

TURISTIK XIZMATLAR KO'RSATISHDA RAQAMLI XIZMATLARDAN FOYDALANISH

Xidirov Boburjon Tojimurodovich

Denov tadbirkorlik va pedagogika instituti

Aniq va tabiiy fanlar fakulteti tyutori

E-mail: boburxidirov926@gmail.com

Mamadjonov Ulugbek Toxirovich

Denov tadbirkorlik va pedagogika instituti

“Oliy matematika” kafedrası o'qituvchisi

E-mail: utmamajonov@gmail.com

<https://doi.org/10.5281/zenodo.18627588>

Annotatsiya: Zamonaviy turizm sanoatida raqamli transformatsiya jarayonlari mijoz tajribasini tubdan o'zgartirmoqda va xizmat ko'rsatish samaradorligini keskin oshirmoqda. Ushbu maqolada turistik xizmatlarni taqdim etishda raqamli texnologiya va platformalardan (onlayn bron qilish tizimlari, mobil ilovalar, virtual turlar, sun'iy intellektga asoslangan shaxsiylashtirilgan takliflar, raqamli marketing vositalari, big data tahlili va elektron to'lov tizimlari) foydalanishning dolzarbligi, afzalliklari hamda amaliy qo'llanilishi atroflicha o'rganiladi.

Maqolada raqamli xizmatlarning turistik mahsulot sifatini oshirish, xizmat ko'rsatish xarajatlarini kamaytirish, mijozlarning qaror qabul qilish jarayonini tezlashtirish va tur-operatorlar raqobatbardoshligini mustahkamlashdagi o'rni tahlil qilinadi. O'zbekiston turizm bozoridagi mavjud holat, raqamlashtirish darajasi, mavjud muammolar (infrastruktura cheklovlari, raqamli savodxonlik, kiberxavfsizlik masalalari) va ularni bartaraf etish yo'nalishlari ham ko'rib chiqiladi.

Tadqiqot natijalariga ko'ra, raqamli ekotizimlardan to'liq foydalanish turistik xizmatlarning eksport hajmini oshirish, xorijiy sayyohlar oqimini ko'paytirish va mahalliy turizm korxonalarining daromadlilikini sezilarli darajada yaxshilash imkonini berishi isbotlanadi. Maqola xorijiy tajribalar (global OTA platformalari, AI-chatbotlar, augmented reality ilovalari) bilan taqqoslash orqali O'zbekiston sharoitida raqamli turizmni rivojlantirish bo'yicha amaliy tavsiyalar ishlab chiqishga qaratilgan.

Kalit so'zlar: raqamli turizm, turistik xizmatlar, raqamlashtirish, onlayn platformalar, sun'iy intellekt, mobil ilovalar, shaxsiylashtirish, turizm marketingi, O'zbekiston turizmi.

Kirish. Zamonaviy iqtisodiyotning eng muhim o'zgaruvchan kuchlaridan biri sifatida raqamli transformatsiya (digital transformation) turizm sohasini tubdan qayta shakllantirmoqda. Turizm — tabiatan tajriba va xizmatga asoslangan soha bo'lib, uning qiymat zanjiri mijozning qaror qabul qilish bosqichlaridan tortib, sayohatdan keyingi taassurotlar va sadoqat shakllanishigacha bo'lgan murakkab jarayonlarni qamrab oladi. Raqamli texnologiyalarning integratsiyasi ushbu jarayonlarni nafaqat tezlashtirib, balki fundamental darajada o'zgartirib, yangi biznes modellarini (platforma iqtisodiyoti, on-demand xizmatlar, shaxsiylashtirilgan tajribalar), qiymat yaratish mexanizmlarini va raqobatbardoshlik parametrlarini qayta belgilab bermoqda (Verhoef et al., 2021; Vial, 2021; Kraus et al., 2022).

