



O'ZBEKISTONDA TURIZM FAOLIYATINI RAQAMLASHTIRISHNING ASOSIY YO'NALISHLARI VA SAMARADORLIGINI OSHIRISH YO'LLARI

Xalqaro ilmiy-amaliy
konferensiya

2025-yil 20-may



**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI DIN ISHLARI BO‘YICHA
QO‘MITASI**
O‘ZBEKISTON XALQARO ISLOM SHUNOSLIK AKADEMIYASI

**“O‘ZBEKISTONDA TURIZM FAOLIYATINI
RAQAMLASHTIRISHNING ASOSIY YO‘NALISHLARI VA
SAMARADORLIGINI OSHIRISH YO‘LLARI”**

mavzusidagi xalqaro ilmiy-amaliy konferensiya materiallari

Материалы международной научно-практической
конференции на тему:

**“ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ И ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ
ЭФФЕКТИВНОСТИ ЦИФРОВИЗАЦИИ ТУРИСТИЧЕСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УЗБЕКИСТАНЕ”**

International scientific and practical conference on the topic
**“MAIN DIRECTIONS OF DIGITALIZATION OF TOURISM
ACTIVITY IN UZBEKISTAN AND WAYS TO INCREASE ITS
EFFICIENCY”**

2025-yil 20-may

Toshkent – 2025

“O‘zbekistonda turizm faoliyatini raqamlashtirishning asosiy yo‘nalishlari va samaradorligini oshirish yo‘llari” mavzusidagi xalqaro ilmiy-amaliy konferensiya materiallari. – T.: O‘zXIA, 2025. – 271 b.

O‘zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi “Islom iqtisodiyoti va moliyasi, ziyorat turizmi” kafedrası tomonidan O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi “2022-2026-yillarga mo‘ljallangan Yangi O‘zbekistonning Taraqqiyot strategiyasi to‘g‘risida”gi PF-60-son va 2023-yil 11-sentabrdagi “O‘zbekiston – 2030” strategiyasi to‘g‘risida”gi PF-158-son farmonlari hamda Oliy ta‘lim, fan va innovatsiyalar vazirining 2024-yil 27-dekabrdagi 490-sonli buyrug‘ining 1-ilovasiga binoan 2025-yilda xalqaro miqyosida o‘tkaziladigan ilmiy va ilmiy-texnik tadbirlar rejasining 236-bandida belgilangan vazifalar ijrosini ta‘minlash maqsadida **“O‘zbekistonda turizm faoliyatini raqamlashtirishning asosiy yo‘nalishlari va samaradorligini oshirish yo‘llari”** mavzusida xalqaro ilmiy-amaliy konferensiya o‘tkazildi. Ushbu konferensiya ishi jarayonida “Turizm sohasini raqamlashtirish va turistik xizmatlarni yagona platformaga birlashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2024-yil 7-dekabrdagi 820-son Qarori ijrosini ta‘minlashga oid tadqiqotlar, xususan, O‘zbekistonda turistik faoliyatni raqamlashtirishning iqtisodiy-ijtimoiy ahamiyati va muammolari, raqamli transformatsiya sharoitida turizmning rivojlanish istiqbollari, turistik obyektlarda xizmat ko‘rsatish madaniyatini oshirishning innovatsion yondashuvlari, shuningdek, turizm industriyasiga 3D, VR, AR texnologiyalarini tatbiq etishda xorij tajribasiga bag‘ishlangan ilmiy ma‘ruzalar muhokama qilindi va mazkur sohani barqaror rivojlantirishga yo‘naltirilgan tizimli ilmiy taklif va amaliy tavsiyalar ishlab chiqildi.

Konferensiya materiallari to‘plamida mamlakatimiz va xorijiy ning iqtisodchi olimlari, tajribali amaliyotchilar, oliy ta‘lim muassasalari professor-o‘qituvchilari, ilmiy-tadqiqot institutlari va markazlarining yetakchi ilmiy xodimlari, doktorant, magistrant va mustaqil tadqiqotchilarning ilmiy-tadqiqot ishlari natijalari mujassamlashgan.

Anjuman O‘zbekiston Respublikasi Oliy ta‘lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi Innovatsion rivojlanish agentligining ilmiy-tadqiqot ishlariga davlat buyurtmasi asosida bajarilayotgan ILM-202405160857 – “Buxoro ziyoratgohlarining elektron 3D modelini yaratish” mavzusidagi innovatsion loyihasi doirasida tashkil etildi.

Mas’ul muharrir:

akademik, i.f.d., prof. N.Tuxliyev

Tahrir hay’ati:

i.f.d., prof. O.T.Astanakulov, i.f.d., prof. R.V.Abdullayev, i.f.d., prof. A.A.Isadjanov,

i.f.n., i.f.n., dots. G.P.G‘ulomova, i.f.n., dots. Z.R.Sodikov,

i.f.n., dots. A.A.Xudoyarov, PhD S.I.Mamurov, U.P.Jiyanov, K.A.Jahongirov,

M.X.Soxibova, M.M.Kurbanova

Taqrizchilar:

i.f.n., dots. A.A.Abdirashidov

PhD, dots. S.Z.Abrorov

Konferensiya materiallari to‘plami O‘zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi O‘quv va ilmiy-uslubiy kengashida muhokama etilgan (2025-yil 4-iyundagi 9-sonli bayonnoma).

Mazkur to‘plamga kiritilgan ma‘ruza maqolalarning mazmuni, ulardagi statistik ma‘lumotlar va me‘yoriy hujjatlar, sanalarning to‘g‘riligiga hamda tanqidiy fikr-mulohazalarga mualliflarning o‘zlari shaxsan mas’uldirlar.

KIRISH SO‘ZI

So‘nggi yillarda global miqyosda turizm sohasi iqtisodiyotning eng tez rivojlanayotgan va raqobatbardosh tarmoqlaridan biriga aylangan bo‘lib, raqamli texnologiyalarning keng joriy etilishi bu jarayonga mutlaqo yangi sur‘atlar bag‘ishlamoqda. Dunyo bo‘ylab turizm xizmatlarining raqamlashtirilishi, sun‘iy intellekt, “big data”, bulutli texnologiyalar, blokcheyn, mobil ilovalar va raqamli to‘lov tizimlarining keng joriy etilishi natijasida nafaqat xizmatlar sifati oshmoqda, balki turistik faoliyatning samaradorligi, shaffofligi va monitoring imkoniyatlari ham sezilarli darajada kuchaymoqda. Bugungi kunda global turizm industriyasida raqamlashtirish tendensiyasi barqaror o‘shishda davom etmoqda. Bu esa har bir davlatdan turizm siyosatini zamonaviy raqamli yechimlar asosida shakllantirishni talab qilmoqda.

O‘zbekiston Respublikasida ham keyingi yillarda turizmni iqtisodiy o‘shishning muhim omili sifatida rivojlantirish bo‘yicha salmoqli islohotlar amalga oshirilmoqda. Xususan, Prezidentimiz Shavkat Mirziyoyevning tashabbusi bilan sohani tubdan isloh qilish, normativ-huquqiy asoslarni takomillashtirish, xorijiy va ichki investitsiyalarni jalb etish, turizm infratuzilmasini yangilash, sayyohlar uchun qulay muhit yaratish va eng muhimi, turizm raqamlashtirish jarayonlarini kengaytirish borasida muhim strategik dasturlar amalga oshirildi. Davlat rahbari o‘z nutqlarida zamonaviy texnologiyalarni turizmga integratsiya qilishni, raqamli xizmatlar orqali sayyohlar uchun qulayliklar yaratishni, turizm sohasida xalqaro raqobatbardoshlikni oshirishni muhim vazifalardan biri sifatida qayd etib kelmoqda.

Jumladan, “Raqamli O‘zbekiston – 2030” strategiyasi doirasida turizmni raqamlashtirish ustuvor yo‘nalish sifatida belgilanib, bu borada muhim tashabbus va loyihalar amalga oshirilmoqda. O‘zbekistonning “2023–2026 yillarda turizmni rivojlantirish strategiyasi”da esa raqamli transformatsiya, raqamli marketing, onlayn bronlash tizimlari, sun‘iy intellekt asosida tahliliy platformalar yaratish kabi muhim masalalar ilgari surilgan. Bu esa mamlakatimizda turizm sohasi bo‘yicha ilmiy tadqiqotlar olib borish va xalqaro tajribalarni chuqur o‘rganish zaruratini yanada kuchaytirmoqda.

Mazkur xalqaro ilmiy-amaliy konferensiya ana shunday dolzarb masalalarni atroflicha muhokama qilish, turizmni raqamlashtirish borasidagi ilmiy yondashuvlar, amaliy tajribalar va innovatsion g‘oyalarni birlashtirish maqsadida tashkil etilgan. Konferensiyaning asosiy maqsadi – O‘zbekistonda turizm faoliyatini raqamlashtirish jarayonini tahlil qilish, samaradorligini oshirish yo‘llarini aniqlash, ilg‘or xalqaro tajribalarni o‘rganish hamda ushbu jarayonlarda ilmiy-nazariy asoslar va amaliy yechimlar asosida takliflar ishlab chiqishga xizmat qilishdir. Shuningdek, konferensiya doirasida turizm sohasida ta’lim, ilm-fan va amaliyot integratsiyasini ta’minlash, xalqaro hamkorlikni kengaytirish ham ko‘zda tutilgan.

Taqdim etilayotgan maqolalar quyidagi seksiyalar bo‘yicha tasniflangan bo‘lib, har bir yo‘nalish bugungi kun turizm sohasining dolzarb muammolariga yechim topishga qaratilgan:

1. O‘zbekistonda turizm faoliyatini raqamlashtirishning ilmiy-nazariy asoslari va konseptual yondashuvlari – ushbu seksiyada turizmning raqamli transformatsiyasi

bo'yicha nazariy modellarning muhokamasi, konseptual yechimlar va ilmiy asoslar tahlil qilinadi;

2. Zamonaviy raqamli texnologiyalar asosida turizm infratuzilmasini rivojlantirishning muammolari va istiqbollari – mazkur yo'nalishda raqamli infratuzilma, “aqlli shahar” texnologiyalari, raqamli xaritalar va xizmatlar integratsiyasi masalalari ko'rib chiqiladi;

3. Turizm xizmatlari sifatini oshirish va hududiy raqobatbardoshlikni ta'minlashning zamonaviy yo'nalishlari – xizmat ko'rsatish sohasida raqamli innovatsiyalar orqali sifatlilik va raqobatbardoshlikni ta'minlash yo'llari tahlil qilinadi;

4. Ziyorat turizmni rivojlantirishning hududiy xususiyatlari va innovatsion yondashuvlari – ushbu seksiyada O'zbekistondagi ziyorat turizmining raqamli rivojlanish imkoniyatlari, mahalliy va hududiy xususiyatlar asosida tahlillar beriladi;

5. Turizm sohasida kadrlar tayyorlash tizimini takomillashtirish va xalqaro hamkorlikni kengaytirish imkoniyatlari – bu yo'nalishda raqamli kompetensiyalar, malaka oshirish, akademik almashinuvlar va xalqaro tajriba asosida kadrlar salohiyatini oshirish masalalari yoritiladi.

Ushbu konferensiya materiallari nafaqat O'zbekistonda, balki xalqaro miqyosda ham turizmni raqamlashtirish jarayonlariga ilmiy-nazariy va amaliy hissa qo'shadi, degan umiddamiz. Konferensiya ishtirokchilari tomonidan ilgari surilgan fikr-mulohaza, taklif va tavsiyalar esa turizm siyosatini yanada takomillashtirishda muhim ahamiyat kasb etadi.

O‘zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi rektori

RAQAMLI TEXNOLOGIYALARNING TURIZM XIZMATLARINI TAKOMILLASHTIRISHDAGI O‘RNI

Annotatsiya. Turizm – zamonaviy iqtisodiyotning eng innovatsion sohalaridan biri hisoblanadi. Raqamli texnologiyalarning jadal rivojlanishi turistik xizmatlarning sifati va samaradorligiga bevosita ta’sir ko‘rsatmoqda. Ushbu maqolada raqamli texnologiyalar, xususan, mobil ilovalar, onlayn bron qilish tizimlari, sun’iy intellekt, virtual haqiqat, raqamli xaritalar va elektron to‘lov tizimlarining turizmga qo‘llanilishi tahlil qilindi. Xorijiy davlatlar tajribasi asosida raqamlashtirish orqali xizmatlar sifatini oshirish yo‘llari o‘rganildi. Shuningdek, O‘zbekistonda turizm xizmatlarini raqamlashtirishning dolzarb yo‘nalishlari, mavjud imkoniyatlar hamda bu borada mavjud muammolar yoritildi. Maqolada raqamli texnologiyalarni joriy etish orqali turistik xizmatlar sifati va boshqaruv samaradorligini oshirish, sayyohlar uchun qulay muhit yaratish va xalqaro raqobatbardoshlikni kuchaytirish bo‘yicha taklif va tavsiyalar ilgari surildi.

Kalit so‘zlar: raqamli texnologiyalar, turizm xizmatlari, xizmat sifati, samaradorlik, mobil ilovalar, onlayn bron tizimi, sun’iy intellekt, virtual haqiqat, elektron to‘lov tizimlari, raqamli transformatsiya, turistik infratuzilma, axborot-kommunikatsiya texnologiyalari (AKT).

Аннотация. Туризм является одним из самых инновационных секторов современной экономики. Стремительное развитие цифровых технологий напрямую влияет на качество и эффективность туристических услуг. В данной статье анализируется использование цифровых технологий в туризме, в частности, мобильных приложений, систем онлайн-бронирования, искусственного интеллекта, виртуальной реальности, цифровых карт и электронных платежных систем. На основе опыта зарубежных стран изучены пути повышения качества услуг за счет цифровизации. Также освещены актуальные направления цифровизации туристических услуг в Узбекистане, имеющиеся возможности и существующие проблемы в этом плане. В статье выдвинуты предложения и рекомендации по повышению качества и эффективности управления туристическими услугами за счет внедрения цифровых технологий, создания благоприятной среды для туристов и укрепления международной конкурентоспособности.

Ключевые слова: цифровые технологии, туристические услуги, качество обслуживания, эффективность, мобильные приложения, система онлайн-бронирования, искусственный интеллект, виртуальная реальность, электронные платежные системы, цифровая трансформация, туристическая инфраструктура, информационно-коммуникационные технологии (ИКТ).

Abstract. *Tourism is one of the most innovative sectors of the modern economy. The rapid development of digital technologies directly affects the quality and efficiency of tourism services. This article analyzes the use of digital technologies in tourism, such as mobile applications, online booking systems, artificial intelligence, virtual reality, digital cards and electronic payment systems. Based on the experience of foreign countries, ways to improve the quality of services through digitalization are studied. It also highlights current areas of digitalization of tourism services in Uzbekistan, existing opportunities and existing problems in this regard. The article puts forward proposals and recommendations for improving the quality and efficiency of tourism services management through the introduction of digital technologies, creating a favorable environment for tourists and strengthening international competitiveness.*

Keywords: *digital technologies, tourism services, service quality, efficiency, mobile applications, online booking system, artificial intelligence, virtual reality, electronic payment systems, digital transformation, tourism infrastructure, information and communication technologies (ICT).*

O‘zbekistonda iqtisodiyotning raqamli transformatsiyasi davlat siyosatining muhim ustuvor yo‘nalishlaridan biri sifatida tan olingan. So‘nggi yillarda raqamli texnologiyalarni keng miqyosda joriy etish orqali iqtisodiy taraqqiyot va xizmat ko‘rsatish tizimini takomillashtirishga alohida urg‘u berilmoqda. Ushbu jarayon mamlakatda qabul qilingan “Raqamli O‘zbekiston – 2030” strategiyasi asosida aniq maqsadlar va amaliy choralar bilan yo‘lga qo‘yilgan¹. Mazkur strategiya turli iqtisodiy tarmoqlarda, xususan, xizmat ko‘rsatish sohasida innovatsion texnologiyalarni kengaytirish va ularni tez fursatda joriy etishga qaratilgan. Dunyo miqyosida xizmat ko‘rsatish sohasi raqamli iqtisodiyotning ajralmas tarkibiy qismiga aylanmoqda. Shu bilan birga, zamonaviy texnologiyalar mijozlarga ko‘rsatiladigan xizmatlar sifatini sezilarli darajada yaxshilash imkonini bermoqda. Xalqaro tajriba shuni tasdiqlaydiki, raqamli transformatsiya xizmatlarni avtomatlashtirish, xarajatlarni qisqartirish va iste‘molchilarning ehtiyojlariga mos yechimlar taklif qilishda muhim rol o‘ynaydi. Shunga o‘xshash o‘zgarishlar bugungi kunda O‘zbekistonda ham keng ko‘lamda kuzatilmoqda.

Raqamli texnologiyalarning tez sur‘atlar bilan rivojlanishi turizm sanoatiga ham sezilarli ta‘sir ko‘rsatmoqda. Ular hozirda iqtisodiy sohalarda raqobatbardoshlikni oshirishning muhim vositasi sifatida xizmat qilmoqda. Bugungi raqamli davrda ushbu texnologiyalar turizm sohasi vakillari bilan sayohatchilar o‘rtasida tezkor, samarali va ishonchli aloqa o‘rnatishga imkon yaratadi. Shu boisdan turizm sanoati raqamli yechimlarga sarmoya kiritishga tobora ko‘proq e‘tibor qaratmoqda. 2024-yil holatiga ko‘ra, internet foydalanuvchilari soni 5,35 milliard kishiga yetib, bu ko‘rsatkich jahon aholisi sonining 66,2 foizini tashkil etdi².

Raqamli inqilob turizmning barcha sektorlari, xususan, mehmonxona biznesida

¹ <https://lex.uz/ru/docs/-5030957>

² Mota, Beatriz, Orlando Lima Rua, and Isabel Neira-Gómez. "New advances in science mapping and performance analysis of the open innovation and tourism relationship." *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity* 10.1 (2024): 100154.

muhim o'zgarishlarni yuzaga keltirdi. Ushbu texnologiyalar mehmonxona faoliyatining samaradorligini oshirish, raqobat ustunligini ta'minlash vositasi sifatida muhim ahamiyat kasb etmoqda³. Mehmonxonalar an'anaviy tarzda mehnat talab qiluvchi soha hisoblangan bo'lsa-da, raqamli texnologiyalar ular faoliyatining tub mohiyatini o'zgartira boshladi.

Raqamli transformatsiya deganda axborot, hisoblash, aloqa va ulanish texnologiyalari uyg'unligida jarayonlarga sifat jihatidan yangi xususiyatlar berish orqali tizimni rivojlantirish tushuniladi⁴.

Bugungi kunda o'z-o'ziga xizmat ko'rsatish tizimlari, robot texnologiyalari, blokcheyn, katta hajmdagi ma'lumotlarni tahlil qilish, mobil ilovalar, ijtimoiy tarmoqlar va axborot tizimlari mehmonxona biznesida operatsion jarayonlar va qiymat zanjirining boshqaruvini tubdan o'zgartirib yuborishi mumkin⁵. Mehmonxonalar ushbu texnologiyalar yordamida xizmat ko'rsatish jarayonini, buyurtmalarni, mijoz ehtiyojlari va imkoniyatlarni, resurslar taqsimotini, mijozlar bilan aloqalarni hamda yetkazib beruvchilar bilan hamkorlikni samarali boshqarish imkoniyatiga ega bo'ladi. Bu esa, o'z navbatida, moliyaviy natijalar, xizmatlar sifati, raqobatbardoshlik, resurslardan oqilona foydalanish, moslashuvchanlik va boshqa ko'rsatkichlarda ijobiy o'zgarishlarga olib keladi.

Turizm bozorida sun'iy intellekt katta moliyaviy investitsiyalar hisobiga katta o'zgarishlarni boshdan kechirmoqda. Sayohat va mehmondo'stlik sektori ilg'or AI texnologiyalari, mijozlarga avtomatlashtirilgan xizmat ko'rsatish, dinamik narxlarni belgilash va shaxsiy sayohatni rejalashtirishgacha integratsiyalashganligi sababli, sanoat kuchli o'sishga erishmoqda. Ushbu evolyutsiya bozor bahosining o'sishi, katta miqdorda moliyalashtirish va sayohatchilarning turizm xizmatlari bilan qanday munosabatda bo'lishi va o'zaro munosabatini qayta belgilovchi innovatsion yechimlarning keng tarqalishi bilan ajralib turadi.

Turizm bozorida sun'iy intellektning ulushi uning moliyaviy ko'lamini va kelajakdagi salohiyatini ta'kidlaydi. Sayyohlik bozoridagi sun'iy intellekt qiymati 2024-yilda 2,95 milliard AQSh dollarini tashkil etdi. 2030-yilda mazkur ko'rsatkich 13,38 milliard dollarni tashkil etilishi kutilmoqda⁶.

Global sayohatni rejalashtiruvchi ilovalar bozori 2024 yilda 544,1 milliard dollarni tashkil qilgan bo'lsa, 2032-yilga kelib 1,445,1 milliard dollargacha kengayishi prognoz qilinmoqda⁷ (1-rasm).

Diagramma 2024-yildan 2032-yilgacha AI asosidagi sayohat rejalashtiruvchi ilovalar bozori hajmining o'sishini milliard AQSh dollari hisobida aks ettiradi. Unda bozor hajmi 2024-yilda 544,1 milliard dollardan boshlanib, 2032-yilga kelib taxminan 1 496,75 milliard dollarga yetishi ko'rsatilgan bo'lib, bu 11,90% yillik

³ Hassan, S. S., Meisner, K., Krause, K., Bzhalava, L., & Moog, P. (2023). Is digitalization a source of innovation? Exploring the role of digital diffusion in SME innovation performance. *Small Business Economics*, 1-23.

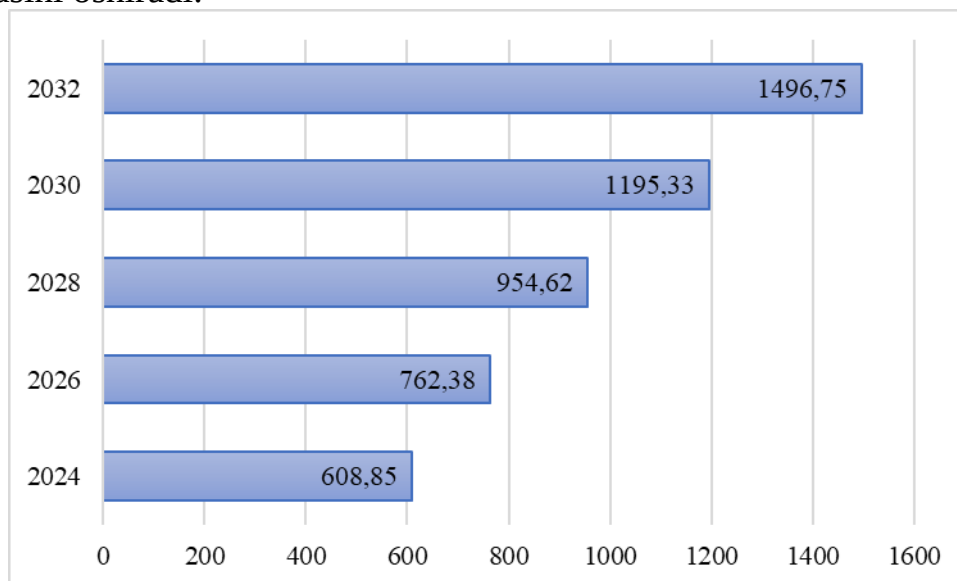
⁴ Gutierrez, Ives, João J. Ferreira, and Paula O. Fernandes. "Digital transformation and the new combinations in tourism: A systematic literature review." *Tourism and Hospitality Research* 25.2 (2025): 194-213.

⁵ Lenuwat, P., & Boon-itt, S. (2022). Information technology management and service performance management capabilities: An empirical study of the service supply chain management process. *Journal of Advances in Management Research*, 19(1), 55-77.

⁶ <https://artsmart.ai/blog/ai-in-tourism-statistics/>

⁷ <https://artsmart.ai/blog/ai-in-tourism-statistics/>

oʻrtacha oʻsish surʼati (CAGR) bilan izohlanadi. Barqaror oʻsish tendensiyasi sunʼiy intellekt asosidagi sayohat rejalashtirish yechimlariga boʻlgan talabning ortib borayotganini koʻrsatmoqda. Ushbu yechimlar shaxsiylashtirilgan tavsiyalarni yaxshilaydi, sayohatni rejalashtirish jarayonini soddalashtiradi va foydalanuvchi tajribasini oshiradi.



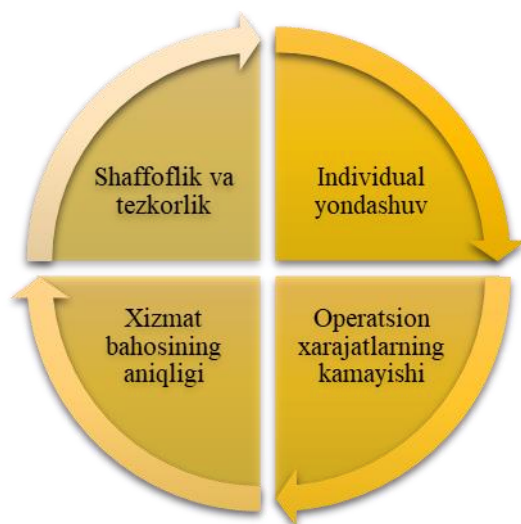
1-rasm. Sayohatni rejalashtirish ilovalar bozorining 2032-yilgacha prognozi⁸

Bozor kengayishi sayyohlar va biznes subyektlari oʻrtasida bu texnologiyalarning keng qoʻllanilayotganini anglatadi hamda sayohat sohasida AI texnologiyalariga asoslangan innovatsiyalarning istiqboli kuchli ekanligini koʻrsatadi. Bu oʻsish, shuningdek, isteʼmolchilarning sayohatni rejalashtirishda raqamli vositalarga tobora koʻproq tayanayotganini ifodalaydi, chunki sayohatchilar oʻz ehtiyojlariga moslashtirilgan va optimallashtirilgan tajribalar uchun sunʼiy intellektga asoslangan ilovalardan keng foydalanmoqdalar. Bozor hajmining barqaror oʻsishi AI texnologiyalarining kundalik sayohat qarorlariga tobora chuqurroq singib borayotganini tasdiqlaydi.

Raqamli texnologiyalar turizmning barcha bosqichlarida qoʻllanilmoqda – sayohatni rejalashtirish, bron qilish, toʻlovlar amalga oshirish, yoʻnalishlarni aniqlash, xizmatlar sifati baholash kabi jarayonlar tobora avtomatlashtirilmoqda. Xususan, mobil ilovalar orqali mehmonxonalar, transport, ovqatlanish va ekskursiyalarni bron qilish imkoniyati mavjud, virtual va kengaytirilgan haqiqat (VR/AR) texnologiyalari sayyohlarga sayohat oldidan manzil haqida tasavvur hosil qilishga yordam beradi, sunʼiy intellekt (AI) asosidagi chat-botlar 24/7 xizmat koʻrsatishni taʼminlaydi, blokcheyn texnologiyalari sayohat maʼlumotlari xavfsizligini taʼminlaydi, QR-kod va raqamli xaritalar orqali sayyohlik obyektlari haqida tezkor maʼlumot olish mumkin.

Raqamlashtirish xizmatlar sifatining sezilarli darajada oshishiga olib kelmoqda. Quyidagi xususiyatlarni asosiy taʼsir omillari sifatida ajratib koʻrsatish mumkin (2-rasm).

⁸ <https://artsmart.ai/blog/ai-in-tourism-statistics/> maʼlumotlari asosida muallif ishlanmasi



2-rasm. Turistik xizmatlarni raqamlashtirish xususiyatlari⁹

Soʻnggi yillarda Oʻzbekiston turizm sohasini raqamlashtirish yoʻlida sezilarli qadamlar tashladi. Jumladan:

- eTourism.uz platformasi orqali turistik xizmatlar yagona markazdan taklif qilinmoqda;
- Uzbekistan.travel sayti xorijiy sayyohlar uchun raqamli axborot manbai sifatida faol ishlamoqda;
- Onlayn toʻlov va elektron viza tizimi xorijiy sayyohlar uchun bir qator qulayliklar yaratmoqda;
- Mahalliy hokimiyatlar tomonidan ziyorat turizmi yoʻnalishlarida QR-kodli axborot stendlari oʻrnatilmoqda;
- “Smart City” va “Smart Tourism” loyihalari bir qator hududlarda bosqichma-bosqich joriy etilmoqda.

Raqamli texnologiyalarni turizm sohasiga joriy etish xizmatlar sifatini oshirish va samaradorlikni taʼminlashning eng muhim vositalaridan biridir. Oʻzbekistonda bu borada sezilarli ishlar amalga oshirilmoqda, biroq global raqobatda muvaffaqiyatga erishish uchun doimiy innovatsion yondashuv, texnologik infratuzilma va malakali kadrlar tayyorlash dolzarb vazifa boʻlib qolmoqda.

Foydalanilgan adabiyotlar roʻyxati:

1. <https://lex.uz/ru/docs/-5030957>
1. Mota, Beatriz, Orlando Lima Rua, and Isabel Neira-Gómez. "New advances in science mapping and performance analysis of the open innovation and tourism relationship." *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity* 10.1 (2024): 100154.
2. Hassan, S. S., Meisner, K., Krause, K., Bzhalava, L., & Moog, P. (2023). Is digitalization a source of innovation? Exploring the role of digital diffusion in SME innovation performance. *Small Business Economics*, 1-23.
3. Gutierrez, Ives, João J. Ferreira, and Paula O. Fernandes. "Digital transformation and the new combinations in tourism: A systematic literature review."

⁹ Muallif ishlanmasi

Tourism and Hospitality Research 25.2 (2025): 194-213.

4. Lenuwat, P., & Boon-itt, S. (2022). Information technology management and service performance management capabilities: An empirical study of the service supply chain management process. Journal of Advances in Management Research, 19(1), 55-77.

5. <https://artsmart.ai/blog/ai-in-tourism-statistics/>

Нурислом ТУХЛИЕВ,
Ўзбекистон Республикаси Фанлар академияси ҳақиқий аъзоси, академик,
Ўзбекистон халқаро илмушунослик академияси профессори, и.ф.д.,
Шаҳло МАКСУДОВА,
Ўзбекистон халқаро илмушунослик академияси талабаси

ЎЗБЕКИСТОНДА ТУРИСТИК ФАОЛИЯТНИ РАҚАМЛАШТИРИШНИНГ ИҚТИСОДИЙ-ИЖТИМОЙ АҲАМИЯТИ ВА МУАММОЛИ ЖИҲАТЛАРИ

Аннотация. Мазкур мақолада Ўзбекистонда туристик фаолиятни рақамлаштиришнинг иқтисодий ва ижтимоий аҳамияти, имкониятлари ва муаммоли жиҳатлари ёритилган. Унда рақамли технологиялар – сунъий интеллект, катта маълумотлар, мобил иловалар, кенгайтирилган ҳақиқат, блокчейн ва бошқа илгор АКТ воситалари туризм соҳасига қандай янгиликлар олиб кираётгани таҳлил қилинади. Муаллифлар пандемиядан сўнг рақамлаштириш жараёнининг жадаллашуви, мижозларга хизмат кўрсатишида янги имкониятлар, туризм индустриясининг трансформацияланиши ҳамда кичик бизнес учун мавжуд тўсиқларни очиб беради. Шунингдек, туризмда рақамли воситалар орқали барқарор ривожланишни таъминлаш йўллари кўрсатиб ўтилади.

Калит сўзлар: рақамлаштириш, туризм, сунъий интеллект, АКТ, хизмат сифати, мобил иловалар, туристик трансформация

Аннотация. В данной статье рассматривается экономическое и социальное значение цифровизации туристической деятельности в Узбекистане. Анализируются новейшие цифровые технологии, такие как искусственный интеллект, большие данные, мобильные приложения, блокчейн, дополненная и виртуальная реальность, а также их влияние на развитие туристической индустрии. Авторы подчеркивают ускорение цифровой трансформации после пандемии, раскрывают проблемы и барьеры для малого бизнеса, а также возможности по улучшению качества обслуживания клиентов. Отдельное внимание уделено обеспечению устойчивого туризма посредством цифровых решений.

Ключевые слова: цифровизация, туризм, искусственный интеллект, ИКТ, качество обслуживания, мобильные приложения, туристическая трансформация.

Abstract. This article explores the economic and social significance of the

digitalization of tourism activities in Uzbekistan. It analyzes how advanced digital technologies – such as artificial intelligence, big data, mobile applications, blockchain, augmented and virtual reality – are transforming the tourism sector. The authors discuss the acceleration of digital transformation following the pandemic, highlight barriers faced by small businesses, and examine emerging opportunities to enhance customer service. The article also presents ways to ensure sustainable tourism through digital tools and platforms.

Keywords: digitalization, tourism, artificial intelligence, ICT, service quality, mobile applications, tourism transformation.

Сўнгги йилларда рақамли технологиялар барқарор туризмни ривожлантиришнинг асосий омили сифатида тобора кўпроқ эътироф этилмоқда. Бу омил туристик фаолиятни бошқаришни такомиллаштириш, ташриф буюрувчиларга ахборот кўлами ва сифатини таъминлаш учун янги имкониятлар яратмоқда. Ижтимоий медиа, мобил иловалар ва катта маълумотлар таҳлили каби рақамли технологиялар сайёҳлик йўналишларининг ишлаш, мулоқот қилиш ва сайёҳлар ва манфаатдор томонлар билан алоқа қилиш усуллари инқилоб қилиш потенциалига эгадир.

Жамият технологик тараққиётнинг кучли таъсири остида бўлган даврни бошидан кечирмоқда. Ушбу рақамли трансформация сунъий интеллект, катта маълумотлар, булутли ҳисоблаш, виртуал ҳақиқат, тўлдирилган реаллик ва бошқалар каби технологияларнинг тарқалиши ҳисобига туризм индустрияси тузилмасини тубдан ўзгариб юбормоқда.

Рақамли технология бутун дунё бўйлаб кўплаб корхоналарнинг муҳим ва ажралмас қисми бўлиб, уларнинг имкониятларини яхшилаш учун асосий иқтисодий сегментлар ва бозорларни яхшилаш имконини беради. Айтиш мумкинки, рақамлаштириш компанияларнинг ривожланиши ва бозор кўрсаткичларида инновациялар учун ижобий воситачидир.

Интернетнинг тарқалиши вақт ўтиши билан ривожланаётган технологик ечимлар паст рақамлаштириш технологиялардан ўрта рақамли технологияларга ўсиб ўтмоқда. Рақамлаштиришнинг паст технологиялари сифатида асосий офис дастурлари, ихтисослашган молиявий дастурлар, ходимлар интернет, электрон почта, онлайн маълумотларни сақлаш, видео конференция, онлайн ҳамкорликда ишлаш, интернет банкинг, ижтимоий медиа, веб-сайт ва бошқаларни кўрсатиш мумкин. Ўрта рақамлаштириш технологиялари сифатида Google Analytics каби таҳлилий воситалардан фойдаланилади. Буларга мижозлар билан муносабатларни бошқариш тизими, мобил иловалар, онлайн профессионал тармоқлар ва бошқаларни киритиш мумкин.

Туризмдаги технологик эволюция ва имкониятлардан кўриниб турибдики, туризм 4.0 учун асосий технологиялар сунъий интеллект, катта маълумотлар таҳлили, нарсалар интернет, блокчейн, булутли ҳисоблаш, виртуал ва кенгайтирилган ҳақиқатдир. Лекин вақт ўтиши билан у янада ривожланган технологияларни ҳам ўз ичига олиши табиий.

Сайёҳлик фаолиятини такомиллаштириш рақамли ва ривожлантиришда технологияларнинг аҳамияти жуда катта.

1. *Маълумотларга осон кириш.* Рақамли платформалар саёҳатчиларга манзиллар, диққатга сазовор жойлар, меҳмонхоналар ва маҳаллий маданият ҳақида маълумот олишни осонлаштиради. Веб-сайтлар, иловалар ва ижтимоий тармоқлар саёҳатчиларга режалаштириш жараёнида ёрдам беради.

2. *Шахсий тавсиялар.* Алгоритмлар ва маълумотлар таҳлили ёрдамида рақамли технологиялар саёҳатчиларнинг қизиқишларига мос келадиган шахсийлаштирилган таклифларни тақдим этади. Бу саёҳатчиларга ўзларига мос келадиган тажрибаларни кашф этишда ёрдам беради.

3. *Онлайн бронь қилиш.* Онлайн бронь қилиш тизимлари парвозлар, меҳмонхоналар ва фаолиятларни зудлик билан резервация қилиш жараёнини соддалаштиради. Саёҳатчилар нархларни солиштириш, шарҳларни ўқиш ва маълумотли қарорлар қабул қилиш имкониятига эга бўлишади.

4. *Мобил иловалар.* Саёҳат иловалари навигация, таржима хизматлари ва маҳаллий воқеалар ёки об-ҳаво шароитлари ҳақида реал вақт янгиланишларини тақдим этади. Улар шунингдек, маршрутни бошқариш ва хариталарни офлайн кўриш имкониятини ҳам беради.

5. *Кенгайтирилган ва виртуал ҳақиқат.* Ушбу технологиялар тажрибани бойитади, масалан, AR тарихий маълумотларни диққатга сазовор жойларга қўйиши мумкин, VR эса манзилларни ташриф буюрмасдан олдин виртуал саёҳат қилиш имконини беради.

6. *Ижтимоий тармоқлардаги алоқалар.* Саёҳатчилар ўз тажрибаларини баҳам кўриш, тавсиялар сўраш ва бошқа саёҳатчилар билан боғланиш учун ижтимоий тармоқлардан фойдаланадилар. Бу ҳам саёҳат қарорларига таъсир қилади.

7. *Мижозларга хизмат кўрсатиш.* Чатботлар ва сунъий интеллект асосидаги мижозларга хизмат кўрсатиш платформалари зудлик билан ёрдам бериш имконини беради, саволларга жавоб бериш ва муаммоларни ҳал қилишда фойдалидир.

8. *Шарҳлар ва фикрлар.* Рақамли платформалар саёҳатчиларга шарҳлар қолдириш ва фикр билдириш имконини беради, бу келажакдаги саёҳатчиларга маълумот олишга ёрдам беради ва бизнесга хизматларни яхшилашга ёрдам беради.

9. *Барқарорлик ташаббуслари.* Мобил иловалар экологик тоза вариантлар ҳақида маълумот тақдим этиши ёки саёҳатчиларга offset қилиш имкониятини бериши орқали барқарор туризм амалиётларини рағбатлантиради.

Пандемия сайёҳлик ва сайёҳлик индустриясини рақамлаштиришни тезлаштирди, чунки деярли барча жараёнлар энди онлайн тарзда содир бўладиган бўлди, туризм компаниялари ҳам, саёҳатчилар ҳам ўзларининг платформалари, иловалари ва рақамли кўникмаларига сармоя киритдилар. Ушбу тенденция туризм индустриясини ривожлантиришда давом этади ва саёҳатчиларга кўпроқ имкониятлар беради.

Технологик ривожланиш маҳаллий сайёҳлик шаҳарлари, ташкилотлари, корхоналари ва ҳукуматларида туризм индустриясини ҳаракатга келтирди. Туризм бозорини ривожлантириш нуқтаи назаридан АКТ, кенг қамровли маълумотлар тармоғи маркетинги ва бошқа виртуал туризм технологиялари

бозорни ривожлантириш потенциалини яратиши ва компаниялар учун бозор позициясини яхшилаши мумкин.

