

RAQAMLASHTIRISH SHAROITIDA TURKIYA MAMLAKATINING XALQARO TURIZM TENDENSIYALARI

Askarova Xonzoda

Toshkent davlat sharqshunoslik universiteti

Turizm yo'nalishi 3-kurs talabasi

Annotatsiya. Ushbu tezisda Turkiya mamlakatining xalqaro turizm bozorida raqamli siyosatni qo'llashidagi rivojlanish tendensiyalari, yangiliklari, innovatsion yechimlar va xalqaro turizm raqobarbardoshligi tahlil qilinadi. Xususan, so'nggi yillarda raqamli texnologiyalarning jadal rivojlanishi global turizm sohasining transformatsiyasiga olib kelgani, Turkiya xalqaro turizm bozorida yetakchi mamlakat sifatida ekani, mamlakatning bu sohasida raqamlashtirish jarayonlarini olib borilishi haqida batafsil yozilgan.

Kalit so'z: raqamlashtirish, barqaror turizm, turizm daromadlari, smart (aqlli) texnologiyalar, raqamli marketing, xalqaro turizm bozori, innovatsiyalar.

Turkiya turizm sohasida raqamli transformatsiyani muvaffaqiyatli amalga oshirib, "Digital Turkey Initiative" dasturi orqali xalqaro raqobatbardoshlik va innovatsion rivojlanishning yangi bosqichiga ko'tarildi.

XXI asrda turizm sohasi raqamli transformatsiyani boshdan kechirmoqda. Internet, mobil ilovalar, sun'iy intellekt (AI), katta ma'lumotlar (Big Data) va bulut texnologiyalari (Cloud) turistlarning sayohat qilish, xizmatlardan foydalanish va tajriba olish usullarini butunlay o'zgartirmoqda.

Turkiya geografik joylashuvi, boy madaniy merosi va rivojlangan infratuzilmasi bilan xalqaro turizmda yetakchi mamlakatlardan biridir. Mamlakat hukumati tomonidan amalga oshirilayotgan "Digital Turkey Initiative" dasturi doirasida turizm sohasida raqamlashtirish, innovatsiyalarni keng joriy etish, marketingni raqamli muhitga moslashtirish ishlari olib borilmoqda.¹

Raqamli innovatsiyalar turizm bizneslariga ijtimoiy tarmoqlar, onlayn bronlash platformalari va mobil ilovalar yordamida mijozlar bilan o'zaro aloqani kuchaytirish hamda shaxsiylashtirilgan tajriba taqdim etish imkonini bermoqda

Texnologiyani joriy etish avtomatlashtirish va turli jarayonlarni optimallashtirish orqali operatsion samaradorlikni oshirish hamda xarajatlarni kamaytirishga olib keldi.

Raqamli platformalar bozorni kengaytirish va global auditoriyaga chiqish

¹ Özturan, N., Ören, A. Ş., & Çakar, S. Ş. (2024). Digital Innovations and Market Dynamics of Tourism Businesses in Turkey. *Aurora: Journal of Emerging Business Paradigms*, 1(1), 12–17.

Sezer, S., & İlban, O. (2024). Digital Transformation in Tourism: Opportunities and Challenges for Türkiye and Mediterranean Countries. *Journal of Tourism and Management*, 5(1), 62–83.

imkonini yaratib, bizneslarga yangi bozorlarga kirish va xalqaro sayyohlarni jalb etish yo'lini ochdi.

