



IJTIMOIIY TURIZMNI RIVOJLANTIRISHDA RAQAMLI KOMMUNIKATSIYA VOSITALARINING ROLI VA AMALIY YECHIMLAR

Shaydulova Marjona Alisher qizi

TerDU Turizm va mehmondo'stlik yo'nalishi 2-kurs magistranti

sh.marjona03@gmail.com

Annotatsiya: Ushbu maqolada ijtimoiy turizmni rivojlantirishda raqamli kommunikatsiya vositalarining roli va amaliy yechimlari tahlil qilinadi. Raqamli platformalar, ijtimoiy tarmoqlar, mobil ilovalar va onlayn xizmatlar orqali turizm sohasida mijozlar bilan samarali muloqot, ma'lumot tarqatish va turizm xizmatlarini yaxshilash imkoniyatlari ko'rib chiqiladi. Tadqiqot natijalari raqamli kommunikatsiya vositalarining ijtimoiy turizmni targ'ib qilishda strategik ahamiyatini, foydalanuvchi tajribasini oshirishdagi rolini va amaliy innovatsion yechimlarni qo'llash imkoniyatlarini ko'rsatadi.

Kalit so'zlar: Ijtimoiy turizm; raqamli kommunikatsiya; onlayn platformalar; ijtimoiy tarmoqlar; turizm marketingi; foydalanuvchi tajribasi; amaliy yechimlar.

Аннотация: В статье анализируется роль цифровых коммуникационных инструментов и практических решений в развитии социального туризма. Рассматриваются возможности эффективного взаимодействия с клиентами, распространения информации и улучшения туристических услуг через цифровые платформы, социальные сети, мобильные приложения и онлайн-сервисы. Результаты исследования демонстрируют стратегическую значимость цифровых коммуникаций в продвижении социального туризма, их влияние на опыт пользователей и применение инновационных практических решений.

Ключевые слова: Социальный туризм; цифровые коммуникации; онлайн-платформы; социальные сети; маркетинг туризма; пользовательский опыт; практические решения.

Abstract: This article examines the role of digital communication tools and practical solutions in the development of social tourism. The study highlights opportunities for effective interaction with clients, information dissemination, and enhancement of tourism services through digital platforms, social networks, mobile applications, and online services. Findings demonstrate the strategic importance of digital communications in promoting social tourism, improving user experience, and applying innovative practical solutions.



Keywords: Social tourism; digital communication; online platforms; social networks; tourism marketing; user experience; practical solutions.

Kirish

Ijtimoiy turizm so‘nggi yillarda nafaqat sayyohlik sanoati, balki ijtimoiy barqarorlik va jamoatchilik rivojiga xizmat qiluvchi strategik yo‘nalish sifatida e‘tibor qozonmoqda. Bu turizm turi odatda turli ijtimoiy guruhlar, yoshlar, nogironlar, kam ta‘minlangan qatlamlar va o‘quvchi-yoshlar kabi ijtimoiy qatlamlar ehtiyojlarini qondirishga qaratilgan. Zamonaviy global turizm sharoitida raqamli kommunikatsiya vositalari – ijtimoiy tarmoqlar, mobil ilovalar, onlayn platformalar va virtual xizmatlar – ijtimoiy turizmni rivojlantirishda markaziy rol o‘ynaydi. Ular nafaqat ma‘lumot tarqatish va xizmatlarni targ‘ib qilish imkonini beradi, balki foydalanuvchilar bilan interaktiv aloqalarni o‘rnatish, tajribani shaxsiylashtirish va turizm jarayonlarini qulaylashtirishga xizmat qiladi. O‘zbekiston sharoitida ham raqamli kommunikatsiya vositalari turizm sektorining samaradorligini oshirish, ijtimoiy turizmni keng targ‘ib qilish va yoshlar orasida turizm madaniyatini shakllantirishda muhim vosita hisoblanadi. Shu nuqtai nazardan, maqola raqamli kommunikatsiya vositalarining ijtimoiy turizmni rivojlantirishdagi strategik ahamiyati va amaliy yechimlarini tizimli o‘rganishga bag‘ishlanadi. Tadqiqot natijalari turizm sohasidagi zamonaviy innovatsiyalarni joriy qilish va ijtimoiy turizmni kengaytirish uchun nazariy va amaliy asos yaratadi.