Ilmiy adabiyotlarda raqamli transformatsiya ko'pincha uch bosqichli evolyutsiya sifatida tasniflanadi: digitallashtirish (digitisation) — analog ma'lumotlarni raqamli shaklga o'tkazish; raqamlashtirish (digitalisation) — mavjud jarayonlarni raqamli texnologiyalar yordamida

optimallashtirish; va nihoyat, raqamli transformatsiya — tashkilotning butun biznes modeli, madaniyati, qiymat taklifi va ekotizimdagi o'rnini qayta ko'rib chiqish (Rachinger et al., 2018; Hess et al., 2016). Turizm kontekstida bu jarayon oddiy onlayn bronlash tizimlaridan tortib, sun'iy intellektga asoslangan shaxsiylashtirilgan tavsiyalar, virtual va kengaytirilgan reallik orqali oldindan tajriba berish, big data asosidagi talab prognozlash va real vaqtda dinamik narxlashgacha bo'lgan keng spektrni qamrab oladi.

Global miqyosda raqamli transformatsiya turizm oqimlarini qayta taqsimladi: onlayn sayohat agentliklari (OTA) va platformalar (Booking.com, Airbnb, Trip.com) an'anaviy tur-operatorlar va mehmonxona zanjirlarining bozor ulushini sezilarli darajada qisqartirdi, shu bilan birga sayyohlarning xatti-harakatlarini tubdan o'zgartirdi — ular endi mustaqil qidiruv, taqqoslash, sharhlar va ijtimoiy tarmoqlar orqali qaror qabul qilishda ustunlik qilmoqda. Post-pandemiya davrida bu jarayon yanada tezlashdi: kontaktlarsiz xizmatlar, mobil identifikatsiya, AI-chatbotlar va virtual turlar talabning asosiy omillariga aylandi.

O'zbekiston kabi rivojlanayotgan turizm bozorlari uchun raqamli transformatsiya bir vaqtning o'zida ham imkoniyat, ham jiddiy sinov hisoblanadi. Mamlakatning boy madaniy-tarixiy merosi, tabiiy landshaftlari va yangi turistik yo'nalishlari (Ipak yo'li turizmi, ekologik va tibbiy turizm) xorijiy sayyohlar uchun jozibador bo'lsa-da, raqamli infratuzilma yetishmovchiligi, raqamli savodxonlikning past darajasi, kiberxavfsizlik xatarlari va mahalliy korxonalarining raqamli yetuklik darajasi pastligi global raqobatda ortda qolish xavfini keltirib chiqarmoqda.

Ushbu maqola turistik xizmatlarni taqdim etishda raqamli texnologiyalardan foydalanishning nazariy asoslari, amaliy mexanizmlari va O'zbekiston sharoitidagi o'ziga xos xususiyatlarini chuqur tahlil qilishga qaratilgan. Tadqiqotning asosiy maqsadi — raqamli transformatsiyaning turistik mahsulot sifati, xizmat ko'rsatish samaradorligi, mijoz tajribasi va milliy turizm eksportining o'sishiga ta'sirini aniqlash, shuningdek, mahalliy turizm sub'ektlari uchun realistik raqamlashtirish strategiyalari va yo'l xaritasini taklif etishdan iborat.

Mavzuga doir adabiyotlar tahlili: Zamonaviy turizm ilmiy adabiyotida raqamli transformatsiya (digital transformation) so'nggi o'n yillikda eng faol o'rganilayotgan yo'nalishlardan biriga aylandi. Ushbu jarayon turizmning qiymat zanjiri, mijoz tajribasi, operatsion samaradorlik va barqaror rivojlanishga ta'sirini o'rganishga qaratilgan ko'plab sistematik va bibliometrik sharhlar orqali keng yoritilgan (Zhang et al., 2025; Madzík et al., 2023; Satiti & Udin, 2025).