Raqamlashtirish siyosati va smart turizm orqali Turkiya 2018-yildan boshlab "Raqamli Turkiya" strategiyasini ishlab chiqdi. Ushbu siyosat doirasida:

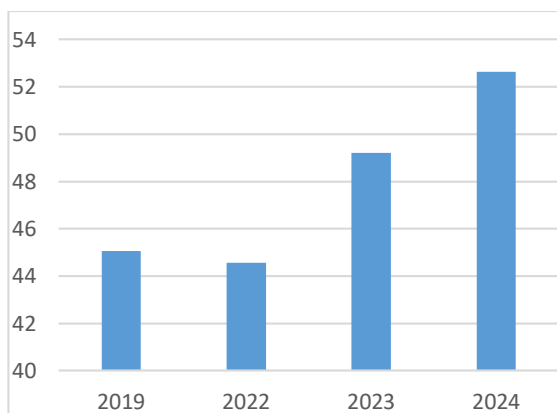
- Smart City Tourism dasturlari Istanbul, Antalya va Izmirda joriy qilindi
- "Go Türkiye" portali tashkil etilishi orqali turizm obyektlari, madaniy tadbirlar va mehmonxonalar yagona raqamli ekotizimga birlashtirildi.
- Turizm ma'lumotlarini raqamli tahlil qilish markazlari tashkil etildi.

Ushbu chora-tadbirlar natijasida Turkiyada turizm sohasida raqamli xizmatlardan foydalanuvchi turistlar ulushi 2024-yilda 70 % ga yetdi.

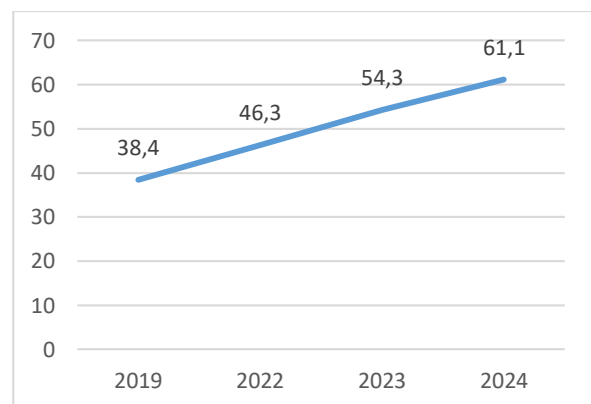
Aynan bu kabi siyosatning amalga oshishi mamlakatda turistlarga bir qancha qulayliklar yaratdi va keladigan turistlar oqimini bir necha foizga oshishiga olib keldi.

2

Xorijiy turistlar (mln)



Turizm daromadlari (mlrd \$)



1-rasm. Turkiyada xalqaro turizmning raqamli o'sishi (turistlar soni va daromadlari kesimida)³

Pandemiya davridan so'ng Turkiya xalqaro turizmida tez tiklandi. 2019-yildagi darajadan 2024-yilga kelib turistlar soni 17 %, turizm daromadi esa 60 % ga oshdi. Bu natija raqamli marketing, onlayn bron tizimlari va smart turizm infratuzilmasining faol joriy etilishi bilan bevosita bog'liqligini ko'rsatadi.

Raqamli marketingning xalqaro turizmga ta'siri ham oshib bormoqda. Mamlakat

² Akyol, C. (2022). Contribution of Digital Platforms to Destinations within the Scope of Smart Tourism Applications: Example of "GoTürkiye". Nevşehir HBV University Journal of Social Sciences,

³ https://www.dailysabah.com/business/tourism/turkiye-crowns-2023-with-record-492m-tourists-543b-in-revenue?utm_

. Akyol, C. (2022). Contribution of Digital Platforms to Destinations within the Scope of Smart Tourism Applications: Example of "GoTürkiye". Nevşehir HBV University Journal of Social Sciences

, Şanlı Güner, S., & Üner, M. (2023). Dijital Pazarlama Araçlarından Sosyal Medyanın Yabancı Turistlerin Türkiye'yi Tercihleri Üzerine Etkisi. Journal of Tourism & Gastronomy Studies

foydalanayotgan bu yo'l aynan raqamlashtirishga o'tishni tezlashtirdi va uni targ'ib qilishni kuchaytirdi.