Туризм индустриясида ахборотни қабул қилиш ва қўллаш одатда корпоратив инновациялар манбаи сифатида қабул қилинади. АКТни жорий этиш туризм корхоналарининг рентабеллигини ошириш билан бирга ташкилий самарадорликни ошириши мумкин. VR, AR, 3D рақамли технологиялар ва мобил технологиялар компаниянинг туризм индустриясидаги иш фаолиятини ва рақобатбардошлигини ошириш учун ишлатилиши мумкин ва бу технологиялар иктисодий барқарорликка катта ҳисса қўшади.

АКТни қўллаш ва жорий этиш туризм индустриясини ривожлантиришда муҳим роль ўйнайди. Шунингдек, музейлар томонидан қабул қилинган MR технологияси, йўналишлар томонидан қабул қилинган AR технологияси, ақлли сайёҳлик маҳсулотлари ва сайёҳлик экологик резервлаш тизимлари каби илғор рақамли технологиялар олдинги ривожланиш босқичига катта ҳисса қўшиб, туризмнинг келажакдаги ривожланишини таъминлаш имконини беради. Шунингдек, кейинги босқичларда туризм индустрияси стратегияларини шакллантириш ва амалга ошириш учун фойдалидир. Электрон муҳит туризмнинг фаол ва соғлом ривожланиши учун ажойиб қўмаклашиш воситасидир. Бундан ташқари, иловалар мижозларга меросни сақлаб қолиш нуқтаи назаридан кўпроқ тарихий шаҳарларни тушунишга ва шуларнинг туристик шаҳар сифатида ривожланишига ёрдам беради.

Мавжуд муаммоларни ҳал қилиш учун стратегик режалаштириш, технологияга сармоя киритиш ва туризм экотизимидаги барча манфаатдор томонлар ўртасида ҳамкорлик зарур. Чунки:

Биринчидан, бугунги бизнес муҳити тез-тез ўзгарувчан бозор тенденциялари, глобаллашув ва технологик ютуқларга дуч келиши сабабли, фирмалар ўз жараёнлари, стратегиялари ва маданиятини доимий равишда қайта кўриб чиқишлари керак. Бироқ ўзгариш жараёнлари жуда қийин. Маълумотлар шуни кўрсатадики, ўзгаришларни амалга ошириш ҳаракатларининг учдан икки қисмидан кўпи муваффақиятсизликка учрайди. Ўзгартиришдаги энг муҳим муваффақиятсизликлардан бири бу ходимларнинг ўзгаришларга бўлган муносабатидир. Ходимлар кўпинча ўзгаришларни қабул қилишга тайёр бўлмайдилар ва ўзгаришларнинг киритилишини адолатсиз ҳаракат сифатида қабул қиладилар. Шунинг учун ҳам улар ўзгаришларга нисбатан салбий реакцияларни намоён этдилар.

Иккинчидан, маълумотлар хизмати ва маҳсулот провайдерлари ўзларининг инфратузилмаси ва хизматларни тақдим этиш усуллари химоя қилишлари керак. Катта маълумотлар хавфсизлигининг асосий мақсади унинг махфийлиги, яхлитлиги ва мавжудлигини таъминлашдир.

Маълумотларнинг махфийлигини сақлаш маълумотларнинг ҳимояланганлигини ва унинг ҳаёт айланишининг исталган нуқтасида рухсатсиз томонларга ошкор этилмаслигини таъминлайди. IoT қурилмалари, сенсорлар ва қўллаб-қувватлаш тизимларидан тўпланган маълумотлар, шу жумладан фойдаланувчиларнинг шахсий маълумотлари самарали ҳимояланмаган. Шахсий маълумотларни ҳимоя қилмаслик махфийлик билан боғлиқ

муаммоларни келтириб чиқаради.

Учинчидан, молиявий ресурсларнинг етишмаслиги туфайли харажат кичик бизнес учун рақамли технологияларни жорий этишдаги асосий тўсиқлардан бири ҳисобланади. Чунки кичик бизнес ресурслари ва пул оқими чекланган. Рақамли технологияларни қабул қилиш катта сармояни талаб қилади. Шунинг учун кичик ва ўрта бизнес хизматларини рақамлаштириш даражаси паст бўлиши мумкин. Нархлар кичик бизнес томонидан рақамли технологияларни қабул қилиш учун асосий тўсиқдир. Молиявий етишмаслик эса тўсиқларни келтириб чиқариши мумкин. Шунинг учун кичик бизнес биринчи навбатда ушбу тўсиқларни бартараф этишга мажбур.

Тўртинчидан, кичик бизнесда рақамли технологияларни қўллашда асосий тўсиқлардан яна бири инсон ресурсларидир. Йирик фирмалар учун малакали ходимларни жалб қилиш осон, чунки уларга муносиб иш ҳақи бера олади. Йирик фирмалар иқтидорларни чет элдан ҳам ёллашлари мумкин. Кичик бизнеснинг чекланган капитал ресурслари ва тармоқлари бор, бу уларга хорижий ишчиларга сармоя киритишга тўсқинлик қилади. Шу сабабли, кичик бизнес рақамли трансформацияни қабул қилиш учун мос келадиган ходимларни ёллашда қийинчиликларга дуч келиши мумкин. Кичик хизмат кўрсатиш бизнеси ҳукуматдан кичик бизнесга малакали иқтидорларни топиш ва ўз ходимларини ўқитишга ёрдам бериш учун рақамли платформа ва дастурлар тақдим этишини кутади.

Трансформация нуқтаи назаридан кичик хизмат кўрсатиш бизнесига ёрдам бериш учун давлатнинг роли катта. Маблағ етишмаслиги ва имкониятларнинг етарли эмаслиги сабабли, кичик хизмат кўрсатиш бизнеси ўзининг рақамли платформасини кура олмайди. Бундан ташқари, иқтисодий жиҳатдан камроқ фойдали бўлганлиги сабабли, учинчи томоннинг рақамли платформаси мавжуд бўлмаслиги мумкин. Шу сабабли, ҳукумат кичик бизнесга рақамли трансформация учун ёрдам бериши лозим. Электрон тижорат, расмий веб-сайтлар, ижтимоий тармоқлар, мобил иловалар ва бошқалар каби кўплаб рақамли воситалар мавжуд. Турли хил рақамли воситалар маълум маҳсулотлар, хизматлар ва аниқ мақсадлар учун мос келади. Шунинг учун кичик бизнес ўз бизнесидан фойдаланиш учун мос келадиган бир ёки иккита рақамли воситани топиши керак.

Шуни таъкидлаш лозимки, туризмда кўп жиҳатлар тезлашмоқда ва осонлашмоқда. Бироқ, мижозларга хизмат кўрсатиш билан боғлиқ масалаларни муаммосиз ҳал қилиш ва мижозларнинг хоҳишларига кўпроқ мос келадиган тўғри вариантларни топишни яхшилаш учун ҳали кўп имкониятлар бор. Саёҳат соҳасидаги компаниялар аллақачон кўплаб маълумотларга эга ва кўпроқ маълумот тўплашда давом этмоқда. Аммо бу маълумотларга қандай муносабатда бўлиш муаммо бўлмаслиги керак.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Ўзбекистон Республикасининг “Туризм тўғрисида”ги Қонуни. Қонун ҳужжатлари маълумотлар миллий базаси, 19.07.2019 й., 03/19/549/3446-сон.
2. 2019-2025-йилларда Ўзбекистон Республикасида туризм соҳасини

ривожлантириш концепсияси.

3. Туризм иқтисодиёти ва менежменти: дарслик / Н.Тухлиев, У.Жиянов. – Т.: “Илм-зиё-заковат” нашриёти, 2023. – 102 б.

4. Мақсудова Ш. Туризмда сунъий интеллектнинг ўрни // Дунёдаги таълим, фан ва инновацион ғоялар. – 2023. Т. 27. 2. – 113-119-бетлар.

5. Хуррамов О.К Рақамли туризм ва унинг Ўзбекистон иқтисодиётидаги аҳамияти. – 2020. – С. 50-51.

6. Тухлиев Н., Мақсудова Ш. Туризмда рақамлаштириш / “Илм-зиё-заковат” нашриёти, – Т.: 2024., 176 б.

Barno MAMMETOVA,
Turizmni rivojlantirish ilmiy-tadqiqot instituti bo‘lim boshlig‘i

OROL BO‘YIDA BARQAROR TURIZMNI RIVOJLANTIRISH: MUAMMOLAR, ISTIQBOLLAR VA YANGI YO‘NALISHLAR

Annotatsiya. Ushbu maqolada Orolbo‘yi va Ustyurt platosida barqaror turizmni rivojlantirishning imkoniyatlari, mavjud muammolari va istiqbollari tahlil qilingan. Ekoturizmning mintaqaviy ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishdagi o‘rni, xalqaro hamkorlikdagi loyihalar, mahalliy aholi ishtiroki, sayyohlar talablari va ekologik xatarlar tahlil etiladi. Tadqiqot doirasida olib borilgan marketing so‘rovnomalari, pilot safarlar va tavsiyalar asosida ekoturizmning yangi yo‘nalishlari shakllantirish bo‘yicha xulosalar berilgan. Maqola Orol hududida turizm orqali barqaror rivojlanish modelini ishlab chiqishga yo‘naltirilgan.

Kalit so‘zlar: barqaror turizm, ekoturizm, Orolbo‘yi, Ustyurt platosi, rekreatsion resurslar, marketing tadqiqotlari, ekologik xavfsizlik

Аннотация. В статье рассматриваются возможности, проблемы и перспективы развития устойчивого туризма в Приаралье и на плато Устюрт. Анализируется роль экотуризма в социально-экономическом развитии региона, участие местного населения, международные проекты и экологические риски. На основе маркетинговых исследований, пилотных туров и опросов сделаны выводы о формировании новых направлений экотуризма. Работа направлена на выработку модели устойчивого развития региона через экологически ответственный туризм.

Ключевые слова: устойчивый туризм, экотуризм, Приаралье, плато Устюрт, рекреационные ресурсы, маркетинговые исследования, экологическая безопасность

Abstract. This article analyzes the opportunities, challenges, and prospects for developing sustainable tourism in the Aral Sea region and the Ustyurt Plateau. It explores the role of ecotourism in regional socio-economic development, the involvement of local communities, international cooperation projects, and environmental risks. Based on marketing research, pilot tours, and surveys, the article presents conclusions on the formation of new ecotourism routes. The research aims to develop a sustainable development model for the Aral region through

environmentally responsible tourism.

Keywords: *sustainable tourism, ecotourism, Aral Sea region, Ustyurt Plateau, recreational resources, marketing research, ecological safety.*

Zamonamizning asosiy muammolaridan biri bu atrof-muhitning ifloslanishi bo'lib, u ekstremal vaziyatlarda ekologik inqirozga olib kelishi mumkin va bu birinchi navbatda turizm resurslariga ta'sir qiladi. Dunyodagi ekologik vaziyatning keskinlashuvi uzoq vaqtdan beri alohida mamlakatlar va mintaqalar muammolari doirasidan chiqib ketdi va shuning uchun zamonaviy dunyoning dolzarb vazifasi tabiiy va madaniy muhitni saqlash muammolarini hal qilishda yangi yondashuvlarni ishlab chiqishdir.

Ekoturizm turizmning barqaror shakli bo'lib, u nisbatan tegmagan joylarga sayohat qilish, hududning asl holatini saqlab qolish va mahalliy aholi farovonligini qo'llab-quvvatlashni o'z ichiga oladi.

Ekoturizm atamasini birinchi marta meksikalik iqtisodchi G.S.Laskureyn taklif qilgan. Olimning so'zlariga ko'ra, odamlar sayohatdagi ijobiy his-tuyg'ularni fauna va florani o'rganish bilan uyg'unlashtirib, atrof-muhitni muhofaza qilishga yordam berishi mumkin.

Tabiiy diqqatga sazovor joylarga asoslangan turizm (sarguzasht turizmi va ekoturizmni o'z ichiga oladi) yuqori iste'mol talabiga ega bo'lib, 2023-yilda butun dunyo bo'ylab sotilgan sayohat paketlarining 57 foizini tashkil etgan. Bu paketlar qishloq hududlari, sarguzashtli tabiat yo'nalishlari va ochiq havoda o'tkaziladigan tadbirlarni qamrab oladi, chunki pandemiyadan so'ng ochiq havoda dam olishga bo'lgan qiziqish ortishda davom etmoqda.

Keyingi yillarda dunyoda ekoturistlar soni yiliga o'rtacha 10-12 foizga ortib bormoqda, O'zbekiston Respublikasida biologik xilma-xillikni saqlash bo'yicha 2019-2028 yillarga mo'ljallangan strategiyada ekoturizmni rivojlantirish, ekoturizm jadal rivojlanayotgan va mintaqa uchun rentabellik nuqtai nazaridan juda istiqbolli ekanligini qayd etdi.

Qoraqalpog'iston Respublikasi O'zbekistonning shimoli-g'arbiy qismida joylashgan. Janubi-g'arbda Qoraqalpog'iston bilan yaqin tutashgan Qoraqum, shimoli-g'arbda Ustyurt platosi, shimoli-sharqda Qizilqum cho'llari joylashgan. Qoraqalpog'iston Orol dengizining janubiy yarmini ham o'z ichiga oladi, uning qurigan tubida hozir yangi Orolqum sho'r cho'li shakllangan va Amudaryoning qurib borayotgan quyi oqimi joylashgan.

Ekologik muammolarga qaramay, bu hududning tabiati haqiqatan ham noyobdir. Qoraqalpog'iston bo'ylab sayohat qilib, nafaqat ajoyib tabiat manzaralarini ko'rish, balki qadimiy va o'rta asr yodgorliklari xarobalari bilan tanishish mumkin, chunki bu hudud o'ziga xos "arxeologik qo'riqxon" hisoblanadi. Bugungi kunda 300 dan ortiq arxeologik yodgorliklar mavjud.

Keyingi yillarda turizm salohiyatini targ'ib qilish, ko'rgazmalar tashkil etish va boshqa tadbirlarni markaziy va hududiy miqyosda o'tkazish bo'yicha ko'plab tashkiliy chora-tadbirlarning amalga oshirilishi natijasida Qoraqalpog'iston Respublikasiga turistlar oqimi sezilarli darajada oshdi. Shu bilan birga, turizm va madaniyat sohasidagi tadbirlar taqvimida rejalashtirilgan qator yirik madaniy

tadbirlar ham katta ta'sir o'tkazmoqda. Qoraqalpog'istonda turizmni rivojlantirishda GIZ, YUNESKO ACTED va " Vozrojdeniye oroli: Orolbo'yi tabiatini muhofaza qilish va rivojlantirish" xalqaro loyihalari muhim ahamiyat kasb etdi.

O'zbekiston Respublikasi Fanlar akademiyasi Zoologiya instituti, Sayg'oqni saqlash xalqaro tashkiloti, Ekologiya, atrof-muhitni muhofaza qilish va iqlim o'zgarishi vazirligi, Turizmni rivojlantirish ilmiy-tadqiqot instituti, "The-Pearl-Group" MChJ Oksford universiteti (Buyuk Britaniya) bilan hamkorlikda "Vozrojdeniye oroli: Orolbo'yi tabiatini muhofaza qilish va rivojlantirish" xalqaro Britaniya Darvin tashabbusi jamg'armasining ko'magi loyihasini amalga oshirildi. Loyiha ushbu mintaqaning noyob bioxilma-xilligini saqlash va mahalliy aholi uchun barqaror daromad manbalarini, shu jumladan turizmning barqaror shakllarini (ekologik turizm), shuningdek, "tabiat uchun nol yo'qotish va undan yuqori" tamoyilini qo'llash orqali biologik xilma-xillikka ta'sirni yumshatishni ta'minlaydi.

Loyiha mutaxassisleri iste'mol segmentini o'rganish va Orolbo'yi va Ustyurt platosida ekologik turlarni rivojlantirish zarurligini aniqlash maqsadida marketing tadqiqotlarini o'tkazdi. So'rov davomida turizm va mehmonxona biznesi vakillari, gidlar, hunarmandlar, shuningdek, Qoraqalpog'iston Respublikasida turizm bilan shug'ullanmaydigan bir guruh mahalliy aholi vakillari bilan suhbat o'tkazildi.

Aksariyat turoperatorlar nuqtai nazaridan chet ellik sayyohlar uchun sayohatning asosiy maqsadi Orol dengizi va Ustyurt platosini sayohat qilish bo'lib, viloyatning arxeologik yodgorliklari va muzeylari ham katta qiziqish uyg'otadi.

Shuningdek, mintaqada turizmni rivojlantirish uchun istiqbolli ekoturizm yo'nalishlarini baholash maqsadida turoperatorlar o'rtasida so'rov o'tkazildi. Ko'pchilik respondentlarning fikricha, Sudochoye ko'li qushlarni kuzatish va baliqchilar qishlog'i Urgani o'rganish, shuningdek, mahalliy landshaftni o'rganish uchun eng istiqbolli ekoturizm yo'nalishi hisoblanadi. Trekking va ekstremal turizmni rivojlantirish hamda mahalliy aholi hayotini o'rganish uchun navbatdagi istiqbolli yo'nalish Ustyurt platosidir. Tahlil shuni ko'rsatdiki, kelajakda Ustyurtdan ilmiy ekoturizmni rivojlantirish, gerbariylar yig'ish, arxeologik qazishmalar o'tkazish, adirlar va pastliklar geografik koordinatalarini o'lchash va o'rganish, hayvonot va o'simlik dunyosi ko'payishi va o'ziga xos xususiyatlarini o'rganishda foydalanish mumkin.. Ba'zi respondentlarning fikricha, Ustyurt cho'li mototsikl va rallida sport musobaqalarini o'tkazish uchun juda qulay deb hisoblashdi. So'rov natijalariga ko'ra, hozirda Vozrojdeniye oroli istiqbolli yo'nalish emasligi aniqlandi. Umuman olganda, respondentlar mintaqada ekoturizm yo'nalishlarini rivojlantirish istiqbollari ijobiy baholashdi.

Shuningdek, loyiha doirasida viloyat aholisi ishtirok etgan noturistik sektor vakillari o'rtasida so'rovnoma o'tkazildi. Ularning yoshi va jinsi guruhi 18-35 yoshdan 44 foizni tashkil etdi, ularning 32 foizini ayollar tashkil etdi. Ularning fikricha, ekoturizm resurslari (fauna, flora, arxeologik va tabiiy yodgorliklar, muhofaza etiladigan tabiiy hududlar) mintaqada iqtisodiyotining asosiy tarmoqlaridan biriga aylanishi mumkin. Respondentlarning aksariyati turizmni rivojlantirishga ijobiy munosabatda bo'lib, turistlarga xizmat ko'rsatishga yo'naltirilgan (yo'riqchi-yo'l boshlovchi, gid xizmati, mehmon uyi va boshqalar) turizm sohasida o'z biznesini ochishga tayyor.

Loyiha mutaxassisleri marketing tadqiqotlari olib borgach, Orolbo‘yi va Ustyurt platosining infratuzilmasi va ekoturizm salohiyatini o‘rganish bo‘yicha chora-tadbirlar rejasini ishlab chiqdi.

Tahlil shuni ko‘rsatdiki, Mo‘ynoqdan Orol dengizi va Vozrojdeniye oroliga sayyohlik yo‘nalishini ishlab chiqish va yo‘lga qo‘yish zarur, chunki bu yo‘nalish kam o‘rganilgan va ekoturizm salohiyatiga ega bo‘lgan hudud.

“Vozrojdeniye oroli: Orolbo‘yi tabiatini asrash va rivojlantirish” loyihasini amalga oshirish doirasida Ustyurt platosi va Orolbo‘yi hududi bo‘ylab yangi turistik yo‘nalishlar ishlab chiqildi. Mazkur turistik marshrut bo‘yicha birinchi pilot sayohat 2023 yil may oyida bo‘lib o‘tdi.

Dastlabki tajriba safari ishtirokchilari Mizdaxon majmuasi, Mazlum Xon Sulu er osti maqbarasi, Gaur qal’a arxeologik majmuasi kabi ko‘zga ko‘ringan tarixiy-me’moriy maskanlarni ziyorat qildilar. Sudochoye ko‘liga to‘xtash, shuningdek, Ustyurt platosining Sharqiy qoyasidagi rang-barang qoyalar va kanyonlar bo‘ylab sayohat o‘zgacha taassurot qoldirdi. Plato qurib borayotgan Orol dengizi va sobiq dengiz tubida paydo bo‘lgan yangi tashkil topgan Orolqum cho‘lining hayratlanarli panoramasini taqdim etadi. Sayohat bir paytlar to‘liq baliqchilar yashovchi Mo‘ynoq shahriga tashrif bilan davom etdi va guruh ochiq osmon ostidagi mashhur kema muzeyiga tashrif buyurishdi. Keyinchalik, yol Orol dengizining qurigan tubi, Sulama burni va Lazerov va Vozrojdeniya orollari bo‘ylab davom etdi. Ushbu marshrut “oddiy” sayyohlar yetib bo‘lmaydigan chekka hududning g‘ayrioddiy tabiatini kuzatish, o‘rmon ekish natijalarini bevosita ko‘rish, yovvoyi tabiat hayoti bilan tanishish, g‘ayrioddiy geologik obyektlarga tashrif buyurish imkonini berdi. Ekskursiya yakunida Taxiyoatosh Nayman qishlog‘idagi mahalliy fermer xo‘jaligida bo‘lib, ipak pilla yetishtirish jarayoni bilan tanishdik va an‘anaviy mahalliy taomlarni tayyorlash bo‘yicha gastronomik mahorat darsida qatnashdik. Tajribali ekskursiya yakunida ekspertlar ishtirokchilar o‘rtasida so‘rov o‘tkazdilar va tahlil natijalariga ko‘ra ushbu yo‘nalishni rivojlantirish bo‘yicha tavsiyalar ishlab chiqdilar.

Asosiy xulosalar:

- mas’uliyatli sayyohlardan iborat kichik guruhlarining ajralmas tabiiy obyektlarga tashrifi tabiatni muhofaza qilishga, atrof-muhitga kam ta’sir ko‘rsatishga va mahalliy aholining iqtisodiy ahvolini yaxshilashga yordam beradi;

- yovvoyi hayvonlar va o‘simliklarning yashash joylariga, ta’sirchan landshaftlarga (masalan, Ustyurt qoyalaridagi qoyalar, “dinozavr tuxumlari” geologik o‘lkasi) tashrif buyurish ekoturizmning jozibadorligi va afzalliklarini oshiradi;

- mahalliy madaniyat va urf-odatlarini aks ettiruvchi joylarda (masalan, Venera mehmon uyi, Beshkala uy lageri, Sulama, Orol dengizi tubidagi Halal Plaza turistik zonalari) faol tadbirlar (piyoda ekskursiyalar, piyoda sayohatlari) bilan birgalikda joylashtirish noodatiy landshaftlarni suratga olish, dengizda suzish) ekskursiyaning jozibadorligi va tarbiyaviy ahamiyatini oshiradi;

- nisbatan buzilmagan tabiiy hududlarni sayohat qilishga qaratilgan ekoturizm, agroturizm va qishloq turizmi bilan birgalikda sayyohlar qishloq xo‘jaligi mahsulotlarini ko‘rishlari mumkin, tabiat turizmiga juda mos keladi va juda jozibali va samarali bo‘lishi mumkin;

- tanishuv turi (info tur) davomida sayyohlarga mahalliy aholi madaniyati, urf-

odatlari va turmush tarzini namoyish etuvchi an'anaviy taomlar taqdim etildi. Milliy taomlarni tayyorlash jarayonida ekologik toza mahalliy mahsulotlardan foydalanish tavsiya etildi. Shuningdek, taomlar tayyorlash jarayonida oziq-ovqat xavfsizligi, shaxsiy gigiena va ovqatlanish madaniyati masalalariga e'tibor berildi;

- ekskursiyalar asosan mahalliy mahsulotlar va ishchi kuchidan foydalanganligi sababli ular ish o'rinlari yaratish va mahalliy resurslardan foydalanishda mahalliy hamjamiyatlarga yaxshi yordam beradi;

- an'anaviy sayyohlik yo'nalishlaridan tashqarida joylashgan chekka hududlarga tashrif buyurishni xohlovchilar uchun to'liq marshrut yaratish uchun ko'plab noyob moddiy va nomoddiy diqqatga sazovor joylar mavjud.

Ekoturizmning barcha afzalliklari va ijobiy tomonlariga qaramay, o'rganilgan quyidagi kamchiliklarni ham yodda tutishingiz kerak:

- tabiat qo'ynida yashashga tayyor bo'lmagan va chekka hududlarga tashrif buyurgan odamlar ekologik sayohatlarda qatnashish uchun tayyorgarlik ko'rishlari kerakligini tushunish muhimdir. Tabiat va yovvoyi erlar bilan tanishish ma'rifiy va zavqli bo'lishi mumkin, lekin shu bilan birga u minimal qulaylik bilan bog'liq – hamma ham issiq suvsiz, oddiy ovqatsiz yoki chodir va uylarda tunashi mumkin emas. Sayohatchilarga ekskursiya aynan nimani o'z ichiga olishi, qanday xavf-xatarlar bo'lishi mumkinligi, ular qanday noqulayliklarga duch kelishi va sayohatni yanada qulay va xavfsizroq qilish uchun o'zlari bilan nima olib borishlari kerakligi haqida oldindan xabardor qilinishi kerak;

- marshrut bo'ylab to'xtash joylarini aniqlash va ularni to'g'ri tashkil etish, tunash uchun xavfsiz joylarni oldindan belgilash va jihozlash muhim ahamiyatga ega;

- kamera tuzoqlaridan yovvoyi hayvonlarning fotosuratlari va videolarini va tasvirlarini ko'rish juda foydali bo'ldi. Hayvonlarning hayot tarzini kuzatish qiyin bo'lgan hududlarda (masalan, cho'lda hayvonlar shom va tunda faol bo'lishadi), bu turdagi foto va video ekskursiyalar hayvonlar haqida to'liqroq ma'lumot beradi. Hayvonlarning xulq-atvori, biologik xilma-xillikni saqlash va hududlarni o'rganish tajribali gid hamrohligidagi tashkil qilingan ekskursiyalar samarali bo'lishi mumkin.

Tavsiyalar:

- muvaffaqiyatning asosiy omili moslashuvchan ekoturlar paketini yaratish bo'ladi. Sayohat paketi mijoz bilan muhokama qilingan sayohat rejasi asosida, shu jumladan turli xil tabiiy va madaniy obidalar, sayohatning davomiyligi va masofasi, shuningdek, yo'lda to'xtash chastotasi va davomiyligini hisobga olgan holda tuzilishi kerak;

- turistlarni ishonchli ma'lumotlar bilan samarali ta'minlash muhim ahamiyatga ega. Sayohatdan oldin onlayn yoki shaxsan axborot sessiyasini o'tkazish, sayohat hududining tarixi, geografiyasi va iqlimi, odamlarning an'analari va xatti-harakatlari haqida batafsil tavsiflangan risolani taqdim etish tavsiya etiladi;

- yovvoyi tabiat to'g'risida to'liq ma'lumot (masalan, har bir hududda qanday hayvonlar va o'simliklar turlari mavjud) aks ettirilgan qo'llanma va xaritaga ega bo'lish juda foydali bo'ladi;

- sayyohlarning tabiatga va ularning sog'lig'iga zarar yetkazmasligi, tashrif buyuradigan joylarga mas'uliyat bilan munosabatda bo'lishini ta'minlash bo'yicha ko'rsatmalar ishlab chiqilishi kerak. Masalan, aniq belgilangan yo'llarni kuzatib

borish, hayvonlar bezovtalanishi mumkin bo'lgan joylardan (masalan, qushlar uyasi) yoki xavf ostida qolish xavfi mavjud bo'lgan joylardan qoching, axlat bilan nima qilishni biling va hokazo;

- sayyohlarga mahalliy ekologik muammolar, masalan, suvdan foydalanish imkoniyati cheklanganligi, ularni hal etish yo'llari haqida ekologik loyihalarni misol tariqasida yetkazish foydali va samarali bo'lar edi;

- o'qitish, doimiy tajriba almashish va malakali marketing orqali sifatli suvenir mahsulotlarini ishlab chiqishda mahalliy hamjamiyatlarga yordam va ko'mak ko'rsatilishi kerak;

- samarali turizm mahsuloti uchun zarur shart-sharoit barcha hamkorlar (turoperatorlar, uy-joylar egalari, gidlar, mezbon oilalar va boshqalar) bilan tizimli ishlashdir.

Shuningdek, ekoturizmning agroturizm va qishloq turizmi sohasidagi loyiha va korxonalar bilan integratsiyalashuvini ta'minlash tavsiya etiladi. Sayyohlar an'anaviy qishloq ishlari, xalq sayillari va sayillarida qatnashib, tabiat bilan tanishish, qishloq hayotini o'zlashtirish va xalq madaniyati, amaliy san'ati, milliy qo'shiq va raqslarni o'rganish, mahalliy urf-odatlar bilan tanishish imkoniyatiga ega bo'ladi.

So'nggi o'n yilliklarda ko'plab mamlakatlarda ekoturizmga bo'lgan talabni qo'zg'atuvchi eng muhim omil bo'lib, ekologik xabardorlikning oshishi hisoblanadi. Sayyohlar bir necha yil ichida Yer yuzidan yo'q bo'lib ketishi mumkin bo'lgan yovvoyi tabiat burchaklarini ko'rishga shoshilishmoqda. So'nggi paytlarda ko'pchilik nafaqat tashqi kuzatuvchi bo'lishga, balki ularni saqlab qolishga shaxsiy hissa qo'shishga intilishdi. Ular turizm daromadi va tabiatni muhofaza qilish o'rtasidagi bog'liqlikni tan olishadi va ularning tashrifi noyob tabiiy hududlarni muhofaza qilish yoki mahalliy hamjamiyatlarni rivojlantirishga hissa qo'shishi haqidagi g'oyani juda jozibali deb bilishadi. Buning uchun esa aynan "qabul qiluvchi" davlatlar tegishli imkoniyat va shart-sharoitlarni yarata oladi va yaratishi kerak. Bunga Orol dengizi tubida o'rmon ekish misol bo'la oladi.

Ushbu loyiha Orolbo'yi va Ustyurt platosida barqaror turizmni rivojlantirish uchun asos bo'lib xizmat qilishi mumkin.

Olim ASTANAKULOV,
O'zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi professori, DSc

CHATGPT VA TURIZM INDUSTRIYASI: HOZIRGI TENDENSIYALAR VA ISTIQBOLDAGI TADQIQOT YO'NALISHLARI

Annotatsiya. Maqolada turizm sohasida sun'iy intellektning roli, ayniqsa, ChatGPT kabi til modellari orqali amalga oshirilayotgan innovatsiyalarni tahlil qiladi. Hozirgi kunda turizm kompaniyalari va sayyohlar ChatGPTdan xizmatlar ko'rsatish, mijozlar bilan aloqalar o'rnatish, vaqti-vaqti bilan tahlil qilish, va boshqa ko'plab vazifalarni amalga oshirishda foydalanmoqdalar. Ushbu maqola, ChatGPTning turizmni qanday o'zgartirishi va uning istiqbollari o'rganadi.

Kalit so'zlar: ChatGPT, sun'iy intellekt, turizm industriyasi, xizmatlar,

mijozlar bilan aloqalar, texnologiyalar, innovatsiyalar, soha tahlili, tendensiyalar, istiqbol.

Аннотация. *Статья «ChatGPT и туристическая индустрия: текущие тенденции и перспективные направления исследований» посвящена роли искусственного интеллекта в сфере туризма, особенно в контексте инноваций, реализуемых через языковые модели, такие как ChatGPT. На сегодняшний день туристические компании и путешественники используют ChatGPT для предоставления услуг, налаживания контактов с клиентами, анализа данных и выполнения множества других задач. В данной статье рассматривается, как ChatGPT может изменить туристическую отрасль и его будущие перспективы.*

Ключевые слова: *ChatGPT, искусственный интеллект, туристическая индустрия, услуги, взаимодействие с клиентами, технологии, инновации, анализ отрасли, тенденции, будущее.*

Abstract. *The article "ChatGPT and the Tourism Industry: Current Trends and Future Research Directions" explores the role of artificial intelligence in the tourism industry, specifically focusing on innovations being implemented through language models like ChatGPT. Nowadays, tourism companies and travelers use ChatGPT for service delivery, establishing customer relationships, data analysis, and other tasks. This article examines how ChatGPT is transforming tourism and the prospects for its future development.*

Keywords: *ChatGPT, artificial intelligence, tourism industry, services, customer relations, technologies, innovations, industry analysis, trends, future.*

Robotlar, sun'iy intellekt (SI), nanotexnologiyalar, kvant hisob-kitoblar, buyumlar interneti va ko'plab boshqa yangi texnologiyalar qo'shilgan qiymat yaratish va uni taqsimlash usullari, insonlarning kundalik hayoti va ijtimoiy munosabatlarga katta uzoq davom etuvchi ta'sir ko'rsatuvchi "To'rtinchi sanoat inqilobi"ning asosini tashkil etadi. So'nggi vaqtlarda sun'iy intellektga ega bo'lgan ChatGPT chat-bot dastur Internet tarmog'ida faol muhokamaga sabab bo'lmoqda. ChatGPT chuqur o'rganishdan foydalaniluvchi avtoregressiv til modellari asosida ishlab chiqilgan. ChatGPT inson tilini qayta ishlash va konversiya texnologiyalaridan foydalangan holda foydalanuvchilarning so'rovlariga aqlli va insonga xos javob berish qobiliyati bilan sun'iy intellektning yangi asrini boshlab berdi. Ishga tushirilgandan keyin atigi besh kun ichida ChatGPT 1 milliondan ortiq foydalanuvchiga ega bo'ldi va 2023-yil yanvar oyida foydalanuvchilarning soni oyiga 100 million kishidan ortib, "eng tez rivojlanayotgan iste'molchi ilovasi"ga aylandi, taqqoslash uchun Tiktok bu ko'rsatkichga erishish uchun to'qqiz, Facebook uchun esa deyarli besh yil ketgan. ChatGPT Plusning pullik obunachilar foydalana oladigan so'nggi versiyasi zamonaviy jamiyat va biznesga sezilarli ta'sir ko'rsatishi kutilmoqda. ChatGPT savdo, xizmat ko'rsatish, mijozlarni qo'llab-quvvatlash va ta'lim kabi turli sohalarga asosiy o'zgartirish kirituvchi bo'lib, ushbu sohalar va jamiyatning faoliyatiga sezilarli darajada ta'sir ko'rsatadi.

Maslahat berishga asoslangan va tez rivojlanayotgan sun'iy intellekt texnologiyasi bo'lgan ChatGPT mehnat xarajatlarini qisqartirish, shuningdek, biznes-

operatsiyalarini avtomatlashtirish asosida biznes samaradorligi va daromadlilikini salmoqli darajada oshirishi kutilmoqda¹⁰. Shu bilan birga, foydalanuvchilarning nuqtai nazaridan ChatGPT istalgan vaqtda va istalgan joydan kerakli ma'lumot yoki xizmatlarni tez va samarali taqdim etish orqali foydalanuvchining ehtiyojini qondirishi va qulayligi bilan ajralib turadi. Bundan tashqari, ChatGPT ba'zi kasblarni butunlay o'zgartirishi, yangi kasb va mutaxassisliklarni vujudga keltirishi, mehnat mazmuni va xususiyatini o'zgartirish bilan jamiyatga salmoqli ta'sir ko'rsatadi, bu esa jamiyatni ChatGPT va boshqa sun'iy intellektga asoslangan va unga o'xshash sun'iy intellektga asoslangan texnologiyalar tomonidan shakllantirilayotgan yangi voqelikka moslashish uchun yangi ko'nikma va bilimlarni rivojlantirishga majbur qiladi¹¹.

Turizm biznesi korxonalari ham boshqa tarmoq korxonalaridan farq qilmaydi va intellektual kelajakka tayyorlanishi kerak. Prognozlarga ko'ra, ChatGPTning joriy qilinishi butun turizm va mehmondo'stlik industriyasida salmoqli o'zgarishlarga olib keladi, chunki mijozlar qaror qabul qilishida ma'lumot izlash usullarini o'zgartiradi, turizm sohasida individual xizmatlarni ishlab chiqish, turlarni shakllantirish va taqdim etish usullarini butunlay o'zgartiradi. ChatGPT turizm industriyasida sayyohlarning katta hajmdagi ma'lumot va axborotga ega bo'lishini osonlashtiradi, shuningdek, sayohatlarini rejalashtirish va boshqarishda ularga yuqori darajada shaxsiylashtirilgan, aniq va tezkor yordamni taqdim etish yo'li bilan inqilobni amalga oshirishi mumkin¹².

ChatGPT turizm xizmatini ko'rsatuvchilarga ayrim sayohatchilarga xizmatlarning maqbul bo'lgan yoki yoqmagan jihatini aniqlash uchun zarur bo'lgan xizmatlar va texnik imkoniyatlarni taqdim etadi. Bu esa kelajakda turistlar uchun eng eng yaxshi tajribani taklif etish imkoniyatini beradi. ChatGPT yordamida aniq vaqt davomida sayohatchilarning joylashgan joyi, kun tartibi va ehtiyojlarini bilish mumkinligi sababli undan foydalanish tajribani shaxsiylashtirishga olib keladi, natijada bu yangi biznes modellari vujudga kelishi va turistik kompaniyalar uchun foydasini oshirish imkoniyatini beradi. Shunday qilib, ChatGPT va sun'iy intellektning boshqa texnologiyalari tomonidan qo'llab-quvvatlanuvchi xizmatlarning rivojlanishi tarmoqning rivojlanishida hal qiluvchi ahamiyatga ega bo'ladi.

Turizm industriyasi ChatGPTdan foydalanishdan xizmatlarning yangi turlarini shakllantirish va ko'rsatishda juda katta imkoniyatga ega bo'ladi. ChatGPTdan foydalanish ham sayohatchilarning shaxsiy tajribasini, ham turizm industriyasining tajribasini oshiradi. Bunga ChatGPTning tilning ravonligini, shaxsiylashtirish, aniqlik, o'z vaqtidalik, foydalanish imkoniyatining kengayishi, xavfsizlik va boshqa xizmat ko'rsatuvchilar bilan o'zaro munosabatga kirishish va tajriba o'rganish imkonini berishi sabab bo'ladi¹³. ChatGPTdan foydalanish turizm industriyasi va

¹⁰ Ranganathan G. Airline CEO's AI system for driving personalization //Journal of Revenue and Pricing Management. – 2023. – T. 22. – №. 2. – C. 166-170.

¹¹ Rocha A. et al. (ed.). Information Systems and Technologies: WorldCIST 2022, Volume 1. – Springer Nature, 2022. – T. 468.

¹² Carvalho I., Ivanov S. ChatGPT for tourism: applications, benefits and risks //Tourism Review. – 2024. – T. 79. – №. 2. – C. 290-303.