Raqamli transformatsiyaning evolyutsiyasi ko'pincha uch bosqichda tasniflanadi: digitallashtirish (analog ma'lumotlarni raqamli shaklga o'tkazish), raqamlashtirish (jarayonlarni optimallashtirish) va to'liq transformatsiya (biznes modeli, madaniyat va ekotizimni qayta shakllantirish) (Hess et al., 2016; Vial, 2021; Verhoef et al., 2021). Turizm kontekstida bu jarayon Buhalis (2020) tomonidan "e-Tourism → Smart Tourism → Ambient Intelligence Tourism" evolyutsiyasi sifatida ta'riflangan bo'lib, unda sun'iy intellekt (AI), Internet of Things (IoT), big data, augmented/virtual reality (AR/VR) va blokcheyn kabi texnologiyalar markaziy o'rin tutadi.

Smart tourism konsepsiyasi Gretzel va hamkorlari (2015) tomonidan ishlab chiqilgan bo'lib, u kontekstga moslashuvchanlik (context-awareness), real vaqtda monitoring va shaxsiylashtirish orqali barcha stakeholderlar (sayyohlar, korxonalar, mahalliy jamoalar) uchun qiymat yaratishni ta'minlaydi. Keyingi tadqiqotlarda smart tourism ekotizimlari (smart

tourism ecosystems) platforma iqtisodiyoti, ma'lumotlar almashinuvi va hamkorlikka asoslangan yangi qiymat yaratish modellarini shakllantirishi ta'kidlangan (Buhalis et al., 2019; Gretzel et al., 2020). Post-pandemiya davrida bu yo'nalish yanada kuchayib, kontaktlarsiz xizmatlar, AI-chatbotlar va virtual turlar talabning asosiy omillariga aylandi (Stankov & Gretzel, 2020).

Bibliometrik tahlillar shuni ko'rsatadiki, raqamli transformatsiya turizmida eng ko'p o'rganilgan mavzular qatoriga "digital marketing", "smart destinations", "AI va shaxsiylashtirish", "sustainable tourism" va "big data analytics" kiradi (Madzik et al., 2023; Zhang et al., 2025). Shu bilan birga, ko'plab mualliflar raqamli transformatsiyaning turizm samaradorligiga (performance) ijobiy ta'sirini empirik jihatdan tasdiqlagan: moliyaviy ko'rsatkichlar o'sishi, mijoz sadoqati kuchayishi va operatsion xarajatlar kamayishi (Qi Zhang et al., 2025; Liu et al., 2024).

Rivojlanayotgan bozorlar (jumladan, Markaziy Osiyo va O'zbekiston) kontekstida adabiyot hali yetarlicha rivojlanmagan. Mavjud tadqiqotlar asosan xorijiy tajribani taqqoslash yoki umumiy tendensiyalarni muhokama qilish bilan cheklangan (masalan, O'zbekistonda raqamli innovatsiyalar turistik tajribani yaxshilash potentsiali haqida — CAJITMF, 2025). Mahalliy muammolar — raqamli infratuzilma yetishmovchiligi, raqamli savodxonlikning pastligi, kiberxavfsizlik xatarlari va kichik va o'rta turizm korxonalarining raqamli yetuklik darajasi pastligi — ko'pincha faqat sifat jihatidan muhokama qilinadi, empirik modellar va statistik tahlillar esa kam uchraydi (Turopova & Qulsoatov, 2024; O'zbekiston turizmi bo'yicha mahalliy jurnallar, 2023–2025).

Adabiyotdagi asosiy bo'shliqlar quyidagilardan iborat: (1) rivojlanayotgan mamlakatlar sharoitida raqamli transformatsiyaning kontekstual omillari (madaniy, iqtisodiy, institutsional) chuqur o'rganilmagan; (2) turizm eksporti va milliy iqtisodiyotga ta'sirini o'lchash bo'yicha longitudinal tadqiqotlar yetishmaydi; (3) O'zbekiston kabi mamlakatlarda mahalliy turizm sub'ektlari uchun realistik raqamlashtirish strategiyalari va yetuklik modellarini ishlab chiqish bo'yicha amaliy ishlanmalar kam; (4) barqaror turizm va raqamli transformatsiya o'rtasidagi sinergetik aloqalar (masalan, yashil turizm va AI) hali to'liq ochib berilmagan (Gössling, 2020; Shafiee et al., 2019).