- Ijtimoiy tarmoqlar (Instagram, TikTok, YouTube) orqali "GoTürkiye" brendi targ'ib qilinadi;
- Sun'iy intellektga asoslangan target marketing strategiyalari xorijiy sayyohlarni segmentlashda qo'llaniladi;
- "Google Travel" va "TripAdvisor" bilan hamkorlikda milliy imidj kampaniyalari olib borilmoqda.

Aynan bundagi statistika shuni ko'rsatadiki, Turkiyaga sayohat qiluvchi xorijiy turistlarning 72 % i qaror qabul qilishda ijtimoiy media kontentidan foydalanishmoqda.

Bu ma'lumotlarni davlatlar kesimida olib qaraydigan bo'lsak, statistika shuni ko'rsatadiki:

**1-jadval. Turkiyaga kelgan xorijiy turistlar manbasi
(2023 davlatlar kesimida)⁴**

Mamlakat	Turistlar soni (mln)	Ulushi (%)
Rossiya	6.3	13
Germaniya	6.2	13
Buyuk Britaniya	3.5	8
Eron	3.2	6
Bolgariya	2.9	5
Boshqalar	30.6	60

Bu statistika orqali Turkiyaning raqamli marketing siyosati muvaffaqiyatli olib borilayotganini isbotlaydi — Germaniya va Rossiya bozorlariga mo'ljallangan onlayn reklama kompaniyalari eng samarali yo'nalish bo'lib kelmoqda.

Turkiya turizm sanoatini innovatsiyalar va barqaror turizmga qaratish orqali undagi rivojlanish darajasini yanada oshirmoqda, raqamli texnologiyalar nafaqat iqtisodiy o'sishni, balki barqaror turizmni rivojlantirishni ham ta'minlamoqda.

Jumladan:

- Antalya va Kapadokiya raqamli energiya monitoring tizimlari joriy etilgan va bu turizmni barqarorlashtirishga imkon yaratgan;
- VR/AR texnologiyalari yordamida muzeylar va tarixiy obidalar onlayn ko'rgazmalarga aylantirilgan ;
- "Smart ticketing" tizimi sayyohlar oqimini boshqarishda ishlatilmoqda;

⁴https://www.invest.gov.tr/view?path=_en_library_publications_lists_investpublications_tourism-industry.pdf&utm
Azadaliyev, Ş., & Demirkol, S. (2023). Evaluation of Augmented Reality and Digital Transformation in Tourism Sector. *Turkish Journal of Tourism Studies*, 5(1), 11–26.

— Turizmda “green data” platformalari ekologik ma’lumotlarni real vaqt rejimida kuzatish imkonini berayapti;

Bu tendensiyaning turistlarning bronlash tizimiga e’tibor berish orqali ham raqamli iqtisodiyotni qo’llab-quvvatlayotgani orqali ko’rish mumkin.

2-jadval. Turkiya turizmida raqamli texnologiyalar qo’llanilishi ⁵(2024, %)

Texnologiya turi	Ulushi%
Onlayn bron tizimlari	90 %
Mobil ilovalar	76 %
VR/AR xizmatlari	45 %
AI va Big Data tahlili	52 %
Raqamli to’lovlar	88%

Turkiya davlatining turizm raqobatbardoshlik tendensiyalariga qaratadigan bo’lsak, raqamlashtirish orqali quyidagi ustunliklarga erishmoqda. Xususan, Turkiya turizm sohasida bir qator muhim ustunliklarni ta’minlamoqda: xususan, “Tourism 4.0” konsepsiyasi asosida aqlli shaharlar infratuzilmasiga raqamli yechimlarni joriy etish orqali texnologik ustunlikka erishilib, turizm xizmatlari avtomatlashtirilmoqda; shu bilan birga, “GoTürkiye” nomli global raqamli platformaning faoliyati mamlakatning xalqaro miqyosdagi brend imidjini mustahkamlab, Turkiyani innovatsion va zamonaviy turizm markazi sifatida namoyon etmoqda; raqamli tahlil va ma’lumotlar bazalaridan foydalanish esa turistlarning individual ehtiyoj va afzalliklariga mos, yuqori sifatli shaxsiylashtirilgan xizmatlarni taklif etish imkonini yaratmoqda; buning ustiga, raqamli boshqaruv asosida atrof-muhitni muhofaza qiluvchi, energiya tejamon va ekologik barqaror turizm loyihalarini amalga oshirish orqali mamlakatda turizmni iqtisodiy samaradorlik hamda ekologik muvozanat tamoyillari asosida rivojlantirish imkoniyati kengaymoqda.