¹³ Sallam M. ChatGPT utility in healthcare education, research, and practice: systematic review on the promising perspectives and valid concerns //Healthcare. – MDPI, 2023. – T. 11. – №. 6. – C. 887.

sayohatchilar uchun xizmat ko'rsatish tajribasini shakllantirishda katta foyda keltiruvchi qudratli harakatlantiruvchi bo'lishiga qaramay, undan to'liq foydalanish uchun bir qator hal qilinishi lozim bo'lgan muammolar mavjud. Jumladan, ChatGPT yordamida taqdim etilayotgan xizmatlarning aniqligi va ishonchligini ta'minlash yuqori sifatli va keng qamrovli ma'lumotlar va axborotni talab qiladi, ularni faqat manfaatdor tomonlarning keng doirasi bilan hamkorlik qilish orqali olish mumkin. Shuningdek, xizmat ko'rsatish tajribasini yaratish va taqdim etishda ChatGPTdan foydalanishning axloqiy jihatlarini va ijtimoiy oqibatlarini hisobga olish zarur. Misol uchun, ChatGPTga asoslangan xizmatlarni ishlab chiqish va joriy qilish foydalanuvchilarning shaxsiy ma'lumotlarini noto'g'ri ishlatish va ulardan foydalanishning oldini olish uchun tegishli qonunchilik bazasi va axloqiy me'yorlarni talab qiladi.

ChatGPT salohiyatini, xizmatlarni yaratish va yetkazib berishdagi afzalliklari va kamchiliklarini o'rganish, ChatGPT ga kiritish uchun mos xizmatlarni aniqlash va ChatGPTdan foydalanish turizm sanoatining kelajakdagi yo'nalishiga qanday ta'sir qilishi mumkinligi aniqlash o'rganilishi zarur bo'lgan muammolardandir.

ChatGPT va turizm industriyasi. Turistlarning ularga xizmat ko'rsatuvchi kompaniyalar bilan muloqotga bo'lgan ehtiyojining hajmi ortib borishi va kompaniyalarning mijozlarga xizmat ko'rsatish jarayonida chat-botlardan foydalanish natijasida kelib chiqadigan xarajatlarni tejash imkoniyatlari bilan bog'liq holda, chat-botlarni amaliyotga joriy etish jadal rivojlanmoqda. Inson bilan o'zaro muloqotni yo'lga qo'yishga dasturlashtirilgan, avtomatlashtirilgan suhbat agentlari mijozlarga xizmat ko'rsatish sifatini oshirish va xizmatdan olingan taassurotlarni yaxshilash salohiyati tufayli turizm industriyasida katta e'tiborga sazovor bo'ldi. Standart qoidalarga asoslangan chat-botlarga qaraganda ancha ilg'or bo'lgan generativ oldindan o'rgatilgan transformerlar (ChatGPT) chat-botlarining paydo bo'lishi mijozlarning savollariga puxta va izchil javoblar berishi va ular bilan aloqa o'rnatish salohiyatiga ega bo'lganligi uchun ko'proq qiziqish va keng qo'llanilishi sabab bo'lishi kutilmoqda. Yaqin yillarda xizmat turlarini shakllantirish va xizmat ko'rsatish jarayonida ChatGPTdan foydalanish sezilarli ravishda ko'payadi. Bunday chat-botlarning afzalligi shundaki, ular turistlarning savollariga insonga o'xshab javob berib, dam olishda taassurotlarni yaxshilash borasida shaxsiy maslahatlar bera oladi. Shunday qilib, ChatGPT turizm industriyasini butunlay o'zgartirib yuborishi mumkin.

ChatGPT kabi sun'iy intellekt texnologiyalarini qo'llash uchta asosiy yo'nalishda xizmatlarni yaratish va yetkazib berishga ta'sir qilishi kutilmoqda: giper-alloqa, super shaxsiylashtirish va super-intellekt¹⁴. Sayohat xizmatlarini yaratish va yetkazib berishning bugungi parchalangan va segmentlangan jarayonidan farqli o'laroq, ChatGPTdan foydalanish xizmat ko'rsatuvchilarga sayohatning barcha bosqichlarida – rejalashtirish, bron qilish, bajarish va sayohatdan keyingi baholashgacha uzluksiz va integratsiyalashgan xizmatlarni taqdim etishga yordam berishi kutilmoqda.

¹⁴ Gursay, Dogan, Yu Li, and Hakjun Song. "ChatGPT and the hospitality and tourism industry: an overview of current trends and future research directions." *Journal of Hospitality Marketing & Management* 32.5 (2023): 579-592.

Shaxsiy ma'lumotlardan, o'tmishdagi tajribalar va afzal ko'rgan ma'lumotlardan foydalangan holda, ChatGPTning super shaxsiylashtirish imkoniyatlari xizmat ko'rsatuvchilarga har bir turistning o'ziga xos ehtiyojlari, istaklari va afzalliklariga to'liq mos keladigan shaxsiylashtirilgan tajribalarni yaratish va taqdim etish imkonini beradi. ChatGPTning o'ta intellektuallik imkoniyatlari xizmat ko'rsatuvchi kompaniyalarga real vaqt rejimida joylashuv, vaqt, xizmat ko'rsatishdagi uzilishlar, sifat va turistlar ehtiyojlaridagi o'zgarishlarni aniqlash imkonini beradi, bu esa barqaror ishlashni ta'minlash uchun tezda tuzatishlar kiritishni qulaylashtiradi. Natijada, ChatGPTdan foydalanish xizmatlarni yaratish va yetkazib berish samaradorligini sezilarli darajada oshirishi va mijozlarning sayohat bo'yicha tajribasini ulashishiga xizmat qilishi mumkin.

ChatGPTning imkoniyatlari va afzalligi. Turistlarga shaxsiy maslahatlar, ma'lumotlarni tezkor yetkazib berish va shaxsiy yordam ko'rsatish orqali ChatGPT turizm industriyasida inqilobni amalga oshirish qobiliyatiga ega. ChatGPT tavsiyalarni individual tashrif buyuruvchilarning tanlovi va ehtiyojlariga moslashtirish, bir nechta platformalarning muvofiqligini saqlash va xizmat ko'rsatishni boshqa xizmat ko'rsatuvchi tashkilotlar bilan birgalikda amalga oshirish yordamida samarali va uzluksiz sayohat tajribasini taklif qilishi mumkin. Bundan tashqari, ChatGPT turli ma'lumotlar bazalaridagi shaxsiy ma'lumotlardan foydalanish orqali xizmat sifatini yaxshilashga yordam beradi va mijozlarning ko'rsatilgan xizmatlardan mamnunligi, safar bo'yicha tajribalarini namoyon qilish uchun foydalanuvchilarning fikr-mulohazalarini bildirish mexanizmi, hissiy intellektual dasturlar va ijtimoiy media integratsiyasini taklif qiladi. Xulosa qilib aytganda, xizmatlarni shakllantirish va taqdim etish jarayonida ChatGPTdan foydalanish uning salohiyatiga xos bo'lgan ilg'or imkoniyatlar tufayli ko'p foyda keltirishi mumkin.

Inson tilini qayta ishlagan holda aqlli va izchil javoblar berish imkoniyati. ChatGPT tabiiy tilni qayta ishlagan holda savollarga bir nechta tillarda aniq va to'g'ri javoblar beradi, bu esa turistlar bilan chat-botlar o'rtasida tabiiy, aniq va insonlarga xos muloqot yuz berishiga olib keladi. Bu xususiyatlar til to'siqlarini bartaraf etish va muloqot jarayonini soddalashtirish orqali sayohatchilarning tajribasini maqbullashtiradi, o'z navbatida, bu turistlar uchun kerakli ma'lumotlarni olishni oson va qulay qiladi. Bundan tashqari, ChatGPT har bir sayyohning qiziqishlari va tanlovidan kelib chiqqan holda, kerakli batafsil ma'lumotlarni taqdim etishi mumkin. ChatGPT chat-botlari har bir turist uchun mos bo'lgan tadbirlar, mehmonxona va joylashtirish vositalarini tavsiya etishi mumkin va shu bilan foydalanuvchi tajribasini yaxshilaydi.

To'g'ri va dolzarb shaxsiylashtirilgan ma'lumotlarni taqdim etish. ChatGPT juda katta hajmdagi ma'lumotlar to'plash imkoniyatiga ega bo'lib, sayohatchilar uchun aniq va dolzarb axborotlarni yetkazib beradi. ChatGPT dolzarb yangiliklarni yetkazib berish, shuningdek, ob-havo to'g'risida, jamoat transporti harakati tartibi va sayohat davrida yoki undan keyin kerak bo'ladigan barcha boshqa ma'lumotlarni olish uchun ayniqsa qo'l keladi. ChatGPT tomonidan beriluvchi aniq va to'g'ri ma'lumot turistlarning sayohat to'g'risidagi tasavvurlarini boyitish bilan sayohat qilish bo'yicha to'g'ri qaror qabul qilishi uchun xizmat qiladi.

Ko'p platformali muvofiqlik. ChatGPTdan smartfon, planshet va portativ kompyuter kabi uskunalarda foydalanish, barchaga, ayniqsa, imkoniyati cheklanganlar uchun eng yangi va dolzarb axborotga ega bo'lish imkoniyatini yaratadi. Bunday aloqa axborotni samarali va o'z vaqtida tarqalishiga olib keladi, bu esa axborot olish va almashinish jarayonining soddalashishi hisobiga turistlarning sayohat tajribasini boyitadi. Bu, shuningdek, kompaniyalarga sayohatchilar uchun shaxsiylashtirilgan axborot va metakoinotni taqdim etishga yordam beradi.

Muammolar va tahdidlar. Beradigan imkoniyatlariga qaramay, ChatGPTdan foydalanish bir qancha muammolarni ham keltirib chiqaradi. Ular qatoriga uni yo'lga qo'yishning qimmatligi, real vaqt davomida ma'lumotlarni boshqarish va yangilash muammolari, xavfsizlik muammolari, hissiy dasturlash murakkabligi, raqamli texnologiyalarning cheklanganligi va inson mehnatining o'rnini bosish kabilar kiradi. Bu cheklovlar va muammolarni hal etish uchun texnologik imkoniyatlarni kengaytirish, axborotni samarali boshqarish va ularning xavfsizligini ta'minlash, foydalanuvchilar tajribasini har tomonlama baholash va ijtimoiy oqibatlarni hisobga ola bilish zarur.

ChatGPTdan foydalanish bilan bog'liq tahdidlar quyida tahlil etilgan.

Yo'lga qo'yish uchun xarajatlar. ChatGPTni ishlab chiqish va uning faoliyatini yo'lga qo'yish yirik investitsiyalarni, jumladan, katta ma'lumotlarni qayta ishlash markazlarini qurish va boshqarish, yuqori samaradorlikka ega kompyutor resurslari va malakali ishchi kuchini jalb etish uchun sarmoya sarflashni talab etadi. Dastlabki investitsiyalardan tashqari doimiy xizmat ko'rsatish xarajatlari ham katta bo'lishi mumkin. Shunday qilib, kichik va o'rta korxona hamda tashkilotlar bunday faoliyat yuritishda katta xarajatlarga duch kelishlari mumkin.

Real vaqt rejimida ma'lumotlarni boshqarish va yangilash. Turizmga oid axborotlarning tez o'zgaruvchanligi kompaniyalarga ChatGPT uchun zarur bo'lgan real vaqt rejimida to'liq yangilanishni ta'minlovchi katta hajmdagi umumiy foydalanish mumkin bo'lgan va xususiy ma'lumotlarni boshqarishni qiyinlashtiradi. Bu muammo ma'lumotlar doimo yangilanib turishi sababli yuzaga keladi. ChatGPT mavjud ma'lumotlardan to'g'ri foydalanishni o'rganishni taqozo qilib, bu ko'p vaqt va resurslarni talab etadi.

Ma'lumotlarning maxfiyligi muammolari. ChatGPTdan foydalanilganda maxfiy shaxsiy ma'lumotlar va sayohatlar haqidagi ma'lumotlarni olish imkoniyati paydo bo'ladi, bu esa kiberxavfsizlik va ma'lumotlar boshqarishning axloqiy standartlaridan foydalanishni shart etib qo'yadi. Shu bilan birga, ChatGPT ma'lumotlar bazalari hali ham bir qator xavfsizlik xatarlariga moyil, masalan, xakerlik va ma'lumotlarning tarqalib ketishi xavfi mavjud bo'lib, bu foydalanuvchilarga zarar yetkazishi, ularning ishonchini pasaytirishi va eng yomon holatda qonunning buzilish holatlariga olib kelishi mumkin.

Hissiy dasturlash muammolari. ChatGPT kishilar bilan tabiiy muloqot qila olsa ham, ularning hissiyotlari va ehtiyojlarini samarali tushunib, talqin qila olish qobiliyatiga ega emas. ChatGPT tomonidan berilgan takliflar yoki ma'lumotlar foydalanuvchilarning hissiy kutilmalariga mos kelmasligi mumkin, bu ularning noroziligiga yoki noqulaylik kelib chiqishiga sabab bo'ladi. Inson hissiyotlarini sinchiklab tahlil qilish va hisobga olishni talab qiluvchi holatlarda ChatGPTning

ojizligi ko‘rinib qoladi.

Raqamli tengsizlik. ChatGPT xizmatlaridan barcha foydalanuvchilar ham foydalana olmasliklari raqamli tengsizlikka olib keladi. Kam ta‘minlangan kishilar, yoshi katta sayohatchilar va tajribasiz foydalanuvchilar ChatGPTdan foydalanish va uni ishlatishda qiyinchiliklarga duch kelishi mumkin, bu esa sayohat tajribasidagi tengsizlikka olib keladi¹⁵.

Ishchi kuchini almashtirish. ChatGPT texnologiyalari takomillashishi natijasida an‘anaviy mehmonxona va turizm biznesida band bo‘lgan kishilar ChatGPT bilan almashtirilishi mumkin. Masalan, ChatGPT turistik maslahatchilari, mijozlarga xizmat ko‘rsatuvchi agentlar, konserjlar, gidlar va boshqalarning ishini bajarishi mumkin va shu tariqa sohada odamlarning o‘rinlarini egallashi, ularning xizmatlarni yaratish va taqdim etish jarayonidagi ishtirokini kamaytirishi mumkin. Bundan tashqari, bu innovatsiyalar ijtimoiy muammolar va xavotirlarni keltirib chiqarishi ehtimoli mavjud.

Sayohatning turli bosqichlarida ChatGPTdan foydalanish. Sayohatning turli bosqichlarida ChatGPTdan foydalanish ko‘lami va imkoniyati turlicha bo‘ladi. Turistlar sayohatning turli bosqichlaridagi xatti-harakatlariga bog‘liq ravishda ChatGPTdan mehmonxona va turizm sohasida foydalanish ham ma‘lum darajada turlicha bo‘lishi mumkin. Sayohatning barcha bosqichlarida shaxsiylashtirilgan, aniq, o‘z vaqtida va dolzarb ma‘lumotlarni taklif qilgan holda, ChatGPT turistlarning sayohatdan oluvchi taassurotlarini yaxshilashi va turizm industriyasi uchun muhim omil bo‘lishi mumkin. Shuning uchun sayohatning har bir muhim bosqichida – sayohatdan oldin, sayohat davomida va sayohatdan keyin ChatGPTdan foydalanishning sayyohlarning xatti-harakatlariga ta‘siri ko‘rib chiqilishi muhimdir.

ChatGPTdan sayohatdan avval foydalanish. Sayohatdan oldingi davrda, ChatGPT har bir sayyoh uchun uni qoniqtiruvchi sayohatni rejalashtirish maqsadida uning o‘ziga xos talablari va ehtiyojlarini aniqlay olishi va zarur ma‘lumotlarni taqdim eta olishi kerak¹⁶. Masalan, agar turistning ma‘lum narsalarga allergiyasi bo‘lsa, ChatGPT manzilda allergiyaning qo‘zg‘atuvchilari bo‘lmagan mehmonxonalar va restoranlarni tavsiya qilishga qodir bo‘lishi kerak, bu turistlarning sayohat davomida yuz beruvchi noxush holatlardan xavotirini sezilarli darajada kamaytiradi. Bundan tashqari, ChatGPT muayyan voqealar yoki maxsus tadbirlarni izlayotgan sayyohlarga shaxsiylashtirilgan takliflar bera olishi kerak. Masalan, madaniyat ixlosmandlarini madaniy tadbirlarga yo‘naltirish mumkin, hayvonot dunyosiga qiziquvchilar uchun esa tabiiy qo‘riqxonalarini tavsiya qilish mumkin.

Sayohat davrida ChatGPTdan foydalanish. ChatGPT mijozlarga samarali va xavfsiz sayohat qilishda yordam berish uchun real vaqt rejimida ma‘lumotlar taqdim etish imkoniyatiga ega bo‘lishi kerak¹⁷. Sayohatchilar transport tirbandliklari, ob-havo va rejalarini o‘zgartirishlari mumkin bo‘lgan boshqa voqealar haqida real

¹⁵ Tlili A. et al. What if the devil is my guardian angel: ChatGPT as a case study of using chatbots in education //Smart Learning Environments. – 2023. – T. 10. – №. 1. – C. 15.

¹⁶ Dwivedi Y.K. et al. “So what if ChatGPT wrote it?” Multidisciplinary perspectives on opportunities, challenges and implications of generative conversational AI for research, practice and policy //International Journal of Information Management. – 2023. – T. 71. – C. 102-142.

¹⁷ Du H. et al. Chat with chatgpt on intelligent vehicles: An iieee tiv perspective //IEEE Transactions on Intelligent Vehicles. – 2023.

vaqtda ma'lumotlar olish asosida o'z vaqtlarini to'g'ri taqsimlashlari mumkin bo'ladi. Bundan tashqari, ChatGPT orqali sayohatchilar mahalliy aholi madaniyati, urf-odatlar haqida ko'plab yangiliklarni bilib olishlari va bu bilan mahalliy aholi bilan muloqot qilish ko'nikmalarini yaxshilashlari mumkin. Bunda ChatGPT yordamida mahalliy an'analar va diqqatga sazovor joylar haqida ma'lumot olish, shuningdek, talablarni ona tiliga tarjima qilishni o'z ichiga olishi mumkin, bunday xizmatlar turistlarga muloqotdagi qiyinchiliklarni yengib o'tishga yordam beradi. Bundan tashqari, sayohatchilar o'z didlari va qiziqishlariga mos keladigan diqqatga sazovor joylar, voqealar, ko'ngilochar tadbirlar va restoranlar haqida ma'lumot olish uchun ChatGPTdan foydalanishlari mumkin bo'ladi.

Chori XUSANOV,
Toshkent davlat sharqshunoslik universiteti
“Turizm” kafedrası mudiri, i.f.n., dotsent

RAQAMLI TRANSFORMATSIYA SHAROITIDA O'ZBEKISTONDA TURIZM SOHASINING RIVOJLANISH ISTIQBOLLARI

Annotatsiya: Ushbu maqolada raqamli transformatsiya jarayonining turizm sohasiga ta'siri, O'zbekistonda amalga oshirilayotgan raqamlashtirish tashabbuslari, mavjud muammolar va istiqbolli yo'nalishlar tahlil qilingan. Raqamli texnologiyalar yordamida turizm xizmatlarini samarali tashkil etish va boshqarish bo'yicha tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Kalit so'zlar: raqamli transformatsiya, turizm sohasi, elektron turizm, raqamli texnologiyalar, turizm infratuzilmasi, axborot-kommunikatsiya texnologiyalari (AKT), elektron xizmatlar, onlayn marketing, elektron bronlash, Smart-tourism.

Аннотация: В данной статье анализируется влияние процесса цифровой трансформации на сферу туризма, реализуемые в Узбекистане инициативы по цифровизации, существующие проблемы и перспективные направления. Разработаны рекомендации по эффективной организации и управлению туристическими услугами с использованием цифровых технологий.

Ключевые слова: цифровая трансформация, сфера туризма, электронный туризм, цифровые технологии, туристическая инфраструктура, информационно-коммуникационные технологии (ИКТ), электронные услуги, онлайн-маркетинг, электронное бронирование, Smart-tourism.

Abstract: This article analyzes the impact of the digital transformation process on the tourism sector, digitalization initiatives being implemented in Uzbekistan, existing problems and promising directions. Recommendations are developed for the effective organization and management of tourism services using digital technologies.

Keywords: digital transformation, tourism industry, e-tourism, digital technologies, tourism infrastructure, information and communication technologies (ICT), e-services, online marketing, e-booking, Smart-tourism.

So‘nggi yillarda dunyo bo‘ylab raqamli texnologiyalarning jadal rivojlanishi barcha sohalarga, xususan, xizmatlar ko‘rsatish tarmoqlariga, shu jumladan turizm sanoatiga ham chuqur ta’sir ko‘rsatmoqda. Bugungi kunga kelib, turizm nafaqat iqtisodiy o‘rnatishning muhim omillaridan biri, balki madaniy almashinuv, xalqaro hamkorlik va hududlararo integratsiyaning asosiy drayverlaridan biri sifatida qaralmoqda. Ayniqsa, pandemiya davridan keyingi sharoitda turizm raqamli transformatsiyaning roli yanada ortdi. Zero, sayyohlik xizmatlarining ko‘plab yo‘nalishlari masofaviy shaklga o‘tdi: onlayn bronlash, raqamli to‘lov tizimlari, virtual sayohatlar va mobil gid xizmatlari turizm tajribasining ajralmas qismiga aylandi.

O‘zbekiston ham jahonning ilg‘or davlatlari kabi raqamli iqtisodiyotga o‘tish jarayonida turizm sohasini transformatsiyalashni ustuvor yo‘nalishlardan biri etib belgilagan. Prezidentimiz Shavkat Mirziyoyevning tashabbusi bilan ishlab chiqilgan “Raqamli O‘zbekiston – 2030” strategik dasturida raqamlashtirish orqali barcha sohalarni, jumladan, turizmni rivojlantirish bo‘yicha aniq maqsad va vazifalar belgilanmoqda¹⁸. Shu doirada O‘zbekiston Respublikasi Turizmni rivojlantirish davlat qo‘mitasi tomonidan 2021–2025-yillarga mo‘ljallangan “Turizmni raqamlashtirish konsepsiyasi”¹⁹ ishlab chiqilib, unda turizm xizmatlarini raqamli formatga o‘tkazish, mobil ilovalar, onlayn xizmatlar, sun‘iy intellekt, ma’lumotlar bazalari va boshqa ilg‘or texnologiyalarni joriy etish bo‘yicha aniq chora-tadbirlar belgilandi.

Bugungi kunda global iqtisodiy va ijtimoiy muhitda ro‘y berayotgan tub o‘zgarishlar, ayniqsa, raqamli texnologiyalar asosida shakllanayotgan yangi iqtisodiy model – raqamli transformatsiya jarayoni barcha tarmoqlar faoliyatiga chuqur ta’sir ko‘rsatmoqda. Raqamli transformatsiya – bu tashkilotlar, tizimlar yoki butun jamiyat faoliyatining raqamli texnologiyalar orqali tubdan o‘zgarish jarayonidir. Raqamli transformatsiya nafaqat ishlab chiqarish, moliya va savdo sohaslarini, balki xizmat ko‘rsatish sohaslarining eng muhim yo‘nalishlaridan biri bo‘lgan turizm industriyasini ham tubdan o‘zgartirmoqda. Turizm sohasining o‘ziga xos jihati – bu uning axborotga yuqori darajadagi bog‘liqligi hamda iste’molchilarning ehtiyojlariga tezkor moslashuvchanlikni talab qilishi bilan ajralib turadi. Shu sababli, raqamli texnologiyalar ushbu sohada nafaqat qo‘shimcha qulaylik yaratadi, balki xizmatlarning mazmuni, shakli va yetkazib berish uslubini butunlay yangi bosqichga olib chiqadi. Internet, mobil aloqa, bulutli texnologiyalar, sun‘iy intellekt, “Big Data”, “IoT” (Narsalar interneti), blokcheyn, virtual va kengaytirilgan reallik kabi raqamli echimlar sayohatchilarning odatlari, kutganlari va tajribasini tubdan o‘zgartirmoqda. D.Buhalis ta’kidlaganidek, “Raqamli transformatsiya turizm sohasida “aqlli turizm” modelini yaratish, ya’ni raqamli axborot va sun‘iy intellekt asosida boshqariluvchi turistik xizmatlar tizimini shakllantirish imkonini beradi²⁰”.

¹⁸ O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 28-apreldagi “Raqamli iqtisodiyot va elektron hukumatni keng joriy etish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PQ-4699-sonli Qarori. . lex.uz.

¹⁹ Turizmni raqamlashtirish konsepsiyasi (2021–2025)”, O‘zbekiston Respublikasi Turizm qo‘mitasi.

²⁰ Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—The state of eTourism research.

Shuningdek, pandemiyadan keyingi davrda sayohatga oid afzalliklar, xavfsizlik, xizmatlarning tezkorligi va shaxsiylashtirilgan yondashuv kabi omillar turizmda raqamli yechimlarga bo'lgan talabni keskin oshirdi. Xalqaro tahlillarga ko'ra, 2023-yilga kelib global sayohatchilarning 70 foizi sayohatni rejalashtirish va bron qilishda onlayn xizmatlardan foydalangan. Bu esa, raqamli transformatsiyaning soha rivojida strategik ahamiyatini yaqqol namoyon qiladi. O'zbekiston Respublikasida ham turizmni raqamlashtirish sohasida muhim qadamlar tashlanmoqda. Turizm zamonaviy IT-infratuzilmalarni joriy etish, onlayn xizmatlar, mobil ilovalar va "aqlli shaharlar" konsepsiyasiga asoslangan turistik klasterlar tashkil etish ishlari olib borilmoqda. Davlat va xususiy sektorlar hamkorligida "Uzbekistan.travel" portali, "E-tourism" platformasi, turistik marshrutlar uchun QR-kodli gidlar, raqamli to'lov tizimlari keng tatbiq etilmoqda.

O'zbekistonda turizmning raqamlashtirilgan infratuzilmasi quyidagi quyidagi yo'nalishlarda shakllanmoqda yo'nalishlarda shakllanmoqda:

- Elektron vizalar (e-Visa) orqali bir qator mamlakat fuqarolari onlayn tarzda mamlakatga kirish imkoniyatiga ega bo'ldilar;

- Booking.com, Agoda, AirBnB kabi xalqaro platformalarda O'zbekiston mehmonxonalari ro'yxatdan o'tgan bo'lib, ularning onlayn band qilish tizimi faol ishlamoqda;

- SafeTravel Uzbekistan mobil ilovasi orqali sayyohlarga mehmonxonalar, transport, klinikalar va boshqa xizmatlar haqida ma'lumotlar taqdim etilmoqda;

- 360° virtual ekskursiyalar, QR-gid xizmatlari, AI-chatbotlar, va CRM tizimlari turizm tajribasini soddalashtirmoqda²¹.

Bularning barchasi mamlakatning turistik salohiyatini ilgari ilg'or texnologiyalar orqali global bozorda tanitish imkonini bermokda. Masalan, 2023-yil yakunlariga ko'ra, O'zbekistonda sayyohlar soni 6,6 milliondan oshgan bo'lib, ularning 45 foiziga yaqini elektron viza orqali mamlakatga kirgan. Shu bilan birga, raqamli xizmatlardan foydalangan xorijiy sayyohlarning o'rtacha xarajati \$650 atrofida bo'lgan, bu esa raqamlashtirishning iqtisodiy samaradorligini ko'rsatadi²².

Transformatsiya jarayonida ayrim muammolar ham mavjud: mintaqaviy turoperatorlar va mehmonxonalarda raqamli savodxonlik darajasining pastligi, kadrlar salohiyatining yetarli emasligi, texnik infratuzilmaning ba'zi hududlarda sust rivojlangani transformatsiya jarayonini sekinlashtirmokda. Shu sababli, oliy ta'lim muassasalarida raqamli turizmga oid fanlar (masalan, "Raqamli marketing", "Smart tourism", "Turizm axborot tizimlari") joriy etilishi dolzarb masalaga aylanmoqda²³.

Raqamli transformatsiya O'zbekistonda turizmni rivojlantirishning yangi paradigmasini shakllantirmokda. Bu esa turizm infratuzilmasining modernizatsiyasi, xizmatlar sifatining oshishi, mintaqaviy turizm markazlarining rivojlanishi va respublika brendining xalqaro maydonda mustahkamlanishiga olib kelmoqda.

²¹ Murodov A. (2022). Raqamli texnologiyalar va turizm integratsiyasi: imkoniyatlar va chaqiriqlar. Toshkent: Iqtisodiyot va innovatsiyalar nashriyoti.

²² O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasi. Turizm sohasiga oid ko'rsatkichlar, 2023-yil yakunlari.

²³ Karimova D., Jo'raev I. (2023). Turizm innovatsion texnologiyalarning qo'llanilishi. "Fan va taraqqiyot" jurnali, №2, 65–71-betlar.

1-jadval

№	Ko'rsatkichlar	2019-yil	2021-yil	2023-yil
1.	Turistik axborot portallariga tashriflar soni (ming)	480	1200	2100
2.	Onlayn bron qilish foizi	23%	35%	58 %
3.	QR-kodli turizm ob'ektlari	320	870	1500
4.	Raqamli to'lov xizmatlaridan foydalanuvchilar	150 000	430 000	710 000
5.	Mobil ilovalar yuklab olish soni (VisitUzbekistan)	-	85 000	210 000
6.	Elektron guvohnoma olgan gidlar soni	-	3 400	6 200

Turizm sohasida raqamli rivojlanish ko'rsatkichlari (2019-2023-yillar)

Manba: O'zbekiston Respublikasi Turizm qo'mitasi, O'zbekiston Respublikasi statistika agentligi, "Digital Uzbekistan" axborot markazi ma'lumotlari asosida tuzilgan.

Jadval ma'lumotlari turizm sohasida raqamli transformatsiyaning samaralari aniq ko'rinib turganini tasdiqlaydi. Barcha ko'rsatkichlarda ijobiy o'sish kuzatilib, raqamli infratuzilma va xizmatlar nafaqat mutaxassislar, balki keng jamoatchilik tomonidan ham qabul qilinayotganini anglatadi. Bu esa turizmning raqobatbardoshligi, sifatli xizmat ko'rsatish va xorijiy turistlar oqimini jalb etishda hal qiluvchi omil hisoblanadi.

1. Turistik axborot portallarga tashriflar soni 2019–2023 yillar mobaynida 4,4 baravarga oshgan. Bu raqamlar turistlar va mahalliy foydalanuvchilarning elektron ma'lumot manbalariga bo'lgan qiziqishi va ishonchining ortib borayotganini ko'rsatadi. Axborot portali orqali turistik xizmatlar, marshrutlar va obidalar haqida oldindan ma'lumot olish raqamlashtirishning muhim samarasi hisoblanadi.

2. Onlayn bron qilish darajasi 5 yil ichida qariyb 2,5 barobarga o'sgan. Bu o'sishda elektron to'lov tizimlarining kengayishi, mahalliy bronlash platformalarining (Uzbooking, Bookatour) faolligi va turistlar o'rtasida raqamli savodxonlikning oshgani muhim rol o'ynagan.

3. QR-kodli ob'ektlar soni 2019 yildan 2023 yilgacha besh barobarga yaqin oshgan. Bu interaktiv xizmatlarning kengayishi, ekskursiyalar uchun zamonaviy vositalardan foydalanish imkonini bergan. Xususan, xorijiy sayyohlar uchun ko'p tilli ma'lumotlar taqdimoti orqali raqobatbardoshlik oshdi.

4. Foydalanuvchilar soni 5 yil ichida qariyb 5 baravarga ko'paydi. Elektron to'lov infratuzilmasining kengayishi (Click, Payme, Humo, Visa integrasiyasi) hamda mehmonxona va restoranlarda POS-terminallar sonining ko'payishi bu o'sishga ta'sir qildi.

5. Visit Uzbekistan ilovasiga bo'lgan talab o'sib bormoqda. Bu interaktiv xarita, gid xizmatlari, bronlash, QR-skaner, tadbir taqvimi va to'lov imkoniyatlari bilan ta'minlanganligi bilan bog'liq. Bu mobil raqamli xizmatlar turistlar uchun qulaylik yaratib, milliy turizm mahsulotlarining jozibadorligini oshirmoqda.

6. Gidlarning elektron tarzda guvohnoma olish jarayoni yo'lga qo'yilishi ularning rasmiy faoliyatini qonuniylashtirish, xizmat sifatini nazorat qilish va turistik bozorni shaffoflashtirishga xizmat qildi. Bu raqam 2 yil ichida qariyb 2 baravarga oshgani sohada raqamli boshqaruvning kuchayganini ko'rsatadi.

Yuqoridagi tahlillar shuni ko'rsatadiki, raqamli transformatsiya O'zbekistonning turizm sohasini zamonaviy bosqichga olib chiqishning muhim omillaridan biridir.

- raqamli transformatsiya O'zbekiston turizm sohasida tub o'zgarishlarni boshlab berdi, bu esa soha samaradorligi, xizmat sifati va global raqobatbardoshlikni oshirishga olib kelmoqda.

- davlat siyosatida raqamlashtirish ustuvor yo'nalish sifatida belgilangan, tegishli normativ-huquqiy hujjatlar orqali huquqiy asos mustahkamlangan.

- elektron xizmatlar, mobil ilovalar, AI va CRM tizimlari joriy etilishi sayyohlar tajribasini yaxshilashda muhim omil bo'lmoqda.

- kadrlar salohiyati va raqamli savodxonlik darajasi transformatsiya muvaffaqiyatida hal qiluvchi rol o'ynamoqda.

- xalqaro hamkorlik va texnologik investitsiyalar O'zbekiston turizmining raqamli ekotizimga integratsiyasini tezlashtirmoqda.

Turizmra raqamli transformatsiyani jadallashtirish maqsadida quyidagi amaliy tavsiyalarni ilgari surish muhim deb hisoblaymiz:

- raqamli infratuzilmani rivojlantirish: sayyohlik obyektlari va xizmat ko'rsatuvchi subyektlarda yuqori tezlikdagi internet, axborot kiosklari, interaktiv xaritalar va mobil ilovalar joriy etish;

- innovatsion texnologiyalarni tatbiq etish: VR/AR, sun'iy intellekt, chatbotlar va big data asosidagi tahliliy platformalar orqali xizmatlarni avtomatlashtirish;

- kadrlar salohiyatini oshirish: turizm sohasi xodimlari uchun raqamli kompetensiyalar bo'yicha uzluksiz o'qitish va qayta tayyorlash dasturlari ishlab chiqilish;

- raqamli marketingni kuchaytirish: SEO, SMM, influencer marketing kabi vositalar orqali O'zbekistonning turistik brendi xalqaro maydonda samarali targ'ib qilish;

- hududiy raqamli platformalarni rivojlantirish: har bir hudud uchun mahalliy brend va raqamli xizmatlar integratsiyalashgan portallar tashkil etilishi, turizm klasterlarini raqamlashtirishga alohida e'tibor qaratilishi lozim.

Xulosa qilib aytganda, O'zbekistonning turizm sohasida raqamli transformatsiyani izchil amalga oshirish – nafaqat iqtisodiy samaradorlikni oshirish, balki xalqaro maydonda milliy turistik mahsulotni tanitish uchun ham muhim strategik omildir. Bu esa, o'z navbatida, barqaror iqtisodiy o'sish, yangi ish o'rinlari yaratilishi va ijtimoiy farovonlikning oshishiga xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 28-apreldagi "Raqamli iqtisodiyot va elektron hukumatni keng joriy etish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PQ-4699-sonli Qarori. lex.uz.

2. Turizmni raqamlashtirish konsepsiyasi (2021–2025)", O'zbekiston Respublikasi Turizm qo'mitasi.

3. Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet–The state of eTourism research.

4. Murodov A. (2022). Raqamli texnologiyalar va turizm integratsiyasi: imkoniyatlar va chaqiriqlar. Toshkent: Iqtisodiyot va innovatsiyalar nashriyoti.
5. O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasi. Turizm sohasiga oid ko'rsatkichlar, 2023-yil yakunlari.
6. Karimova D., Jo'raev I. (2023). Turizmدا innovatsion texnologiyalarning qo'llanilishi. "Fan va taraqqiyot" jurnali, №2, 65–71-betlar.
7. UNWTO Uzbekistan Country Profile. Tourism Statistics Summary. 2023.
8. World Economic Forum. (2022). Travel and Tourism Development Index 2021: Rebuilding for a Sustainable and Resilient Future. www.weforum.org/reports

Xamidjon RASULOV,
Qo'qon universiteti "Xalqaro turizm va iqtisodiyot" kafedrası mudiri

TURISTIK OBYEKTlarda XIZMAT KO'RSATISH MADANIYATINI OSHIRISHNING INNOVATSION YONDASHUVLARI

Annotatsiya. Mazkur maqolada turistik obyektlarda xizmat ko'rsatish madaniyatini oshirishning innovatsion yondashuvlari tahlil qilinadi. Shuningdek, unda O'zbekiston misolida olib borilgan islohotlar, statistik ko'rsatkichlar va xalqaro tajribalarni o'rganish asosida innovatsion yondashuvlarning samaradorligi yoritilgan. Xizmat madaniyatini oshirish orqali sayyohlar qoniqishini ta'minlash, ularning sadoqatini kuchaytirish va turizm salohiyatini rivojlantirishga xizmat qiluvchi takliflar berildi.

Kalit so'zlar: turistik obyekt, xizmat ko'rsatish, madaniyat, innovatsion yondashuv, sun'iy intellekt, raqamli texnologiyalar, mobil ilovalar, AI-assistent, virtual resepsionist, smart room, VR ekskursiya, AR texnologiya, xizmat sifati, mehmonxona, servis dizayni, malaka oshirish.

Аннотация. В данной статье рассматриваются инновационные подходы к повышению культуры обслуживания на туристических объектах. На основе реформ, реализуемых в Узбекистане, статистических данных и международного опыта, раскрыта эффективность инновационных решений в данной сфере. В работе представлены предложения по обеспечению удовлетворённости туристов, повышению их лояльности и расширению туристического потенциала посредством развития сервиса и обслуживания.

Ключевые слова: туристический объект, обслуживание, культура, инновационный подход, искусственный интеллект, цифровые технологии, мобильные приложения, AI-ассистент, виртуальный ресепшионист, смарт-комната, VR-экскурсия, AR-технологии, качество обслуживания, гостиница, дизайн сервиса, повышение квалификации

Abstract. This article explores innovative approaches to enhancing service culture at tourist facilities. Based on the reforms carried out in Uzbekistan, statistical data, and international experience, the article highlights the effectiveness of innovative solutions in tourism services. It offers practical recommendations aimed at improving tourist satisfaction, increasing loyalty, and strengthening the overall

tourism potential through advanced service development.

Keywords: *tourist facility, service, culture, innovative approach, artificial intelligence, digital technologies, mobile applications, AI-assistant, virtual receptionist, smart room, VR tour, AR technology, service quality, hotel, service design, professional development.*

XXI asr turizm industriyasi jadal rivojlanayotgan global tarmoqlardan biriga aylandi. Bugungi kunda turizm nafaqat iqtisodiy foyda keltiruvchi sektor, balki mamlakatlar o'rtasida madaniy aloqalarni mustahkamlovchi, ijtimoiy barqarorlikni ta'minlovchi va hududiy rivojlanishga turtki beruvchi strategik soha sifatida e'tirof etilmoqda. Shu nuqtai nazardan qaralganda, turistik xizmatlarning sifati va ayniqsa, xizmat ko'rsatish madaniyati – ushbu sohaning muvaffaqiyat kalitidir. Zero, zamonaviy sayyoh nafaqat diqqatga sazovor joylarni ko'rish, balki yuksak darajadagi xizmat ko'rsatish, samimiy muomala va madaniy muhitda hordiq chiqarishni xohlaydi. Bu esa, turistik obyektlarda xizmat ko'rsatish madaniyatini oshirishni dolzarb masalaga aylantiradi.