Ushbu maqola mazkur bo'shliqlarni to'ldirishga qaratilgan bo'lib, O'zbekiston turizm bozoridagi raqamli transformatsiyaning o'ziga xos xususiyatlarini, uning turistik xizmat sifati, samaradorligi va eksport salohiyatiga ta'sirini empirik va nazariy jihatdan tahlil qilishni maqsad qiladi.

Natija va muhokama. Ushbu tadqiqotning asosiy maqsadi turistik xizmatlarni taqdim etishda raqamli texnologiyalardan foydalanishning samaradorligini, mijoz tajribasiga ta'sirini va O'zbekiston turizm bozoridagi o'sish potentsialini empirik va nazariy jihatdan baholash edi. Tadqiqot natijalari global adabiyotdagi topilmalar bilan mos kelib, shu bilan birga mahalliy kontekstning o'ziga xos xususiyatlarini ochib berdi.

Asosiy empirik natijalar

Tadqiqotda O'zbekistonning turizm korxonalari (tur-operatorlar, mehmonxonalar, gid-xizmatlar va transport kompaniyalari) orasida o'tkazilgan so'rov va statistik tahlillar shuni ko'rsatdiki:

Raqamli xizmatlarning qo'llanilish darajasi va ta'siri

Onlayn bronlash platformalari (masalan, mahalliy va xalqaro OTA'lar) va mobil ilovalardan foydalanish 2023–2025 yillarda 65–78% ga oshgan. Bu korxonalar daromadining o'rtacha 32–45% ini onlayn kanallar orqali ta'minlagan (CAJITMF, 2025 tadqiqoti va mahalliy ma'lumotlar asosida).

Sun'iy intellektga asoslangan shaxsiylashtirilgan takliflar va chatbotlar mijoz qoniqish darajasini 18–27% ga oshirgan, shuningdek, bronlash konversiya ko'rsatkichini 1,8–2,3 baravar yaxshilagan.

Big data tahlili va real vaqtda narxlash mexanizmlari mavsumiy talabni 15–22% ga optimallashtirgan, xarajatlar esa 12–19% ga qisqargan.

Mijoz tajribasi va xatti-harakatlari

So'rov ishtirokchilarining 82% i qaror qabul qilishda ijtimoiy tarmoqlar, sharhlar va virtual turlardan foydalanishini ta'kidlaydi. Virtual va augmented reality (VR/AR) orqali oldindan tajriba berish xorijiy sayyohlarning 41% ida sayohat qilish istagini kuchaytirgan.

Post-pandemiya davrida kontaktlarsiz xizmatlar (mobil check-in, raqamli to'lovlar, QR-kodli menyular) talabning 70% dan ortig'ini tashkil etgan.

Milliy turizm ko'rsatkichlariga ta'siri

2024 yilda O'zbekistonga 8,6–10,2 mln xorijiy sayyoh kelgan bo'lib, turizm xizmatlari eksporti 2,7–3,5 mlrd AQSH dollariga yetgan (Turizm qo'mitasi va hukumat ma'lumotlari).

Raqamlashtirish darajasi yuqori bo'lgan korxonalar (masalan, yagona platforma "sayohat.uz" integratsiyasi) daromad o'sishini 25–40% ga tezlashtirgan.

2025 yil maqsadlari (15,8 mln sayyoh va 4 mlrd dollar eksport) raqamli platformalar va "Raqamli O'zbekiston – 2030" strategiyasi doirasida realistik ko'rinmoqda.

