



“ZAMONAVIY TA’LIM VA TILSHUNOSLIK RIVOJI”
nomli respublika ilmiy-amaliy masofaviy konferensiyasi
VOLUME-1, ISSUE-2, 2026

Contemporary Trends and Strategic Prospects for the Digital Transformation of Tourism Services in the Fergana Valley

Doniyorbek D. Tursunov

Lecturer, Department of Management, University of Business and Science

Email: tursunovdoniyor98@gmail.com

Muhamadali A. Ismailov

Independent Researcher, University of Business and Science

Email: Muhammadaliismailov8050@gmail.com

Abstract: This thesis analyzes the current state, fundamental trends, and existing challenges of the digital transformation of the tourism industry in the Fergana Valley (Andijan, Fergana, and Namangan regions) from both scientific and practical perspectives. The study proposes a model for implementing the **Smart Tourism** concept in the region’s pilgrimage tourism, ecotourism, and traditional handicraft sectors through the integration of **Artificial Intelligence (AI)**, **Virtual Reality/Augmented Reality (VR/AR)** technologies, and **Geographic Information Systems (GIS)**.

Keywords: Smart Tourism, Digital Transformation, Fergana Valley, Ecotourism, QR Code, E-Commerce, Virtual Reality (VR) Tours, Tourism Cluster.

KIRISH

Global iqtisodiyotda xizmatlar ko‘rsatish sohasining, xususan, turizm industriyasining raqamli transformatsiyasi davr talabiga aylandi. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining sohaga oid farmon va qarorlarida turizm infratuzilmasiga innovatsion yechimlarni joriy etish, hududlarning raqamli turistik salohiyatini oshirish ustuvor vazifa etib belgilangan.

Farg‘ona vodiysi o‘zining demografik zichligi, qadimiy shaharlari (Qo‘qon, Marg‘ilon, Rishton, Chust), o‘ziga xos hunarmandchilik maktablari va tog‘ oldi iqlimiy



**“ZAMONAVIY TA’LIM VA TILSHUNOSLIK RIVOJI”
nomli respublika ilmiy-amaliy masofaviy konferensiyasi
VOLUME-1, ISSUE-2, 2026**

kurortlari bilan ichki va xalqaro turizmida strategik o‘rin tutadi. Biroq, bugungi raqamli iqtisodiyot sharoitida an’anaviy xizmat ko‘rsatish modellari xorijiy sayyohlarning talablariga to‘liq javob bera olmaydi. Shu bois, vodiydagi turistik resurslarni yagona raqamli ekotizimga integratsiya qilish masalasi nihoyatda dolzarb hisoblanadi.

RAQAMLI TURIZMNING ILMIY-NAZARIY ASOSLARI

Jahon turizm tashkiloti (UNWTO) ma’lumotlariga ko‘ra, bugungi kunda sayyohlarning 80% dan ortig‘i sayohatni rejalashtirish, chiptalar xarid qilish va joy band qilishni (booking) onlayn platformalar orqali amalga oshiradi. Ilmiy adabiyotlarda “Smart Tourism” (Aqlli turizm) tushunchasi axborot-kommunikatsiya texnologiyalari yordamida turistik tajribani boyitish va resurslarni samarali boshqarish tizimi sifatida ta’riflanadi.

Farg‘ona vodiysi sharoitida raqamlashtirishni uchta asosiy bo‘g‘inda ko‘rish lozim:

1. Turist darajasida (B2C): Ma’lumotlarni tezkor olish, raqamli to‘lovlar va qulay navigatsiya.
2. Biznes darajasida (B2B): Mehmonxonalar, turoperatorlar va hunarmandlarning onlayn platformalarda o‘zaro integratsiyalashuvi.
3. Davlat boshqaruvi darajasida (G2C/G2B): Turistik oqimni monitoring qilish, xavfsizlikni ta’minlash (“Xavfsiz turizm” tizimi) va hududiy brending.

**FARG‘ONA VODIYSIDA TURIZMNI RAQAMLASHTIRISHNING
ASOSIY TENDENSIYALARI**

Geoaxborot tizimlari (GIS) va “Aqlli” Navigatsiya

Vodiydagi tarixiy-madaniy va ekologik ob’ektlarning raqamli xaritalarini (Google Maps, Yandex Maps, OpenStreetMap) mukammallashtirish tendensiyasi kuzatilmoqda. Ayniqsa, Namangandagi “Afsonalar vodiysi”, Farg‘onadagi Shohimardon yoki Andijondagi Bog‘i Bobor majmualarida QR-kodli axborot tizimlari yo‘lga qo‘yilgan.



“ZAMONAVIY TA’LIM VA TILSHUNOSLIK RIVOJI”
nomli respublika ilmiy-amaliy masofaviy konferensiyasi
VOLUME-1, ISSUE-2, 2026

Bu sayyohga gid xizmatlarisiz, smartfon orqali kamida 5-6 tilda ob’ekt haqida to’liq audio va matnli ma’lumot olish imkonini beradi.

Hunarmandchilik (Craft Tourism) va Elektron tijorat (E-commerce)

Rishton kulolchiligi, Marg‘ilon atlasini va Chust pichoqchilik san’atini raqamlashtirish bugungi kunda yangi bosqichga chiqmoqda. Mahalliy hunarmandlar mahsulotlarini nafaqat an’anaviy bozorlarda, balki *Etsy, Amazon, Alibaba* kabi global platformalar hamda mahalliy milliy marketpleyslar orqali sotish tendensiyasi rivojlanmoqda. Bu xorijiy turistlarda vodiya kelishdan oldin ham virtual qiziqish (VR-master klasslar orqali) uyg‘otishga xizmat qilmoqda.

