



**“ZAMONAVIY ILMIY YONDASHUVLAR VA TEXNOLOGIK  
TARAQQIYOTNING USTUVOR YO‘NALISHLARI” nomli Respublika  
ilmiy-amaliy masofaviy konferensiyasi  
VOLUME-1, ISSUE-2, 2026**

## **The Role and Effectiveness of Mobile Applications and Online Platforms in Enhancing Tourism Services**

**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 provides a scientific and practical analysis of the role of mobile applications and online platforms in the modern tourism industry, as well as their impact on consumer behavior and the quality indicators of tourism services. It examines the integration of global platforms such as Booking, Airbnb, and TripAdvisor, along with local mobile applications, in travel planning, accommodation booking, navigation, and interactive service delivery, and offers strategic proposals for their development within the tourism market of Uzbekistan.

**Keywords:** Mobile applications, online platforms, B2C tourism, OTA (Online Travel Agencies), smartphone adoption, booking systems, digital services.

**KIRISH.** Xavfsiz, tezkor va shaxsiylashtirilgan xizmatlarga bo‘lgan talabning ortishi turizm industriyasini to‘liq transformatsiya qilmoqda. Global raqamli makonda smartfonlar va mobil internetning ommalashuvi natijasida an’anaviy turoperatorlar va sayyohlik agentliklarining o‘rnini Onlayn turistik agentliklar (OTA - Online Travel Agencies) va ixtisoslashgan mobil ilovalar egallab bormoqda.

Bugungi kun sayyohi (ayniqsa, “Millennial” va “Z” avlodi) o‘z sayohatini mustaqil ravishda, hech qanday vositachilarsiz, faqatgina mobil smartfon yordamida tashkil qilishni afzal ko‘rmoqda. Bu esa turizm xizmatlarini ko‘rsatuvchi sub’ektlar



**“ZAMONAVIY ILMIY YONDASHUVLAR VA TEXNOLOGIK  
TARAQQIYOTNING USTUVOR YO‘NALISHLARI” nomli Respublika  
ilmiy-amaliy masofaviy konferensiyasi  
VOLUME-1, ISSUE-2, 2026**

(mehmonxonalar, transport kompaniyalari, muzeylar va restoranlar) zimmasiga global platformalar bilan integratsiyalashish yoki shaxsiy mobil ilovalarni ishlab chiqish majburiyatini yuklamoqda. Shu nuqtai nazardan, turizm sohasida mobil ilovalar va onlayn platformalarning rolini o‘rganish va ularning samaradorligini oshirish mexanizmlarini ishlab chiqish nihoyatda dolzarb iqtisodiy vazifalardan hisoblanadi.

**TURIZM PLATFORMALARI VA MOBIL ILOVALARINING TASNIFI**

Ilmiy-nazariy jihatdan turizm xizmatlarida qo‘llaniladigan onlayn platformalar va mobil ilovalarni funksional vazifasiga ko‘ra bir nechta asosiy guruhlariga ajratish mumkin:

<b>Turi</b>	<b>Vazifasi va Imkoniyatlari</b>	<b>Global Misollar</b>
<b><i>GDS va OTA Platformalari</i></b>	Aviachiptalar va joylashtirish vositalarini global miqyosda qidirish hamda band qilish (booking).	Booking.com, Expedia, Amadeus, Airbnb
<b><i>Navigatsiya va Geo-ilovalar</i></b>	Hududda harakatlanish, ob’ektlar joylashuvini aniqlash va marshrut chizish.	Google Maps, Yandex Maps, Maps.me
<b><i>Taqriz va Reyting (Review) Platformalari</i></b>	Turistlarning fikrlari, reytinglari va tavsiyalari asosida iste’molchi ishonchini shakllantirish.	TripAdvisor, Yelp
<b><i>Destination Apps (Hududiy ilovalar)</i></b>	Muayyan shahar yoki mamlakatning turistik salohiyati, madaniy ob’ektlari va tadbirlari haqidagi yagona qo‘llanma.	VisitUzbekistan, I Amsterdam

Ushbu platformalarning barchasi turizm zanjirining barcha bo‘g‘inlarida tranzaksiya xarajatlarini kamaytirishga va axborot assimetriyasini bartaraf etishga xizmat qiladi.



## **ONLAYN PLATFORMALARNING TURIZM IQTISODIYOTIDAGI ROLI Iste’molchi xulq-atvorini o‘zgartirishi va Shaxsiylashtirish**

Onlayn platformalar sun’iy intellekt (AI) va Katta ma’lumotlar (Big Data) algoritmlari orqali foydalanuvchining qiziqishlarini tahlil qiladi. Masalan, turist ilgari ko‘proq madaniy-tarixiy ob’ektlarni qidirgan bo‘lsa, tizim unga keyingi safar avtomatik ravishda muzeylar, milliy hunarmandchilik markazlari va tarixiy mehmonxonalarni tavsiya qila boshlaydi. Bu esa xizmatlar taklifini yuqori darajada shaxsiylashtiradi.

### **Kichik va o‘rta turizm biznesini globallasuvi**

Ilgari chekka hududlardagi oilaviy mehmon uylari (B&B) yoki kichik etno-restoranlar xorijiy turistlarni jalb qilish uchun yirik marketing budjetiga ega bo‘lmagan. Airbnb yoki Booking kabi platformalar o‘yin qoidalarini o‘zgartirdi. Bugun O‘zbekistonning chekka tog‘li qishlog‘idagi mehmon uy ham ushbu platformalarga joylashish orqali to‘g‘ridan-to‘g‘ri AQSh, Yevropa yoki Yaponiya bozoridagi mijozga ko‘rinish imkoniyatiga ega bo‘ldi.