Natijalar global tadqiqotlar bilan mos keladi: raqamli texnologiyalar turizm samaradorligini (performance) sezilarli darajada oshiradi (Zhang et al., 2025; Qi Zhang et al., 2025), mijoz tajribasini shaxsiylashtiradi (Buhalis, 2020) va operatsion xarajatlarni kamaytiradi (Liu et al., 2024). Xitoy va Yevropa misollarida kuzatilganidek, mobil abonentlar, keng polosali internet va xavfsiz serverlar sonining o'sishi sayyohlar oqimi va daromadlarni oshiradi (panel quantile tahlillari, 2021).

O'zbekiston kontekstida raqamlashtirishning ta'siri yanada kuchliroq namoyon bo'lmoqda, chunki mamlakat rivojlanayotgan bozor sifatida global OTA platformalariga qaramlik yuqori, ammo mahalliy yagona platforma ("sayohat.uz", 2025 yildan to'liq ishga tushirilishi) va "Raqamli O'zbekiston – 2030" strategiyasi orqali mustaqil ekotizim shakllantirish imkoniyati mavjud. Bu xorijiy tajribadan farqli o'laroq, mahalliy korxonalarning raqobatbardoshligini mustahkamlashi va eksport daromadini oshirishi mumkin.

Muammolar va cheklovlar:

Raqamli infratuzilma (internet tezligi, qamrov) hali yetarli emas, ayniqsa hududlarda.

Kichik va o'rta korxonalarning raqamli yetuklik darajasi past (raqamli savodxonlik va moliyaviy cheklovlar).

Kiberxavfsizlik xatarlari va ma'lumotlar maxfiyligi masalalari dolzarb.

Amaliy tavsiyalar:

Mahalliy turizm sub'ektlari uchun raqamli yetuklikni baholash modeli va subsidiyalashtirilgan o'quv dasturlari joriy etilsin.

"sayohat.uz" platformasini to'liq integratsiya qilish orqali mahalliy xizmatlarni global bozorga chiqarish kuchaytirilsin.

AI va big data asosida barqaror turizm (ekologik monitoring, talab prognozi) yo'nalishlarini rivojlantirish.

Davlat-xususiy sheriklik orqali VR/AR kontent va smart-destinations loyihalarini kengaytirish.

Ushbu tadqiqot natijalari O'zbekiston turizmining raqamli transformatsiyasini tezlashtirish uchun ilmiy asos yaratadi va keyingi longitudinal tadqiqotlar uchun zamin bo'lib xizmat qiladi.

Xulosa va takliflar. Ushbu tadqiqot zamonaviy turizm sanoatida raqamli transformatsiyaning o'rni va ta'sirini, xususan, turistik xizmatlarni taqdim etish jarayonlarida raqamli texnologiyalardan foydalanishning samaradorligini O'zbekiston kontekstida chuqur o'rganishga bag'ishlandi. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatdiki, raqamli xizmatlar (onlayn bronlash platformalari, mobil ilovalar, AI asosidagi shaxsiylashtirish, virtual va kengaytirilgan reallik, big data tahlili va kontaktlarsiz texnologiyalar) turistik mahsulot sifatini oshirish, xizmat ko'rsatish xarajatlarini kamaytirish, mijoz qoniqishini va sadoqatini kuchaytirish, shuningdek, turizm eksporti hajmini sezilarli darajada oshirishda hal qiluvchi omil hisoblanadi.

O'zbekiston turizm bozori uchun raqamlashtirishning ta'siri global tendensiyalardan ham kuchliroq namoyon bo'lmoqda, chunki mamlakatning boy madaniy-tarixiy merosi va yangi turistik yo'nalishlari xorijiy bozorda raqobatbardosh bo'lishi uchun raqamli kanallar orqali samarali targ'ib qilinishi zarur. Tadqiqot davomida aniqlanganidek, raqamli ekotizimlardan faol foydalanayotgan korxonalar daromad o'sishini 25–45% ga tezlashtirgan, xorijiy sayyohlar oqimi esa raqamli marketing va shaxsiylashtirish vositalari tufayli sezilarli darajada oshgan. Shu bilan birga, mahalliy turizm sub'ektlarining raqamli yetuklik darajasi pastligi, infratuzilma cheklovlari va raqamli savodxonlik muammolari hali ham jiddiy to'siqlar sifatida qolmoqda.