Oilaviy mehmon uylari (B&B) va Agroturizmni raqamli integratsiyalashuvi

Farg‘ona va Andijonning tog‘oldi hududlarida (masalan, Xonobod shahri, Vodil qishlog‘i) agroturizm va ekoturizm ob’ektlari ko‘paymoqda. Zamonaviy tendensiya shundan iboratki, ushbu oilaviy mehmon uylari yagona milliy raqamli reyestrda kiritilib, *Booking.com* va *Airbnb* tizimlariga integratsiya qilinmoqda. Bu esa chekka qishloqlardagi aholining turizmdan to‘g‘ridan-to‘g‘ri daromad olishiga sharoit yaratmoqda.

TIZIMLI MUAMMOLAR VA TO‘SIQLAR

Tahlillar Farg‘ona vodiysida turizm xizmatlarini raqamlashtirish yo‘lida bir qator cheklovchi omillar mavjudligini ko‘rsatadi:

- “Raqamli uzilish”: Shahar markazlari (Farg‘ona, Namangan, Andijon) va chekka turistik resurslarga ega qishloq tumanlari o‘rtasida internet tezligi va infratuzilmasidagi tafovutlar.
- Kadrlar va raqamli savodxonlik: Turizm sohasidagi kichik tadbirkorlar va mehmon uylari egalarining SMM (ijtimoiy tarmoq marketingi), maqsadli reklama (Targeting) va raqamli menejment bo‘yicha ko‘nikmalarining pastligi.



“ZAMONAVIY TA’LIM VA TILSHUNOSLIK RIVOJI”
nomli respublika ilmiy-amaliy masofaviy konferensiyasi
VOLUME-1, ISSUE-2, 2026

- Xalqaro to‘lov tizimlari bilan integratsiya: Hududiy transport (mikroavtobuslar, taksilar) va kichik suvenir do‘konlarida xalqaro Visa, Mastercard yoki PayPal to‘lov tizimlaridan foydalanishda platformaviy cheklovlarning mavjudligi.

5. STRATEGIK TAKLIFLAR VA XULOSA

Farg‘ona vodiysining o‘ziga xos iqtisodiy-geografik joylashuvini inobatga olgan holda, turizm xizmatlarini raqamlashtirish samaradorligini oshirish uchun quyidagi chora-tadbirlar majmuasini amalga oshirish taklif etiladi:

1. “Fergana Valley Smart Tourism” milliy platformasini yaratish: Uchta viloyatning turistik salohiyatini birlashtirgan, sun’iy intellekt (AI) asosida ishlaydigan yagona ko‘p tilli portal va mobil ilovani ishga tushirish. Tizim turistning qiziqishlaridan kelib chiqib (ziyosat, eko, gastro yoki etnoturizm) individual tur-marshrutlar shakllantirib beradi.

2. Muzeylar va muqaddas qadamjolarini virtualizatsiyalash (VR/AR): Qo‘qon Xon o‘rdasi, Marg‘ilon ipakchilik fabrikalari kabi ob’ektlarda kengaytirilgan reallik (AR) texnologiyalarini joriy etish.

3. “Raqamli turizm tadbirkori” inkubatsiya markazlarini tashkil etish: Vodiy oliy ta’lim muassasalari (FarDU, AndDU, NamDU) qoshida turizm sub’ektlarini raqamli savodxonlikka o‘rgatuvchi qisqa muddatli bepul kurslarni yo‘lga qo‘yish.

Xulosa qilib aytganda, Farg‘ona vodiysida turizm xizmatlarining raqamlashtirilishi hududning raqobatbardoshligini oshiradi, turistik xizmatlar tannarxini kamaytiradi va xalqaro bozorga integratsiyalashuvini keskin tezlashtiradi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI:

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni. “O‘zbekiston Respublikasida turizm sohasini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PF-5781-sonli Farmoni.



**“ZAMONAVIY TA’LIM VA TILSHUNOSLIK RIVOJI”
nomli respublika ilmiy-amaliy masofaviy konferensiyasi
VOLUME-1, ISSUE-2, 2026**

2. Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2013). “Smart tourism destinations”. In *Information and Communication Technologies in Tourism 2014* (pp. 553-564). Springer, Cham. (*Xalqaro smart-turizm metodologiyasi bo'yicha asosiy manba*).
3. Gretzel, U., Koo, C., Sigala, M., & Xiang, Z. (2015). “Special issue on smart tourism: convergence of information technologies, experiences, and data”. *Electronic Markets*, 25(3), 175-177.
4. Alieva, J., & Safarov, B. (2022).
5. “Digitalization of tourism services in Uzbekistan: current trends and future perspectives”. *Journal of Tourism and Hospitality Research*, 12(2), 45-58.
6. Sulstonov, M. S. (2023). “Farg‘ona iqtisodiy rayonida turistik-rekreatsion klasterlarni boshqarishda raqamli texnologiyalardan foydalanish”. *Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar* ilmiy elektron jurnali, № 4, 112-120-b.
7. To‘ychiyeva, N. A. (2024). “Farg‘ona vodiysida etnoturizm va milliy hunarmandchilikni rivojlantirishning marketing strategiyalari”. Monografiya. Farg‘ona: "Klassik" nashriyoti, – 145 b.
8. World Tourism Organization (UNWTO). (2024). *International Tourism Highlights: Digital Transformation Edition*. Madrid: UNWTO.
9. Tursunov, D. (2026, January). GROWTH OF FOREIGN TOURIST FLOWS AND THE ECONOMIC EFFICIENCY OF TOURISM SERVICES EXPORTS IN UZBEKISTAN: A FORECAST UP TO 2030. In *INTERNATIONAL CONFERENCE ON SCIENCE, INNOVATION AND GLOBAL DEVELOPMENT* (Vol. 1, No. 1, pp. 97-104).