Turistik xizmatlar sifati va madaniyatini oshirish yo'lida an'anaviy yondashuvlar tobora o'z o'rnini innovatsion yondashuvlarga bo'shatmoqda. Bugungi kunda raqamli texnologiyalar, sun'iy intellekt, mijozlarga yo'naltirilgan servis dizayni, interaktiv aloqa vositalari kabi zamonaviy vositalar xizmat ko'rsatish sohasini tubdan o'zgartirmoqda. Xususan, QR-kodlar orqali axborot taqdimoti, onlayn bron qilish tizimlari, avtomatlashtirilgan kutib olish xizmatlari, mobil ilovalar orqali gidlik xizmati kabi innovatsiyalar nafaqat samaradorlikni oshirmoqda, balki xizmat madaniyatini yangi bosqichga olib chiqmoqda.

Shu bilan birga, xizmat ko'rsatish madaniyati deganda, faqat texnik xizmatlar emas, balki insoniy omil – xodimlarning muloqot madaniyati, mehmondo'stligi, etika va psixologik tayyorgarligi ham muhim ahamiyatga ega. Aynan insoniy omil xizmatlar sifatini belgilovchi eng nozik jihatlardan biridir. Shuning uchun zamonaviy yondashuvlar nafaqat texnologik innovatsiyalarni, balki xizmat ko'rsatuvchi xodimlarning kasbiy va madaniy salohiyatini oshirishni ham o'z ichiga olishi zarur.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining turizm sohasini strategik tarmoqqa aylantirish borasidagi siyosati doirasida xizmatlar sifatini oshirish, servis madaniyatini yuksaltirish, xalqaro standartlarga mos muhit yaratish bo'yicha qator chora-tadbirlar amalga oshirilmoqda. Bunday sharoitda xizmat ko'rsatish madaniyatining innovatsion asosda takomillashtirilishi milliy turizm mahsulotining jozibadorligini belgilovchi asosiy omillardan biriga aylanadi.

Mavzuning dolzarbligi, shuningdek, global pandemiya davridagi tajribalar bilan ham mustahkamlangan. COVID-19 pandemiyasi turizm sohasida gigiyena, xavfsizlik, tezkor xizmat ko'rsatish va raqamlashtirish kabi omillarning naqadar muhim ekanligini yaqqol ko'rsatdi. Shu sababli, post-pandemiya davrida xizmat ko'rsatish madaniyatini innovatsion yondashuvlar asosida tashkil etish – sohaning tiklanishi va kelgusidagi rivoji uchun zaruriy shartga aylandi.

Mazkur tezisda aynan turistik obyektlarda xizmat ko'rsatish madaniyatini oshirish yo'lidagi zamonaviy, innovatsion yondashuvlar tahlil qilinadi. Bunda xorijiy mamlakatlar tajribasi, mavjud metodologik yondashuvlar, amaliy misollar va

O'zbekiston sharoitida ularning qo'llanish imkoniyatlari o'rganiladi. Maqsad – turistik obyektlar faoliyatida xizmat ko'rsatish madaniyatini oshirish orqali mijozlar roziligini ta'minlash, ularning sadoqatini kuchaytirish va natijada hududiy turizm salohiyatini mustahkamlashga xizmat qiluvchi takliflar ishlab chiqishdir.

Xorijiy mamlakatlarda turistik obyektlarda xizmat ko'rsatish madaniyatini oshirish maqsadida qo'llanilayotgan innovatsion yondashuvlar turli texnologiyalar, boshqaruv uslublari va inson resurslariga qaratilgan strategiyalar orqali amalga oshirilmoqda. Yaponiya, Janubiy Koreya, Singapur va AQSh mamlakatlarida mehmonxonalarda mijozlarga xizmat ko'rsatishda sun'iy intellekt asosida ishlovchi virtual resepsionistlar va robotlar ishlatilmoqda hamda sayyohning avvalgi odatlari asosida unga mos ekskursiya, restoran yoki transport xizmati avtomatik tavsiya qilinadi. Germaniya, Fransiya, Italiya va AQSh kabi mamlakatlarda mehmonlar mehmonxonadagi yorug'lik, harorat, musiqa va hatto xona xizmatlarini telefon orqali boshqarishlari mumkin. Yana bir platforma orqali bron qilish, xarita, tarjima, transport, restoran buyurtmalari va fikr-mulohazalar birlashtirilgan mobil ilovalar mavjud. Buyuk Britaniya, Ispaniya va Niderlandiya mamlakatlarida VR texnologiyasi yordamida tarixiy joylarni virtual ko'rib chiqishlari mumkin hamda muzey yoki tarixiy ob'ektlar atrofida mobil telefonni yo'naltirgan holda, ekran orqali qo'shimcha ma'lumot va 3D animatsiyalar ko'rsatiladi.

Xorijiy mamlakatlarda turistik obyektlarda xizmat ko'rsatish madaniyatini oshirish maqsadida qo'llanilayotgan innovatsion va texnologiyalarni O'zbekistonga tatbiq etish lozim. Bulardan AI-assistentlar va virtual resepsionistlar, yirik mehmonxonalar va aeroportlar uchun joriy qilinsa, xizmat tezligi va sifati ortadi va avtomatlashtirilgan check-in/check-out, mobil ilovalar yoki biometrik tizimlar orqali ro'yxatdan o'tish mehmonlar soni ko'paygan davrda (masalan, Navro'z, yozgi sayohatlar) samarali bo'ladi. "Smart Room" tizimini yangi mehmonxonalar yoki zamonaviylashtirish bosqichidagi obyektlar uchun qulay va birlashtirilgan ilova (bron qilish, xarita, tarjima, tadbirlar) aynan O'zbekiston uchun katta imkoniyat. O'zbekistonga VR ekskursiyalarni tashkil etish, yani xorijlik sayyohlar uchun tarixiy obidalarini pandemiya yoki cheklov davrida virtual ko'rish imkonini beradi va O'zbekistondagi tarixiy shaharlarini, AR ekskursiyalari, Samarqand, Registon, Ark, Ichan qal'a, Shahrisabz, Xiva kabi yodgorliklar atrofida real vaqtli vizual ko'rsatilsa, texnologiyalar orqali yanada jozibador tarzda targ'ib qilinishi mumkin.

Zamonaviy dunyoda turizm sohasi raqobatbardoshlik va rivojlanishning muhim ko'rsatkichlaridan biriga aylandi. Ayniqsa, turistik obyektlarda xizmat ko'rsatish madaniyatini oshirishda innovatsion texnologiyalar tobora muhim o'rin egallamoqda. Bugungi kunda xalqaro miqyosda xizmat sifatini oshirish uchun sun'iy intellekt (AI), mobil ilovalar, avtomatlashtirilgan xizmatlar, shaxsiylashtirish va ekologik yondashuvlar keng joriy qilinmoqda. Bu yo'nalishdagi jahon tajribasi raqamlar asosida tahlil qilinadigan bo'lsa, global tendensiyalar aniqroq ko'zga tashlanadi.

Avvalo, sun'iy intellektga asoslangan xizmatlar bozorida sezilarli o'sish kuzatilmoqda. 2024-yil holatiga ko'ra, AI texnologiyalari turizm sohasida \$2,95 milliard qiymatga ega bo'lib, 2030-yilga kelib bu ko'rsatkich \$13,38 milliardga yetishi kutilmoqda. Bu esa yiliga 28,7 foiz o'sishni anglatadi. Bu texnologiyalar

mehmonxonalar va sayohat agentliklariga xizmat jarayonlarini avtomatlashtirish, mijozga moslashtirilgan takliflar yaratish, xatoliklarni kamaytirish va foydalanuvchi tajribasini yaxshilash imkonini bermiqda.

AI yordamida mijozlarga xizmat ko'rsatish darajasi ham yildan yilga ortib bormiqda. Jahon tajribasiga ko'ra, mehmonxonalarda chatbotlar orqali mijoz so'rovlarining taxminan 80 foizi avtomatik tarzda hal qilinmqda. Bu esa inson resurslariga tushadigan yukni kamaytiradi va xizmat tezligini oshiradi. Shuningdek, AI asosida daromadni boshqarish tizimlari orqali mehmonxonalar o'z tushumlarini o'rtacha 10 foizga oshirishga erishmqda. Bu esa biznes samaradorligini oshirishda katta rol o'ynaydi.

Yana bir muhim yo'nalish bu – sayohatni rejalashtirish jarayonida AI texnologiyalarining qo'llanilishi. Masalan, Buyuk Britaniyada o'tkazilgan so'rov natijalariga ko'ra, sayohatchilarning 20 foizi o'z safarlarini AI yordamida rejalashtirgan bo'lib, ularning 93 foizi bu tajribadan mamnun bo'lgan. Bu esa AI texnologiyalari foydalanuvchilarning ishonchini qozonayotganini ko'rsatadi.

Statistik ma'lumotlar shuni ko'rsatadiki, dunyodagi yetakchi turizm markazlari xizmat ko'rsatish madaniyatini zamonaviy yondashuvlar orqali yuksaltirishmqda. Bunday texnologiyalar mijoz ehtiyojlarini tezda aniqlash, sifatli xizmat ko'rsatish va uzoq muddatli sodiqlikni ta'minlashda asosiy vosita bo'lib xizmat qilmqda.

So'nggi yillarda O'zbekiston turizmni milliy iqtisodiyotning muhim ustuniga aylantirish yo'lida faol harakat qilmqda. Bu yo'lda xizmat ko'rsatish madaniyatini oshirish va xalqaro mezonlarga mos innovatsion yondashuvlarni joriy etish asosiy ustuvor yo'nalishlardan biri bo'lib qolmqda. Global tajriba shuni ko'rsatadiki, raqamli texnologiyalar, sun'iy intellekt, avtomatlashtirilgan xizmatlar va ekologik yondashuvlar zamonaviy turizmga eng muhim vositalarga aylangan.

Statistik ma'lumotlarga murojaat qiladigan bo'lsak, 2024 yilda ilk bor O'zbekistonga 10 milliondan ortiq xorijiy sayyoh tashrif buyurdi. 2023-yilda bu ko'rsatkich 6,6 million edi va bu ko'rsatkich 2022-yilga nisbatan 25% ko'pdir. Ushbu o'sish xizmat sifati, qulay infratuzilma va texnologik rivojlanish bilan bevosita bog'liq. Sayyohlar uchun yaratilgan qulayliklar, xususan raqamli xizmatlar, onlayn bron tizimlari va turizm iloalari bu raqamga sezilarli hissa qo'shgan.

O'zbekistonda turistik obyektlarda xizmat ko'rsatish madaniyatini oshirish bo'yicha qator innovatsion loyihalar amalga oshirilmqda. Masalan:

“Uzbekistan.travel” va “E-mehmon” tizimlari orqali mehmonxonalar va xizmatlar to'g'risida onlayn ma'lumot olish va band qilish imkoniyati mavjud.

2023-yilda O'zbekistonda 1 200 dan ortiq gid-tarjimonlar faoliyat yuritgan, bu esa til to'siqlarini yengishda muhim omil bo'lib xizmat qilmqda.

Shuningdek, xizmat ko'rsatish xodimlarining malakasini oshirish bo'yicha ham muhim qadamlar tashlanmqda. 2023-yilda Respublika kasb-hunar markazlarida 5 ming nafardan ortiq turizm sohasi xodimlari qisqa muddatli trening va kurslardan o'tgan. Bu kurslar zamonaviy simulyatorlar, VR qurilmalar va mijoz bilan muloqot qilish psixologiyasiga qaratilgan mashg'ulotlarni o'z ichiga oladi.

Ekologik turizm va “yashil xizmatlar” yo'nalishida ham sezilarli yutuqlar bor. Masalan, 2024-yilda Xivada joylashgan 5 ta mehmonxona quyosh panellari orqali ishlaydi, suvni tejovchi tizimlar va qayta ishlanadigan mahsulotlar bilan jihozlangan.

Bu esa Yevropa sayyohlari orasida O'zbekistonga bo'lgan qiziqishni kuchaytirmoqda.

Yana bir muhim ko'rsatkich – sayyohlarning xizmat sifatiga bergan bahosidir. 2023-yilda TripAdvisor, Booking.com kabi saytlarda O'zbekistonning mehmonxonalari o'rtacha 4,4 yulduzli baho olgan bo'lib, bu Markaziy Osiyo bo'yicha eng yuqori ko'rsatkichlardan biridir.

Turistik obyektlarda xizmat ko'rsatish madaniyatini oshirish bugungi kunda nafaqat sayyohlar sonini ko'paytirish, balki ularning qoniqishini ta'minlash, mamlakatning xalqaro imijini mustahkamlash va iqtisodiy o'sishni ta'minlashda muhim omil hisoblanadi. Xalqaro tajribalar shuni ko'rsatmoqdaki, xizmat ko'rsatish sifati va madaniyati sun'iy intellekt, raqamli texnologiyalar, mobil ilovalar, AR/VR imkoniyatlari, shaxsiylashtirilgan xizmatlar hamda xodimlar malakasini oshirish kabi zamonaviy yondashuvlar orqali keskin yuksalmoqda.

O'zbekiston ham bu yo'nalishda ijobiy siljishlarni boshlab yuborgan. So'nggi yillarda turizm infratuzilmasini yaxshilash, xizmat ko'rsatish standartlarini joriy qilish, raqamli platformalar yaratish va ekologik barqarorlikni ta'minlash borasida qator innovatsion loyihalar amalga oshirildi. Jumladan, onlayn bron tizimlari, ko'p tilli info-kioskalar, AI asosidagi xizmatlar, gid-tarjimonlar sonining ortishi va malaka oshirish kurslari bunga misol bo'la oladi.

Statistik tahlillar ham bu islohotlarning samaradorligini tasdiqlamoqda. Xususan, 2023-yilda 6,6 million xorijiy sayyoh tashrifi qayd etilishi, xizmat reytinglarining o'sishi, sayyohlarning ijobiy fikrlari va xizmat sohalariga bo'lgan talabning ortishi innovatsion yondashuvlarning ijobiy samarasidir.

Bundan kelib chiqib, O'zbekiston uchun eng maqbul yo'l – bu xalqaro tajribalarni mahalliy sharoitga moslashtirib, xizmat ko'rsatish tizimini kompleks tarzda modernizatsiya qilishdir. Innovatsiyalar texnologiya bilan cheklanib qolmasligi, balki insoniy yondashuv, madaniyat, til bilimi, mehmondo'stlik ruhi bilan uyg'unlashgan holda amalga oshirilishi kerak. Zero, sifatli xizmat – bu sayyohga faqat qulaylik yaratish emas, balki uning xotirasida ijobiy taassurot qoldirish vositasidir.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. O'zbekiston Respublikasi Turizmni rivojlantirish ilmi tadqiqot institusiyasi. (2023). O'zbekiston Respublikasi turizm sohasi bo'yicha statistik axborotlar. – <https://uzbektourism.uz>
2. Statistika agentligi huzuridagi Turizm departamenti. (2024). Sayyohlar oqimi va turizm xizmatlari ko'rsatkichlari bo'yicha yillik hisobot.
3. Azizxo'jayeva M. R. (2022). Mehmonxona va restoran xizmatlarini boshqarish. Toshkent: Iqtisodiyot va xizmat universiteti nashriyoti.
4. Rustamov B. X., & Jo'raqulov A. M. (2021). Turizmda zamonaviy texnologiyalar va innovatsiyalar. – Toshkent: "Fan va texnologiya" nashriyoti.
5. WTO – World Tourism Organization (2023). Global Report on Innovation in Tourism. – <https://www.unwto.org>
6. Booking.com, TripAdvisor, Airbnb statistik sharhlari va foydalanuvchi tahlillari (2023). – <https://www.booking.com>, <https://www.tripadvisor.com>

Фарида БУХАРОВА,
к.э.н., доцент кафедры «Туризм»
Ташкентского государственного университета востоковедения

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЗЕЛЕННОГО ТУРИЗМА В УЗБЕКИСТАНЕ

Аннотация. В статье рассматриваются перспективы развития экологического туризма в Узбекистане как важного направления «зелёной экономики» в контексте Стратегии «Узбекистан – 2030». Анализируются природно-климатический потенциал страны, необходимость развития инфраструктуры, сохранения биоразнообразия и повышения экологической культуры. На примере Байсунского района показаны возможности экотуризма. Приведён обзор роста сектора за 2019-2023 годы (увеличение туристов, доходов и объектов), а также обозначены проблемы – нехватка инфраструктуры, низкий уровень осведомлённости и необходимость усиления природоохранных мер. Подчёркивается значение вовлечения местных сообществ и международного сотрудничества для укрепления роли Узбекистана как центра экотуризма в регионе.

Ключевые слова: зеленый туризм, экологический туризм, туристическая отрасль, экотуристы, зеленая экономика, Стратегия «Узбекистан - 2030», экотуризм, устойчивое развитие.

Abstract:

This article examines the prospects for developing ecotourism in Uzbekistan as a key component of the "green economy" within the framework of the Uzbekistan–2030 Strategy. It highlights the country's natural and climatic potential, the need for infrastructure development, biodiversity conservation, and ecological awareness. The Boysun district serves as a case study for ecotourism opportunities. The article reviews growth trends from 2019 to 2023 (in tourist numbers, revenues, and facilities) and identifies challenges such as limited infrastructure, low awareness, and the need for stronger environmental protection. It emphasizes the importance of community engagement and international cooperation in positioning Uzbekistan as a leading ecotourism destination in Central Asia.

Key words: green tourism, ecological tourism, tourism industry, ecotourists, green economy, Strategy "Uzbekistan - 2030", ecotourism, sustainable development.

Экологический туризм является наиболее динамично развивающимся сегментом туристической отрасли, занимая 25% мирового туристического рынка. По данным Всемирной туристской организации, количество экотуристов ежегодно растет на 20%. Аналитика показывает, что доход от экотуризма составляет 10-14% от общего объема мирового туристического рынка²⁴.

Международное общество экотуризма характеризует экотуризм как

²⁴ Khushvaktov I.N., Gapporov Kh.L. Possibilities for the development of ecotourism in Uzbekistan, a collection of materials of the republican scientific and practical conference. Prospects for the development of ecotourism in the Fergana Valley (pp. 125-130) (Namangan, 2016).

ответственное путешествие в природные зоны, способствующее сохранению окружающей среды, поддержке благополучия местных жителей и включающее образовательные и просветительские мероприятия.

Ключевая особенность экотуризма - защита биоразнообразия и экосистем при посещении природных территорий. Кроме того, экотуризм создает экономические условия, при которых сохранение природы становится финансово выгодным для местных сообществ²⁵.

С 2025 года экотуризм в Узбекистане активно развивается благодаря поддержке государства, международному сотрудничеству и возрастающему интересу к устойчивым путешествиям. Уникальное географическое разнообразие страны - горы Тянь-Шаня и Памиро-Алая, пустыня Кызылкум и многочисленные природные заповедники - делает её идеальной для экотуризма. Глобальный тренд на экологически ориентированные путешествия усиливает привлекательность Узбекистана для туристов, стремящихся к устойчивому отдыху.

Благодаря природным богатствам, богатому культурно-историческому наследию и выгодному расположению Узбекистан обладает значительным потенциалом для развития туризма, особенно экотуризма. В последние годы приток как внутренних, так и иностранных туристов создаёт благоприятные условия для роста отрасли²⁶.

Правительство активно поддерживает экотуризм в рамках Стратегии «Узбекистан - 2030», принятой в 2023 году, где акцент сделан на охране природы и устойчивом экономическом развитии. Туризм, включая экотуризм, играет центральную роль в этой стратегии. Согласно прогнозам, рынок туризма в Узбекистане будет расти на 9,91% ежегодно с 2024 по 2029 год, достигнув к 2029 году объёма в 720,60 млн долларов США. Хотя эти данные включают весь туристический сектор, экотуризм вносит всё более заметный вклад, поскольку страна расширяет свои предложения, дополняя исторические достопримечательности природными маршрутами.

Для оценки масштабов и значимости экотуризма в Узбекистане можно выделить несколько ключевых статистических показателей:

1. В 2022 году страну посетили 5,2 миллиона иностранных гостей, что существенно выше 1,88 миллиона в 2021 году, но ниже рекордных 6,75 миллиона в 2019 году до пандемии. Хотя преобладает культурный туризм, экотуризм активно развивается, особенно в таких местах, как Аральское море и Чаткальский биосферный заповедник.

2. В 2022 году экспорт туристических услуг составил 1,6 миллиарда долларов США, а к 2024 году планируется довести этот показатель до 2,5 миллиардов долларов. Экотуризм вносит все больший вклад за счет таких видов деятельности, как пустынные сафари, наблюдение за птицами и треккинг в горах.

3. По данным на 2023 год, более 4% территории Узбекистана занимают

²⁵ <https://www.undp.org/ru/kazakhstan/stories/pervozdannaya-priroda-kazakhstana-potencial-dlya-razvitiya-ekoturizma>

²⁶ https://www.e3s-conferences.org/articles/e3sconf/pdf/2024/104/e3sconf_congrentax2024_06006.pdf

природоохранные зоны, включая Угам-Чаткальский национальный парк и Китабский заповедник, которые играют ключевую роль в развитии экотуризма.

4. Средняя заполняемость гостиниц и других мест размещения в 2023 году составила около 60%, с ростом спроса в регионах экотуризма, таких как горы Нуратау.

5. Инфраструктура размещения значительно расширилась, появилось 183 новых отеля, 215 хостелов и 356 семейных гостевых домов. В Узбекистане построено 5477 новых объектов размещения, рассчитанных на 142 720 мест.

6. Для развития туризма правительство провело ряд реформ, включая создание 20 экологических маршрутов в охраняемых зонах, таких как Нуратауско-Кызылкумский биосферный заповедник и Угам-Чаткальский национальный парк, а также инвестиции в экологичную инфраструктуру, включая эко-домики и устойчивый транспорт.

7. Государственный комитет по экологии и охране окружающей среды разработал рекомендации по устойчивому управлению туризмом совместно с международными партнёрами, такими как ПРООН и GIZ.

Однако потенциал экотуризма сдерживается рядом проблем:

- недостаточно эффективное управление отходами в природных парках;
- нехватка программ обучения местных жителей принципам устойчивого гостеприимства;
- отсутствие цифровых платформ для продвижения экотуризма на международном уровне.

Тем не менее, Узбекистан может извлечь выгоду из глобального интереса к экотуризму, продолжая внедрять принципы устойчивого развития. Местные инициативы, такие как проживание в семьях в горах Нуратау и юртовые лагеря у Аральского моря, поддерживают местные сообщества и сохраняют традиционный уклад жизни. Сотрудничество с международными организациями, включая STARTlab Университета Пердью, способствует развитию образования в сфере экотуризма, в том числе через онлайн-курс МООС, запущенный в 2024 году. Модернизация инфраструктуры, включая реконструкцию аэропорта Самарканда в 2022 году, упрощает доступ к удалённым экотуристическим объектам²⁷.

За годы независимости Узбекистан присоединился к более чем 40 международным конвенциям и соглашениям, формирующим экологическую политику страны. Стратегия экологической безопасности Узбекистана направлена на защиту ключевых интересов личности, общества и государства в экологической сфере, закреплённых в Конституции. Она включает создание благоприятных экологических условий для охраны здоровья населения, стабилизацию экологической обстановки, обеспечение физического развития будущих поколений, формирование устойчивого развития, здорового образа жизни в регионах и поддержку высокотехнологичного развития приоритетных секторов экономики. Особое значение имеют государственные программы, обновляемые каждые пять лет. Эти программы способствуют внедрению

²⁷ Toshpo'latova Mohinur. CURRENT STATUS OF ECOTOURISM IN UZBEKISTAN.

принципов экологической стабильности, рационального использования природных ресурсов и устойчивого развития экономики. Финансирование этих инициатив значительно выросло: на программу 2014–2018 годов было выделено 640 миллионов долларов США, а на программу 2019–2023 годов – 2 миллиарда долларов США²⁸.

Экологический туризм является развивающейся и перспективной отраслью в Узбекистане, которая способна принести большой экономический доход. Перспективное развитие Республики Узбекистан, основанное на формировании «Зеленой экономики» в стране, подтверждённые законодательно-нормативными документами, принятой Указом Президента Республики Узбекистан Ш.М. Мирзиёевым «О Государственной программе по реализации Стратегии «Узбекистан - 2030» в «Год охраны окружающей среды и «зеленой экономики», направлены на решение следующих актуальных проблем:

- укрепление здоровья населения, создание условий для формирования экологического образа жизни и реализации человеческого потенциала;
- охрану, воспроизводство и сохранение для будущего поколения растительного и животного мира, сохранение биоразнообразия;
- устойчивое финансирование проектов, направленных на широкое внедрение принципов «зеленой экономики», адаптацию экономики к изменению климата;
- увеличение доли возобновляемой энергии в энергобалансе республики, включая строительство крупных «зеленых электростанций» на основе государственно-частного партнерства, расширение сети малых и микро-гидроэлектростанций в регионах, стимулирование установки солнечных панелей в домохозяйствах населения;
- обеспечение в 2025 году в направлении улучшения экологического облика махаллей, повышения уровня озеленения улиц, формирования экологически благоприятной и благополучной среды для проживания;
- создание сети «Тенистых прогулочных улиц» путем высадки деревьев и растений вдоль пешеходных и отдельных велосипедных дорожек, строительство в прибрежных зонах и вдоль рек 80 инфраструктурных объектов и оздоровительных дорожек для населения протяженностью более 110 километров²⁹.

Узбекистан обладает достаточно высокими природно-климатическими ресурсами, которые позволяет создать и развивать зоны зеленого туризма.

Развитие зеленого туризма является одно из наиболее динамично развивающийся отраслей мировой экономики способствующие экономическому росту, созданию рабочих мест и культурному обмену.

Как подчеркивается в постановлении Кабинета Министров Республики Узбекистан «Об утверждении Стратегии по сохранению биологического разнообразия в Республике Узбекистан на период 2019-2028 годы», для развития экотуризма в стране имеются уникальная природа, различные

²⁸ Decision of the President of the Republic of Uzbekistan. "On the establishment of the State Committee for Forestry of the Republic of Uzbekistan" No. 5041, May 11, 2017.

²⁹ <https://www.lex.uz/ru/docs/7369745>

ландшафты (пустыни, горы, плато, реки, озера, водопады) дает основание развитию экотуризма.

Несмотря на это в республике недостаточно развита уровень инфраструктуры для привлечения туристов к природным объектам.

В вышеуказанном постановлении особое внимание уделяется, организованным и доступным местам для приёма туристов. Отдельно охраняемые природные территории республики, такие территории имеют установленную площадь и границы, выделенные участки для посещения туристов.

Использование рекреационных зон природных парков, особенно в горах и предгорьях вблизи городов, стремительно возросло за последние двадцать лет. Значительные рекреационные нагрузки в местах традиционного массового отдыха населения оказывают существенное влияние на структуру биоразнообразия, особенно на местные естественные сообщества.

Необходимо осуществление мероприятий по созданию организованного экологического туризма. Формирование и развитие сегментированных групп экотуризма, эффективно повлияет на туристический поток. В первую очередь необходимо совершенствование нормативно-правовой базы, немаловажным также являются вопросы подготовки соответствующих кадров.

Недостаточный уровень осведомленности о мерах, которые люди могут принимать для сохранения и устойчивого использования биоразнообразия, на сегодняшний день остается важным и актуальным вопросом, требующим принятия соответствующих мер.

Имеет место отсутствие системного, комплексного подхода к повышению осведомленности различных целевых групп на основе разработанных программ и планов действий.

Важным является также повышение осведомленности должностных лиц, принимающих решения и общества о значимости биоразнообразия и экосистемных услуг, их вклада в благосостояние и развитие страны.

Привлечение общественности к решению вопросов в области биоразнообразия, включая мероприятия по его мониторингу, будет способствовать повышению уровня осведомленности и экологической культуры населения³⁰.

В Указе Президента Республики Узбекистан «О Стратегии «Узбекистан - 2030», отмечено развитие экотуризма, горного, охотничьего и сафари-туризма на территориях лесных хозяйств и национальных природных парков, в горной и степной местности, а также охраняемых зонах водных объектов.

Усиление контроля за незаконным использованием объектов животного и растительного мира, повышение экологической культуры и уровня осведомленности населения о биоразнообразии.

Реализация проектов фонда «Зеленый климат» и Глобального экологического фонда стоимостью 300 миллионов долларов на основе программ, направленных на сохранение биоразнообразия, предотвращение

³⁰ <https://lex.uz/ru/docs/4372841#4375974>

изменения климата и эрозии почвы³¹.

Анализ международного опыта развития зеленого туризма, свидетельствует о следующем:

- сельский туризм развивается более 40 лет, с акцентом на сохранении сельской культуры и окружающей среды. Фермеры предлагают туристам проживание в традиционных сельских домах, участие в сельскохозяйственных работ и дегустацию местных продуктов.

- Французский туристический кластер Монтань включает более 230 участников и направлен на развитии устойчивого горного туризма.

Регионы Узбекистана имеющий значительный потенциал для развития зеленых туристических кластеров, имеет эффективные возможности внедрения ряда проектов для создания конкурентоспособной зеленой туристической индустрии.

Преимущество развития зеленой экономики, а также зеленого туризма заключается в следующем:

- снижается негативное воздействие на окружающую среду за счет использования зеленых технологий;

- экономические выгоды заключаются в повышении конкурентоспособности и привлекательности туристических регионов, что приводит к увеличению доходов;

- социальные выгоды выражается в создании новых рабочих мест и улучшения качества жизни населения.

Одно из достопримечательных и экологически чистых территорий Узбекистана является Байсунский район Сурхандарьинской области. Он был создан 1926-году 29-сентября. Территория составляет 3,72 тыс. км², в котором проживает 23,9 тыс. населения. Данный район имеет следующие туристические объекты: Зов боши, село Дарбанд, Темир дарбоза, Падаанг кенглиги, пещера Тешиктош, пещера Мачай, Омонхона, каньон Тангисар, Чинар Сайраб, Хужаймойхона, Хужакучкорота. Эти объекты являются потенциалом для развития экотуризма в этом регионе. Но их инфраструктура не соответствует международным стандартам туристического рынка. В связи с этим перед государством в стратегическом развитии этих объектов стоят следующие задачи:

- совершенствовать инфраструктуру этих территории требованиям экологически туристических зон;

- провести лабораторные исследования по экологии данных местностей;

- создать современные туркомплексы для проживания и питания туристов;

- разработать эко программы для различных сегментов туристов.

- разработать рекламные ролики этих достопримечательностей подчеркивающий их соответствия для экотуризма.

В заключении хотелось бы отметить, что Узбекистан имеет достаточно экологический потенциал для дальнейшего развития различных видов

³¹ <https://lex.uz/ru/docs/6600404>

экотуризма, такие как скалолазание, горный туризм, пеший туризм, сельский туризм и др.

Первичные данные были собраны посредством опросов и интервью. Опросы проводились среди туристов, посещающих эко-туристические объекты в Узбекистане, что позволило получить информацию об их впечатлениях, предпочтениях и уровне удовлетворенности. Интервью с представителями местного бизнеса и государственными служащими дали возможность глубже понять организационные и экономические аспекты экотуризма, включая вызовы и возможности, с которыми сталкиваются ключевые участники отрасли. Такой подход к сбору первичных данных обеспечил многогранное представление о текущем состоянии сектора.

Вторичные данные были получены из различных источников, включая научные публикации, правительственные документы и отчеты международных туристических организаций. Эти материалы позволили выявить глобальные тенденции в экотуризме и сравнить их с ситуацией в Узбекистане. Особое внимание было уделено статистическим данным Национального комитета по туризму Узбекистана, а также финансовой отчетности, связанной с государственными инвестициями в проекты экотуризма. Эти данные стали основой для анализа экономической эффективности и государственной поддержки сектора.

Тенденции роста:

За последние пять лет сектор экотуризма в Узбекистане демонстрирует устойчивый рост со следующими среднегодовыми темпами:

- число экотуристов: 12,71% в год
- доходы: 12,71% в год
- количество объектов экотуризма: 15,08% в год
- государственное финансирование: 18,99% в год

Результаты:

Год	Экотуристы (тысячи)	Доходы (млн. долларов США)	Количество объектов экотуризма	Государственное финансирование (млн. долларов США)
2019	50000	10	20	5
2020	40000	8	22	6
2021	45000	9	25	7
2022	60000	12	30	8
2023	75000	15	35	10

Анализ свидетельствует о том, что экотуризм в Узбекистане представляет собой динамично развивающийся сектор с большим потенциалом. Тем не менее, развитие сдерживается такими проблемами, как недостаточная инфраструктура, низкая осведомленность и потребность в усилении мер по охране природы. Успех в этой области будет зависеть от эффективной государственной политики, активного участия общественности и привлечения частных инвестиций. Для устойчивого развития необходимо сосредоточиться на экологических подходах, включая создание зеленых объектов размещения, ответственное использование природных ресурсов и совершенствование

системы управления отходами. Преодолев эти барьеры, Узбекистан может стать ключевым центром экотуризма в Центральной Азии³².

Экотуризм в Узбекистане обладает значительным потенциалом благодаря уникальному природно-климатическому и культурному наследию, поддерживаемому государственной политикой в рамках Стратегии «Узбекистан - 2030». Устойчивый рост числа экотуристов (12,71% в год), доходов (12,71% в год), объектов экотуризма (15,08% в год) и государственного финансирования (18,99% в год) подтверждает динамичное развитие сектора. Однако для его дальнейшего укрепления необходимо преодолеть такие барьеры, как недостаточная инфраструктура и низкая осведомленность, внедряя экологичные практики, развивая местные сообщества и усиливая международное сотрудничество. Это позволит Узбекистану стать ведущим центром зеленого туризма в Центральной Азии.

Список использованной литературы

1. <https://www.lex.uz/ru/docs/7369745>
2. <https://lex.uz/ru/docs/4372841#4375974>
3. <https://lex.uz/ru/docs/6600404>
4. Нурислам Тухлиев, Тамила Абдуллаева Экологический туризм: сущность, тенденции и стратегия развития.
5. Учебное - методическое пособие по проведению лабораторной работы по предмету "Экотуризм" для студентов бакалавра 5610100 «Сфера услуг» БухГУ, 2021 год, 30 страница.
6. I.N. Khushvaktov, Kh.L. Gapporov, Possibilities for the development of ecotourism in Uzbekistan, a collection of materials of the republican scientific and practical conference. Prospects for the development of ecotourism in the Fergana Valley (pp. 125-130) (Namangan, 2016).
7. <https://www.undp.org/ru/kazakhstan/stories/pervozdannaya-priroda-kazakhstana-potencial-dlya-razvitiya-ekoturizma>
8. https://www.e3sconferences.org/articles/e3sconf/pdf/2024/104/e3sconf_congreetax2024_06006.pdf.
9. Toshpo'latova Mohinur. CURRENT STATUS OF ECOTOURISM IN UZBEKISTAN.
10. Decision of the President of the Republic of Uzbekistan. "On the establishment of the State Committee for Forestry of the Republic of Uzbekistan" No. 5041, May 11, 2017.
11. G'opporova Munisakhan. ECOTOURISM IN UZBEKISTAN. <https://interoncof.com/index.php/nether/article/view/9909/9029>.

³² G'opporova Munisakhan. ECOTOURISM IN UZBEKISTAN. <https://interoncof.com/index.php/nether/article/view/9909/9029>

Mironshokh UKTAMOV,
Head of School of Business and Management,
Management Development Institute of Singapore in Tashkent

IMPROVING THE TOURISM WORKFORCE DEVELOPMENT SYSTEM AND EXPANDING INTERNATIONAL COOPERATION IN UZBEKISTAN

Abstract. *Uzbekistan's tourism sector is undergoing rapid transformation, aiming to attract 15 million foreign tourists annually by 2030. This ambitious goal necessitates a substantial increase in qualified professionals across various sub-sectors, including hospitality, travel services, airport operations, and digital tourism. This paper examines the current state of the tourism workforce, identifies existing gaps, and explores government initiatives and international collaborations aimed at enhancing workforce development. Through qualitative analysis and case studies, the research provides actionable recommendations to align workforce capabilities with the sector's growth trajectory.*

Keywords: *tourism workforce development, hospitality sector, tourism education and training, human capital in tourism, international cooperation, public-private partnerships (PPP), Tourism infrastructure, Digital tourism platforms, smart tourism, tourism policy reforms, skills gap analysis, sustainable tourism, tourism employment, UNTP (Unified National Tourism Platform), Silk Road tourism, Uzbekistan 2030 tourism strategy.*

Introduction

Uzbekistan's tourism sector has emerged as a strategic engine of economic diversification, cultural diplomacy, and regional development. With its rich Silk Road heritage, diverse natural landscapes, and expanding air connectivity, the country aims to position itself among the leading tourism destinations in Central Asia. In 2023, the country welcomed approximately 6.6 million foreign tourists, generating \$2.1 billion in revenue. According to the State Committee for Tourism Development, Uzbekistan plans to welcome 15 million foreign tourists annually by 2030, a goal that necessitates not only infrastructure expansion but also a robust and skilled tourism workforce.

The tourism industry is inherently labor-intensive and spans a wide array of sub-sectors – including hotels, travel agencies, airports, transport services, museums, and cultural heritage sites. As of early 2025, Uzbekistan's tourism labor force stands at approximately 310,000 workers, while forecasts project a need for at least 500,000 trained specialists by 2030 – revealing a shortfall of nearly 190,000 professionals.

To address these challenges, the government has implemented several initiatives:

- Presidential Decree No. PP-238 (July 27, 2023) – “About measures for the effective organization of public administration in the sphere of culture and tourism within administrative reforms”: Aimed at accelerating reforms and optimizing public administration in tourism, this decree introduced incentive subsidies ranging from \$20 to \$300 for each tourist brought in from countries with low tourist flow.

- Presidential Decree No. PD-102 (July 18, 2024) “On additional measures to improve the tourist infrastructure and further increase the flow of foreign tourists to the Republic of Uzbekistan”: Focused on improving tourism infrastructure and increasing foreign tourist inflow, this decree established a \$50 million credit line for tour operators, privileges for importing vehicles for tourism purposes, and support for participation in international tourism exhibitions.

- Cabinet of Ministers Resolution No. 550 (September 7, 2024) “On the approval of certain regulatory legal acts in the field of state support for the hotel industry”: Provides subsidies for the construction and equipment of new hotels, including partial financing for organizations based on franchise agreements.

These comprehensive measures underscore Uzbekistan’s commitment to enhancing its tourism workforce and infrastructure, ensuring the sector’s sustainable growth and international competitiveness.

Research Methodology

This study employs a qualitative research methodology, utilizing a combination of document analysis, expert interviews, and case studies to explore the current state and future prospects of Uzbekistan’s tourism workforce development.

Data Collection:

- **Document Analysis:** Review of government decrees, policy documents, and strategic plans related to tourism development.
- **Case Studies:** In-depth analysis of specific initiatives and programs aimed at workforce development and international cooperation.

Data Analysis:

The collected data were analyzed thematically to identify patterns, challenges, and opportunities within the tourism workforce development landscape. The analysis focused on aligning the findings with the research question to provide actionable insights.