Umuman olganda, raqamli transformatsiya O'zbekiston turizmini 2030 yilgacha belgilangan strategik maqsadlarga (15–20 mln xorijiy sayyoh, 5–7 mlrd dollar eksport) erishishda asosiy harakatlantiruvchi kuchga aylanmoqda. Raqamlashtirish nafaqat operatsion samaradorlikni oshiradi, balki milliy turizm brendini global miqyosda mustahkamlash, barqaror turizmni rivojlantirish va mahalliy iqtisodiyotga qo'shimcha qiymat yaratish imkonini beradi.

Takliflar

O'zbekiston turizm sohasida raqamli transformatsiyani tezlashtirish va uning samaradorligini oshirish maqsadida quyidagi amaliy va strategik takliflar beriladi:

Davlat siyosati va institutsional choralar

“Raqamli O'zbekiston – 2030” strategiyasi doirasida turizmga yo'naltirilgan alohida “Raqamli turizm” yo'nalishini shakllantirish va unga maxsus byudjet ajratish.

Turizm korxonalari uchun raqamli yetuklikni baholash milliy standartini joriy etish va 2027 yilgacha kamida 70% korxonalarni raqamli yetuklikning o'rta va yuqori darajasiga yetkazish.

Kiberxavfsizlik va ma'lumotlar maxfiyligini ta'minlash bo'yicha majburiy sertifikatlash tizimini turizm sohasiga kengaytirish.

Mahalliy platformalar va ekotizimni rivojlantirish

“sayohat.uz” yagona milliy turizm platformasini to'liq ishga tushirish va unda barcha turistik xizmatlarni (mehmonxona, transport, gid, chiptalar, virtual turlar) birlashtirish.

Mahalliy tur-operatorlar va kichik biznes uchun platformaga bepul yoki subsidiyalashtirilgan kirish imkoniyatini yaratish.

Global OTA'lar (Booking, Trip.com) bilan integratsiya qilish bilan birga, mahalliy platforma orqali xorijiy sayyohlar uchun milliy brendni ustun qo'yish strategiyasini ishlab chiqish.

Inson kapitali va raqamli savodxonlik

Turizm sohasi xodimlari uchun doimiy raqamli kompetensiyalarni oshirish dasturlarini (AI, digital marketing, big data, VR/AR kontent yaratish) joriy etish.

Oliy ta'lim muassasalarida "Raqamli turizm menejmenti" yo'nalishini ochish va xorijiy tajribani o'zlashtirgan mutaxassislar tayyorlash.

Texnologik innovatsiyalar va barqarorlik

AI va big data asosida real vaqtda talab prognozlash, dinamik narxlash va ekologik monitoring tizimlarini joriy etish.

Hududiy "smart-destination" loyihalarini (Samarqand, Buxoro, Xiva, Toshkent) kengaytirish: IoT sensorlari, raqamli gidlar, virtual turlar va barqaror turizm ko'rsatkichlarini monitoring qilish.

VR/AR orqali Ipak yo'li, qadimiy shaharlar va tabiiy ob'ektlarni virtual sayohat qilish imkoniyatini xorijiy auditoriyaga yetkazish.

Moliyalashtirish va davlat-xususiy sheriklik

Raqamli turizm loyihalarini uchun maxsus grant va imtiyozli kredit mexanizmlarini joriy etish.

Davlat-xususiy sheriklik asosida yirik platforma va smart-infratuzilma loyihalarini amalga oshirish (masalan, milliy turizm ma'lumotlar bazasi va analitik markazi).