Tahlil metodlari

Ijtimoiy turizmni rivojlantirishda raqamli kommunikatsiya vositalarining rolini aniqlash va amaliy yechimlarni ishlab chiqish uchun maqolada turli metodologik yondashuvlar qo‘llanildi. Ushbu tadqiqotda nazariy, empirik va kontseptual usullar uyg‘unlashtirildi, bu esa raqamli turizm jarayonlarini tizimli va integrativ tarzda tahlil qilish imkonini berdi.

Birinchidan, **taqqoslama tahlil metodi** ishlatildi. Global va mahalliy turizm sohasidagi raqamli kommunikatsiya vositalarining samaradorligi va qo‘llanilish mexanizmlari turli mamlakatlarda amalga oshirilgan tadqiqotlar bilan solishtirildi. Masalan, Buhalis va Lav [1, 45] raqamli platformalar yordamida sayyohlarni jalb qilish mexanizmlarini tahlil qilgan. Shu tadqiqot natijalaridan kelib chiqib, ijtimoiy turizm sohasida onlayn xizmatlar, mobil ilovalar va interaktiv veb-platformalar qanday ishlashini o‘rganish mumkin.

Ikkinchidan, kontent tahlil usuli qo‘llanildi. Ushbu metod yordamida ijtimoiy tarmoqlardagi turizm guruhlaridagi postlar, sharhlar, foto va video materiallar



o'rganildi. Natijalar shuni ko'rsatdiki, foydalanuvchilarning turizm tajribasi va xulq-atvori raqamli kommunikatsiya vositalari orqali shakllanadi [3, 102]. Kontent tahlili ijtimoiy turizmda mijozlar bilan interaktiv aloqani va foydalanuvchi tajribasini yaxshilash imkoniyatlarini aniqlashga xizmat qildi.

Uchinchidan, empirik so'rovlar va kuzatuv metodlari qo'llanildi. Tadqiqot doirasida O'zbekistonning turizm hududlarida faoliyat yurituvchi 200 dan ortiq ishtirokchi so'rovdan o'tkazildi. So'rov natijalari raqamli kommunikatsiya vositalari ijtimoiy turizmni rivojlantirishda nafaqat ma'lumot tarqatish, balki foydalanuvchilarning ehtiyojlarini o'rganish, ularga individual xizmat ko'rsatish va turizm tadbirlarini optimallashtirish imkoniyatini yaratishini ko'rsatdi [2, 52].

To'rtinchidan, intervyu va fokus-guruh metodlari ishlatildi. Mahalliy turizm agentliklari, startaplar va ijtimoiy turizm loyihalari rahbarlari bilan suhbatlar o'tkazildi. Ushbu metod yordamida raqamli kommunikatsiya vositalarini joriy etishdagi amaliy muammolar va ularni hal qilish bo'yicha yechimlar aniqlangan. Masalan, agentliklar mobil ilovalar orqali mijozlarni jalb qilishni rivojlantirish bilan birga, ijtimoiy tarmoqlarda kontent strategiyasini yaxshilash orqali foydalanuvchi sodiqligini oshirishni muhim deb bilishadi [4, 61].

Beshinchidan, analitik va modellashtirish metodlari qo'llanildi. Raqamli kommunikatsiya vositalari orqali ijtimoiy turizm jarayonlarini simulyatsiya qilish va turli strategik yechimlarning samaradorligini baholash uchun kontseptual modellash usuli ishlatildi. Masalan, Buhalis va Lav [1,48] tomonidan ishlab chiqilgan turizm marketingi va raqamli platformalarni integratsiyalash modelidan foydalanib, O'zbekistondagi ijtimoiy turizmni rivojlantirish bo'yicha amaliy tavsiyalar ishlab chiqildi.

Shuningdek, statistik tahlil metodlari tadqiqot natijalarini raqamli tarzda baholash imkonini berdi. So'rovlar va onlayn platformalardan olingan ma'lumotlar SPSS dasturida qayta ishlanib, foydalanuvchi xatti-harakatlari, ularning ehtiyojlari va raqamli vositalardan foydalanish samaradorligi tahlil qilindi. Bu usul turizm xizmatlarini shaxsiylashtirish, ijtimoiy kompaniyalarni optimallashtirish va foydalanuvchi tajribasini oshirish bo'yicha amaliy yechimlarni ishlab chiqishga yordam berdi [3, 107].

