuvini oshirish imkonini beradi. Xususan, mobil ilovalar, elektron bronlash tizimlari, raqamli to‘lov vositalari, chatbotlar va geolokatsiya xizmatlari turistlarga xizmatlardan foydalanishni soddalashtiradi. An’anaviy turizm modelida turist kerakli ma’lumotni turli manbalardan mustaqil ravishda izlashiga to‘g‘ri kelgan bo‘lsa, Smart Tourism modelida ushbu ma’lumotlarni yagona raqamli platforma orqali olish imkoniyati mavjud. Natijada turistning vaqt sarfi kamayadi va turistik xizmatlardan foydalanish jarayoni qulaylashadi.

Jadval 1. Smart Tourism texnologiyalarining turistik xizmatlarga ta’siri

Smart Tourism texnologiyasi	Asosiy funksiyasi	Turizmga ta’siri
Mobil ilovalar	Axborot va xizmatlarni bir platformada taqdim etish	Qulaylik va tezkorlikni oshiradi
Sun’iy intellekt	Tavsiya va avtomatlashtirilgan xizmat	Shaxsiylashtirishni kuchaytiradi
Big Data	Turistlar xatti-harakatlarini tahlil qilish	Talabni prognozlash imkonini beradi
IoT	Qurilmalar va xizmatlarni o‘zaro bog‘lash	Operatsion samaradorlikni oshiradi
GPS/geolokatsiya	Turist joylashuvini aniqlash	Marshrutlarni optimallashtiradi
AR/VR	Interaktiv turistik tajriba	Turist qiziqishini oshiradi
Elektron to‘lov	Raqamli hisob-kitob	Xizmatlardan foydalanishni

		tezlashtiradi
Chatbotlar	Avtomatik maslahat va aloqa	24/7 xizmat ko‘rsatishni ta’minlaydi

Jadvaldan ko‘rinadiki, Smart Tourism texnologiyalari turistik xizmatlarning alohida elementlarini emas, balki turistning butun sayohat jarayonini takomillashtirish imkoniyatiga ega.

Turistlar tajribasini shaxsiylashtirish. Tadqiqotning muhim natijalaridan biri Smart Tourismning turistlar tajribasini shaxsiylashtirish imkoniyatlarini kengaytirishidir. Zamonaviy raqamli tizimlar turistlarning qiziqishlari, avvalgi sayohatlari, qidiruv faoliyati va xizmatlardan foydalanish xususiyatlari haqidagi ma’lumotlarni tahlil qilish imkonini beradi. Masalan, tarixiy-madaniy turizmga qiziqadigan turistga muzeylar, tarixiy obidalar va madaniy tadbirlar haqida tavsiyalar berilishi mumkin. Tabiiy turizmga qiziqadigan foydalanuvchiga esa ekologik yo‘nalishlar, tog‘li hududlar yoki milliy bog‘lar bo‘yicha individual marshrutlar taklif qilinishi mumkin. Shu sababli Smart Tourismning asosiy qiymati faqat raqamli xizmat yaratishda emas, balki “to‘g‘ri turistga – to‘g‘ri vaqtda – to‘g‘ri xizmatni” taklif qilish imkoniyatida namoyon bo‘ladi.

Sun’iy intellekt va aqlli turizm. Tadqiqot natijalari sun’iy intellekt Smart Tourism ekotizimining istiqbolli komponentlaridan biri ekanligini ko‘rsatadi. AI texnologiyalaridan turistlarga avtomatik maslahat berish, talabni prognozlash, tavsiya tizimlarini yaratish, sharhlarni tahlil qilish va marketing faoliyatini optimallashtirishda foydalanish mumkin. Sun’iy intellekt asosidagi chatbotlar turistlarning mehmonxona, transport, restoran, turistik obyektlar va marshrutlar bo‘yicha savollariga avtomatik javob berishi mumkin. Tabiiy tilni qayta ishlash texnologiyalari yordamida bunday tizimlarni bir nechta tillarda ishlash imkoniyati bilan ta’minlash mumkin. Bundan tashqari, AI asosidagi talab prognozi turistik korxonalarga mavsumiy o‘zgarishlarni oldindan aniqlash va xizmatlar hajmini moslashtirishga yordam beradi. Bu esa resurslardan samaraliroq foydalanish imkonini beradi.