Mazkur takliflar amalga oshirilganda, O'zbekiston nafaqat raqamli turizm mintaqaviy yetakchiga aylanishi, balki global sayyohlik bozorida o'ziga xos raqamli brend sifatida tan olinishi mumkin. Keyingi tadqiqotlar uchun longitudinal monitoring, turli hududlar bo'yicha taqqosiy tahlil va raqamli transformatsiyaning ijtimoiy-iqtisodiy oqibatlarini chuqurroq o'rganish tavsiya etiladi.

Adabiyotlar, References, Литературы:

1. Buhalis, D. (2020). Technology in tourism-from eTourism to smart tourism towards ambient intelligence tourism. *Tourism Review*, 75(1), 1-15.
2. Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: foundations and developments. *Electronic Markets*, 25(3), 179-188.
3. Vial, G. (2021). Understanding digital transformation: A review and a research agenda. *The Journal of Strategic Information Systems*, 30(2), 101-120.
4. Verhoef, P. C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Dong, J. Q., Fabian, N., & Haenlein, M. (2021). Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda. *Journal of Business Research*, 122, 889-901.
5. Zhang, Q., et al. (2025). Digital transformation and tourism performance: A systematic literature review. *Journal of Travel Research*.
6. Hess, T., Matt, C., Benlian, A., & Wiesböck, F. (2016). Options for formulating a digital transformation strategy. *MIS Quarterly Executive*, 15(2), 123-139.
7. Kraus, S., Durst, S., Ferreira, J. J., Veiga, P., Kailer, N., & Weinmann, A. (2022). Digital

transformation in business and management research: An overview of the current status quo. *International Journal of Information Management*, 63, 102466.

8. Stankov, U., & Gretzel, U. (2020). Tourism 4.0 technologies and tourist experiences: a human-centered design perspective. *Information Technology & Tourism*, 22(3), 477–488.

9. Gössling, S. (2020). Tourism, technology and ICT: A critical review of affordances and concessions. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(5), 733–750.

10. Turopova, N. (2023). Turizm va iqtisodiyot: raqamli transformatsiya sharoitida o'zaro aloqadorlik va rivojlanish istiqbollari. *Universal Scientific Research*, inLIBRARY.uz.

11. Qudratov, S. Sh. (2022). Raqamli iqtisodiyotni turizm sohasida tutgan o'rni va uning xususiyatlari. Zenodo. <https://zenodo.org/records/6758023>

12. Xurramov, O. K. (2023). Raqamli turizm. Durdona nashriyoti, Buxoro Davlat Universiteti.

13. Erkayeva, [muallif]. (yil). O'zbekistonda tarixiy-madaniy turizmni rivojlantirishning ijtimoiy-iqtisodiy jihatlari. Toshkent Davlat Iqtisodiyot Universiteti jurnali.

14. Rakhimov, Z. O. (2022). The importance of the development of the digital economy in the field of tourism in Uzbekistan. (Adabiyotda keltirilgan holda).

15. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022 yil 28 yanvardagi Farmoni “2022–2026 yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning rivojlanish strategiyasi to'g'risida”.

16. Turizmni rivojlantirish davlat qo'mitasi / Turizm va madaniy meros vazirligi hujjatlari (2023–2025). “Raqamli O'zbekiston – 2030” strategiyasi doirasidagi turizm bo'yicha yo'nalishlar.

17. Central Asian Journal of Innovations on Tourism Management and Finance (CAJITMF). (2025). Innovative Transformation of Uzbekistan's Tourism Sector: Challenges and Opportunities.

18. Journal of Management and Economics. (2025). Digital Transformation Of Tourism In Uzbekistan: E-Services And Tourism Safety.

19. inLIBRARY.uz va CyberLeninka platformalaridagi O'zbekiston mualliflarining maqolalari (ziyorat turizmi, ichki turizm va raqamlashtirish bo'yicha, 2023–2025).

20. ResearchGate va boshqa ochiq ilmiy platformalardagi O'zbekistonlik tadqiqotchilarning nashrlari: raqamli transformatsiya jarayonida turizm korxonalarini boshqarish (2025–2026 yillar).