Discussion

The demand for human capital is particularly acute in several key areas:

- **Hospitality sector (hotels and guesthouses):** With over 2,200 accommodation facilities nationwide and a growing number of international hotel chains entering the market, the sector requires an estimated 120,000 additional employees by 2030, particularly in front-desk operations, housekeeping, concierge services, and hotel management.
- **Travel agencies and tour operators:** The number of licensed tour operators grew by 32% between 2022 and 2024, yet more than 40% report difficulties in hiring multilingual guides, logistics coordinators, and digital marketers.
- **Airport and air travel services:** With Tashkent, Samarkand, and Urgench airports undergoing major upgrades and international flight frequency increasing, the aviation-tourism interface will require at least 20,000 trained personnel, including ground staff, customs support, and tourism info desk specialists.
- **Cultural and ecological tourism services:** The country’s move to develop rural and eco-tourism routes in regions like Surkhandarya, Karakalpakstan, and Fergana Valley necessitates a new generation of community-based tourism leaders, local interpreters, and digital content creators.

- Digital tourism infrastructure: As Uzbekistan expands its unified tourism digital platform and smart tourism technologies, there's an increasing need for IT-savvy tourism planners, UX/UI designers, and e-commerce specialists – roles which did not exist in traditional tourism education curricula.

These agreements help diversify tourist inflows and provide platforms for skill-sharing and co-investment in hospitality education and infrastructure:

1. Creation of the International Tourism Academy in Samarkand

In 2024, Uzbekistan inaugurated the International Tourism Academy in Samarkand during the 25th UNWTO General Assembly. The academy is envisioned as a hub for professional training, policy innovation, and regional collaboration in Central Asia.

- The academy enrolls over 500 students from 15 countries, especially from CIS and Silk Road regions.

- It partners with global institutions such as UNWTO, the World Bank's Global Knowledge Partnership on Migration and Development (KNOMAD), and tourism faculties in Spain and South Korea.

This initiative directly addresses the skills gap in the sector and encourages international best practices in curriculum development.

2. "100 Tour Guides – 100 Foreign Languages" Initiative

Launched in 2023, this initiative aimed to train local tour guides in foreign languages to improve service quality and attract a wider international audience. As of 2025:

- Over 1,200 guides have received language training in English, Korean, Chinese, German, and Japanese.

- The Ministry of Higher Education, Science, and Innovation partnered with private language centers and the British Council to deliver the program.

- Graduates receive certification recognized by the State Committee for Tourism.

This initiative has improved customer service satisfaction ratings, particularly in UNESCO heritage sites like Khiva and Bukhara, and has increased the average tourist stay by 0.8 days.

3. Integration of the Unified National Tourism Platform (UNTP)

In 2025, Uzbekistan launched the UNTP – a centralized digital platform to coordinate tourism operators, accommodation services, and cultural events. The system connects over 5,000 tourism entities and enables real-time booking, licensing, and quality control.

- More than 800 private-sector tourism companies have registered since January 2025.

- Tourist feedback is integrated into a national quality dashboard reviewed quarterly by the Tourism Development Committee.

- UNTP supports real-time translation, digital tourist cards, and AI-driven destination suggestions.

This modernization enhances transparency, visitor trust, and business efficiency, especially for SMEs in remote areas like Surkhandarya and Karakalpakstan.

4. International Tourism Exhibitions and Bilateral Agreements

Uzbekistan has strengthened diplomatic tourism relations by participating in over 10 major exhibitions annually. Some notable examples:

- MITT-2025 (Moscow): Over 100 cooperation agreements were signed with Russia, China, Turkey, and the UAE, focusing on youth exchange programs and sustainable tourism product development.
- Arabian Travel Market 2025 (Dubai): Uzbekistan presented its new “Silk Road Halal Tourism Cluster,” targeting travelers from the Gulf and Southeast Asia.
- In April 2025, a joint visa waiver initiative was signed with Kazakhstan, Kyrgyzstan, and Azerbaijan to create a "Silk Road Visa" for foreign tourists traveling across Central Asia.

Results

The above initiatives have produced significant, measurable outcomes:

1. Quantitative Workforce Outcomes

- From 2023 to 2025, the tourism workforce has grown from 225,000 to 310,000 people, a 38% increase (State Committee for Statistics, 2025).
- 45,000 new jobs were created in rural areas through eco-tourism projects and homestay development.
- The percentage of certified guides increased from 32% (2022) to 64% (2025), indicating a doubling of professionalization in the sector.

2. Growth in International Tourist Arrivals

- Tourist arrivals grew from 5.2 million in 2022 to 7.1 million in 2024, with projections of 8.5 million in 2025 (UNWTO and State Tourism Committee).
- South Korea, Saudi Arabia, Germany, and Kazakhstan were among the top 10 source countries for inbound tourism.
- The average spending per tourist rose by 14% between 2023 and 2025 due to value-added services and multilingual guided tours.

3. Improvement in Education and Skills Training

- The number of higher education institutions offering tourism programs rose from 12 to 21 between 2020 and 2025.
- At least 9 public-private partnerships were established to fund professional retraining and certification centers.
- Government-sponsored scholarships for tourism studies abroad increased from 30 students in 2021 to over 200 annually in 2025.

4. International Recognition and Investment

- Uzbekistan was ranked #7 globally in the UNWTO “Top Tourism Reforming Countries” Index in 2024.
- Foreign direct investment (FDI) in the tourism sector rose to \$510 million USD in 2025, up from \$350 million in 2023.
- Major investments included the expansion of Hilton, Marriott, and Accor Group operations in Tashkent, Samarkand, and Khiva.

Policy Recommendations

To meet the projected demand for over 190,000 additional qualified tourism specialists by 2030, Uzbekistan must implement an integrated strategy combining educational reform, institutional support, private-sector collaboration, and

international partnerships. Based on current challenges and global best practices, the following suggestions are proposed:

- Modernize and Expand Tourism Education and Training Programs
- Strengthen Regional Workforce Development Centers
- Develop a National Tourism Labor Market Information System
- Foster International Cooperation and Exchange
- Support Public-Private Partnerships (PPP) in Tourism Workforce Training
- Promote Digital and Green Skills
- Leverage International Development Assistance

These recommendations aim to build a resilient and future-ready tourism workforce that meets the needs of Uzbekistan's fast-evolving tourism sector while positioning the country as a competitive player in the global tourism market.

Conclusion

Uzbekistan is entering a new era in its tourism development journey, with ambitious goals to attract millions of visitors and position itself as a competitive destination in Central Asia. However, reaching this goal depends heavily on building a skilled and adaptable workforce across all key segments of the tourism sector – from hotels and travel agencies to airports and digital services.

The government has already taken proactive steps through various presidential decrees and strategic investments aimed at strengthening tourism infrastructure and education. Partnerships with international institutions, along with reforms in visa policy and digital tourism tools, show promising results. Yet, critical gaps remain in workforce readiness, especially in language proficiency, soft skills, digital capabilities, and rural access to training.

To close these gaps and meet the expected demand of 500,000 tourism professionals by 2030, Uzbekistan needs to align its education system more closely with labor market needs, improve accessibility to training programs, and deepen international cooperation.

References

2. ADB (Asian Development Bank) (2023) *Digital Transformation and Smart Tourism in Central Asia: Country Focus – Uzbekistan*. Manila: ADB.
3. APTA (2024) *New measures to improve tourism infrastructure in Uzbekistan*. Available at: <https://www.apta.uz/en/news/808> [Accessed 22 May 2025].
4. British Council Uzbekistan and Ministry of Higher Education (2023) *Skills Gaps in Tourism and Language Training in Uzbekistan*. Joint Publication.
5. Civil Aviation Authority of Uzbekistan (2024) *Modernization and Capacity Report*. Tashkent: Government of Uzbekistan.
6. Daryo.uz (2023) *President Mirziyoyev unveils global tourism initiatives at 25th World Tourism Organization assembly in Samarkand*. Available at: <https://daryo.uz/en/2023/10/16/president-mirziyoyev-unveils-global-tourism-initiatives-at-25th-world-tourism-organization-assembly-in-samarkand> [Accessed 22 May 2025].
7. Embassy of Uzbekistan in the United States (2023) *Unlocking the Mysteries of the East: Uzbekistan's Thriving Tourism Industry*. Available at:

<https://uzbekistan.org/unlocking-the-mysteries-of-the-east-uzbekistans-thriving-tourism-industry/3480/> [Accessed 22 May 2025].

8. Government of Uzbekistan (2023) *Concept of Tourism Development in Uzbekistan Until 2030*. Ministry of Ecology, Environmental Protection and Climate Change, State Committee for Tourism.

9. Kun.uz (2025) *Uzbekistan to launch unified national tourism platform in 2025*. Available at: <https://kun.uz/en/61177887> [Accessed 22 May 2025].

10. Ministry of Digital Technologies (2024) *Report on Digital Platforms in Tourism Sector*. Tashkent.

11. Ministry of Employment and Poverty Reduction (2025) *Labor Forecast for Strategic Sectors Until 2030*. Tashkent: Government of Uzbekistan.

12. Ministry of Higher Education, Science and Innovation (2025) *Higher Education Enrollment and Specialization Report*. Tashkent.

13. Report Informasiya Agentliyi (2025) *More than a hundred agreements were reached at the international tourism exhibition MITT-2025*. Yuz.uz. Available at: <https://yuz.uz/en/news/bole-sta-soglasheniy-dostignuto-na-mejdunarodnoy-turisticheskoy-vstavke-mitt-2025> [Accessed 22 May 2025].

14. State Committee for Statistics of the Republic of Uzbekistan (2024) *Annual Labor Market Review – Tourism Sector Report*. Tashkent.

15. State Committee for Tourism (2025) *Tourism Infrastructure Development Report Q1 2025*. Tashkent: Committee Press.

16. State Committee for Tourism Development (2023) *Tourism in Regions: 2023 Regional Tourism Statistics*. Tashkent.

17. Tourism.gov.az (2025) *Azerbaijan and Uzbekistan expand tourism cooperation*. State Tourism Agency of the Republic of Azerbaijan. Available at: <https://tourism.gov.az/en/news/tourism-cooperation-between-azerbaijan-and-uzbekistan-expands> [Accessed 22 May 2025].

18. UNDP Uzbekistan (2024) *Eco-Tourism and Sustainable Development Initiatives in Southern Uzbekistan*. Available at: <https://www.uz.undp.org> [Accessed 22 May 2025].

19. UNESCO Institute for Statistics (2024) *TVET and Tourism Education in Central Asia: National Profiles*. Paris: UNESCO.

20. UNWTO (2024) *Tourism Trends in Central Asia: Country Profile – Uzbekistan*. Available at: <https://www.unwto.org> [Accessed 22 May 2025].

21. Uzbektourism Agency (2024) *Monitoring of Tour Operator Licensing and Staffing Challenges*. Internal Report.

22. Uza (2025) *Uzbekistan showcases tourism potential at Dubai exhibition*. Available at: https://uza.uz/en/posts/uzbekistan-showcases-tourism-potential-at-dubai-exhibition_716529 [Accessed 22 May 2025].

23. Uza (2024) *The President of Uzbekistan put forward several important initiatives at the 25th session of the UNWTO General Assembly*. Available at: https://uza.uz/en/posts/the-president-of-uzbekistan-put-forward-several-important-initiatives-at-the-25th-session-of-the-unwto-general-assembly_529232 [Accessed 22 May 2025].

24. Uzbekistan Airports JSC (2025) *Annual Report 2024: Traffic Growth and*

Staffing Requirements. Available at: <https://www.uzairways.com> [Accessed 22 May 2025].

25. Uzbekistan Hotel Association (2024) *Occupational Needs Assessment in Hospitality Sector*. Tashkent.

26. Uzbekistan Travel (2025) *Government support for the hotel business: new opportunities and initiatives*. Available at: <https://uzbekistan.travel/en/o/government-support-hotel-business-new-opportunities-and-initiatives/> [Accessed 22 May 2025].

Nurmuhammadxon OPPOQXONOV,
Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti katta o‘qituvchisi, PhD

O‘ZBEKISTONDA AQLLI SHAHAR (SMART CITY) KONSEPSIYASINI TURIZM INFRATUZILMASIGA INTEGRATSIYALASH IMKONIYATLARI

Annotatsiya. Mazkur maqolada zamonaviy urbanizatsiya va raqamli transformatsiya sharoitida O‘zbekistonda "aqli shahar" (smart city) konsepsiyasini turizm infratuzilmasiga integratsiyalash masalalari tahlil etiladi. Muallif tomonidan smart city texnologiyalarining turizm sohasi rivojiga ta’siri, jumladan raqamli xizmatlar, aqli transport, xavfsizlik va madaniy obidalarni raqamli vizualizatsiya qilish kabi yo‘nalishlar ko‘rib chiqilgan. Mavzuda Toshkent, Samarqand, Buxoro va Xiva kabi shaharlar misolida turizm infratuzilmasini raqamlashtirish ehtiyoji, mavjud muammolar va yechim yo‘llari yoritiladi. Shuningdek, maqolada ilmiy adabiyotlar va amaliy tajribalar asosida O‘zbekistonda aqli shahar texnologiyalarini tatbiq etishning iqtisodiy va ijtimoiy afzalliklari, imkoniyatlari va istiqbollari keng ko‘lamda tahlil qilinadi.

Kalit so‘zlar: aqli shahar, smart city, turizm infratuzilmasi, raqamli transformatsiya, axborot-kommunikatsiya texnologiyalari, urbanizatsiya, raqamli xizmatlar, madaniy meros, innovatsion texnologiyalar, barqaror rivojlanish, raqamli turizm.

Аннотация. В данной статье рассматриваются вопросы интеграции концепции «умного города» (smart city) в туристическую инфраструктуру Узбекистана в условиях современной урбанизации и цифровой трансформации. Автор анализирует влияние технологий smart city на развитие туризма, в том числе цифровые сервисы, интеллектуальный транспорт, системы безопасности и цифровую визуализацию культурного наследия. На примере таких городов, как Ташкент, Самарканд, Бухара и Хива, освещается необходимость цифровизации туристической инфраструктуры, а также существующие проблемы и пути их решения. На основе научной литературы и практического опыта подробно рассматриваются экономические и социальные преимущества, возможности и перспективы внедрения технологий умного города в Узбекистане.

Ключевые слова: умный город, smart city, туристическая инфраструктура, цифровая трансформация, информационно-коммуникационные технологии, урбанизация, цифровые сервисы, культурное наследие, инновационные

технологии, устойчивое развитие, цифровой туризм.

Abstract. This article explores the integration of the "smart city" concept into Uzbekistan's tourism infrastructure amid modern urbanization and digital transformation. The author analyzes the impact of smart city technologies on the tourism sector, including digital services, intelligent transport systems, safety infrastructure, and the digital visualization of cultural heritage. Using examples from cities like Tashkent, Samarkand, Bukhara, and Khiva, the paper highlights the need for digitalization of tourism infrastructure, current challenges, and potential solutions. Based on academic literature and practical insights, the article provides a comprehensive assessment of the economic and social advantages, opportunities, and prospects of implementing smart city technologies in Uzbekistan.

Keywords: smart city, tourism infrastructure, digital transformation, ICT, urbanization, digital services, cultural heritage, innovative technologies, sustainable development, digital tourism

Zamonaviy dunyoda shaharlar iqtisodiy, madaniy va ijtimoiy rivojlanishning markaziga aylanib bormoqda. Aholining shaharlarda yashash va mehnat qilish darajasi oshgani sari, shaharlarning boshqaruvi va infratuzilmasini samarali tashkil etish muhim vazifaga aylandi. Shu munosabat bilan "aqlli shahar", ya'ni "smart city" konsepsiyasi, shaharlarni yuqori texnologiyalar va axborot-kommunikatsiya vositalari orqali boshqarish tamoyili dunyo bo'ylab keng qo'llanilmoqda. Bu konsepsiya nafaqat shahar xizmatlarining sifatini yaxshilash, balki iqtisodiyotning turli sohalarida, jumladan turizm sohasida ham yangi imkoniyatlar yaratadi.

O'zbekiston Respublikasi so'nggi yillarda iqtisodiyotni modernizatsiya qilish va raqamlashtirish jarayoniga katta e'tibor qaratmoqda. Ayniqsa, turizm sohasi mamlakat uchun strategik yo'nalish sifatida belgilangan. O'zbekistonning boy tarixiy merosi, betakror tabiati va madaniyati uni jahon turizm xaritasida o'ziga xos markazga aylantirmoqda. Shu bilan birga, turizm infratuzilmasining rivojlanishi turizm oqimini ko'paytirish va xizmat sifatini oshirishda muhim ahamiyatga ega.

Bugungi kunda O'zbekiston shaharlarida, xususan Toshkent, Samarqand, Buxoro va Xivada, turizm infratuzilmasini yanada rivojlantirish, zamonaviy axborot tizimlari va innovatsion texnologiyalarni keng joriy etish zarurati yuzaga kelmoqda. Aqlli shahar texnologiyalari, ya'ni avtomatlashtirilgan monitoring tizimlari, raqamli xizmatlar, aqlli transport va xavfsizlik tizimlari turizm infratuzilmasini yanada samarali, qulay va ekologik toza qilish imkonini beradi.

Shuningdek, global miqyosda turizm sohasida raqamli transformatsiya jarayonlari tez sur'atlar bilan rivojlanmoqda. Turistlar ko'proq interaktiv, shaxsiylashtirilgan va qulay xizmatlarni talab qilmoqda. Bunday talablar O'zbekiston turizm sohasida raqamli infratuzilma va aqlli shahar konsepsiyasini integratsiyalashni dolzarb masalaga aylantirmoqda.

Ushbu mavzu dolzarbligi O'zbekiston shaharlarini raqamlashtirish va turizm infratuzilmasini innovatsion yechimlar asosida rivojlantirish istiqbollari o'rganishni talab qiladi. Shuning uchun maqolada O'zbekistonda aqlli shahar konsepsiyasini turizm infratuzilmasiga joriy etishning imkoniyatlari, afzalliklari hamda amaliy tavsiyalari tahlil qilinadi.

So‘nggi yillarda dunyo miqyosida aqlli shahar (smart city) konsepsiyasi keng tarqalmoqda. Bu konsepsiya shaharlarni raqamlashtirish, axborot-kommunikatsiya texnologiyalari (AKT) yordamida ularni boshqarishni samaraliroq qilishni nazarda tutadi. O‘zbekistonda turizm sohasining tez rivojlanishi, ayniqsa poytaxt Toshkent va boshqa yirik shaharlarda, yangi innovatsion yechimlar joriy etishni talab qiladi. Shu munosabat bilan, aqlli shahar texnologiyalarini turizm infratuzilmasiga integratsiyalash mamlakat turizm salohiyatini oshirishda muhim omil bo‘lishi mumkin.

Ilmiy adabiyotlarda aqlli shaharlarni axborot-kommunikatsiya texnologiyalari yordamida shahar infratuzilmasini optimallashtirish, barqaror ekologik va ijtimoiy rivojlanishni ta‘minlash, fuqarolar ishtirokini va ularning hayot sifatini yaxshilash va shahar xizmatlarini raqamlashtirish va avtomatlashtirish tamoyillar asosida rivojlanishi qayd etiladi (Mas‘udov, 2021; Karimov va boshq., 2022).

Turizm sohasi uchun raqamli texnologiyalarni joriy etishning ijobiy jihatlari ilmiy maqolalarda keng yoritilgan (Xolbekov, 2023; Saidova, 2020). Ularning asosiylari turistlar uchun qulay onlayn xizmatlar yaratish (bron qilish, yo‘nalishlar, tavsiyalar), aqlli transport tizimlari orqali shahar bo‘ylab harakatni optimallashtirish va madaniy meros va obyektlarni virtual haqiqat (VR) va kengaytirilgan haqiqat (AR) texnologiyalari yordamida taqdim etishdan iborat.

1-jadval

O‘zbekistonda aqlli shahar konsepsiyasini turizm infratuzilmasiga integratsiyalash bo‘yicha nazariy asoslar³³

Mualliflar	Asosiy fikrlar	Mavzuga oid ahamiyati
Mas‘udov Sh. (2021)	Aqlli shahar konsepsiyasi, uning nazariy asoslari va texnologik tamoyillari	Aqlli shaharning umumiy tushunchasi
Karimov T. va Rahimova N. (2022)	AKT yordamida shahar boshqaruvini raqamlashtirish, barqaror rivojlanish	O‘zbekiston sharoitida aqlli shaharni rivojlantirish istiqbollari
Xolbekov A. (2023)	Turizm infratuzilmasida raqamli texnologiyalarning roli, turistlar uchun interaktiv xizmatlar	Turizm sohasida raqamli yechimlar
Saidova M. (2020)	Virtual va kengaytirilgan haqiqat texnologiyalarining madaniy merosni targ‘ib qilishdagi roli	Innovatsion texnologiyalar va madaniyat
Islomov J. va boshq. (2023)	O‘zbekistonda smart city konsepsiyasini tatbiq etishdagi muammolar va imkoniyatlar	Milliy kontekstdagi tahlil
Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti (2024)	Aqlli shahar dasturlari va ularning turizm infratuzilmasiga ta‘siri	Amaliy tavsiyalar va davlat dasturlari

O‘zbekiston kontekstida maqolalarda (Islomov va boshq., 2023; Toshkent Davlat Iqtisodiyot Universiteti, 2024) quyidagi muammolar va imkoniyatlar ko‘rsatib o‘tilgan:

- turizm infratuzilmasining raqamlashtirilishi past darajada;
- shaharlararo transport tizimi rivojlanishining cheklanganligi;

³³ Muallif tomonidan ishlab chiqilgan.

- raqamli xizmatlarni yaratish va joriy etishda davlat va xususiy sektor hamkorligining yetishmasligi;

- mamlakatda "aqlli shahar" konsepsiyasini tatbiq etishga oid davlat dasturlari mavjudligi va ularning turizm sohasiga ijobiy ta'siri kutilayotgani berilgan.

Ushbu mualliflar va tadqiqotlar to'plami O'zbekistonda aqlli shahar konsepsiyasini turizm infratuzilmasiga integratsiyalash bo'yicha nazariy asoslardan tortib, amaliy yechimlar va davlat siyosatiga qadar keng qamrovli yondashuvni taqdim etadi. Mas'udov va Karimovlar nazariy va texnologik bazani yaratgan bo'lsa, Xolbekov va Saidova turizm va madaniy meros kontekstida innovatsiyalarni ko'rsatadi. Islomov esa real muammolar va imkoniyatlarni yoritib, Toshkent Davlat Iqtisodiyot Universiteti esa davlat dasturlari va amaliyotga doir tavsiyalar beradi. Bu ilmiy asarlar O'zbekistonda smart city texnologiyalarini turizm infratuzilmasida samarali tatbiq etish uchun muhim manba hisoblanadi.

O'zbekistonda aqlli shahar konsepsiyasini turizm infratuzilmasiga integratsiyalash zamonaviy texnologiyalarni joriy etish orqali turizm xizmatlarining sifatini oshirish va raqobatbardoshligini kuchaytirish uchun istiqbolli yo'nalishdir. Ilmiy adabiyotlarda ushbu sohaning nazariy asoslari va global tajribalar yoritilgan bo'lsa-da, O'zbekistonda mazkur konsepsiyani amaliyotga tatbiq etishda davlat siyosati, investitsiyalar va malakali kadrlarni tayyorlash muhimligini ta'kidlashadi. Shu sababli, kelgusida mazkur sohada keng qamrovli tadqiqotlar olib borish va innovatsion loyihalarni amalga oshirish zarur.

Aqlli shahar konsepsiyasining mohiyati va asosiy komponentlari. Aqlli shahar (smart city) bu zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalari (AKT) va raqamli innovatsiyalar yordamida shahar resurslarini, infratuzilmasini va xizmatlarini samarali boshqarish, shahar aholisi hayot sifatini yaxshilashga qaratilgan tizimdir.

Aqlli shahar tushunchasi birinchi marta 1990-yillarning oxirida paydo bo'lib, so'nggi o'n yilliklarda global darajada ommalashdi. Uning maqsadi shahar hayotidagi barcha jarayonlarni raqamlashtirish, real vaqt rejimida ma'lumot yig'ish va tahlil qilish, shuningdek, ushbu ma'lumot asosida shahar xizmatlarini avtomatlashtirish va optimallashtirishdir.

Bu konsepsiya shaharlarning tez o'sishi va murakkablashishi, resurslarning chegaralanganligi, atrof-muhit muammolari, transport tizimlarining samaradorligi kabi dolzarb muammolarni hal etishga yo'naltirilgan. Shu bilan birga, aqlli shahar texnologiyalari yashash sifatini oshirish, xavfsizlikni ta'minlash, energiya tejash va barqaror rivojlanishni qo'llab-quvvatlash imkonini beradi.

Aqlli shaharning asosiy komponentlari – bu axborot texnologiyalari infratuzilmasi, raqamli xizmatlar, aqlli transport, energiya va resurslarni boshqarish, xavfsizlik tizimlari, ekologik monitoring hamda fuqarolar ishtirokini ta'minlovchi platformalar majmuasidir. Ular birgalikda shahar boshqaruvini optimallashtirishga va ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishni yangi bosqichga olib chiqishga xizmat qiladi.

Quyidagi rasmda aqlli shahar komponentlari berilgan:



1-rasm. Aqlli shahar konsepsiyasining asosiy komponentlari³⁴

Aqlli shahar konsepsiyasi shahar hayotining barcha sohalarida innovatsion texnologiyalarni qo'llash orqali yashash sharoitlarini tubdan yaxshilashga imkon beradi. Shahar infratuzilmasining raqamlashtirilishi nafaqat shahar xizmatlarining sifatini oshiradi, balki energiya tejamkorligi, ekologik xavfsizlik, transport oqimlarini boshqarish va favqulodda vaziyatlarga tezkor javob berishni ham yaxshilaydi.

Bu konsepsiya barqaror rivojlanish va fuqarolar faol ishtirokiga asoslangan bo'lib, kelajak shaharlarining poydevorini tashkil etadi. Shu bois, ayniqsa rivojlanayotgan mamlakatlar, jumladan, O'zbekiston uchun aqlli shahar texnologiyalarini joriy etish va rivojlantirish istiqbolli va muhim yo'nalish hisoblanadi. Aqlli shahar konsepsiyasining muvaffaqiyatli tatbiqi uchun sifatli axborot infratuzilmasi, malakali kadrlar, davlat va xususiy sektor hamkorligi hamda fuqarolarning raqamli savodxonligi zarurdir. Natijada, bu yondashuv O'zbekiston shaharlarini zamonaviy turizm infratuzilmasi bilan ta'minlab, mamlakatning turizm salohiyatini oshirishga katta hissa qo'shadi.

O'zbekiston turizm sohasi so'nggi yillarda jadal rivojlanmoqda. Madaniy va tarixiy meros, tabiat go'zalliklari, shuningdek, xalqaro turizm markazlari sifatida Toshkent, Samarqand, Buxoro va Xiva shaharlarining ahamiyati ortmoqda. Shu bilan birga, turizm infratuzilmasida quyidagi muammolar mavjud:

- axborot va xizmatlar bir maromda raqamlashtirilmagan;
- turistlar uchun interaktiv va qulay yo'nalishlar, mobil ilovalar yetarli emas;
- transport va mehmonxona xizmatlari samaradorligi past;
- turizm obyektlarida energiya va resurslardan samarali foydalanish yo'q.

O'zbekistonda aqlli shahar (smart city) konsepsiyasini turizm infratuzilmasiga integratsiyalash mamlakatning iqtisodiy va ijtimoiy rivojlanishida muhim omil sifatida namoyon bo'lmoqda. Global raqamli transformatsiya jarayonlari va innovatsion texnologiyalarning tez sur'atlarda rivojlanishi shahar boshqaruvi va xizmat ko'rsatish tizimlarini tubdan o'zgartirishga zamin yaratmoqda. Ayniqsa, O'zbekiston kabi tarixiy va madaniy boy merosga ega davlatlarda turizm infratuzilmasini zamonaviy, qulay va interaktiv tizimlarga aylantirish uchun aqlli shahar texnologiyalarini joriy etish katta ahamiyat kasb etadi.

Aqlli shahar texnologiyalari yordamida turizm sohasida xizmatlarning sifatini oshirish, turistlar uchun qulayliklar yaratish va resurslardan samarali foydalanishni

³⁴ Muallif tomonidan ishlab chiqilgan.

ta'minlash mumkin. Masalan, real vaqt rejimida transport va yo'nalishlarni boshqarish, raqamli xaritalar, elektron bilet tizimlari, interaktiv qo'llanmalar va virtual hamda kengaytirilgan haqiqat (VR/AR) texnologiyalari orqali madaniy merosni yanada jozibador qilish imkoniyatlari mavjud. Bunday integratsiya nafaqat turistlarning tajribasini boyitadi, balki shaharlararo va milliy turizm oqimini oshirishga yordam beradi.

Shuningdek, aqlli shahar konsepsiyasining energiya samaradorligi, xavfsizlik, atrof-muhit monitoringi kabi komponentlari turizm infratuzilmasining barqarorligini ta'minlashda muhim ahamiyatga ega. Energiya tejovchi yoritish, chiqindilarni samarali boshqarish, xavfsizlikni real vaqt rejimida nazorat qilish tizimlari shaharlarni yanada jozibador va xavfsiz qilish imkonini beradi.

O'zbekistonda aqlli shahar texnologiyalarini tatbiq etishda bir qator muammolar ham mavjud. Ular orasida infratuzilmaning yetarli darajada rivojlanmaganligi, malakali kadrlarning kamligi, moliyaviy resurslarning chegaralanganligi va fuqarolarning raqamli savodxonligi pastligi alohida ta'kidlanadi. Shu bois, ushbu muammolarni hal qilish uchun davlat siyosatini yanada kuchaytirish, xususiy sektor va ilmiy muassasalar bilan hamkorlikni rivojlantirish, shuningdek, fuqarolarni raqamli texnologiyalar bo'yicha o'qitish zarur.

Yana bir muhim jihat – aqlli shahar konsepsiyasini turizm infratuzilmasiga integratsiyalash jarayonida milliy xususiyatlar va madaniy an'analarni hisobga olish. Har bir shahar va hududning o'ziga xosligi, tarixiy merosi, fuqarolarning turmush tarzi va ehtiyojlari inobatga olinishi kerak. Bu esa texnologik yechimlarni mahalliy sharoitlarga moslashtirishni talab qiladi.

Umuman olganda, O'zbekistonda aqlli shahar konsepsiyasini turizm infratuzilmasiga joriy etish mamlakatni raqamli transformatsiyalashning muhim qismi bo'lib, turizmni yanada rivojlantirish va xalqaro maydonda raqobatbardoshligini oshirish imkonini beradi. Bu jarayon mamlakatning ijtimoiy-iqtisodiy barqarorligini mustahkamlash, yangi ish o'rinlarini yaratish va aholi farovonligini oshirishga xizmat qiladi.

Shu sababli, kelgusida O'zbekistonda aqlli shahar texnologiyalarini kengroq tatbiq etish, ularni turizm infratuzilmasi bilan muvofiqlashtirish, milliy va xalqaro tajribalarni o'rganish, shuningdek, davlat dasturlari va xususiy sektor investitsiyalarini jalb qilish asosiy vazifa sifatida ko'rilishi lozim. Faqat shu yo'l bilan mamlakatning turizm salohiyatini maksimal darajada ochib berish va zamonaviy raqamli davr sharoitida barqaror rivojlanishga erishish mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Mas'udov, Sh. (2021). *Aqlli shahar kontsepsiyasi, uning nazariy asoslari va texnologik tamoyillari*. Toshkent: Innovatsion Tadqiqotlar Markazi.
2. Karimov, T., & Rahimova, N. (2022). AKT yordamida shahar boshqaruvini raqamlashtirish va barqaror rivojlanish istiqbollari. *O'zbekiston Iqtisodiyoti va Innovatsiyalari*, 5(2), 45-59.
3. Xolbekov, A. (2023). Turizm infratuzilmasida raqamli texnologiyalarning roli va turistlar uchun interaktiv xizmatlar. *Turizm va Innovatsiyalar*, 12(1), 78-91.
4. Saidova, M. (2020). Virtual va kengaytirilgan haqiqat texnologiyalarining

- madaniy merosni targ'ib qilishdagi roli. *Madaniyat va Texnologiyalar*, 8(3), 102-115.
5. Islomov, J., & boshq. (2023). O'zbekistonda smart city konsepsiyasini tatbiq etishdagi muammolar va imkoniyatlar. *Shaharsozlik va Innovatsiyalar*, 4(4), 33-47.
6. Toshkent Davlat Iqtisodiyot Universiteti. (2024). *Aqlli shahar dasturlari va ularning turizm infratuzilmasiga ta'siri*. Toshkent: TDIU Nashriyoti.

I SHO'BA

O'ZBEKISTONDA TURIZM FAOLIYATINI RAQAMLASHTIRISHNING ILMIY-NAZARIY ASOSLARI VA KONSEPTUAL YONDASHUVLARI

*Ravshan ABDULLAYEV,
O'zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi professori, i.f.d.
Mubina JALOLIDDINOVA,
O'zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi talabasi*

O'ZBEKISTONDA TURIZM FAOLIYATINI RAQAMLASHTIRISHNING ASOSIY YO'NALISHLARI VA SAMARADORLIGINI OSHIRISH YO'LLARI

Annotatsiya. Maqolada O'zbekiston Respublikasi turizm sohasida raqamlashtirish jarayonlarining dolzarbligi, asosiy yo'nalishlari va samaradorligini oshirish omillari tahlil qilinadi. Raqamli texnologiyalarni turizm faoliyatiga tatbiq etish jarayonining bosqichlari, mavjud muammolar va ularni bartaraf etish bo'yicha taklif va tavsiyalar keltiriladi.

Kalit so'zlar: Turizm, raqamlashtirish, raqamli texnologiya, smart turizm, mobil ilova, elektron to'lov, onlayn bronlash.

Аннотация. В статье рассматриваются актуальность, основные направления и факторы повышения эффективности процессов цифровизации в туристической отрасли Республики Узбекистан. Анализируются этапы внедрения цифровых технологий в туристическую деятельность, существующие проблемы, а также приводятся предложения и рекомендации по их устранению.

Ключевые слова: туризм, цифровизация, цифровые технологии, smart-туризм, мобильное приложение, электронные платежи, онлайн-бронирование.

Abstract. The article analyzes the relevance, main directions and factors for increasing the efficiency of digitalization processes in the tourism sector of the Republic of Uzbekistan. The stages of the process of introducing digital technologies into tourism activities, existing problems and proposals and recommendations for their elimination are presented.

Keywords: tourism, digitization, digital technology, smart tourism, mobile application, electronic payment, online booking.

Jahon bozorida raqamli texnologiyalar tobora rivojlanib, iqtisodiyotning barcha tarmoqlariga kirib bormoqda. Xususan, zamonaviy turizm sohasida raqamlashtirish jarayonlari xizmat ko'rsatish sifatini oshirish, sayyohlar uchun qulay va xavfsiz muhit yaratish, milliy madaniyat va tarixiy merosni keng targ'ib qilishda muhim o'rin tutadi. Bugungi kunda O'zbekiston Respublikasi hukumati tomonidan turizm infratuzilmasini rivojlantirish va raqamli xizmatlarni keng joriy etish bo'yicha qator farmon va qarorlar qabul qilinmoqda. Ayniqsa, 2019-yil 5-yanvardagi PF-5611-son Farmoni bilan tasdiqlangan "O'zbekiston Respublikasida turizmni rivojlantirish

konsepsiyasi”da raqamlashtirish asosiy strategik yo‘nalishlardan biri sifatida belgilangan³⁵

Ayni vaqtda O‘zbekiston Respublikasi Turizm qo‘mitasi tomonidan raqamli platformalar, mobil ilovalar, onlayn xizmatlar va elektron to‘lov tizimlari orqali zamonaviy turizm infratuzilmasi shakllantirilmoqda. Ushbu maqolada mamlakatimizda turizmni raqamlashtirishning asosiy yo‘nalishlari va samaradorligini oshirish yo‘llari batafsil yoritib beriladi.

O‘zbekistonning geografik joylashuvi, boy tarixiy merosi, tabiiy go‘zal manzaralari va milliy madaniyati mamlakatimizning turizm sohasini rivojlantirish uchun keng imkoniyatlar yaratadi. 2023-yil yakunlariga ko‘ra, O‘zbekistonga kelgan xorijiy sayyohlar soni 6,6 milliondan ortib, 2019-yil ko‘rsatkichidan 14 foizga oshgani kuzatildi³⁶. Mazkur natijalarga erishishda raqamlashtirish jarayonlarining ijobiy ta‘siri katta bo‘ldi.

Bugungi kunda raqamli texnologiyalar yordamida mehmonxonalarni bron qilish, transport chiptalarini onlayn sotib olish, elektron gid xizmatlaridan foydalanish imkoniyatlari kengaydi. Shu bilan birga, milliy madaniy meros ob‘ektlariga onlayn ekskursiya tizimlari va QR-kodli ma‘lumot berish stendlari ham joriy qilinmoqda³⁷. Bu esa sayyohlar uchun qulay sharoitlar yaratish va turizm faoliyatini yanada ommalashtirishga xizmat qilmoqda.

Turizm qo‘mitasi tomonidan 2020–2024-yillarda turizm infratuzilmasini raqamlashtirish bo‘yicha quyidagi asosiy yo‘nalishlar belgilab berilgan:

– **yagona onlayn platformalar yaratish:** Bugungi kunda “Uzbekistan.travel” milliy platformasi orqali mamlakatdagi mehmonxonalar, transport xizmatlari, muzeylar va tarixiy obidalar to‘g‘risidagi ma‘lumotlar va bron tizimi joriy etilgan³⁸. Ushbu platforma 7 tilda ishlaydi va xorijiy sayyohlar uchun qulay interfeys yaratilgan.

– **mobil ilovalar va interaktiv xizmatlar:** O‘zbekistonda “UzRailways”, “Uzbekistan Airports” va “My Uzbekistan” mobil ilovalari ishga tushirilgan bo‘lib, ular sayyohlar uchun transport va mehmonxona xizmatlarini onlayn boshqarish imkonini beradi³⁹. Ayniqsa, Samarqand, Buxoro va Xiva shaharlarida turistik marshrutlar, xaritalar va virtual gid xizmatlari joriy etildi.

– **elektron to‘lov tizimlarini rivojlantirish:** 2023-yil yakuniga qadar turizm xizmatlarida elektron to‘lovlar ulushi 80 foizdan oshdi. Hozirda “Payme”, “Click”, “Apelsin” va “Uzcard” kabi elektron to‘lov tizimlari orqali mehmonxona, transport va ekskursiya xizmatlarini to‘lash imkoniyati mavjud⁴⁰.

– **QR-kodli virtual gid va audio gid xizmatlari:** Samarqand, Buxoro va Xivada tarixiy obidalar va muzeylarda QR-kodli gid tizimlari joriy qilindi. Bu tizim orqali sayyohlar o‘z mobil qurilmasi yordamida obidalar haqida to‘liq ma‘lumot

³⁵O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 5-yanvardagi PF–5611 son Farmon

³⁶ O‘zbekiston Respublikasi Turizm qo‘mitasi ma‘lumotlari, 2024.

³⁷ Karimova, M. (2023). O‘zbekistonda turizm infratuzilmasini raqamlashtirish jarayonlari. Toshkent: Iqtisodiyot nashriyoti.