Raqamlashtirish Turkiya xalqaro turizm sohasining asosiy rivojlanish omiliga

⁵ <https://www.kenresearch.com/turkey-smart-tourism-and-traveltech-market?utm>

<https://datareportal.com/reports/digital-2025-turkey?utm>

Aydınbaş, G. (2023). An Economic Approach to Smart Tourism (Tourism 4.0) Technologies: The Case of Türkiye. *Journal of Tourism Intelligence and Smartness*, 5(1), 1–15.

aylanmoqda. Innovatsion texnologiyalar — sun'iy intellekt, raqamli marketing, AR/VR va smart turizm — mamlakatning raqobatbardoshligini keskin oshirdi. Statistik tahlillar shuni ko'rsatadiki, 2019–2024-yillar oralig'ida Turkiyada xorijiy turistlar soni 17 %, turizm daromadlari esa 60 % ga o'sdi. Kelgusida raqamli siyosatni yanada chuqurlashtirish, AI-asosli boshqaruv tizimlarini rivojlantirish va ekologik barqaror yechimlarni keng joriy etish Turkiyani global raqamli turizm markaziga aylantiradi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Özturan, N., Ören, A. Ş., & Çakar, S. Ş. (2024). *Digital Innovations and Market Dynamics of Tourism Businesses in Turkey*. Aurora: Journal of Emerging Business Paradigms, 1(1), 12–17.
<https://ejournal.sangadjimediaspublishing.id/index.php/aurora/article/view/107>
2. Sezer, S., & İlban, O. (2024). *Digital Transformation in Tourism: Opportunities and Challenges for Türkiye and Mediterranean Countries*. Journal of Tourism and Management, 5(1), 62–83.
 Link: <https://jtm.penpublishing.net/arsiv>
3. Akyol, C. (2022). *Contribution of Digital Platforms to Destinations within the Scope of Smart Tourism Applications: Example of “GoTürkiye”*. Nevşehir HBV University Journal of Social Sciences, 10(2), 45–60.
 Link: <https://dergipark.org.tr/en/pub/nevhujs/issue/71244/1130630>
4. Şanlı Güner, S., & Üner, M. (2023). *Dijital Pazarlama Araçlarından Sosyal Medyanın Yabancı Turistlerin Türkiye'yi Tercihleri Üzerine Etkisi*. Journal of Tourism & Gastronomy Studies, 11(4), 102–118.
 Link: <https://ada.atilim.edu.tr/entities/publication/6719a0a4-4497-4037-addc-75d740eef184>
5. Azadaliyev, Ş., & Demirkol, S. (2023). *Evaluation of Augmented Reality and Digital Transformation in Tourism Sector*. Turkish Journal of Tourism Studies, 5(1), 11–26.
 Link: <https://dergipark.org.tr/en/pub/tucade/issue/81197/1346832>
6. Aydınbaş, G. (2023). *An Economic Approach to Smart Tourism (Tourism 4.0) Technologies: The Case of Türkiye*. Journal of Tourism Intelligence and Smartness, 5(1), 1–15.
 Link: <https://dergipark.org.tr/en/pub/jtis/issue/115356/1987031>
7. Turopova, N., & Qulsoatov, A. (2024). *TURIZMNI RIVOJLANTIRISHNING IQTISODIYOTGA TA'SIRI*. Journal of Universal Science Research, 2(11), 199–202. Retrieved from <https://inlibrary.uz/index.php/universal-scientific-research/article/view/59111>