Big Data va turizmni boshqarish. Tadqiqot natijalari Smart Tourismda ma’lumotlar strategik resurs sifatida namoyon bo‘lishini ko‘rsatdi. Turistlarning onlayn qidiruvlari, bronlashlari, mobil ilovalardan foydalanishi, ijtimoiy tarmoqlardagi faolligi va onlayn sharhlari katta hajmdagi ma’lumotlarni shakllantiradi.

Mazkur ma’lumotlarni tahlil qilish orqali:

- turistlarning asosiy ehtiyojlarini aniqlash;
- turistik talabning mavsumiyligini o‘rganish;
- mashhur va kam tashrif buyuriladigan obyektlarni aniqlash;
- turistik oqimlarni hududlar bo‘yicha taqsimlash;
- marketing kampaniyalarini optimallashtirish;
- xizmatlarga bo‘lgan talabni prognozlash mumkin.

Shunday qilib, Big Data turizm boshqaruvida intuitiv qaror qabul qilishdan ma’lumotlarga asoslangan boshqaruvga o‘tish imkoniyatini yaratadi.

Smart Tourism va destinatsiyalar raqobatbardoshligi. Tadqiqot davomida aqlli texnologiyalar destinatsiyalarning raqobatbardoshligini oshirishda ham muhim omil ekanligi aniqlandi. Hozirgi sharoitda turist uchun faqat destinatsiyaning tabiiy yoki tarixiy resurslari emas, balki ushbu resurslardan foydalanishning qulayligi ham muhim hisoblanadi. Masalan, tarixiy shaharda interaktiv xaritalar, elektron chiptalar, ko‘p tilli mobil gidlar, AR

texnologiyalari va raqamli navigatsiya xizmatlarining mavjudligi turist tajribasini boyitishi mumkin. Bunday yondashuv ayniqsa O‘zbekistonning Samarqand, Buxoro, Xiva va Shahrisabz kabi tarixiy shaharlari uchun muhim istiqbolga ega. Tarixiy obidalar haqidagi ma’lumotlarni raqamli shaklda taqdim etish va interaktiv texnologiyalarni qo‘llash orqali madaniy merosni zamonaviy turistlar uchun yanada jozibador shaklda namoyish etish mumkin.

Smart Tourismning barqaror turizmga ta’siri. Tadqiqot natijalari Smart Tourismning ekologik va ijtimoiy barqarorlikni ta’minlash uchun ham imkoniyatlar yaratishini ko‘rsatdi. Raqamli monitoring vositalari yordamida turistlar oqimini, transport harakatini, energiya va boshqa resurslardan foydalanishni kuzatish mumkin. Ayniqsa, mashhur turistik obyektlarda turistlarning haddan tashqari ko‘payishi tarixiy obidalar va tabiiy resurslarga bosimni oshirishi mumkin. Aqlli monitoring tizimlari esa tashrif buyuruvchilar oqimini real vaqtga yaqin rejimda kuzatib, boshqaruv qarorlarini optimallashtirishga yordam beradi. Bundan tashqari, turistlarni kamroq tashrif buyuriladigan obyektlarga yo‘naltirish orqali turistik oqimlarni hududlar bo‘yicha muvozanatli taqsimlash mumkin. Bu yondashuv turizmning iqtisodiy foydasini kengroq hududlarga tarqatish imkonini ham beradi.