³⁸ Uzbekistan.travel rasmiy portali, 2024-yil.

³⁹ Turizm va madaniy meros vazirligi hisobotlari, 2023.

⁴⁰ O‘zbekiston Respublikasi Markaziy banki to‘lov tizimlari ma‘lumotlari, 2023.

olishi va virtual sayohat qilishi mumkin⁴¹.

– **raqamli marketing va ijtimoiy tarmoqlarda reklama kampaniyalari:** O‘zbekiston Turizm qo‘mitasi tomonidan 2023-yilda xalqaro reklama kampaniyalariga 1,5 million AQSH dollari ajratilib, ijtimoiy tarmoqlarda O‘zbekiston turizm brendi faol targ‘ib qilindi⁴². Bu esa sayyohlar oqimini oshirishda muhim vosita bo‘ldi.

– **smart turizm infratuzilmasini rivojlantirish:** Toshkent, Samarqand va Buxoroda Wi-Fi zonalar, raqamli axborot stendlari, smart bekatlar va interaktiv xaritalar ishga tushirilgan. Turizm axborot markazlari zamonaviy texnologiyalar bilan jihozlanmoqda⁴³.

Turizm sohasida raqamlashtirish jarayonlari faol olib borilayotgan bo‘lsa-da, ayrim muammolar ham mavjud, jumladan:

– **yagona raqamli ma’lumotlar bazasi yo‘qligi** – turistik ob’ektlar, xizmatlar va marshrutlar to‘g‘risidagi ma’lumotlar ayrim platformalarda tarqoq holatda mavjud, yagona integratsiyalashgan tizim shakllanmagan⁴⁴.

– **internet tarmog‘i va raqamli infratuzilmaning chekka hududlarda yetarli emasligi** – qishloq joylarida va ayrim tarixiy obidalarda yuqori tezlikdagi internet mavjud emas, bu esa sayyohlar uchun noqulaylik tug‘diradi⁴⁵.

– **elektron to‘lov va onlayn bron tizimlari barcha xizmat ko‘rsatuvchi tashkilotlarda to‘liq joriy etilmagan** – ayniqsa, kichik mehmon uylari va xususiy transport xizmatlarida naqd to‘lovlar saqlanib qolmoqda⁴⁶.

– **kadrlar salohiyati va raqamli kompetensiya pastligi** – turizm sohasi xodimlari va gidlar orasida raqamli texnologiyalardan foydalanish malakasi yetarli emasligi aniqlangan⁴⁷.

Bu muammolarni bartaraf etish orqali sohada raqamlashtirish jarayonlarini yanada jadallashtirish mumkin.

O‘zbekiston turizm sohasida raqamli xizmatlar samaradorligini oshirish uchun quyidagi taklif va tavsiyalarni ilgari surish mumkin:

1. Yagona raqamli platforma va ma’lumotlar bazasini yaratish;

Barcha turistik ob’ektlar, mehmonxonalar, transport xizmatlari va madaniy tadbirlar yagona portalga birlashtirilishi kerak. Bu sayyohlar uchun qulaylik, xizmat ko‘rsatuvchilarga esa marketing va boshqaruvni yengillashtiradi⁴⁸.

2. Smart turizm shaharlarini yaratish;

Samarqand, Buxoro, Xiva va Toshkent shaharlarida Wi-Fi hududlari, interaktiv gid xizmatlari, raqamli xaritalar va onlayn ekskursiyalarni tashkil etish orqali smart turizm infratuzilmasini kengaytirish lozim⁴⁹.

3. Chekka hududlarda internet infratuzilmasini rivojlantirish;

⁴¹ Tursunov, A. (2022). Smart turizm infratuzilmasi: imkoniyat va muammolar. Buxoro Davlat universiteti jurnali.

⁴² O‘zbekiston Turizm qo‘mitasi, 2023-yil xalqaro reklama kampaniyasi ma’lumotlari.

⁴³ Qodirova, Z. (2022). Raqamli turizm xizmatlari va ularning samaradorligi. Toshkent: Ilm ziyo.

⁴⁴ Turizm infratuzilmasi va internet qamrovi bo‘yicha Davlat statistika qo‘mitasi ma’lumotlari, 2023.

⁴⁵ Tursunova, N. (2023). Turizm xizmatlarini elektronlashtirish muammolari. Jahon iqtisodiyoti va diplomatiya universiteti jurnali.

⁴⁶ Turizm xodimlarini o‘qitish markazi hisobotlari, 2023.

⁴⁷ Uzbekistan.travel tizimi, 2024.

⁴⁸ Smart City loyihasi doirasidagi infratuzilma ma’lumotlari, 2023.

⁴⁹ O‘zbekiston Respublikasi Aloqa vazirligi axboroti, 2024.

Turistik maskanlarga boruvchi asosiy marshrutlar va qishloq hududlarida yuqori tezlikdagi internet qamrovini kengaytirish zarur. Bu sayyohlarning barcha raqamli xizmatlardan to'liq foydalanishini ta'minlaydi⁵⁰.

4. Turizm sohasi xodimlarini raqamli kompetensiyalar bo'yicha o'qitish;

Gidlar, mehmonxona administratorlari va xizmat ko'rsatuvchi boshqa xodimlar uchun mobil ilovalar, elektron to'lov va onlayn bron tizimlari bo'yicha qisqa muddatli kurslar tashkil etilishi lozim⁵¹.

5. Raqamli marketing va xalqaro reklama kampaniyalarini kengaytirish;

Xalqaro internet platformalari va ijtimoiy tarmoqlarda O'zbekiston turizm brendini faol targ'ib qilish, virtual 3D sayohatlar va onlayn ekskursiyalarni e'lon qilish maqsadga muvofiq¹⁸.

Yuqoridagi tahlillardan kelib chiqib, O'zbekistonda turizm sohasini raqamlashtirish jarayonlari bosqichma-bosqich rivojlanib borayotganini ko'rish mumkin. Ayni paytda mavjud muammolarni bartaraf etish va zamonaviy texnologiyalarni joriy etish orqali turizm xizmatlari sifatini oshirish, sayyohlar oqimini ko'paytirish va mamlakat iqtisodiyotiga ijobiy ta'sir ko'rsatish imkoniyati mavjud.

Turizm faoliyatini raqamlashtirishning asosiy yo'nalishlari – yagona onlayn platformalar yaratish, smart turizm infratuzilmasini kengaytirish, elektron to'lov tizimlarini rivojlantirish va raqamli marketing kampaniyalarini faollashtirish orqali sohada samaradorlikni oshirish mumkin.

Kelgusida O'zbekiston hukumati va turizm sohasi mutasaddilari tomonidan raqamlashtirish jarayonlariga investitsiyalar hajmini oshirish, internet infratuzilmasini kengaytirish va kadrlar malakasini oshirish bo'yicha izchil ishlar olib borilishi maqsadga muvofiq.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 5-yanvardagi PF–5611-son Farmoni. “O'zbekiston Respublikasida turizmni rivojlantirish konsepsiyasi to'g'risida”. www.lex.uz

2. O'zbekiston Respublikasi Turizm qo'mitasi. Rasmiy hisobotlar va press-relizlar. <https://uzbektourism.uz>

3. O'zbekiston Respublikasi Axborot texnologiyalari va kommunikatsiyalarini rivojlantirish vazirligi ma'lumotlari. <https://mitc.uz>

4. O'zbekiston Turizm qo'mitasining 2023-yildagi marketing kampaniyalari to'g'risidagi ma'lumotlar. <https://uzbektourism.uz/uz/news/view/303>

5. Xalqaro tajriba: BMT Jahon Turizm Tashkiloti (UNWTO) hisobotlari. “Digital Transformation in Tourism”. <https://www.unwto.org>

6. Karimov A., Xudayberganova G. (2022). “Raqamli turizm infratuzilmasini shakllantirish va rivojlantirish yo'nalishlari”. // “Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar” ilmiy jurnali, №6, 45–50-betlar.

7. Saidova M.M. (2023). “Smart turizm konsepsiyasi: O'zbekiston misolida”. //

⁵⁰ Turizm xodimlari uchun qisqa muddatli kurslar dasturi, 2023.

⁵¹ Xalqaro reklama kampaniyalari bo'yicha Turizm qo'mitasi ma'lumotlari, 2024.

“Turizm va madaniy meros” ilmiy-amaliy jurnali, №2, 22–28-betlar.

8. Nurmatova D. (2023). “Elektron to‘lov tizimlarining turizm xizmatlariga ta’siri”. // “Axborot texnologiyalari va iqtisodiyot” jurnali, №3, 17–21-betlar.

9. Matkarimov B. (2023). “Hududiy turizm infratuzilmasida raqamlashtirishning ahamiyati”. // “Hududiy rivojlanish masalalari” ilmiy jurnali, №4, 38–44-betlar.

10. Tursunova D. (2022). “Raqamli xizmatlar orqali turistik brendni shakllantirish”. // “Marketing va servis” jurnali, №1, 11–16-betlar.

11. UNDP Uzbekistan (2023). “Digital Tourism Development in Uzbekistan: Assessment Report”. <https://www.undp.org/uzbekistan>

Nazira AZIZOVA,
Toshkent davlat sharqshunoslik universiteti dotsenti, i.f.n.
Shohnoza FARXODOVA,
Toshkent davlat sharqshunoslik universiteti o‘qituvchisi

ADABIY TURIZMNI RIVOJLANISHI: O‘ZBEK MILLIY MODEL VA XORIJ TAJRIBASI

Annotatsiya. Maqolada zamonaviy tematik turizm tarkibida adabiy turizmning paydo bo‘lishining jihatlarini aniqlash bilan bog‘liq bir qator masalalar ko‘rib chiqiladi. Sayohat paytida odam yangi bilimlarni olishga intiladi, ular yozma yozuvsiz yo‘qoladi va unutiladi. Mavzuning dolzarbligi shundaki, tematik turizm taqdim etilayotgan ob’ektlarning o‘ziga xos xususiyatlarini aniqlash va yaxshilash orqali mashhur va kam ma’lum bo‘lgan ko‘rgazma ob’ektlariga yangicha qarash imkonini beradi, chunki tematik turlar bozori juda keng va inson manfaatlarini doirasi keng va xilma-xildir. Destinatsiyaning madaniy o‘ziga xosligini mavzuli taqdimoti, sayyohning madaniyati va tashrif buyurilgan joyning notanish madaniyati o‘rtasidagi madaniy aloqaga aylanishi mumkin, bu unga tashrif buyurilgan joylarning madaniy xususiyatlarini izohlashni osonlashtiradi.

Kalit so‘zlar: madaniy-ma’rifiy turizm, tematik turizm, adabiy sayohat, madaniy meros, tarixiy joylar, yozuvchi-memorial muzeylar.

Abstract. The article considers a number of issues related to the identification of aspects of the emergence of literary tourism in the framework of modern thematic tourism. During travel, a person seeks to acquire new knowledge, which without written records is lost and forgotten. The relevance of the topic is that thematic tourism allows you to take a fresh look at popular and little-known exhibition objects by identifying and improving the specific features of the presented objects, since the market for thematic tours is very wide, and the range of human interests is wide and diverse. Thematic presentation of the cultural identity of a destination can become a cultural link between the tourist’s culture and the unfamiliar culture of the visited place, which makes it easier for him to interpret the cultural characteristics of the places visited.

Keywords: cultural and educational tourism, thematic tourism, literary travel,

cultural heritage, historical sites, writer-memorial museums.

O'zbekiston o'zining boy adabiy merosi bilan mashhur mamlakat sifatida adabiy turizmni rivojlantirish uchun katta imkoniyatlarga ega. Adabiy-memorial muzeylar jahon va milliy adabiyotning eng sara namoyandalarining hayoti va ijodi haqida so'zlab beradi, ma'naviy meros estafetasini keyingi avlodlarga yetkazadi. Lutfiy, Alisher Navoiy, Bobur, Shayboniy-xon, Ubaydulloh-xon, Mashrab, Ogahiy, Muqimiy, Munis Xorazmiy, Nodira, Furqat, Uvaysiy va boshqalar o'zbek adabiyotining namoyandalaridir. Adabiy turizm tematik turizmning kichik turlaridan biridir. So'nggi paytlarda mavzuli turizm tobora dolzarb bo'lib bormoqda, bu birinchi navbatda turizm mahsulotlari va xizmatlarini diversifikatsiya qilish bilan bog'liq. Ichki va kirish turizmini diversifikatsiya qilish zarurati so'nggi oylardagi inqiroz tufayli bozordagi global o'zgarishlar bilan bog'liq. Ichki oqimlarning mumkin bo'lgan o'sishi va rivojlanish istiqbollari sayyohlar va sayohatchilar uchun xizmatlarning yangi shakllari, texnologiyalari va mazmunini izlashni talab qiladi.

Tematik turizmning paydo bo'lishining sabablari xalqaro turizmda hozirgi bosqichda sodir bo'layotgan jarayonlarda yotadi. Turizm bozorida raqobatning kuchayishi turizm mahsulotlarining diversifikatsiya qilinishiga va turizmning yangi turlari, jumladan tematik turizmning paydo bo'lishiga olib keldi. Prognozlarga ko'ra, turizmning ushbu turi eng mashhurlaridan biriga aylanmoqda. Xalqaro turizm nazariyasida tematik turizmning rasmiy ta'rifi mavjud emas. Xorijiy mualliflarning turizmga oid asarlarida u maxsus qiziqish turizmi ("special interest tourism"), shuningdek, mavzuli turizm ("tematik turizm") nomlari ostida uchraydi. Oxirgi kontseptsiyani Yevropa Komissiyasining "Yevropa Ittifoqida turizmni barqaror rivojlantirish vositasi sifatida transmilliy tematik turizm mahsulotlarini ilgari surish" dasturida topish mumkin. Shunday qilib, tematik turizmni asosiy maqsadi yagona, yuqori darajada ixtisoslashgan mavzu bilan bog'liq joylarga tashrif buyurish bo'lgan turizm turi sifatida ta'riflash mumkin. Ushbu turdagi turizmning asosiy motivlarini quyidagilar deb atash mumkin: o'yin-kulgi, dam olish, hamfikrlar orasida, har bir turist o'zi yoqtirgan narsa bilan shug'ullanish imkoniyati (hobbi sayohatlar). Turizmning ushbu turi, iste'molchilari turning yo'nalishi va mavzusiga qarab, juda keng odamlardir: bolalardan tortib o'rta yoshdagi (hatto ba'zan qariyalar)gacha.

Tematik turizmning o'ziga xos xususiyati – tanishish doirasida, turistning idrokini maqsadning o'ziga xos xususiyatlariga qaratish, uning tarixi va madaniyatining bir jihati bilan, diqqatga sazovor joylarga qiziqitirish va madaniy fonga muvofiq talqin qilish qobiliyatidir. Maqolaning kontseptual asosi shundaki, destinatsiyaning madaniy o'ziga xosligini tematik tasvirlash, sayyoh madaniyati va tashrif buyurgan joyning notanish madaniyati o'rtasidagi madaniy aloqaga aylanishi mumkin. Destinatsiyaning madaniy komponentini, tematik yondashuv yordamida taqdim etish sayyohlar va bir kunlik sayohatchilarga tashrif buyirilgan joylarning madaniy xususiyatlarini talqin qilishni osonlashtirishga imkon beradi. Misol uchun, badiiy kitoblarni o'qish nafaqat syujet bilan bog'liq joylar haqidagi mavjud tushunchalaringizni boyitadi, balki mamlakatni madaniy an'analari va qadriyatlari prizmasidan idrok etish uchun ham yaxshi asos bo'ladi.

Tematik (adabiy) turizm yangi namoyish ob'ektlarini aktsent, urg'u usuli

sifatida. Tematik turizm taqdim etilayotgan ob'ektlarning o'ziga xos xususiyatlarini aniqlash va yaxshilash orqali mashhur va kam ma'lum bo'lgan namoyish ob'ektlariga yangicha qarash imkonini beradi. Har qanday sohada boshlang'ich bilimga ega bo'lgan turist, tayyor bo'lmagan turistga qaraganda, yangi ma'lumotlarni idrok etish uchun undan ko'proq foydalana oladi.

Tematik (adabiy) turizm takroriy tashriflarni rag'batlantirish usuli sifatida. Tematik turizmning muhim afzalligi - turistik mahsulotlarning xilma-xilligi tufayli manzilga takroriy sayohatlarni rag'batlantirish, shuningdek, o'z-o'zidan sayyohlar uchun yetarlicha joziba yaratmaydigan, "ikkinchi" va "uchinchi" rejadagi madaniy diqqatga sazovor joylarni tematik madaniy yo'nalishga birlashtirish orqali turistik tashriflar hududini kengaytirish.

Tematik turizm uchun eng muhim xususiyatlar taklif etilayotgan turning maqsadi va ob'ekti, shuning uchun bunday tashkil etilgan turistik sayohatning haqiqiy dasturida maqsad va ob'ekt bir-biridan ajralmas va ko'p hollarda ma'lum bir marshrut nomi bilan qo'shiladi va birlashtiriladi. Tematik turlar bozori juda keng, chunki inson manfaatlari doirasi keng va xilma-xildir. Biroq, turli mamlakatlardan kelgan sayyohlar orasida mashhur bo'lgan tematik turlarning bir nechta yo'nalishlarini ajratib ko'rsatish mumkin:

- istirohat bog'lariga tashrif buyurish;
- anomal joylarga, qabristonlarga, ofat joylariga tashrif buyurish;
- kino bilan bog'liq joylarga tashrif buyurish;
- gastronomik turlar;
- teatr turlar;
- adabiy sayohatlar;
- raqs sayohatlari va boshqalar.

Tematik turizmning keng tarqalgan turlaridan biri adabiy turizmdir. Mazkur yo'nalish turizmning nisbatan yangi turi bo'lib, hozirgacha u kam o'rganilgan. Xalqaro amaliyotda adabiy turizm sayohat sifatida ta'rifi mavjud bo'lib, uning asosiy maqsadi adabiyot arboblarning hayoti va faoliyati bilan bog'liq joylarga tashrif buyurishdir. Birinchi sayohatchilarning eslatmalarini zamonaviy qo'llanmalarining prototipi deb hisoblash mumkin.

Yevropada ma'rifat va yangi davrda mehmondo'stlik tizimining rivojlanishi va transportning takomillashuvi tufayli bilimli kishilar va yozuvchilar boshqa xalqlar va ularning madaniyati bilan tanishish maqsadida uzoq safarlarga o'tlanishgan. Yozuvchilarning sayohatlari asta-sekin an'anaga aylanib bordi, buning natijasida uzoq mamlakatlarga tashrif buyurish taassurotlari ostida yozilgan sayohat eslatmalari, kundaliklar, badiiy qo'llanmalar va romanlarning zamonaviy to'plami mavjud. Shunday qilib, bugungi kunda mavjud bo'lgan adabiy turizmning tarixdan oldingi davri adabiyotining turli adabiy janrlarining rivojlanishi jarayonida shakllangan. Adabiyot janrsiz to'liq bo'lmaganidek, birinchi sayohatchilarning yozma dalillarisiz, turizm ham bunday yuksak rivojlanish darajasiga chiqmagan bo'lardi. Agar ilgari, turistlar mustaqil ravishda adabiy marshrutlarni yaratib, tashrif buyurgan bo'lsa, endi ijod bilan tanishish uchun, adabiy ekskursiyalar tashkil etish orqali kohroq muvaffaqiyat qozolmoqda. Adabiy turizmdagi ko'rgazma ob'ektlarini ikki guruhga bo'lish mumkin. Asarlar muallifining hayoti bilan bog'liq ob'ektlarga quyidagilar

kiradi: madaniy va tabiiy ahamiyatga ega bo'lgan ob'ektlar (masalan, muallif sayr qilishni yaxshi ko'radigan bog'). Birinchi guruh ob'ektlarga, asosan, adabiy muzeylar, shuningdek, ularning eksponatlari kiradi. Shoir/yozuvchi ijodi bilan bog'liq bo'lgan ob'ektlarga adabiy asarlarda eslatib o'tilgan muallifning ijodi bilan bog'liq ob'ektlar kiradi, bu ob'ektlar hech qachon muallifning bevosita ishtirokini belgilamagan, ammo ular adabiy asarga kiritilgan bo'lishi mumkin. Adabiy turizm ob'ektlarining ikkinchi guruhiga, asarda umumiy fon vazifasini o'tuvchi shaharlar va qishloq aholi punktlari (masalan, F. M. Dostoevskiyning Sankt-Peterburgi), shuningdek, xayoliy joylar prototipi bo'lgan bino va inshootlar (masalan, Londondagi Sherlok Xolms muzeyi) kiradi. Ko'rgazmaning asosiy ob'ektlari adabiy muzeylar bo'lib, ular yozuvchilar va adabiy jarayonning borishi bilan bog'liq materiallarni to'plash, saqlash, ko'rsatish va targ'ib qilishga ixtisoslashgan muzeylar guruhidir. Profil guruhiga tarixiy-adabiy va adabiy-memorial muzeylar kiradi. Bunday muzeylarda tarixiy tadqiqotlar olib boriladi, ilmiy sessiyalar, anjumanlar o'tkaziladi. Bundan tashqari, adabiyot va san'atga bag'ishlangan kompleks muzeylar mavjud, masalan, Yerevandagi Arman adabiyoti va san'ati muzeyi, Bokudagi Nizomiy nomidagi Ozarbayjon adabiyoti va san'ati muzeyi va boshqalar.

Monografik muzeylarning asosiy guruhini memorial adabiy muzeylar tashkil etadi, ularda memorial majmualar – binolar, kvartiralar, mulklar, yozuvchilarning shaxsiy buyumlari, shuningdek, qo'lyozmalar, avtograflar, hujjatlar, umrbod nashrlar – yozuvchining hayoti va ijodiy yo'lidan hikoya qiluvchi adabiy ko'rgazma mavjud. Ko'rgazmalarda yodgorlik buyumlaridan tashqari vizual ularda memorial majmualar – binolar, kvartiralar, mulklar, yozuvchilarning shaxsiy buyumlari, shuningdek, qo'lyozmalar, avtograflar, hujjatlar, umrbod nashrlar – yozuvchining hayoti va ijodiy yo'lidan hikoya qiluvchi adabiy ko'rgazma mavjud. Ko'rgazmalarda yodgorlik buyumlaridan tashqari vizual materiallardan ham foydalaniladi – fotosuratlar, rasmlar, gravyuralar, boshqa omborlarda joylashgan ob'ektlarning nusxalari, ma'lum bir davrga xos narsalar sotib olinadi. Tarxaniydagi Lermontov muzeyi, Taganrog, Moskvadagi Chexov muzeyi, Toshkentdagi Alisher Navoiy nomidagi Davlat adabiyot muzeyi.

G'arb mamlakatlarida adabiy turizm ancha keng tarqaldi. Bunga, birinchi navbatda, boy adabiy an'analar, shuningdek, noodatiy, ammo talabga ega marshrutlarni yaratishni rag'batlantiradigan turizm industriyasidagi shiddatli raqobat yordam berdi. Adabiy sayohatga boradigan sayyohlarga qulaylik yaratish uchun bir nechta internet saytlari yaratilgan, shuningdek, yozuvchilar va ularning qahramonlari yashagan joylarga marshrutlar ishlab chiqilgan.

2009-yilda YuNESKO uchta eng adabiy shaharni tanladi: Ayova, Melburn va Edinburg. Shotlandiya poytaxti Artur Konan Doyl, Robert Luis Stivenson, Valter Skott va JK Rouling shahri sifatida tanilgan. Edinburgda mahalliy yozuvchilarga bag'ishlangan adabiy yo'llar, tadbirlar va festivallar o'tkaziladi.

Melburn Avstraliyaning eng yirik kitob markazi sifatida tanilgan bo'lib, aholi jon boshiga dunyoning istalgan mamlakatiga qaraganda ko'proq kitob do'konlari joylashgan va mashhur Ayova kutubxonasi ham adabiyotni targ'ib qilishga qaratilgan tadbirlar va aksiyalarni tashkil qiladi. Adabiy va muzey biznesidagi yangi yo'nalish – bu adabiy qahramonlar muzeylari, masalan, Beyker-stritdagi Sherlok Xolms muzeyi,

Frantsiyadagi Madam Bovari muzeyi va boshqalar, Toshkent shahridagi mum muzeyi yoki u “Toshkent xonim Tyusso” deyiladi va boshqalar.

Sevimli yozuvchilar xotirasini abadiylashtirish istagi va ularga bag‘ishlangan ochiq muzeylar birinchi marta 19-asrda paydo bo‘lgan. Buyuk Britaniyada u Uolter Skott va Uilyam Shekspirning ismlari bilan bog‘liq edi.

Yevropaning eng mashhur adabiy muzeylari Alkala de Henaresdagi Servantes muzeyi bo‘lib, u uzoq vaqt yashagan, shuningdek, Xans Kristian Andersen tug‘ilgan Odense shahridagi muzeyi. Kubadagi Gavana chekkasida joylashgan Xeminguey muzeyi juda mashhur.

1876-yilda Toshkentda Turkiston muzeyi tashkil etildi, u Rossiya Turkistoni hududidagi birinchi muzey hisoblanadi. Bunda ilmiy jamiyatlar – Rus geografiya jamiyatining Turkiston bo‘limi, O‘rta Osiyo ilmiy jamiyati va yangi tashkil etilgan ipakchilik maktabi juda katta rol o‘ynadi, ular birinchi kolleksiyalarni saqlash uchun joy berdi.

1890-yillarda deyarli bir vaqtning o‘zida Farg‘ona jamoat muzeyi (1895/1899), Samarqand (1896-yil – sanasi ham munozarali, chunki muzeyning mavjudligini tasdiqlovchi manbalar 1874-yilda), Semirechenskiy (1898), Forob (1898) va Transkaspiy muzeylari tashkil etilgan. Ular asosan arxeologik va mineralogik kolleksiyalarni taqdim etdilar. Ular orasida Farob muzeyi alohida ajralib turadi (Farab - Turkmanistondagi shahar).

1900-yilda Geok-Tepa (1993-yildan – Turkmanistonning G‘okdepe shahri) va Katti-Qo‘rg‘onda (O‘zbekiston) muzeylar tashkil etildi. Ikkala muzey ham Turkistonning zabt etilishi tarixidan hikoya qiluvchi memorial muzeylar namunasidir.

Birinчилardan biri 1918-yilda ochilgan Toshkentdagi Markaziy san‘at muzeyi bo‘lib, O‘zbekiston san‘at muzeyi – 1918-yilda Xalq universiteti muzeyi, keyinchalik Markaziy san‘at muzeyi, 1924-yildan Toshkent san‘at muzeyi, 1935-yildan O‘zbekiston san‘at muzeyi sifatida tashkil etilgan. O‘zbekiston Davlat san‘at muzeyi binosi O‘zbekiston moddiy madaniy merosi ko‘chmas mulk ob‘yektlari milliy ro‘yxatiga kiritilgan.

1920-yilda Chimkent o‘lkashunoslik muzeyi va Namangan muzeyi tashkil etildi. 1923-yilda Samarqandda mahalliy yahudiy muzeyi va birinchi o‘zbek muzeyi paydo bo‘ldi. O‘zbekistonda 1939-yilda Alisher Navoiy tavalludining 500 yilligi munosabati bilan Alisher Navoiy nomidagi adabiyot muzeyini tashkil etildi. Alisher Navoiy ko‘plab Osiyo xalqlari adabiyotining, o‘zbek milliy adabiy tilining asoschisidir. Uyg‘onish davri daholari bilan qiyoslash mumkin bo‘lgan bu buyuk turkiy farzandning ijodi o‘zbek mumtoz adabiyoti taraqqiyotining eng yuksak cho‘qqisiga aylandi.

1981-yilda Toshkentda Sergey Yesenin, ikkinчилardan muhim bolgan davlat adabiy muzeyi ochildi. Birinchisi, shoirning vatani Ryazan viloyatida ochildan edi va hokazo. Tematik (adabiy) sayohatlarni tashkil etishning o‘ziga xos xususiyati adabiy ekskursiyalarning majburiy mavjudligidir. Bunday holda, quyidagi talablar bir vaqtning o‘zida bajarilgan taqdirdagina gastrolni adabiy deb atash mumkin:

- turistlar adabiy turizmni o‘z sayohatlarining asosiy maqsadi deb bilishlari;
- ekskursiyalarning yarmidan ko‘pi adabiy bo‘lishi kerak.

Bunda turistlar tomonidan qo‘shimcha ekskursiyalar, shu jumladan obzorli va

boshqa mavzuli ekskursiyalar sotib olinishiga yo‘l qo‘yiladi. Bu holatda adabiy turizmning madaniy-ma’rifiy turizmdan asosiy farqi turistik mahsulotni rejalashtirish, ishlab chiqish va amalga oshirishning samarali tizimi asoslanadigan turistik motivatsiyadir.

Adabiy turga boradigan sayyohlarning asosiy motivi – bilishdir, ammo turmarkazning madaniy merosi (me’morchilik, tarix, an’analar) ning umumiy tavsifi berilgan madaniy-ma’rifiy turlardan farqli o‘laroq, adabiy turlar madaniyat turlaridan biri – adabiyotni batafsilroq ko‘rib chiqish imkonini beradi.

Qo‘shimcha motiv sifatida ko‘ngilxushlik xizmat qilishi mumkin, chunki adabiy turlar shaharda bo‘sh vaqtning mavjudligini nazarda tutadi, uni sayyohlar o‘z xohishiga ko‘ra o‘tkazishi mumkin: masalan, teatrlarga, tematik parklarga tashrif buyurish yoki festival, bayram ishtirokchisi bo‘lish.

Mavzuli turizmni tahlil qilishda shuni ta’kidlash kerakki, mavzuli turizm bozori aniq chegaralarga ega emas, chunki turizm huquqida turizm turlarining tasnifi mavjud emas. Turizmning an’anaviy va umume’tirof etilgan turlari, jumladan, madaniy kognitiv, ekologik va faol turlarda ko‘plab variatsiyalar mavjud bo‘lib, ular turoperatorlar tomonidan turizmning alohida turi sifatida kamdan-kam hollarda ajratiladi.

O‘zbekiston turizm bozorida mahalliy turistlar uchun ham, chet elliklar uchun ham adabiy ekskursiyalar va turlar mavjud. Bir kunlik adabiy ekskursiyalar asosan maktab guruhlariga mo‘ljallangan va adabiy sayohatlarga qaraganda ancha keng tarqalgan. Xorijiy sayyohlar uchun adabiy sayohatlar O‘zbekiston turistik bozoridagi eksklyuziv taklif bo‘lib, ko‘pincha individual asosida tashkil etiladi va tur paketiga transport xizmatlari (havo safari), vizani, sug‘urta polisini kiritish bilan bog‘liq bir qancha xususiyatlarga ega.

Bundan tashqari, ular vaqt bo‘yicha uzoqroq, chunki bir nechta shaharlarga tashrif buyurish imkonini beradi. Qoidaga ko‘ra, adabiy va diqqatga sazovor joylarning nisbati deyarli teng, chunki yashash joylari haqida xabardorlik, aholinikiga qaraganda ancha past. Ularning aksariyati madaniy-ma’rifiy, kruiz, sport, rekreatsiya turlari bo‘yicha aniq ixtisoslashuvga ega bo‘lmagan bolib, chet ellik sayyohlar uchun mamlakatga kirish turlarni amalga oshirish turoperatorlari hisoblanadi.

O‘zbek adabiyoti namoyandalari Lutfiy, Alisher Navoiy, Bobur, Shayboniynxon, Ubaydullaxon, Mashrab, Ogahiy, Muqimiy, Munis Xorazmiy, Nodira, Furqat, Uvaysiy va boshqalar edi. 2023-yilda O‘zbekistonda muzeylar soni 134 tani tashkil etgan bo‘lsa, 2022-yilda ularga 6 million 500,9 ming kishi tashrif buyurgan, tashrif buyurganlarning 51,9 foizini maktab o‘quvchilari va talabalar tashkil etgan. O‘zbekiston o‘zining boy adabiy merosi bilan mashhur mamlakat sifatida adabiy turizmni rivojlantirish uchun katta imkoniyatlarga ega. Adabiy-memorial muzeylar jahon va milliy adabiyotning eng sara namoyandalarning hayoti va ijodi haqida so‘zlab beradi, ma’naviy meros estafetasini keyingi avlodlarga yetkazadi. O‘zbekiston Respublikasida umuman tematik va xususan adabiy turizm hali yetarlicha rivojlanmagan, kirish turizmi bozorida adabiy turlar, turoperatorlarning kichik doira tomonidan taklif etiladi.

Xulosa va takliflar:

1. Adabiy turizm ichki va kirish turizmini rivojlantirishning qiziqarli va

istiqbolli yo‘nalishi bo‘lib, birinchi navbatda, uning imkoniyatlari bilan bog‘liq; namoyishning yangi dominantlariga urg‘u berish, yo‘nalishni madaniy talqin qilish, yo‘nalishga takroriy tashriflarni rag‘batlantirish.

2. Adabiy turizm, yozuvchi va shoirlar ijodi, hayoti bilan bog‘liq yoki ko‘rgazma ob‘ektlariga asoslangan bo‘lishi mumkin, mahsulot mavzusi (ekskursiya xizmati) alohida yozuvchi/shoir yoki adabiy davr/adabiy harakat/adabiy janr bo‘lishi mumkin.

3. Hozirgi vaqtda adabiy turizm mahsulotlarining o‘zi ham, ularni bozorda targ‘ib qilish usullari ham qiziqarli misollarga ega.

4. O‘zbekistonda adabiy turizm, o‘zbek madaniyati va adabiyotining xususiyatlarini hisobga olgan holda turizmning eng qiziqarli va ommabop turlaridan biriga aylanishi mumkin.

5. Alisher Navoiy, Zahriddin Muhammad Bobur kabi buyuk o‘zbek adiblarini butun dunyo tan oladi, ularning nomlari “o‘zbek ruhi hodisasi” bilan bog‘liq; ularning ishi va hayoti bilan bog‘liq ob‘ektlarga asoslangan, adabiy sayohatlar, o‘zbek kirish turizmining yorqin yo‘nalishiga aylanishi mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Воронкова Л. П. История туризма: Учебное пособие. М.: Московский психолого-социальный институт; Воронеж: Издательство НПО «МОДЭК», 2001. 304 с.

2. Джанджугазова Е. А., Агамирова Е. В., Лапочкина В. В., Волобуева И. И., Кудрякова С. О., Максимова Л. М., Шалимова А. А. Методология изучения и диагностики туристско-рекреационных ресурсов Российской Федерации // Отчет о НИР (Министерство образования и науки РФ), 2011.

3. Коршунов В. В. Рациональное и иррациональное в эволюции культурно-исторических типов мировоззрения. Дис. ... д-ра философ. наук. / Гос. ин-т искусствознания. М., 1999.

4. Коршунов В. В., Бегство от реальности или обратная сторона телекоммуникационных технологий. М., 2003.

5. Коршунов В. В., Имитация здравого смысла. Очерки по теории мировой культуры. М., 2001.

6. Красная С.А. Культурный туризм: просветительская сущность и факторы развития. Автореф. ... канд. культурологии. 24.00.01. М., 2006.

7. Соколова М.В. История туризма: Учебное пособие. М.: Мастерство, 2002. 352 с.

8. Столяров Д. Ю., Коршунов В. В. Культурология. М., 1998.

9. EVENT-CALENDAR: EVENT AS THE BASIS OF THE TERRITORY TOURIST ATTRACTIVENESS Agamirova Ek.V., Agamirova El.V., Adashova T. A., Valkova T. M., Kosareva N. V., Lapochkina V. V. Life Science Journal. 2014. T. 11. № 11. С. 687-689.

10. Kortunov V. V., Platonova N. A. Philosophical and socio-cultural aspects of the economic type of thinking. Middle East Journal of Scientific Research. 2013. T. 16. № 2. С. 296-303.

11. London’s Museums of Literature& the Written Word. URL:

<http://www.londonupclose.com/london-museums-of-literature-and-the-written-word.html>.

12. Promotion of trans-national thematic tourism products in the European Union as means of sustainable tourism development. Grant Programme, 2011. URL: http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/_getdocument.cfm?doc_id=6453

13. Эшонкулов Жаббор Салиевич. Директор государственного музея литературы им. Алишера Навои АН РУз. Государственный музей литературы им. Алишера Навои АН РУз. <http://www.navoimuseum.uz/>

14. К.Бекенова. Как развивались музеи Центральной Азии: от коллекции птичьих чучел до моделей поездов. Часть 1., Т., 2022.

*Диёра АДЫЛОВА,
Младший научный сотрудник Института развития туризма при
Государственном комитете развития туризма*

МЕЖДУНАРОДНЫЕ СТАНДАРТЫ УСТОЙЧИВОГО ТУРИЗМА: ОПЫТ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН И СТРАН ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ ПО ПРОГРАММЕ MOST

***Аннотация.** В последние десятилетия устойчивый туризм стал неотъемлемой частью мировой туристической индустрии. Он ориентирован на сохранение природных ресурсов, поддержку местных сообществ и обеспечение долгосрочной экономической выгоды от туризма. В условиях глобальных экологических и социальных вызовов все большее внимание уделяется стандартам устойчивого туризма, которые помогают минимизировать негативное воздействие на окружающую среду и культуру. Международный опыт, а также практики стран Центральной Азии, показывают, как можно гармонично развивать туризм, сохраняя при этом экологическое и культурное наследие. В этой статье рассматриваются ключевые принципы устойчивого туризма, анализируются международные стандарты и их влияние на национальные стратегии, а также проводится обзор успешных практик по программе MOST.*

***Ключевые слова:** стандарты, устойчивый туризм, взаимодействие, требования, осведомленность*

***Abstract.** In recent decades, sustainable tourism has become an integral part of the global tourism industry. It focuses on preserving natural resources, supporting local communities, and ensuring long-term economic benefits from tourism. In the face of global environmental and social challenges, increasing attention is being given to sustainable tourism standards that help minimize negative impacts on the environment and culture. International experience, along with practices in Central Asian countries, demonstrates how tourism can be developed harmoniously while preserving ecological and cultural heritage. This article explores the key principles of sustainable tourism, analyzes international standards and their influence on national strategies, and reviews successful practices implemented under the MOST*

program.

Keywords: standards, sustainable tourism, cooperation, requirements, awareness

Стандарты устойчивого туризма представляют собой набор рекомендаций, норм и принципов, направленных на минимизацию негативного воздействия туристической деятельности на окружающую среду, культуру и экономику. Эти стандарты служат своего рода руководством для туристической отрасли, помогая регулировать взаимодействие между природой, обществом и туристами. Они могут касаться различных аспектов, включая экологическую устойчивость, социальную ответственность, сохранение культурного наследия, управление туризмом и защиту прав местных сообществ.

Применение стандартов устойчивого туризма имеет несколько ключевых целей. Во-первых, они помогают сохранить природные и культурные ресурсы, которые являются основой для туризма, предотвращая их истощение или разрушение. Во-вторых, стандарты ориентированы на создание экономических выгод для местных сообществ, например, через создание рабочих мест и развитие устойчивого малого бизнеса. В-третьих, они способствуют повышению осведомленности туристов о важности экологического и культурного уважения, что делает сам процесс туризма более осознанным и этичным.