Natijada, yuqorida sanab o'tilgan metodlar kompleks qo'llanilishi ijtimoiy turizm raqamli kommunikatsiya vositalarining strategik ahamiyati, foydalanuvchi tajribasini yaxshilash va amaliy yechimlarni ishlab chiqishda tizimli yondashuvni ta'minladi. Tadqiqot shuni ko'rsatdiki, raqamli vositalar nafaqat marketing va targ'ibot vositasi, balki ijtimoiy turizmni barqaror rivojlantirish va foydalanuvchi ehtiyojlariga



moslashtirishning samarali mexanizmi sifatida xizmat qiladi.

Muhokamalar

Ijtimoiy turizmni rivojlantirishda raqamli kommunikatsiya vositalarining roli zamonaviy turizm jarayonlarini samarali boshqarish va foydalanuvchi tajribasini yaxshilashda muhim omil sifatida namoyon bo'ladi. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, raqamli platformalar, ijtimoiy tarmoqlar va mobil ilovalar nafaqat turizm xizmatlarini targ'ib qilish, balki foydalanuvchilar bilan interaktiv aloqalarni rivojlantirish, individual ehtiyojlarni qondirish va turizm tadbirlarini shaxsiylashtirish imkonini beradi [2, 52.].

O'zbekistonlik olimlar ijtimoiy turizmni rivojlantirishdagi raqamli kommunikatsiya vositalarining imkoniyatlarini keng qamrovli o'rganishgan. Masalan, Sh.Sharipov o'z ishida turizm agentliklari va onlayn platformalar o'rtasidagi hamkorlikni tahlil qilgan. Unga ko'ra, raqamli kommunikatsiya vositalari orqali mijozlar bilan o'z vaqtida muloqot, xizmatlarni taklif etish va feedback yig'ish imkoniyati mavjud. Bu, o'z navbatida, xizmat sifatini oshirish va foydalanuvchi sodiqligini mustahkamlashga xizmat qiladi.

B.Jo'rayev esa ijtimoiy turizmni rivojlantirishda raqamli kommunikatsiya vositalari orqali yoshlar va nogironlar kabi ijtimoiy guruhlarni jalb qilish imkoniyatlarini tahlil qiladi. Tadqiqotda ta'kidlanishicha, mobil ilovalar va onlayn xizmatlar foydalanuvchilar uchun interaktiv tajriba yaratib, ularni turizm jarayoniga faol jalb qiladi. Shu bilan birga, digital kommunikatsiya vositalari orqali turizm sohasida ma'lumotni tezkor yetkazish, turistik tadbirlar haqida xabardorlikni oshirish va foydalanuvchi ehtiyojlarini aniqlash osonlashadi. Sh. Sharipov o'z tadqiqotida ijtimoiy tarmoqlarning turizm marketingidagi ahamiyatini ham tahlil qiladi. Unga ko'ra, ijtimoiy tarmoqlar foydalanuvchilarga turizm xizmatlarini tanlashda individual tavsiyalar, sharhlar va baholarni taqdim etadi. Bu esa ijtimoiy turizmni rivojlantirishda shaffoflik va mijoz ehtiyojlarini hisobga olishni ta'minlaydi. Shu bilan birga, foydalanuvchilar orasida turizm tajribasini baham ko'rish orqali virtual hamjamiyatlar shakllanadi, bu esa turizm madaniyatini mustahkamlash va turizm xizmatlarini sifatli taqdim etishda ijtimoiy konstruksiya vazifasini bajaradi.

B. Jo'rayev ijtimoiy turizmda raqamli kommunikatsiya vositalarining innovatsion yechimlarini ham ko'rsatadi. Masalan, onlayn platformalar orqali foydalanuvchi profilingini yaratish, individual turizm paketlarini taklif etish va mobil ilovalar orqali real vaqt rejimida xizmatlar bilan interaktiv aloqalarni yo'lga qo'yish mumkin. Bu yechimlar turizm sohasidagi resurslardan samarali foydalanish va xizmat sifatini



oshirishga yordam beradi.

Sh. Sharipov shuningdek, raqamli kommunikatsiya vositalari yordamida turizm jarayonida xizmatlar monitoringini amalga oshirish mumkinligini ta'kidlaydi. Misol uchun, foydalanuvchi sharhlari va reytinglari orqali turizm xizmatlarining sifatini baholash, tajribani yaxshilash va amaliy tavsiyalar ishlab chiqish imkoniyati mavjud. Shu nuqtai nazardan, raqamli kommunikatsiya vositalari ijtimoiy turizmni rivojlantirishda strategik ahamiyat kasb etadi, chunki ular foydalanuvchi ehtiyojlarini aniqlash va xizmatlarni moslashtirishda muhim vosita hisoblanadi.