Smart Tourismning asosiy samaradorlik ko‘rsatkichlari. Smart Tourism konsepsiyasining samaradorligini baholash uchun faqat texnologiyalarning mavjudligi yetarli emas. Ularning turizm natijalariga ta’sirini o‘lchash uchun aniq ko‘rsatkichlardan foydalanish zarur.

Jadval 2. Smart Tourism samaradorligini baholash ko‘rsatkichlari

Ko‘rsatkich	Mazmuni
Turistlar qoniqish darajasi	Raqamli va an’anaviy xizmatlardan qoniqish
Onlayn bronlashlar soni	Raqamli kanallardan foydalanish darajasi
Mobil ilova faolligi	Foydalanuvchilar faolligi
Raqamli xizmatlardan foydalanish	Aqlli xizmatlarning ommalashuvi
Turistlarning o‘rtacha qolish muddati	Destinatsiya jozibadorligi
Qayta tashriflar	Mijozlar sodiqligi
Onlayn sharhlar	Turistlarning xizmatlar haqidagi fikri
Turistik oqim taqsimoti	Hududiy yuklamani boshqarish
Resurslar sarfi	Ekologik samaradorlik
Raqamli xizmatlardan tushadigan daromad	Iqtisodiy samaradorlik

Ushbu ko‘rsatkichlar kompleks ravishda qo‘llanilganda Smart Tourism loyihalarining real samaradorligini baholash imkoniyati oshadi.

Smart Tourismni joriy etishdagi muammolar. Tadqiqot natijalari bilan bir qatorda, Smart Tourismni rivojlantirishda bir qator muammolar mavjudligi ham aniqlandi. Birinchi muammo zamonaviy raqamli infratuzilmani yaratish va uni doimiy yangilab borish uchun zarur investitsiyalarning yuqoriligi. Ikkinchi muammo malakali kadrlar masalasidir. Smart Tourism tizimlarini samarali boshqarish uchun turizm sohasi xodimlari bilan bir qatorda IT, ma’lumotlar tahlili, raqamli marketing va sun’iy intellekt bo‘yicha bilimga ega mutaxassislar talab etiladi. Uchinchi muammo kiberxavfsizlik va shaxsiy ma’lumotlarni himoya qilish. Smart Tourism tizimlarida turistlarning shaxsiy, moliyaviy va xatti-harakatlariga oid

ma’lumotlar qayta ishlanishi sababli ularni himoya qilish muhim ahamiyat kasb etadi. To‘rtinchi muammo raqamli tengsizlik. Barcha turistlarning raqamli texnologiyalardan foydalanish imkoniyati yoki ko‘nikmasi bir xil bo‘lmasligi mumkin. Shu sababli an’anaviy xizmat kanallari ham to‘liq yo‘qolib ketmasligi lozim. Beshinchi muammo texnologiyalar va insoniy xizmat o‘rtasidagi muvozanatni saqlashdir. Turizmning muhim xususiyatlaridan biri insonlararo muloqot va mehmondo‘stlik hisoblanadi. Shu sababli avtomatlashtirish insoniy xizmatni to‘liq almashtirishga emas, balki uni qo‘llab-quvvatlashga yo‘naltirilishi maqsadga muvofiq.

O‘zbekiston sharoitida Smart Tourismni rivojlantirishning eng muhim yo‘nalishlaridan biri tarixiy-madaniy merosni raqamlashtirish hisoblanadi. Tarixiy obyektlarning 3D modellari, virtual ekskursiyalar, AR gidlar va ko‘p tilli mobil ilovalar xorijiy va mahalliy turistlar uchun qo‘shimcha qiymat yaratishi mumkin. Shuningdek, turistik destinatsiyalar bo‘yicha yagona raqamli platforma yaratish orqali mehmonxona, transport, ovqatlanish, ekskursiya, muzey va boshqa xizmatlarni bir tizimga integratsiya qilish mumkin. Mazkur model Smart Tourismni faqat alohida texnologiyalar yig‘indisi sifatida emas, balki turizmning barcha ishtirokchilarini birlashtiruvchi yaxlit tizim sifatida ko‘rish imkonini beradi. Umuman olganda, tadqiqot natijalari “Smart Tourism” konsepsiyasi zamonaviy turizmning raqamli transformatsiyasini jadallashtirishi, turistlar uchun xizmatlardan foydalanish qulayligini oshirishi, turistik korxonalar faoliyatini optimallashtirishi va destinatsiyalarning raqobatbardoshligini mustahkamlashi mumkinligini ko‘rsatadi. Shu bilan birga, texnologik rivojlanish inson kapitali, ma’lumotlar xavfsizligi va barqaror turizm tamoyillari bilan uyg‘unlashtirilishi zarur.