Важно применять стандарты устойчивого туризма, поскольку это позволяет обеспечить долгосрочный рост туризма, который не только приносит экономические дивиденды, но и способствует сохранению природных и культурных ценностей. Без таких стандартов туризм может привести к перегрузке экосистем, разрушению исторических памятников, а также к социальной неустойчивости, например, ухудшению условий жизни местных жителей из-за массового наплыва туристов. Система стандартов служит защитой как для природы, так и для людей, помогая избежать таких негативных последствий.

Кроме того, стандарты устойчивого туризма способствуют развитию ответственного и этичного туризма, где все стороны (туристы, местные жители, государственные и частные организации) действуют в интересах сохранения общих ресурсов и улучшения качества жизни. Применение этих стандартов также усиливает привлекательность стран для международных туристов, заинтересованных в экологически чистых и социально устойчивых направлениях. В конечном итоге, соблюдение стандартов устойчивого туризма становится залогом успешного и долгосрочного развития туристической индустрии в любой стране.

«Тот факт, что существует множество схем устойчивого размещения из разных стран и организаций, может привести к затруднениям для таких объектов, которые мешают предприятиям выяснять, что полезно и надежно и каким образом возможно удовлетворять требования», – Мануэль Отеро (Manuel Otero), председатель технического комитета ИСО.

Согласованный на международном уровне стандарт обеспечивает ясность

в условиях неопределенности на рынке, применяется ко всем типам съемного жилья и может служить инструментом. Документ способствует повышению устойчивости в секторе найма жилья, так же, как и в индустрии туризма в целом.

В допандемическую эпоху массовый туризм уже оказывал достаточную нагрузку на окружающую среду. Сейчас, когда отрасль начинает восстанавливаться после перенесенных потерь, задача состоит в том, чтобы обеспечить возвращение туризма в постпандемический мир более экологически устойчивым способом.

Туризм является одним из основных секторов мировой экономики, обеспечивая каждое десятое рабочее место во всем мире. Эта отрасль также предоставляет ценный потенциал для реализации практически всех 17 Целей устойчивого развития ООН (ЦУР), включая ЦУР 15 (Жизнь на земле), ЦУР 14 (Жизнь под водой), ЦУР 12 (Ответственное потребление и производство) и ЦУР 1 (Ликвидация нищеты) а также многие другие.

Экотуризм не является чем-то принципиально новым, однако в этой сфере до сих пор существует большое количество несоответствий и различных подходов, потенциально препятствующих дальнейшему прогрессу наиболее эффективным образом. С этой целью в туризме существует ряд международных стандартов, направленных на поддержание принципа устойчивости.

ISO 23405, Туризм и сопутствующие услуги - Устойчивый туризм - Принципы, терминология и модель, создаст платформу для отрасли, предоставив согласованные на международном уровне определения и терминологию, на которых могут быть основаны модели устойчивого туризма. Применимый к частным и государственным организациям, независимо от их размера и местоположения, данный стандарт поможет им определить, оценить и смягчить любое негативное воздействие, которое они могут оказать на окружающую среду, а также местную культуру, сохраняя при этом высокое качество услуг и защищая своих работников [1].

От кемпингов до пятизвездочных отелей, туристические гостиницы всех видов оказывают значительное влияние далеко не только на почву, на которой они построены, но и на окружающую среду и общество, в котором они работают.

ISO 21401, Туризм и сопутствующие услуги - Система менеджмента устойчивости для средств размещения - Требования, может помочь сделать это влияние положительным. Данный стандарт устанавливает экологические, социальные и экономические требования для внедрения системы менеджмента устойчивого развития в средствах размещения туристов. В нем рассматриваются такие вопросы, как права человека, здоровье и безопасность сотрудников и гостей, охрана окружающей среды, потребление воды и энергии, образование отходов и развитие местной экономики [2].

Сохранение чистоты и экологичности наших пляжей не только делает их посещение более приятным, но и является полезным для всей планеты. Загрязнение пляжей негативно сказывается на экономике, биоразнообразии и одном из наших самых ценных ресурсов - море.

Но когда на одну и ту же полосу песка изо дня в день сходятся полчища ищущих солнца отдыхающих, местным властям приходится нелегко.

Стандарт ISO 13009, Туризм и сопутствующие услуги - Требования и рекомендации по эксплуатации пляжей, содержит надежные, согласованные на международном уровне рекомендации, охватывающие все аспекты, начиная от безопасности на пляже и в воде, заканчивая его уборкой, инфраструктурой, утилизацией отходов, планированием и рекламой. Данный стандарт также помогает обеспечить то, что развлекательные мероприятия на территории пляжа проводятся по социально приемлемым нормам, и содержит руководство по безопасности и гигиене его посетителей. После сдерживающих факторов прошлого года приключенческий туризм ожидает еще больший взлет, поскольку туристы максимально используют свою свободу и стремятся получить более серьезные впечатления [3].

Стандарт ISO 20611, Приключенческий туризм - надлежащая практика устойчивого развития - требования и рекомендации, дает поставщикам услуг приключенческого туризма все необходимые рекомендации для того, чтобы такие приключения были полезны и для планеты в том числе. Стандарт выходит за рамки "просто переработай немного мусора", применяя комплексный подход, включающий обучение клиентов и принятие мер по активному содействию сохранению местной окружающей среды [4].

Защита жизни под водой является целью ЦУР 14, задача которой заключается в "сохранении и устойчивом использовании океанов, морей и морских ресурсов для устойчивого развития". Поэтому сообщество дайверов может сыграть в данной ситуации позитивную роль. Чтобы протянуть ему руку помощи, ИСО разработала ряд международных стандартов для рекреационного дайвинга, два из которых непосредственно направлены на его экологически устойчивую практику.

Например, стандарт ISO 21416, Услуги рекреационного дайвинга - Требования и руководство по экологически устойчивой практике рекреационного дайвинга, поможет дайвинг-центрам и службам быть добрыми к водной среде. В нем представлены лучшие международные практики, такие как предотвращение кормления или удаления водных организмов дайверами или управление лодками с учетом экологических требований [5].

К нему присоединяется и стандарт ISO 21417, Услуги рекреационного дайвинга - требования к обучению экологической осведомленности для рекреационных дайверов, который направлен на обучение дайверов экологическому воздействию их спорта, чтобы они могли снизить риск нанесения вреда нашим водам [6].

Все эти стандарты были разработаны техническим комитетом ИСО по путешествиям и туризму, ИСО/ТК 228, Туризм и сопутствующие услуги, секретариат которого ведется UNE, членом ИСО от Испании. Их можно приобрести у вашего национального члена ИСО или в интернет-магазине ИСО.

Узбекистан, обладая богатым культурным наследием, историческими памятниками и красивой природой, относится к числу государств, уделяющих большое внимание развитию туризма. В Стратегии «Узбекистан – 2030»

поставлена задача увеличения числа туристов путем создания широких условий для развития внешнего и внутреннего туризма.

По количеству иностранных туристов Узбекистан достиг 98% от уровня, наблюдавшегося до пандемии. В частности, в 2019 году страну посетили 6,748 млн. иностранных туристов, а к 2023 году это число составило 6,626 млн. Это свидетельствует о быстром восстановлении туристической отрасли в нашей стране.

С целью привлечения большего числа иностранных туристов в Узбекистане проводятся практические мероприятия по упрощению визового режима, разработке новых направлений, привлечению инвестиций в проекты, связанные с этой отраслью, и проведению крупных мероприятий. Например, в 2023 году реализовано 508 проектов общей стоимостью 9,5 трлн.сумов, что позволило создать 9 492 новых рабочих места. Было открыто 183 новых отеля и 232 хостела, общее количество объектов размещения достигло 5526. Кроме того, создано 452 семейных гостевых дома, общее количество которых достигло 3 458. В результате открытия 810 новых туристических организаций и турагентств их общее количество увеличилось до 2 649.

Устойчивый туризм в Республике Узбекистан становится важной частью развития национальной туристической индустрии, с акцентом на экологическую, экономическую и социальную устойчивость. В последние годы страна активно внедряет стандарты устойчивого туризма, чтобы не только привлекать международных туристов, но и создавать условия для сохранения природных и культурных ценностей, а также улучшения благосостояния местных сообществ.

Одним из основных аспектов устойчивого туризма в Узбекистане является забота об охране окружающей среды. Экологически чистые маршруты и туры, направленные на сохранение природных ресурсов, становятся все более популярными. В частности, особое внимание уделяется экотуризму в таких природных зонах, как Чарвак, Угам-Чаткальский национальный парк, а также пустыня Кызылкум и другие уникальные природные объекты. Это включает в себя разработку туров, которые минимизируют воздействие на природу, например, путем ограничения числа туристов в особо охраняемых природных зонах и Социальные аспекты устойчивого туризма в Узбекистане фокусируются на развитии местных сообществ и сохранении культурного наследия. Важной частью этих усилий является обучение местных жителей основам устойчивого туризма, включая экологические и культурные практики, что способствует развитию туризма с уважением к традициям и культурным особенностям страны. Местные жители, особенно в сельских районах, могут извлекать экономическую выгоду от туризма, создавая местные предприятия, такие как гостиницы, ремесленные мастерские и рестораны, которые отражают культурное наследие Узбекистана.

Узбекистан также активно работает над улучшением инфраструктуры для туристов, например, созданием удобных и безопасных маршрутов, улучшением доступности туристических объектов для людей с ограниченными возможностями, а также соблюдением культурных норм и традиций в

туристической деятельности. использования экологически чистого транспорта. Социальные аспекты устойчивого туризма в Узбекистане фокусируются на развитии местных сообществ и сохранении культурного наследия. Важной частью этих усилий является обучение местных жителей основам устойчивого туризма, включая экологические и культурные практики, что способствует развитию туризма с уважением к традициям и культурным особенностям страны. Местные жители, особенно в сельских районах, могут извлекать экономическую выгоду от туризма, создавая местные предприятия, такие как гостиницы, ремесленные мастерские и рестораны, которые отражают культурное наследие Узбекистана.

Узбекистан также активно работает над улучшением инфраструктуры для туристов, например, созданием удобных и безопасных маршрутов, улучшением доступности туристических объектов для людей с ограниченными возможностями, а также соблюдением культурных норм и традиций в туристической деятельности.

В рамках устойчивого туризма Узбекистан ориентируется на создание долгосрочных экономических выгод от туризма, которые могут принести пользу как государству, так и частным предпринимателям, и местным жителям. Страна активно развивает «умный» туризм, который включает в себя использование цифровых технологий для повышения качества услуг, улучшения логистики и более эффективного управления туристическими потоками.

Кроме того, государственные программы и частные инициативы направлены на развитие сельского туризма и аграрного туризма, что помогает диверсифицировать экономику, создавая новые рабочие места и стимулируя экономику регионов. Узбекистан также работает над развитием устойчивых форм туризма в небольших городах и на сельских территориях, чтобы уменьшить нагрузку на крупные туристические центры, такие как Ташкент, Самарканд и Бухара.

MOST «Модель устойчивого туризма в Центральной Азии: создание потенциала, повышение осведомленности и внедрение технологий»

Государства Центральной Азии имеют значительные возможности стать крупным туристическим центром в плане уникальных культурных, исторических, археологических и природных достопримечательностей. Узбекистан, Казахстан и Таджикистан стратегически использовали туризм для стимулирования экономического роста. Однако перед сектором стоит множество проблем и задач. Наиболее важными из них являются отсутствие цепочки поставок и логистики, слаборазвитая инфраструктура и низкие стандарты обслуживания туристов. В некоторых странах визовый режим и высокие цены также считаются сдерживающими факторами. Учитывая, что сектор туризма в этих странах все еще недостаточно развит, но имеет очень высоким потенциал, создание модели устойчивого туризма очень важно. Устойчивый туризм может поддержать растущую местную экономику за счет поддержки сообществ и защиты объектов культуры и наследия от рисков перенаселенности и ущерба от стихийных бедствий. Направления, которые

сегодня становятся все более популярными, как, например, Центральна Азия, имеют возможность устойчиво развивать свои туристические секторы и становятся образцом для подражания для других стран по всему миру.

В ходе реализации проекта и многосторонних консультаций с партнерами особое внимание уделяется необходимости более эффективного использования ресурсов в секторе туризма, внедрению экологических стандартов, «зеленых» технологий, системы экологической маркировки и адекватного потенциала, необходимого для достижения эффекта от внедрения.

Проект направлен на продвижение новой и хорошо структурированной модели устойчивого туризма в Узбекистане, Таджикистане и Казахстане, которая может способствовать сохранению и укреплению местной культуры, наследия и традиций, а также защите окружающей среды. Это будет достигнуто за счет обеспечения подхода к управлению жизненным циклом и цепочкой поставок для мероприятий по обеспечению устойчивости в туризме, охватывающего вопросы, которые варьируются от поддержки региональной политики и планирования, принятия стандартов, внедрения концепций цепочки создания стоимости до осведомленности соответствующих заинтересованных сторон, подчеркивая, таким образом, многосторонний характер устойчивости туризма и огромные преимущества, которые появятся в результате взаимодействия и сотрудничества всех заинтересованных сторон.

Специфика целей включает:

- Поддержка туристических компаний в основном в Узбекистане, но также в Таджикистане и Казахстане в принятии практик SCP (устойчивого потребления и производства) путем предоставления соответствующих знаний и инструментов информационных коммуникационных технологий;
- Поддержка региональных и местных органов власти в планировании и реализации политики, способствующей развитию устойчивого туризма;
- Повышение осведомленности об устойчивом туризме и осведомленности потребителей об устойчивом потреблении;
- Укрепление диалога между властями, предприятиями малого и среднего бизнеса и конечными пользователями по вопросам устойчивого потребления и производства.

Стандарты устойчивого туризма становятся важным инструментом для эффективного и безопасного развития туристической отрасли в разных странах мира. Международный опыт и практики, применяемые в странах Центральной Азии и в частности в Республике Узбекистан демонстрируют, как можно сочетать экономическое развитие с охраной природы и поддержкой культурного наследия. Внедрение принципов устойчивого туризма в этих странах способствует созданию новых рабочих мест, улучшению инфраструктуры и сохранению уникальных природных ресурсов для будущих поколений. Однако для достижения еще больших результатов необходимо продолжить совершенствование национальных стратегий и углубление сотрудничества с международными организациями, что обеспечит устойчивый рост туризма в регионе в долгосрочной перспективе.

Список использованной литературы

1. ISO 23405:2022 Туризм и сопутствующие услуги. Устойчивый туризм. Принципы, словарь и модель. *Дата введения в действие:* 05.05.2022
2. ISO 21401:2018 Туризм и сопутствующие услуги - Система управления устойчивым развитием для учреждений размещения – Требования.
3. ISO 13009:2015 Туризм и связанные с ним услуги. Требования и рекомендации по функционированию пляжей. *Дата введения в действие:* 13.01.2015
4. ISO 20611:2018 Приключенческий туризм – Надлежащая практика для устойчивости – Требования и рекомендации.
5. ISO 21416:2019 Услуги рекреационного дайвинга - Требования и руководство по экологически устойчивой практике рекреационного дайвинга.
6. ISO 21417 Рекреационные дайвинг-услуги – Требования к обучению экологической осведомленности для дайверов-любителей.
7. «Развитие туристической отрасли Узбекистана способствует росту благосостояния народа» Искандар Урокбоев, главный специалист отдела мониторинга и анализа экономических реформ Центра «Стратегия развития», 17 июня 2024 года.
8. Евразийская ассоциация туризма – профессиональное объединение по развитию туризма в странах Центральной Азии <https://eurasantourism.com/project-most/>
9. Сайт проекта MOST – Модель устойчивого туризма в Центральной Азии <https://mostcentral-asia.eu>

**Дилишод ОХУНОВ, к.э.н, доцент,
Маматжон ОХУНОВ, к.ф-м.н, доцент,
Ферганский государственный технический университет**

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ОБЩЕСТВА И БИЗНЕСА

Аннотация. В статье рассмотрены основные тенденции развития туризма в условиях цифровой трансформации общества и бизнеса, ключевые элементы происходящей эволюции туристских продуктов. По итогам проведенного исследования были сделаны выводы относительно трендов развития туристского рынка и продвижения в условиях цифровизации экономики.

Ключевые слова: туризм, цифровизация, информационная система, туристские продукты, туристский рынок.

Abstract. The article examines the main trends in the development of tourism in the context of the digital transformation of society and business, the key elements of the ongoing evolution of tourism products. Based on the results of the study, conclusions were drawn regarding the trends in the development of the tourism market and promotion in the context of the digitalization of the economy.

Keywords: *tourism, digitalization, information system, tourist products, tourist market.*

Данные научных исследований и статистические отчеты международных организаций показывают быстрый рост мирового туризма в период с 2017 по 2019 год и с 2022 по 2024 годы. По итогам 2018 года международный туризм продемонстрировал наибольший темп годового прироста международных туристских прибытий за последние пять лет: прирост 5%, число международных туристов в мире – 1,401млрд. В 2019 году международные прибытия достигли отметки в 1,5 млрд. туристов, установив новый исторический максимум данного показателя с приростом к предыдущему году на уровне 4%. В 2020 году события, связанные с пандемией нового коронавируса, нанесли серьезный урон глобальному туризму и обусловили формирование новых трендов, влияющих на функционирование туристского рынка и организационно-управленческий механизм сферы туризма по всему миру. Эксперты World Travel & Tourism Council (WTTC) оценили вклад туризма в мировой ВВП в 2024 году на уровне 10,4% (около 8,3 трлн. долларов США). Прямой вклад туризма в государствах – членах ОЭСР в 2024 году составил 4,2% в ВВП, 6,9% в занятость, 21,7% в объем экспорта услуг. В сфере туризма в мире работает каждый десятый занятый. По итогам 2024 года туризм являлся крупнейшей статьёй международной торговли в не сырьевом секторе: экспорт туристского сектора занял третье место в мировом экспорте после торговли химикатами и топливом, опередив автопром и пищевую промышленность. Несмотря на высокий туристский потенциал, Узбекистан занимал 4-е место по показателю международных туристских прибытий (по данным UNWTO на 2023 год) [1].

Материалы и методы

По мнению зарубежных и отечественных ученых и экспертов, Узбекистан далеко не в полной мере использует свой огромный потенциал для усиления роли туристского сектора в экономике. Эксперты Всемирной туристской организации (UNWTO) на основании статистики международного туризма определили ключевые тренды, которые определили быстрый рост турпотоков в мире и отдельных регионах.

Активный рост международных и внутренних туристских поездок во всем мире происходит на фоне глобальной цифровизации экономики, общества и бизнеса, которая существенно меняет модель потребительского поведения, обуславливает трансформацию бизнес-моделей и логистических цепочек туристского рынка. Исследуя технологии, стоит отметить изменение каналов, посредством которых осуществляется поиск туристской информации, среди них всё более значительная роль отводится цифровым. Механизм информационного обеспечения туризма и вся туристская информационная система всё больше испытывают на себе влияние глобальной цифровизации бизнеса и жизни общества. Пройдя этап цифровизации одной из первых, сфера туризма переходит к цифровой трансформации, затрагивающей организационно-управленческие модели и механизмы, логистические цепочки,

интеграционные механизмы взаимодействия стейкхолдеров систем на всех уровнях управления туризмом.

Результаты

Наглядным примером ключевого значения цифровой трансформации бизнеса и общества стало важное событие 2019 года, которое оказало влияние на весь мировой туристский рынок и подтвердил гипотезу экспертов о масштабной цифровой трансформации туристского рынка и его участников и сформировал новые тренды развития сферы туризма: банкротство старейшего глобального туроператора Thomas Cook Group. Туроператор Thomas Cook, основатель которого является родоначальником тур оперейтинга с 1841 года и всего туристского бизнеса, объявил о своем банкротстве осенью 2019 года. Большинство экспертов связали это с медленной адаптацией компании к цифровым реалиям, а также высокой кредитной нагрузкой в условиях падающего спроса и снижения маржинальности на рынке классического туроперейтинга. Важность цифровых инструментов и форматов в современном турбизнесе иллюстрирует то обстоятельство, что все домены компании, перешедшие в руки одного из кредиторов, продолжили свое функционирование в рамках нового полностью цифрового онлайн проекта в туризме. Сеть офисов компании Thomas Cook Group Великобритании была приобретена другим крупнейшим игроком тур агентского рынка и после технического переоснащения офисов и изменения форматов обслуживания клиентов от традиционных к цифровым показала рост объемов продаж и прибыли. Таким образом, цифровые элементы наследия компании Thomas Cook Group были реализованы в рамках кризисного управления и процедуры банкротства и были интегрированы в работу других успешных компаний [2].

Что касается трендов развития туристской сферы в 2020 году, то в целом можно охарактеризовать текущую ситуацию на глобальном туристском рынке как глубочайший системный кризис, обусловленный пандемией коронавируса, закрытыми границами, сокращением международных авиаперевозок и системой ограничительных мер в работе различных секторов индустрии туризма и гостеприимства во большинстве государств мира. Самые жесткие ограничительные меры первыми были приняты в странах, традиционно являющихся ведущими туристскими дестинациями по приему иностранных туристов: Франция, Италия, Испания, Германия и другие страны. Китай, являвшийся одним из лидеров по выезду туристов за рубеж, первым пострадал от коронавируса и ввел жесткие ограничения на перемещения граждан внутри страны и за ее пределы. Все это обусловило беспрецедентное падение международных турпотоков, которое по итогам восьми месяцев 2020 года оценивается Всемирной туристской организацией на уровне 70%. Самый высокий показатель отрицательного прироста международных прибытий за 8 мес. 2020 г. пришелся на Азиатско-Тихоокеанский регион (-79%).

Сегодня 87% потребителей выбирают направление туристской поездки в Интернете, изучая при этом 38 различных веб-сайтов. В результате выбор места, куда они отправятся за уникальным опытом, потребители осуществляют среди 12 различных туристских дестинаций. Таким образом, практическая цель

для туристской дестинации при проектировании системы продвижения на туристском рынке – попасть в выборку топ-12, которую потенциальный путешественник будет рассматривать, выбирая куда поехать [3].

Ключевыми элементами происходящей эволюции туристских продуктов являются:

- цифровизация процессов выбора продукта;
- персонализация туристского предложения;
- дифференциация услуг для организации путешествий.

Обсуждение

В процессе эволюция туристских продуктов особое значение имеют новейшие информационные технологии, такие как искусственный интеллект, нейронные сети, машинное обучение, BigData, алгоритмы «предугадывания» и др. В таблице 1 собраны основные технологические и социальные тренды в туризме, определяющие глобальное развитие всей системы туризма и системы ИОТ (на основании исследования рынка и интервью экспертов).

Таблица 1

Основные технологические и социальные тренды в туризме

Топ-10 технологических трендов	Топ-10 социальных трендов в туризме
– Big Data – Программное «предугадывание» – Машинное обучение – Роботизация – API – Голосовые помощники – Чат-боты – Виртуальная и дополненная реальность – Роботы-телефонисты – Мобильные приложения	– Время миллениалов – Блоггинг мобильная фотография – Цифровой опыт путешественника – Волна экологической осознанности – Совмещение отдыха и бизнеса (bleisure) – Падение интереса к пляжному отдыху в чистом виде – Познавательные туры – Активный формат отдыха – Гастрономические туры – Оздоровительные туры

Выделенные тренды соответствуют перечню сквозных цифровых технологий (рис.1).

Проектирование систем ИОТ и систем продвижения туристских дестинаций целесообразно осуществлять с учетом существующих трендов и использования актуальных цифровых технических решений, обеспечивающих, в том числе интеграцию системы продвижения туристской дестинации с системами субъектов цифрового туристского рынка.

Исследование наглядно демонстрирует, что с одной стороны стремительная цифровизация общества и бизнес-процессов оказывает определяющее влияние на функционирование и экономическую эффективность туристской деятельности, формируя новые организационные модели и новых участников цифрового туристского рынка, а с другой стороны – механизмы правового регулирования туристской деятельности зачастую не успевают адаптироваться к новым экономическим условиям, что приводит к ситуациям недобросовестной конкуренции и фактической незащищённости потребителей

услуг по организации путешествий в правовом поле.

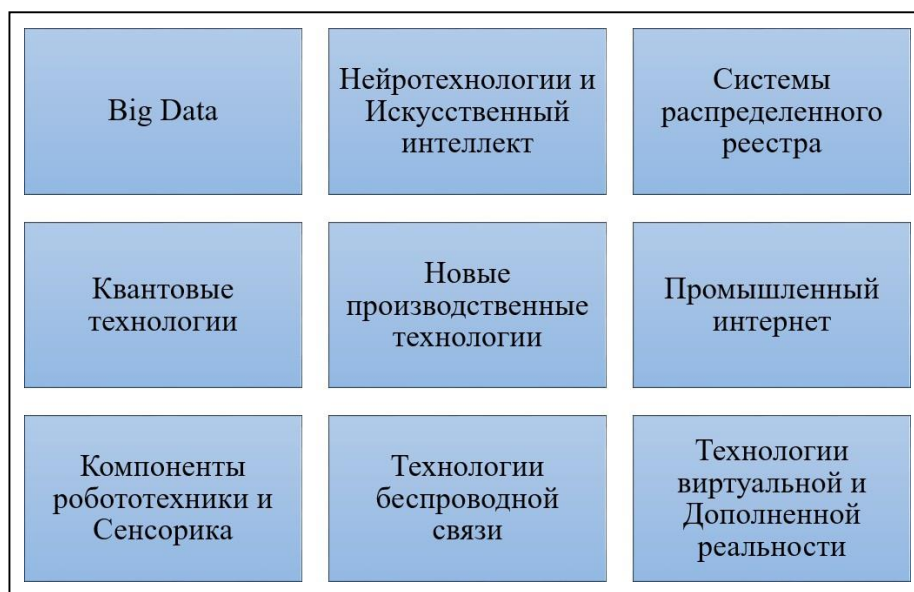


Рис.1. Сквозные цифровые технологии для развития цифровой экономики в Узбекистане

Заключение

По итогам проведенного исследования были сделаны выводы относительно трендов развития туристского рынка и продвижения в условиях цифровизации:

– системный подход к процессам формирования и продвижения отечественного турпродукта положительно влияет на его конкурентоспособность как на внутреннем, так и международном туристских рынках, при этом критически важна интеграция в мировое цифровое туристское пространство;

– внутренний рынок туризма является привлекательным для потенциальных инвесторов, реализация новых проектов основана, в том числе, на внедрении инновационных технических решений на базе цифровых технологий [4];

– внедрение инновационных цифровых решений напрямую влияет на конкурентоспособность компаний, осуществляющих свою деятельность на рынке внутреннего туризма как в сегменте b2b, так и в сегменте b2c, и на конкурентоспособность отдельных дестинаций.

Список использованной литературы

1. World Tourism Organization (UNWTO). (2023). *World tourism barometer 2023*. Madrid: UNWTO.

2. Потенциал индустрии туризма и гостеприимства: традиции, инновации, перспективы: материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Москва, 4 декабря 2023 г. /под науч. ред. Н.П. Манько, Г.Г. Николаева; Российская международная академия туризма. – М.: Университетская книга, 2024. – 205.

3. Туризм и образование в эпоху глобальных социально-экономических перемен в России: проблемы, тенденции, подходы, перспективы: материалы X Всероссийской научно-практической конференции, Московская область, г.о. Химки, 9 апреля 2024 г. / под науч. ред. Н.Н. Лагусевой; Российская международная академия туризма. – М.: Университетская книга, 2024. – 232.

4. Ветитнев, А. М. Информационно-коммуникационные технологии в туризме: учебник для СПО / А. М. Ветитнев, В. В. Коваленко, В. В. Коваленко. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2019. – 340 с.

Abduraxmon ASRAQULOV,
Farg‘ona davlat universiteti tadqiqotchisi,
“Buxgalteriya hisobi va iqtisodiy tahlil” kafedrası dotsenti, PhD

TURISTIK XIZMATLAR SHAKLLANISHIGA MAVSUMIYLIK OMILI TA’SIRI VA UNI TEKISLASH IMKONIYATLARI

Annotatsiya. *Tadqiqot ishida bugungi kunda turizm sohasida barqaror rivojlanishga ma’lum darajada salbiy ta’sir etayotgan mavsumiylik omilining kelib chiqishi va mazmuni, shu bilan birga mavsumiylik darajasini tekislash imkoniyatlari nazariy jihatdan tadqiq etilgan.*

Kalit so‘zlar: *turizm sohasi, turistik xizmatlar, mavsumiylik, tebranish diapazoni, mavsumiylik darajasini tekislash.*

Аннотация. *В исследовательской работе теоретически изучены происхождение и сущность сезонности как фактора, оказывающего в определённой степени негативное влияние на устойчивое развитие туристической отрасли, а также рассмотрены возможные пути сглаживания уровня сезонности.*

Ключевые слова: *туристическая отрасль, туристические услуги, сезонность, амплитуда колебаний, сглаживание уровня сезонности.*

Abstract. *The research work theoretically investigated the origin and content of the seasonality factor, which to some extent negatively affects sustainable development in the field of Tourism today, while at the same time the possibility of leveling the level of seasonality.*

Keywords: *tourism sector, tourist services, seasonality, range of fluctuations, equalization of the seasonality level.*

Mamlakatimiz turizm sohasidagi asosiy muammolardan biri bu – turistik oqimlarning yil mavsumlari bo'yicha katta ko'rsatkichlar oraliq'ida tebranishi hisoblanib, mamlakat darajasida turizm sohasini barqarorlashtirish borasidagi chora-tadbirlar doirasida ham ushbu masala zaruriy darajada o'z yechimini topmayapti.

Turistik mavsumni uzaytirish va sohadagi mavsumiy tebranishlarni tekislash muammosini hal qilish hududlarda aholini to'liq ish bilan ta'minlash imkonini kengaytiradi, turistik obyektlarining moddiy komponentidan foydalanish darajasini oshiradi, tabiiy resurslardan oqilona foydalanishni ta'minlaydi, turistik xizmatlarga

talabning mavsumiy tebranishlarga bog'liqligini kamaytiradi va, natijada, turistik xizmatlarga bo'lgan talabni barqarorlashtiradi.

Bugungi kungacha turistik xizmatlarga bo'lgan talabning mavsumiyligidagi tebranishlarni tekislash bilan bog'liq izlanishlar bir qator tadqiqotchilar tomonidan amalga oshirilgan.

Nazariy tadqiqotlar asosida aniqlangan turistik xizmatlarga bo'lgan talab va taklif mavsumiy tebranishlarini tekislash masalasi esa yana bir guruh tadqiqotchilarning tadqiqot obyekti hisoblanadi. Xususan, K.Gubskaya va A.Ziryanov, YE.Konovalova va I.Lapteva, O.Suranova hamda N.Ognevalarning tadqiqotlarida turistik xizmatlar mavsumiy tebranishlarini tekislash uslubiyotlari nazariy hamda amaliy jihatdan tadqiq etilgan.

Yana bir tadqiqotchi L.I.Shmarkova tomonidan turistik korxonalar faoliyatidagi o'zgarishlar trendlarini shakllantirish jarayonida mavjud mavsumiy tebranishlarni "sirpanuvchi o'rtachalar" metodidan foydalangan holda tebranishlar diapazonini qisqartirib olish vositasida barqaror trendlarni shakllantirish yo'nalishida tadqiqotlar olib borilgan.

Turizm sohasida xizmatlarga bo'lgan talab va sotish hajmini belgilash jarayonida sohaning mavjud resurs komponentlari hamda turistik mahsulotlar assortimentidan kelib chiquvchi mavsumiylik omilini yetarli darajada hisobga olish talab etiladi.

Turizm faoliyatidagi mavsumiylik tabiiy-iqlim sharoitining o'zgarishi, aholini ish bilan ta'minlash, turistik mahsulotlar bilan ta'minlash va uni iste'mol qilishning iqtisodiy xususiyatlari hamda sohaning boshqa xususiyatlari bilan bog'liq. Asosiy turistik mavsum turistik oqimning eng yuqori intensivlik davri hisoblanadi.

Mavsum – turistik sayohatning asosiy qismi sodir bo'ladigan vaqt davri hisoblanib, u bir yoki bir nechta turistik fasllardan tashkil topishi mumkin va turizm faoliyatining ma'lum xususiyatlari uchun vaqt bo'yicha turli xil mavsumiy tebranishlar yuzaga kelishi mumkin.

Mavsumiy tebranishlar deganda turistik faoliyatning ko'rsatkichlarida vaqt oraliqlaridagi ko'tarilish va pasayishlarning muntazam, davriy hodisalari va mavsumiylik tushunilishi kerak. Mavsumiylik qanday shaklda namoyon bo'lishidan qat'i nazar, har qanday holatda ham uning ta'siri turizm sohasining faoliyat samaradorligiga salbiy ta'sir qiladi. Mavsumiylikning ta'siri sohada resurslardan notekis foydalanishga olib keladi hamda xizmatlarni yaratish va boshqa jarayonlarda o'zini namoyon qiladi. Hamma hollarda ham mavsumiylik boshqarib bo'lmaydigan omillar ta'sirining natijasidir.

Turistik faoliyatdagi tebranishlar darajasini barqarorlashtirish uchun asosiy turistik mavsumni uzaytirish va turistik faoliyat sohasidagi aniq ko'rsatkichlarning mavsumiy tebranishlarini tenglashtirish eng muhim masala hisoblanadi. Ushbu masalani hal etish aholining to'liq bandligini ta'minlash, sohaning asosiy fondlaridan foydalanish darajasini oshirish, resurs komponentlaridan oqilona foydalanish, turistik xizmatlarga talabning mavsumiy tebranishlarga bog'liqligini kamaytirish va natijada turistik korxonalar foydasini oshirish imkonini beradi.

Agar turistik mahsulotlarga bo'lgan talab va taklif o'rtasidagi munosabatlar jarayoni doimiy davrga ega bo'lgan davriy tebranishlarni o'zida aks ettiradigan bo'lsa

yoki yillik intervalga teng bo'lsa, unda biz ko'rsatkichlari uchta komponent – barqaror (U_t), mavsumiy (S_t) va tasodifiy (ε_t) komponentlarning ta'siri ostida shakllanadigan mavsumiy vaqtli qatorga asoslanuvchi trenddan foydalanamiz. Trend komponentlarning munosabatlari turiga qarab, vaqtli qatorni qo'shimcha model bilan tavsiflash mumkin, ya'ni uni ushbu komponentlarning yig'indisi sifatida additiv - (1) yoki komponentlarning ko'paytmasi sifatida multiplikativ – (2) model ko'rinishida ifodalash mumkin bo'ladi.

$$Y_t = U_t + S_t + \varepsilon_t \quad (t=\overline{1, t}) \quad (1)$$

$$Y_t = U_t \cdot S_t \cdot \varepsilon_t \quad (t=\overline{1, t}) \quad (2)$$

Bu yerda: Y_t – vaqtli qator darajasi;

U_t – barqaror komponent;

S_t – mavsumiy komponent;

ε_t – tasodifiy komponent;

t – kuzatishlar soni.

Mavsumiy o'zgarish xususiyatiga ega bo'lgan turistik faoliyat ko'rsatkichlari additiv modellarni qurishda uning tarkibiy komponentlari mutloq ko'rsatkichlarda, multiplikativ modellarda esa nisbiy ko'rsatkichlarda o'lchanadi.

Turistik faoliyatni aks ettiruvchi mavsumiy vaqtli qatorlarni o'rganish statistik tahlilning zamonaviy usullaridan foydalanishni va shu asosda ishonchli va oqilona prognoz ko'rsatkichlarni shakllantirishni talab qiladigan murakkab tadqiqot hisoblanadi. Ushbu tadqiqot jarayonida quyidagilarni o'rganish lozim:

- mavsumiy vaqtli qator bo'yicha trendning mavjud yoki mavjud emasligini aniqlash;

- mavsumiy vaqtli qatorda mavsumiy tebranishlarning mavjud yoki mavjud emasligini aniqlash;

- vaqtli qator ko'rsatkichlaridagi tarkibiy komponentlarni ajratib olish;

- mavsumiy to'liqning o'zgarish dinamikasini tahlil qilish;

- trendning mavsumiy tebranishini belgilovchi omillarni tadqiq etish;

- zaruriy holatlarda model asosida prognoz ko'rsatkichlarni shakllantirish.

Tahlil jarayonlarida ko'pincha mavsumiy tebranishlar yildan-yilga o'zgarmaydi deb taxmin qilinadi. Mavsumiy tebranishlar asosida faoliyat ko'rsatuvchi turistik korxonalar faoliyatining aksariyat xususiyatlari uchun bu taxmin noto'g'ri, chunki vaqt o'tishi bilan mavsumiylik tebranishlari shakli ham, ko'lam ham o'zgaradi. Mavsumiy tebranishlar o'zgarishini tahlil qilish zarurati mavjud bo'lib, u o'zaro bog'liq uchta vazifani hal qilishni o'z ichiga olishi kerak:

- har bir davrda mavsumiy tebranish amplitudasi dinamikasini tahlil qilish;

- mavsumiy tebranishning ekstremal nuqtalari dinamikasini tahlil qilish;

- mavsumiy tebranish shaklidagi o'zgarishlarni o'rganish.

Mavsumiy tebranishlarga asoslangan vaqtli qatorlarni filtrlashning ko'p usullari avval tendensiyaning, so'ngra mavsumiy komponentni aniqlaydigan tarzda ishlab chiqilgan bo'lib, uning sof shaklidagi tendensiya mavsumiy tebranish dinamikasini tahlil qilish uchun ham zarurdir.

An'anaviy tarzda mavsumiy tebranishlarni o'lchashning juda oddiy usullari – mutlaq farqlar, nisbiy farqlar hamda mavsumiylik indekslarini qurish usullari

qo'llaniladi. Dastlabki ikkita usul mavsumiy vaqtli qatorning haqiqiy darajalari va o'zgarishning asosiy tendensiyasini aniqlashda topilgan darajalar o'rtasidagi farqlarni topishni o'z ichiga oladi. Mutlaq farqlar usuli to'g'ridan-to'g'ri ushbu farqlarning kattaligiga, nisbiy farq usuli esa mutlaq farqlarning mavsumiy vaqtli qatorning tekislangan darajasiga nisbati asosida ishlaydi.

Mutlaq yoki nisbiy farqlar usulini amalga oshirishda turistik faoliyat ma'lum bir ko'rsatkichining mavsumiy tebranishlari tegishli davrlar uchun farq qilishi va tasodifiy tebranishlarga xalaqit berishi mumkinligini hisobga olish kerak. Tasodifiy tebranishlarni bartaraf etish uchun bir necha yillar davomidagi o'rtacha chetlanishlarni hisobga olish kerak.

Trend komponentining maqbul ifodasini va uning matematik tavsifini izlash mavsumiy jarayonni o'rganishda eng muhim nuqta hisoblanadi. O'rganilayotgan jarayon asosiy tendensiyasini aniqlashda "sirpanuvchi o'rtachalar" usuli yoki analitik tekislash usuli qo'llaniladi.

Sirpanuvchi o'rtacha qiymatni aniqlashda bir xil miqdordagi darajalardan iborat kattalashtirilgan intervallar hosil bo'ladi. Har bir keyingi oraliq avvalgi oraliqning boshlang'ich darajasidan asta-sekin bir darajaga o'tish orqali olinadi. Shakllangan kattalashtirilgan oraliqlarga ko'ra, darajalar qiymatlari yig'indisi va unga asoslanib, belgilangan intervalning o'rtasiga ishora qiluvchi harakatlanuvchi o'rtacha hisoblanadi. Silliqlash oralig'i qancha uzoq bo'lsa, o'rtacha va aniqlangan tendensiya tekisroq bo'ladi.