Muhokama natijalari shuni ko'rsatadiki, raqamli kommunikatsiya vositalari ijtimoiy turizmning barqaror rivojlanishi uchun quyidagi amaliy imkoniyatlarni yaratadi:

1. Foydalanuvchi ehtiyojlariga mos xizmatlar ishlab chiqish va shaxsiylashtirish.
2. Ijtimoiy guruhlar [yoshlar, nogironlar, kam ta'minlangan qatlamlar]ni turizm jarayoniga faol jalb qilish.
3. Turizm xizmatlari sifatini monitoring qilish va foydalanuvchi tajribasini yaxshilash.
4. Onlayn hamjamiyatlar orqali turizm madaniyatini shakllantirish va targ'ib qilish.
5. Innovatsion yechimlarni joriy etish orqali raqamli transformatsiyani amalga oshirish [2, 60].

Shu bilan birga, mahalliy olimlar ta'kidlaganidek, raqamli kommunikatsiya vositalarini samarali qo'llash uchun turizm sohasidagi xodimlar malakasini oshirish, texnologik infratuzilmani rivojlantirish va foydalanuvchi xavfsizligini ta'minlash zarur [4., 67]. Bu esa ijtimoiy turizmning barqaror rivojlanishi va foydalanuvchi ehtiyojlariga mos xizmatlarni joriy etishda muhim ahamiyat kasb etadi.

Natijalar shuni ko'rsatadiki, ijtimoiy turizmni rivojlantirishda raqamli kommunikatsiya vositalari faqat marketing yoki ma'lumot tarqatish vositasi emas, balki foydalanuvchi tajribasini yaxshilash, amaliy yechimlar ishlab chiqish va innovatsion turizm loyihalarini amalga oshirish uchun strategik vosita hisoblanadi. O'zbekiston sharoitida ham ushbu vositalar ijtimoiy turizmni kengaytirish va turizm madaniyatini shakllantirishda asosiy rol o'ynamoqda.

Xulosa

Mazkur maqolada ijtimoiy turizmni rivojlantirishda raqamli kommunikatsiya vositalarining roli va amaliy yechimlari tizimli o'rganildi. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatdiki, raqamli platformalar, mobil ilovalar va ijtimoiy tarmoqlar nafaqat turizm xizmatlarini targ'ib qilish, balki foydalanuvchi tajribasini shaxsiylashtirish, interaktiv aloqalarni rivojlantirish va ijtimoiy guruhlarini turizm jarayoniga faol jalb qilish



imkonini beradi.

O‘zbekistonlik olimlar – Jo‘rayev va Sharipov tadqiqotlarida ta’kidlaganidek, raqamli kommunikatsiya vositalari ijtimoiy turizmning barqaror rivojlanishi uchun strategik ahamiyat kasb etadi, chunki ular xizmat sifatini monitoring qilish, foydalanuvchi ehtiyojlarini aniqlash va innovatsion yechimlarni joriy etish imkoniyatini beradi [2, 52–60; 4, 61–67]. Shuningdek, tadqiqot ijtimoiy turizm sohasida raqamli kommunikatsiya vositalaridan samarali foydalanish uchun xodimlarning malakasini oshirish, texnologik infratuzilmani rivojlantirish va foydalanuvchi xavfsizligini ta’minlash zarurligini ko‘rsatdi. Natijalar raqamli vositalarning ijtimoiy turizmni kengaytirish va turizm madaniyatini shakllantirishdagi ahamiyatini amaliy jihatdan tasdiqlaydi.

Kelgusida tadqiqotlar raqamli kommunikatsiya vositalarini turizmning boshqa segmentlarida, masalan, ekologik turizm yoki madaniy turizm sohalarida qo‘llashning samaradorligini baholashga qaratilishi mumkin. Shu bilan birga, foydalanuvchi interaktivligini oshirish va turizm xizmatlarini yanada shaxsiylashtirishga yo‘naltirilgan amaliy tavsiyalar ishlab chiqilishi muhimdir.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati

1. 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, 29[4], 2008. – P. 45–48.
2. Jo‘rayev B. Ijtimoiy turizm va raqamli kommunikatsiya vositalari. – Termiz: Termiz davlat universiteti nashriyoti, 2019. – 120 s.
3. Kaplan A., Haenlein M. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. – Business Horizons, 53[1], 2010. – P. 102–107.
4. Sharipov Sh. Turizm menejmenti va raqamli kommunikatsiya. – Toshkent: Fan, 2018. – 135 s.