XULOSA

Xulosa qilib aytganda, “Smart Tourism” konsepsiyasi zamonaviy turizmni rivojlantirishning muhim innovatsion yo‘nalishlaridan biri hisoblanadi. Uning asosida raqamli texnologiyalar, ma’lumotlar, sun’iy intellekt, IoT, mobil xizmatlar va boshqa innovatsion vositalarni turistik jarayonlarga integratsiya qilish yotadi. Smart Tourism turistlarga tezkor, qulay va shaxsiylashtirilgan xizmatlarni taqdim etish, turistik korxonalar faoliyatining samaradorligini oshirish, destinatsiyalar raqobatbardoshligini kuchaytirish va turizmni barqaror boshqarish uchun yangi imkoniyatlar yaratadi. O‘zbekiston sharoitida Smart Tourism texnologiyalaridan foydalanish, ayniqsa, tarixiy-madaniy turizmni rivojlantirish, turistik obyektlarning raqamli taqdimotini takomillashtirish, turistlar uchun yagona raqamli xizmatlarni yaratish va xalqaro turizm bozoridagi raqobatbardoshlikni oshirish nuqtayi nazaridan muhimdir. Kelajakda Smart Tourism rivoji sun’iy intellekt, Big Data, IoT, AR/VR, bulutli texnologiyalar va mobil platformalarning yanada chuqur integratsiyalashuvi bilan tavsiflanishi kutiladi. Bunda texnologik innovatsiyalarni joriy etish bilan bir qatorda ma’lumotlar xavfsizligi, inson kapitali va turistlarning raqamli huquqlarini himoya qilish masalalari ham ustuvor yo‘nalish sifatida qaralishi lozim.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2015). Smart tourism destinations enhancing tourism experience through personalisation of services. In *Information and Communication Technologies in Tourism 2015*. Springer, pp. 377–389.

2. Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—The state of eTourism research. *Tourism Management, 29*(4), 609–623.
3. Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: Foundations and developments. *Electronic Markets, 25*, 179–188.
4. Gretzel, U., Werthner, H., Koo, C., & Lamsfus, C. (2015). Conceptual foundations for understanding smart tourism ecosystems. *Computers in Human Behavior, 50*, 558–563.
5. Koo, C., Gretzel, U., Hunter, W. C., & Chung, N. (2015). The role of IT in tourism: Smart tourism technology and its implications. *Information Technology & Tourism*.
6. Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Understanding customer experience throughout the customer journey. *Journal of Marketing, 80*(6), 69–96.
7. Xiang, Z., & Gretzel, U. (2010). Role of social media in online travel information search. *Tourism Management, 31*(2), 179–188.
8. Tussyadiah, I. P. (2020). A review of research into automation in tourism: Launching the Annals of Tourism Research Curated Collection on Artificial Intelligence and Robotics in Tourism. *Annals of Tourism Research, 81*, 102883.
9. Porter, M. E., & Heppelmann, J. E. (2014). How smart, connected products are transforming competition. *Harvard Business Review, 92*(11), 64–88.
10. Sigala, M. (2018). New technologies in tourism: From multi-disciplinary to anti-disciplinary advances and trajectories. *Tourism Management Perspectives, 25*, 151–155.