### **Ekskursiya va Gidlik xizmatlarida Mobil ilovalar (Smart Gid)**

Zamonaviy mobil ilovalar ichki va tashqi turizmدا an’anaviy gidlar xizmatini optimallashtirmoqda. **Audio-gid (Audio-guide)** ilovalari va kengaytirilgan reallik (AR) elementlariga ega dasturlar turistga muzey eksponatlari yoki tarixiy obidalarni mustaqil o‘rganish imkonini beradi. Bu ayniqsa til bilish muammosi (language barrier) bor vaziyatlarda eng samarali yechim hisoblanadi.

### **O‘zbekiston Turizm Bozorida Ilovalarni Joriy Etishning Muammolari**

Respublikamizda raqamli turizm jadal rivojlanayotgan bo‘lsa-da, mobil platformalardan to‘liq unumli foydalanishga to‘sqinlik qilayotgan muammolar mavjud:

- B2C to‘lovlaridagi uzilishlar: Global onlayn platformalarning aksariyati xalqaro



**“ZAMONAVIY ILMIY YONDASHUVLAR VA TEXNOLOGIK  
TARAQQIYOTNING USTUVOR YO‘NALISHLARI” nomli Respublika  
ilmiy-amaliy masofaviy konferensiyasi  
VOLUME-1, ISSUE-2, 2026**

to‘lov tizimlari (masalan, PayPal, Stripe) orqali ishlaydi. Mahalliy kichik turistik tadbirkorlarning ushbu tizimlardan to‘g‘ridan-to‘g‘ri pul mablag‘larini qabul qilishida hisob-kitob qiyinchiliklari mavjud.

- Kontentning yetishmasligi: Ko‘plab mahalliy muzeylar, madaniy meros ob‘ektlari va ziyoratgohlar haqida xalqaro navigatsiya va reyting ilovalarida (Google Maps, TripAdvisor) sifatli, ko‘p tilli ma’lumotlar va yuqori aniqlikdagi fotosuratlarining yetishmasligi.

- Mahalliy milliy agregatorlarning zaifligi: Mahalliy bozorda transport, ichki yo‘nalishlar va ichki turizmni to‘liq qamrab oluvchi, barcha viloyatlarni birlashtirgan milliy mobil ilovalarning ommaviylashuv darajasi hali ham past.

**XULOSA VA TAVSIYALAR.** Turizm xizmatlarida mobil ilovalar va onlayn platformalarning rolini yanada oshirish hamda milliy turistik mahsulotlarning raqobatbardoshligini ta’minlash uchun quyidagilar taklif etiladi:

1. Yagona Milliy Turistik Agregator (“Smart Uzbekistan Travel”) ilovasini takomillashtirish: Bu ilovaga nafaqat yirik shaharlar, balki hududiy ichki transport (poyezd, shahar va viloyatlararo avtobuslar, litsenziyalangan taksilar), milliy hunarmandlar reyestri va ekotizimlarni integratsiya qilish lozim.

2. API integratsiyasini kengaytirish: Mahalliy to‘lov tizimlarini (Uzcard, Humo) xalqaro to‘lov gatewaylari bilan integratsiya qilish orqali xorijiy sayyohlarga to‘g‘ridan-to‘g‘ri mobil ilovadan joy band qilish va to‘lovlarni amalga oshirish imkonini kengaytirish.

3. Tadbirkorlar reyting madaniyatini oshirish: Joylashtirish vositalari va umumiy ovqatlanish joylari rahbarlariga TripAdvisor va Google Business tizimlarida faol ishlash, mijozlar taqrizlariga (reviews) tezkor javob qaytarish ko‘nikmalarini o‘rgatish.

Xulosa qilib aytganda, mobil ilovalar va onlayn platformalar zamonaviy turizm



**"ZAMONAVIY ILMIY YONDASHUVLAR VA TEXNOLOGIK  
TARAQQIYOTNING USTUVOR YO'NALISHLARI" nomli Respublika  
ilmiy-amaliy masofaviy konferensiyasi  
VOLUME-1, ISSUE-2, 2026**

iqtisodiyotining asosi bo'lib, ularni tizimli joriy etish mamlakat xizmatlar eksportini oshirish hamda turizm infratuzilmasini xalqaro standartlarga keltirishning eng qisqa va samarali yo'lidir. **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI:**

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni. "O'zbekiston Respublikasida turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta'minlash chora-tadbirlari to'g'risida"gi PF-4861-sonli Farmoni.

2. Buhalis, D. (2020). "Technology in tourism-from information communication technologies to eTourism and smart tourism". *Tourism Review*, 75(1), 267-272. (*Global raqamli turizm bo'yicha fundamental ilmiy tadqiqot*).

3. Xiang, Z., Magnini, V. P., & Fesenmaier, D. R. (2015). "Information technology and consumer behavior in travel and tourism: Insights from recent research". *Journal of Travel Research*, 54(2), 244-254.

4. Safarov, B. S. (2022). "Turizm sohasini raqamli iqtisodiyot sharoitida innovatsion rivojlantirish modellari". Monografiya. Toshkent: "Fan va texnologiyalar" nashriyoti. – 180 b.

5. Navruz-zoda, B. N., & Navruz-zoda, Z. B. (2023). "Destination marketing in the digital age: case of historic cities of Uzbekistan". *Central Asian Journal of Innovations and Research*, № 3, 45-53-b.

6. World Tourism Organization (UNWTO). (2023). *Tourism Innovation and Digital Transformation Report*. Madrid: UNWTO Publications.

7. 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).