Sirpanuvchi o'rtacha ko'rsatkichlarning afzalligi shundaki, ularni hisoblash, talqin qilish, tasodifiy va davriy tebranishlarni tekislash va o'rganilayotgan jarayonning o'zgarishidagi mavjud tendensiyaning aniqlash oson bo'ladi. Ushbu usulning kamchiligi shundaki, u ko'rsatkichning umumiy tendensiyasini matematik model shaklida ifodalashga imkon bermaydi va shuning uchun prognozlash uchun foydalanib bo'lmaydi. Sirpanuvchi o'rtacha usuli yordamida mavsumiy vaqtli qator tendensiyasini o'rganish faqat mavsumiy vaqtli qatorni oldindan tahlil qilish imkonini beradi.

Mavsumiy vaqtli qator darajasidagi o'zgarishlarning umumiy tendensiyasini tavsiflovchi miqdoriy modelni olish uchun qatorni analitik tekislash usulidan foydalanish kerak. Bunday holda, mavsumiy vaqtli qatorning haqiqiy darajalari analitik model yordamida hisoblangan darajalar bilan almashtiriladi, ularning optimal shaklini tanlash asosan trend yekstrapolyatsiyasi natijasini belgilaydi.

Analitik model shaklini tanlashda o'rganilayotgan turistik faoliyat ko'rsatkichining mohiyatini tahlil qilishni hisobga olish kerak. Buning uchun dinamik qatorlar darajalarining yempirik ma'lumotlarining grafik ko'rinishini tahlil qilishga murojaat qilish kerak. Biroq, bu holatda ham, model turini aniq aniqlash har doim ham mumkin bo'lmaydi, shuning uchun tasodifiy tebranishlar ma'lum darajada o'chirilgan qatorning tekislangan darajalarining grafik tasvirini tahlil qilishdan foydalanish tavsiya etiladi.

Mavsumiylik indekslarini vaqtli qatorning ma'lum bir haqiqiy darajasining harakatlanuvchi o'rtacha usul yordamida hisoblangan darajaga yoki ma'lum bir tendensiya darajasiga nisbati sifatida hisoblash mumkin. Shubhasiz, ular mavsumiy qatorning turli darajalari uchun turli xil qiymatlarga ega va tekislash usuliga bog'liq.

Mavsumiylik indekslarining qiymatlarini taqqoslash indikatorning mavsumiy tebranishlarining o'zgaruvchanlik tendensiyasini tahlil qilishga imkon beradi.

Shunday qilib, turistik korxonalar faoliyat ko'rsatkichlarining vaqtli qatorini o'rganishda optimal yondashuv sirpanuvchi o'rtacha ko'rsatkichlar yordamida ilgari tekislangan vaqtli qatorni analitik ravishda tekislash, so'ngra mavsumiy va qoldiq komponentlarning ta'sirini baholashdir.

Turistik korxonalar tomonidan mijozlarni ko'proq jalb qilish istagi aniqlangan tendensiyalarning xususiyatini hisobga olgan holda yetarli strategiyani ishlab chiqish bilan qo'llab-quvvatlanishi kerak. Shu bilan birga, o'rganilayotgan ko'rsatkichlarning har birining mavsumiy to'lqini tebranishining shakllangan formasini hisobga olish kerak. Uning evolyutsiyasini tahlil qilish iyul oyida grafik markazida barqaror cho'qqilar bor degan xulosaga kelishimizga imkon beradi. Shu bilan birga, deyarli yillik siklning to'rtidan uch qismini egallagan qabul qilinmaydigan uzoq barqaror "o'lik mavsum" mavjud. Shubhasiz, bu fakt obyektiv omillarning, xususan, turistlarning ta'tilni yozda o'tkazishni afzal ko'rishlari bilan bog'liq bo'lgan vaqt stereotiplarining ta'siri bilan bog'liq.

Shu bilan birga, mijozlarni jalb qilish, reklamaning oqilona aralashuvi bilan turli xil xizmat takliflarini shakllantirish, turizmning muqobil turlarini ommalashtirish, eksklyuziv turlarni shakllantirish uchun vaqtli qatorning "mavsumdan tashqari" resurslaridan foydalanish uchun turistik korxonaning yanada takomillashgan strategiyasini ishlab chiqish obyektiv ravishda mumkin bo'ladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Губская К.Г., Зырянов А. А. *Сезонные колебания в туризме: причины, последствия и пути сглаживания*. – М.: Туризм: теория и практика, 2016.
2. Коновалова Е.А., Лаптева И. В. *Методы регулирования сезонности туристических услуг*. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2017.
3. Суранова О.А., Огнева Н. А. *Сезонные колебания в туризме: модели и методы анализа*. – Новосибирск: НГТУ, 2018.
4. Шмаркова Л.И. *Статистический анализ сезонных изменений туристической деятельности*. – М.: Финансы и статистика, 2015.
5. Turizm va mehmondo'stlik: iqtisodiyot va tashkiliy asoslari / Q.X.Turayev, Z.X. Rajabova, N.X. Qudratova. – Toshkent: "Iqtisod-Moliya", 2020.
6. Джанджугазова Е.А. *Инновации в индустрии туризма и гостеприимства*. – М.: КНОРУС, 2019.
7. Римский В. Н. *Моделирование сезонных изменений в экономике и туризме*. – М.: Наука, 2014.
8. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022 yil 28 yanvardagi PF-60-son Farmoni: "2022–2026 yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi".
9. O'zbekiston Respublikasi Turizm va madaniy meros vazirligi materiallari. – www.mtc.uz (so'nggi yangiliklar, statistik ma'lumotlar).
10. Box, G.E.P., Jenkins, G. M., Reinsel, G. C., & Ljung, G. M. *Time Series Analysis: Forecasting and Control*. – Wiley, 2015.
11. Makridakis, S., Wheelwright, S. C., & Hyndman, R. J. *Forecasting*:

Kamoliddin JAHONGIROV,
O‘zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi o‘qituvchisi,
Ominaxon ABABAXRIYEVA,
O‘zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi talabasi

O‘ZBEKISTONNING XALQARO TURIZM BOZORIDAGI O‘RNI VA IMIINI SHAKLLANTIRISHDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALARNING AHAMIYATI

Annotatsiya. Maqolada bugungi tez sur‘atlar bilan taraqqiy etayotgan raqamli texnologiyalarning turizm industriyasiga chuqur kirib borayotgani, ayniqsa ushbu jarayonning xizmat ko‘rsatish tizimidagi samaradorlikni oshirish va foydalanuvchilar uchun qulayliklar yaratishdagi o‘rni atroflicha tahlil etilgan. Shuningdek, rivojlangan davlatlar tomonidan turizm mahsulotlarini zamonaviy raqamli platformalar, xususan ijtimoiy tarmoqlar orqali targ‘ib etishning samarali mexanizmlari yoritilgan. Xulosa qismida esa, O‘zbekistonda turizm sohasini raqamlashtirish orqali yanada rivojlantirish, xizmatlar sifati va xalqaro raqobatbardoshlikni oshirish bo‘yicha qator amaliy taklif va tavsiyalar ilgari surilgan.

Tayanch so‘zlar: raqamli transformatsiya, innovatsiya, turizm industriyasi, infratuzilma, axborot-kommunikatsiya texnologiyalari (AKT), “Raqamli iqtisodiyot”, CRS, “Amadeus”, “Galelio”, “Sabre”, va “Worldspan”, GDS, “Online Travel Agencies” (OTA) instagram, integratsiya, audiovizual, outsorsing, “SMART tourism”, vizual marketing, ziyorat turizmi, global raqobatbardoshlik.

Abstract. The article provides a detailed analysis of the deep penetration of today’s rapidly developing digital technologies into the tourism industry, especially the role of this process in increasing the efficiency of the service system and creating convenience for users. It also highlights effective mechanisms for promoting tourism products by developed countries through modern digital platforms, in particular through social networks. In the conclusion, a number of practical proposals and recommendations are put forward for further development of the tourism sector in Uzbekistan through digitalization, increasing the quality of services and international competitiveness.

Keywords: digital transformation, innovation, tourism industry, infrastructure, information and communication technologies (ICT), "Digital economy", CRS, "Amadeus", "Galelio", "Sabre", and "Worldspan", GDS, "Online Travel Agencies" (OTA) instagram, integration, audiovisual, outsourcing, "SMART tourism", visual marketing, pilgrimage tourism, global competitiveness.

Bugungi kunda zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining jadal sur‘atlar bilan rivojlanib borayotgani natijasida, insoniyat yangi iqtisodiy va texnologik taraqqiyot bosqichiga – raqamli inqilob davriga qadam qo‘ymoqda. Ushbu

inqilob faqatgina kundalik hayot tarzini tubdan o'zgartiribgina qolmay, balki iqtisodiyotning barcha tarmoqlarida samaradorlikni oshirish, innovatsion yechimlarni keng joriy etish va global miqyosdagi raqobat muhitini yanada keskinlashtirishga xizmat qilmoqda. Shunday sharoitda, raqamli texnologiyalar nafaqat yangi imkoniyatlar eshigini ochmoqda, balki har bir davlat va jamiyat oldiga o'z vaqtida moslashish, raqobatbardosh bo'lish va zamon bilan hamnafas rivojlanish kabi dolzarb vazifalarni ham qo'yimoqda.

“Raqamli iqtisodiyot” atamasi ilmiy muomalaga birinchi bor 1995-yilda Don Tepkott tomonidan chop etilgan “Raqamli iqtisodiyot: tarmoqli intellekt asrida va'da va xavf-xatar” (Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence) nomli asar orqali kiritilgan⁵². Unda raqamli iqtisodiyot konsepsiyasi alohida tushuncha sifatida asoslab berilgan bo'lib, muallif uni zamonaviy texnologiyalar ta'sirida shakllanayotgan yangi iqtisodiy model sifatida talqin etadi. Ushbu ilmiy nashrda raqamli iqtisodiyotning asosiy tarkibiy qismlari aniq tahlil qilinib, ular qatoriga fundamental innovatsiyalar, ilg'or raqamli texnologiyalar hamda ularni o'zaro bog'lovchi infratuzilma elementlari kiritilgan. Bu omillar raqamli iqtisodiyotning shakllanishi va rivojlanishida muhim asos bo'lib xizmat qiladi.

Bugungi kunda raqamli iqtisodiyot jahonning barcha sohalariga katta sur'atlar bilan kirib borib, rivojlangan davlatlar aholisi hayot tarzining ajralmas tarkibiy qismiga aylanib ulgurgan. Xususan, boshqa ko'plab tarmoqlar singari turizm sohasi ham raqamli innovatsiyalar ta'sirida sezilarli darajada o'zgarib, raqamlashtirish jarayonlari ushbu sohada oddiy holatga aylanmoqda. Bu esa sayyohlik xizmatlarini ko'rsatishda zamonaviy texnologiyalardan keng foydalanish orqali mehmonlarga yuqori darajadagi qulayliklar va tezkor xizmatlar taqdim etish imkonini bermoqda.

Ayniqsa, 2019-yilda butun dunyoda keng miqyosda tarqalgan COVID-19 pandemiyasi turizm sohasiga ham chuqur ta'sir ko'rsatib, uni yangi raqamli transformatsiyalashuv bosqichiga olib keldi. Uzoq muddatli cheklovlar, ijtimoiy masofa talablariga rioya qilish va sog'liqni saqlash xavfsizligiga bo'lgan talablarning ortishi natijasida turizm industriyasida raqamli yechimlar va texnologiyalardan foydalanish tobora dolzarb ahamiyat kasb eta boshladi.

Turizm xizmatlarini ko'rsatish jarayonida harajatlarni maqbullashtirish, operatsion faoliyatni yuqori samaradorlik bilan tashkil etish hamda xizmatlar sifati orqali raqobatbardoshlikni oshirish bugungi kunda sohaning ustuvor vazifalaridan biriga aylangan. Shu nuqtai nazardan qaralganda, raqamli texnologiyalarni joriy etish ushbu maqsadlarga erishishda muhim vosita sifatida maydonga chiqmoqda.

Raqamlashtirish orqali xizmat ko'rsatishning avtomatlashtirilgan shakllari, real vaqt rejimidagi monitoring tizimlari va mijozlarga yo'naltirilgan platformalarning joriy qilinishi turizm subyektlariga o'z faoliyatini yanada optimallashtirish imkonini bermoqda.

Bundan tashqari, global miqyosda internet texnologiyalariga kirish imkoniyatining kengayib borayotgani va internet foydalanuvchilari sonining izchil ortib borishi ham raqamli texnologiyalarni rivojlantirish uchun qulay axborot

⁵² Don Tepcott “The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence”. The Journal of Academic Librarianship. Volume 22, Issue 5, September 1996, p. 397. // <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0099133396900981>

muhitini shakllantirmoqda. Bu esa o'z navbatida turizm sohasida innovatsion yechimlarni keng joriy etishga zamin yaratmoqda.

Turizm industriyasida raqamli texnologiyalardan foydalanish jarayoni dastlab aviabiletlarni onlayn tarzda bron qilish amaliyoti bilan boshlangan bo'lib, aynan shu davrda "Computer Reservation Systems" (CRS) – kompyuterlashtirilgan bron tizimlari shakllana boshladi. Mazkur tizimlarning rivojlanishi, ya'ni evolyutsiyasi hamda yirik transport va mehmonxona xizmatlarini ko'rsatuvchi kompaniyalar o'rtasida tuzilgan strategik ittifoqlar natijasida, butun dunyo bo'ylab faoliyat yurituvchi global rezervatsiya tizimi – "Global Distribution Systems" (GDS) vujudga keldi.

Bugungi kunga kelib, GDS tizimlari orasida "Amadeus", "Galileo", "Sabre" va "Worldspan" kabi platformalar dunyodagi eng yirik va yetakchi tizimlar qatorida turadi. Ushbu tizimlar orqali aviakompaniyalar, mehmonxonalar va avtomobil ijarasi xizmatlari global miqyosda sayyohlarga keng ko'lamli, tezkor va integratsiyalashgan xizmatlarni taqdim etib kelmoqda. Bu esa turizm sohasida raqamli transformatsiyaning uzviy va muhim tarkibiy qismiga aylangan.

Shu bilan birga, turizm industriyasida onlayn turagentliklar – ya'ni Online Travel Agency (OTA) xizmatlari ham jadal sur'atlar bilan rivojlanib bormoqda. Xususan, Yevropaning yetakchi turistik kompaniyalaridan biri bo'lgan "Booking.com" 2012-yildan 2019-yilgacha bo'lgan davrda joylashtirish vositalarini onlayn bron qilish xizmatlari ulushi sezilarli darajada oshganligini ma'lum qilgan.

Masalan, 2012-yilda butun Yevropa bo'ylab mehmonxona xonalarini bron qilish hajmi 3,5 milliard AQSh dollarini tashkil etgan bo'lsa, shundan 600 million dollarlik bronlash aynan OTAlar orqali amalga oshirilgan. Ushbu ko'rsatkich 2019-yilga kelib 1,2 milliard AQSh dollarigacha ortgan. Shuningdek, OTAlar ulushi 2012-yildagi 17,1 foizdan 2019-yilga kelib 27,9 foizgacha yetgan⁵³.

Bu raqamlar shuni anglatadiki, hozirgi davrda turizm faoliyatining ko'plab yo'nalishlari tobora raqamlashtirilgan shaklda rivojlanmoqda. Ushbu raqamli transformatsiya tendensiyasidan turizm industriyasining hech bir segmenti chetda qolmagan. Aksincha, bugungi kunda turistik xizmat ko'rsatuvchilar o'zlariga xos dizayn va funksionallikka ega bo'lgan rasmiy veb-saytlar orqali sayohat paketlarini internet tarmog'i orqali shakllantirish, reklama qilish va sotish ishlarini faol olib bormoqdalar. Bu esa zamonaviy turizmning raqamli modelga o'tishini yaqqol ifodalaydi.

Jumladan, Buyuk Britaniyaning 'EasyJet' aviakompaniyasi tomonidan 18 yoshdan 68 yoshgacha bo'lgan sayyohlar o'rtasida o'tkazilgan tadqiqot natijalari shuni ko'rsatdiki, respondentlarning 55 foizi o'z sayohatlarini faqat Instagram ijtimoiy tarmog'ida ko'rgan suratlar asosida bron qilganliklarini bildirganlar.

Xususan, ushbu so'rovda ishtirok etgan 2000 nafardan ortiq respondentlarning 30 foizdan ko'prog'i sayohat manzillarini tanlashda eng muhim omil sifatida aynan ijtimoiy tarmoqlarda estetik jihatdan jozibador suratlarni joylashtirish imkoniyatlarini

⁵³ The Economic Impact of Online Travel Agencies in Europe 2019-2021 // https://www.oxfordeconomics.com/wp-content/uploads/2023/08/The-Economic-Impact-of-Online-Travel-Agencies-in-Europe-2019-2021_updated.pdf?pi_content=5b40fc6895abd6a10206d3c0a9e739976249c6b04ee11083df9972a14540a99f

inobatga olganliklarini ta'kidlaganlar⁵⁴.

Mazkur ma'lumotlar zamonaviy sayohatchilar qaror qabul qilish jarayonida vizual kontentning, ayniqsa ijtimoiy tarmoqlardagi ta'sirchan tasvirlarning naqadar muhim o'rin tutayotganini yaqqol namoyon etadi.

Shuningdek, tendensiyaning izchil rivojlanishi natijasida kelgusida ko'plab turistik kompaniyalar o'z faoliyatini to'g'ridan-to'g'ri onlayn xizmatlar ko'rsatishga yo'naltirishlari kutilmoqda. Bu esa an'anaviy gidlik va turagentlik xizmatlarining bevosita shakldagi faoliyati hajmining asta-sekin qisqarishiga olib kelishi mumkin. Biroq bu holat ularning butunlay yo'qolishiga emas, balki faoliyatlarining zamonaviy raqamli platformalar orqali amalga oshirilish darajasining ortishiga sabab bo'ladi.

Shu bilan birga, hozirgi kunda turizm sohasining barcha kategoriyalariga kiruvchi obyektlar va subyektlar mustaqil turistik kompaniyalar sifatida faoliyat yuritib, o'zlarini ijtimoiy tarmoqlarda targ'ib qilish va jozibadorligini oshirishga alohida e'tibor qaratmoqda. Endilikda, an'anaviy tur paketlarini sotuvchi kompaniyalarning salohiyatiga qaramasdan, ko'plab tashkilotlar o'zining alohida veb-saytlarini yaratib, turli turistik xizmatlarni taklif qilmoqda.

Shu borada Fransiyada joylashgan va jahonga mashhur Luvr san'at muzeyi namunasi keltirilishi mumkin. Tashrif buyuruvchilarning 50 foizga yaqini chipta narxlarini bevosita onlayn tarzda xarid qilishadi, bu esa sayyohlarning muzeyga bo'lgan qiziqishini sezilarli darajada oshiradi. Hozirgi kunda deyarli barcha muzey va tarixiy obyektlar o'zlarining ijtimoiy tarmoqlardagi sahifalariga ega bo'lib, professional IT mutaxassislarining ko'magi bilan veb-saytlarining sifatli va samarali yuritilishini ta'minlamoqdalar.

Turistik obyektlar ushbu xizmatlarni yuqori malakali va ixtisoslashgan mutaxassislarga ishonib topshiradi, natijada ularning ijtimoiy tarmoqlardagi jozibasi va auditoriyasi oshib bormoqda. Masalan, Luvr muzeyining ijtimoiy tarmoqlardagi sahifalari orqali turistlar onlayn chipta bron qilish imkoniyatiga ega bo'lib, veb-sayt jozibali dizayn va bir nechta tillarda faoliyat yuritadi. Sayt orqali muzeyga tashrif buyurishning afzalliklari haqida tushuntiruvchi chaqiruv so'zlari joylashtirilgan bo'lib, bu sayyohlarni jalb qilishda muhim omil hisoblanadi.

Bundan tashqari, muzeylarning shahar markazida joylashuvi va tashrif uchun qulay infratuzilmasi sayyohlar uchun qo'shimcha rag'bat sifatida xizmat qilmoqda. Shu bilan birga, bir qator davlatlarda tarixiy va madaniy majmualarda audio va video tizimlarning keng joriy etilishi turizmning jozibadorligini oshirish va uning ommaviylashishiga sezilarli hissa qo'shmoqda.

Ushbu audio-video integratsiyalar tashrif buyuruvchilarda chuqur taassurotlar qoldirish bilan birga, ularga real sharoitlarda bilim olish imkonini taqdim etadi. Tajribali audiovizual mutaxassislarni autsorsing asosida jalb qilish esa xizmat ko'rsatish sifatini yanada oshirib, natijada turistlarning ehtiyojlarini yuqori darajada qondirishga xizmat qiladi va ularning tarixiy hamda madaniy majmualarga qayta tashrif buyurishiga ishonchli kafolat yaratadi.

Mazkur texnologiyalar qatoriga raqamli kiosklar, virtual va 3D displeylar,

⁵⁴ What is digital tourism? Much more than a definition // <https://www.doxee.com/blog/customer-experience/what-is-digital-tourism/>

virtual haqiqat texnologiyalari, interaktiv ekranlar hamda ilgʻor audiotexnologiyalar kiradi.

Bugungi kunda mamlakatimizda ham turizm sektori hamda xizmatlar sohasini rivojlantirishga qaratilgan eʼtibor sezilarli darajada oshib bormoqda. Xususan, Oʻzbekiston Respublikasi Prezidenti tomonidan qabul qilingan 2017-yil 16-avgustdagi “2018-2019-yillarda turizm sohasini rivojlantirish boʻyicha birinchi navbatdagi chora-tadbirlar toʻgʻrisida”gi PQ-3217-sonli qarori, 2018-yil 7-fevraldagi “Ichki turizmni jadal rivojlantirishni taʼminlash chora-tadbirlari toʻgʻrisida”gi PQ-3514-sonli hamda 2018-yil 14-maydagi “Elektron tijoratni jadal rivojlantirish chora-tadbirlari toʻgʻrisida”gi PQ-3724-sonli qarorlar mazkur sohani rivojlantirish borasidagi muhim hujjatlar sifatida eʼtirof etiladi⁵⁵.

Mazkur qarorlarning ijrosini taʼminlash maqsadida tegishli vakolatli davlat organlari tomonidan bir qator amaliy ishlar amalga oshirildi. Jumladan, 2017-yil 6-dekabrda Oʻzbekiston Respublikasi turizm sohasidagi vakolatli organi hamda “Tehno Dargoh” MCHJ oʻrtasida imzolangan kelishuv memorandumini asosida Buxoro viloyatidagi ellikka yaqin tarixiy obyektlarga xususan, Poyi Kalon ansambli, Gavkushon madrasasi, Koʻkaldosh madrasasi, Toqi sarofon, Toqi telpakfurushon, Toqi zargaron savdo toqlari, Lavi hovuz majmuasi, Nasriddin Afandi haykali, Nodir Devonbegi madrasasi, Yahudiylar sinagogasi, Somoniylar maqbarasi hamda Ark qoʻrgʻoni kabi yodgorliklarga QR kodlar oʻrnatildi.

Ushbu loyiha doirasida Buxoro viloyati “SMART tourism” viloyati sifatida xalqaro turizm bozoridagi obroʻsini oshirish hamda sayyohlarga yuqori darajadagi qulayliklarni taqdim etish maqsadida zamonaviy IT-texnologiyalarni faol joriy qilishga yoʻnaltirilgan “VERUM QR” qoʻshma loyihasining amaliy bosqichi muvaffaqiyatli boshlab yuborildi.

“Shuningdek, “Uzbekistan Pass” nomli servis joriy etildi, u sayyohlar hamda Oʻzbekiston boʻylab sayohat qilishni istagan barcha shaxslar uchun keng qamrovli xizmatlar spektrini taqdim etadi. Ushbu servisning joriy qilinishi turistik xizmatlar sohasini yangi bosqichga olib chiqdi hamda mamlakatda raqamlashtirilgan turizm rivojini taʼminlashda muhim platformaga aylanishiga xizmat qildi. Keng koʻlamdagi mavjud servislarning va ilovalarning integratsiyasi natijasida “Uzbekistan Pass” mamlakatning har qanday nuqtasidagi sayyohlar uchun qulay qoʻllanma va tezkor yordamchi sifatida faoliyat olib bormoqda.

Biroq, yuqorida keltirilgan turizm sohasidagi raqamlashtirish bilan bogʻliq islohotlar bugungi taraqqiy etgan davrda yetarli hisoblanmaydi. Xususan, ziyorat turizmining majmualari boʻlgan Samarqanddagi Imom Buxoriy majmuasi, Toshkentdagi Hazrati imom majmuasi, Buxorodagi Yetti pir ziyoratgohlarining hatto alohida veb-saytlari mavjud emasligi, butun dunyoga dongʻi ketgan Amir Temurdek buyuk zot bilan bogʻliq obʻyektlarni yagona ziyorat tarmogʻini mavjud emasligi ham bu sohada hali ishlar talaygina ekanligini koʻrsatadi.

Oʻzbekistondagi mavjud turistik resurslardan kelib chiqadigan boʻlsak yurtimiz oʻzining boy madaniy va maʼnaviy merosi, meʼmoriy va tasviriy sanʼati, tarixiy

⁵⁵ Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining Qarori, 16.08.2017-yildagi PQ-3217-son // <https://lex.uz/docs/-3311817>;
Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining Qarori, 07.02.2018-yildagi PQ-3514-son // <https://lex.uz/docs/-3551112>;
Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining Qarori, 14.05.2018-yildagi PQ-3724-son // <https://lex.uz/ru/docs/-3744594>;

obidalari bilan, hamda Muhammad ibn Ismoil al-Buxoriy, Abu Iso at-Termiziy, Mirzo Ulugʻbek, Bahouddin Naqshband, Abu Mansur al-Moturidiy kabi islom olamining yuksalishiga ulkan hissa qoʻshgan dunyoga taniqli va buyuk ajdodlarimizning qadamjolari nafaqat musulmon olami sayyohlarini balki, dunyo olimlari va sayyohlarini oʻziga jalb etib kelmoqda.

Shuningdek, Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 5-yanvardagi “Oʻzbekiston Respublikasida turizmni jadal rivojlantirishga oid qoʻshimcha chora-tadbirlar toʻgʻrisida”gi PF-5611-son farmoni asosida tasdiqlangan “2019-2025-yillarda Oʻzbekiston Respublikasida turizm sohasini rivojlantirish Konsepsiyasida” mamlakat hududida jami 7,4 mingdan ortiq madaniy meros obyektlari mavjudligi qayd etilgan.⁵⁶

Mazkur obyektlardan 209 tasi toʻrtta tarixiy shahar hududida joylashgan boʻlib, jumladan, Xiva shahridagi Ishan-qalʼa, Buxoro shahrining tarixiy markazi, Shahrisabz shahrining tarixiy markazi hamda Samarqand shahri YUNESKOning Butunjahon merosi roʻyxatiga kiritilgan. Bu esa yurtimizning boy madaniy va tarixiy salohiyatining munosib ifodasidir. Shuningdek, musulmon dunyosining aholi soni tez surʼatlarda ortib borayotgani, ular sonining qariyb ikki milliardga yaqinlashgani hamda ularning daromadlarining barqaror oʻsib borayotganini inobatga olgan holda, ziyorat turizmini mamlakatimizda rivojlantirish istiqbolli va muhim yoʻnalishlardan biri ekanligini taʼkidlash lozim.

2018-yilda dunyo boʻylab 140 million, 2019-yilda 160 million, 2022-yilda esa 110 million musulmon sayyoh oʻz sayohatlarini amalga oshirgan. “Mastercard-Crescent Rating Global Muslim Travel Index 2023” hisobotiga koʻra, musulmon sayohatchilar tomonidan 2028-yilga kelib sayohatga sarflanadigan mablagʻ miqdori 225 milliard AQSH dollariga yetishi prognoz qilinmoqda⁵⁷.

Mazkur raqamlar kelajakda jahon turizm bozorida musulmon sayyohlarining ulushining sezilarli darajada oshishini koʻrsatib turibdi. Shu bois, turizmning ushbu sohasida raqamlashtirish texnologiyalarini joriy etish va rivojlantirish global miqyosdagi dolzarb talabga aylanishi shubhasizdir.

Yuqorida keltirilgan statistik maʼlumotlar hamda xalqaro tajribalarga asoslanib, Oʻzbekistonda turizm sohasini yanada rivojlantirish maqsadida quyidagi takliflarni ilgari surish mumkin:

Birinchidan, Buxorodagi Yetti Pir ziyoratgohi, Nodir Devonbegi madrasasi, Gavkushon madrasasi kabi ziyorat majmualarining xorijiy tillardagi audio va video roliklarini tayyorlash hamda ularni Instagram kabi ijtimoiy tarmoqlar orqali keng ommaga targʻib etish orqali sayyohlar eʼtiborini oshirish;

Ikkinchidan, islom olamining yuksalishiga ulkan hissa qoʻshgan buyuk ajdodlarimizning qadamjolari bilan bogʻliq obyektlarning alohida veb-saytlarini yaratish, shuningdek, Buxorodagi tarixiy va ziyorat obyektlarini yagona ziyorat tarmogʻi shaklida birlashtirish;

⁵⁶ Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining “Oʻzbekiston Respublikasida turizmni jadal rivojlantirishga oid qoʻshimcha chora-tadbirlar toʻgʻrisida”gi farmoni, PF-5611-son, 05.01.2019-yil // <https://lex.uz/ru/docs/-4143188?ONDATE=24.05.2023%2000#-4151979>

⁵⁷ The Future of Muslim Travel: Unpacking the Insights from GMTI 2023 // <https://www.linkedin.com/pulse/future-muslim-travel-unpacking-insights-from-gmti-2023-bahardeen#:~:text=We're%20projecting%20a%20further,the%20global%20travel%20industry's%20rebound>

Uchinchidan, Buxoro ziyoratgohlarida joylashgan tarixiy obyektlar uchun professional audiovizual ekskursiyalarni ishlab chiqish, ular orqali sayyohlarga chuqurroq ma'lumot berish va ularning ziyorat tajribasini boyitish.

Xulosa sifatida ta'kidlash joizki, bugungi kunda butun dunyo to'rtinchi sanoat inqilobining yangi bosqichiga qadam qo'ymoqda. "Sun'iy intellekt", "raqamli platformalar", "kiber dasturlar", "blokcheyn" va "kriptovalyutalar" kabi ilg'or texnologiyalar davrida yashayapmiz. Bunday keskin va keng qamrovli texnologik o'zgarishlar, albatta, turizm sohasiga ham befarq bo'lolmaydi. Zamonaviy davrda faqatgina ushbu yangi texnologiyalarni o'z faoliyatida samarali qo'llay olgan va ularning imkoniyatlarini to'liq ishga solgan sohalar barqaror rivojlanib, raqobatbardoshligini saqlab qolishi mumkin.

Shu sababli, turizm sohasida raqamlashtirish va innovatsion texnologiyalarni joriy etish borasida tizimli va keng qamrovli loyihalarni ishlab chiqish, sohada mavjud muammolarni zamonaviy yechimlar orqali bartaraf etish, shuningdek, sayohat jarayonlarini mijozlar uchun maksimal darajada qulay va samarali qilish uchun texnologik imkoniyatlardan to'liq foydalanish dolzarb vazifa hisoblanadi. Raqamli transformatsiya natijasida turizm xizmatlarining sifatini oshirish, sayyohlar uchun yangi interaktiv platformalar yaratish va ular bilan samarali aloqa o'rnatish orqali mamlakatimizning xalqaro turizm bozoridagi o'rnini yanada mustahkamlash mumkin bo'ladi.

Kelajakning zamonaviy turizmi aynan raqamlashtirish orqali rivojlanib, global miqyosda raqobatbardosh, jozibador va innovatsion xizmatlarni taklif qiladigan tizimga aylanishi lozim. Shuning uchun ham, bugungi kunda turizm sohasida raqamli innovatsiyalarni keng joriy etish va shu yo'nalishda doimiy izlanishlarni olib borish muhim ahamiyat kasb etadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Don Tepcott "The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence". The Journal of Academic Librarianship. Volume 22, Issue 5, September 1996, p. 397. // <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0099133396900981>;
2. The Economic Impact of Online Travel Agencies in Europe 2019-2021 // https://www.oxfordeconomics.com/wp-content/uploads/2023/08/The-Economic-Impact-of-Online-Travel-Agencies-in-Europe-2019-2021_updated.pdf?pi_content=5b40fc6895abd6a10206d3c0a9e739976249c6b04ee11083df9972a14540a99f;
3. What is digital tourism? Much more than a definition // <https://www.doxee.com/blog/customer-experience/what-is-digital-tourism/>;
4. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Qarori, 16.08.2017-yildagi PQ-3217-son // <https://lex.uz/docs/-3311817>;
5. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Qarori, 07.02.2018-yildagi PQ-3514-son // <https://lex.uz/docs/-3551112>;
6. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Qarori, 14.05.2018-yildagi PQ-3724-son // <https://lex.uz/ru/docs/-3744594>;
7. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "O'zbekiston Respublikasida

turizmni jadal rivojlantirishga oid qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi farmoni, PF-5611-son, 05.01.2019-yil // <https://lex.uz/ru/docs/-4143188?ONDATE=24.05.2023%2000#-4151979>;

8. Mastercard-CrescentRating // Global Muslim Travel Index 2023 // <https://mastercardcontentexchange.com/news/media/hhnm3l2/mastercard-crescentrating-gmti-2023-report-1st-june-2023v2.pdf>;

The Future of Muslim Travel: Unpacking the Insights from GMTI 2023 // <https://www.linkedin.com/pulse/future-muslim-travel-unpacking-insights-from-gmti-2023-bahardeen#:~:text=We're%20projecting%20a%20further,the%20global%20travel%20industry's%20rebound.>

Dilfuza ISHANXODJAEVA,
Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti katta o‘qituvchisi

O‘ZBEKISTON TURIZMINI RIVOJLANTIRISHDA BANK-MOLIYA TIZIMINING AHAMIYATI

Annotatsiya. Mazkur maqolada O‘zbekiston turizm sohasining rivojlanishida bank-moliya tizimining o‘rni va ahamiyati tahlil qilingan. Jumladan, turizm infratuzilmasini kengaytirish, ish o‘rinlarini yaratish, xorijiy investitsiyalarni jalb qilish, va ichki turizmni qo‘llab-quvvatlash maqsadida davlat tomonidan berilgan imtiyozli kreditlar, bank xizmatlari, va moliyaviy choralar tahlil etiladi. Prezident farmonlari asosida olib borilayotgan davlat siyosati va banklar tomonidan moliyalashtirilgan loyihalar misolida turizm rivojida moliya sektorining ta’siri yoritilgan. Maqolada bank-moliya tizimi orqali turizmni barqaror rivojlantirishning istiqbollari va amaliy natijalari ko‘rib chiqiladi.

Kalit so‘zlar: turizm, bank tizimi, moliyaviy qo‘llab-quvvatlash, imtiyozli kreditlar, investitsiyalar, iqtisodiy rivojlanish, Prezident farmonlari, ichki turizm, xizmatlar sohasi.

Аннотация. В статье рассмотрено значение банковско-финансовой системы в развитии туризма в Узбекистане. Особое внимание уделяется мерам по поддержке внутреннего и международного туризма посредством предоставления льготных кредитов, улучшения инфраструктуры и стимулирования предпринимательской деятельности в сфере туризма. На основе указов Президента и реализованных проектов банков показано влияние финансового сектора на рост туристического потенциала страны. Также освещаются перспективы устойчивого развития туризма с участием банковских структур.

Ключевые слова: туризм, банковская система, финансовая поддержка, льготные кредиты, инвестиции, экономическое развитие, указы Президента, внутренний туризм, сфера услуг.

Abstract. This article explores the role and importance of the banking and financial system in the development of tourism in Uzbekistan. It highlights measures to support domestic and international tourism through concessional loans, infrastructure development, and financial assistance for tourism-related projects. The study analyzes the impact of the financial sector on tourism growth using examples from presidential decrees and bank-supported initiatives. The paper also discusses the prospects for sustainable tourism development facilitated by financial institutions.

Keywords: *tourism, banking system, financial support, concessional loans, investment, economic development, presidential decrees, domestic tourism, service sector.*

Banklar iqtisodiyotdagi asosiy moliyaviy vositachi hisoblanadi. Barchamizga ma'lumki, har bir davlatning jahon hamjamiyatida tutgan o'rnini va nufuzi albatta bevosita uning iqtisodiy va siyosiy tomonlariga bog'liqdir. Mamlakat rivoji, uning taraqqiyoti yo'lida, butun dunyoda o'z so'zi va o'z qarashlariga ega bo'lishi ham aynan shu davlatning ham iqtisodiy ham ma'naviy kuchiga uzviy bog'liqdir. Mamlakat iqtisodiyotining asosiy bo'g'inini esa uning bank va moliya tizimi tashkil etadi. Banklarning mohiyati va funksiyalari, shuningdek, bajaradigan operatsiyalari va ko'rsatadigan xizmatlari ularning iqtisodiyotdagi o'rnini belgilab beradi. Banklarning iqtisodiyotdagi o'rnini deganda asosiy e'tiborni ularning vujudga kelish omillari, rivojlanish jarayonlari va bajaradigan operatsiyalariga, funksiyalariga qaratish lozim. Shuningdek, banklarning iqtisodiyotda tutgan o'rnini ularning funksiyalari kabi ma'lum darajadagi xususiyatlarga egadir. Banklar mulkiy jihatdan qanday shaklda tashkil topgan bo'lishidan qat'iy nazar, iqtisodiyotda umum ahamiyatga ega bo'lgan, aholi uchun kerakli operatsiyalarni bajaradi. Shu boisdan ham, banklar qanday mulkiy shaklda yoki ixtisoslikda tashkil topgan bo'lishidan qat'iy nazar, ular iqtisodiyotda alohida va yetakchi ahamiyat kasb etadi.

Turizm sohasi bugungi kunda qo'shimcha ish o'rinlari yaratishning asosiy omillaridan biriga aylanib bormoqda. Shuningdek, yo'l va mehmonxona qurilishini jadal rivojlantirish, barcha turdagi avtotransport vositalari ishlab chiqarishni rag'batlantirish, xalq hunarmandchiligi va mamlakat milliy madaniyatini saqlashda ham turizmning ahamiyati katta.

Turizm sanoati yo'llar, bog'lar, kasalxonalar, maktablar va jamoat joylari kabi infratuzilmani yaratishga yo'l ochadi. Turizm, shuningdek, insonlarga o'z madaniy an'analarini namoyish etish va muqaddas qadamjolarini himoya qilish imkoniyatini beradi.

Qayd etib o'tish joizki, turizm ko'plab rivojlanayotgan mamlakatlar uchun asosiy daromad manbai hisoblanadi. Turizm xizmatlari eksporti iqtisodiy taraqqiyotning harakatlantiruvchi kuchi sifatida muhim rol o'ynaydi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentning 2019-yil 5-yanvardagi "O'zbekiston Respublikasida turizmni jadal rivojlantirishga oid qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi PF-5611-sonli qarorida "2019-2025-yillarda O'zbekiston

Respublikasida turizm sohasini rivojlantirish Konsepsiyasi”ga muvofiq Yevropa va Janubi-Sharqiy Osiyo mamlakatlari bilan tovar aylanmasi, tashiladigan yo’lovchilar soni va investitsiyalarni ko’paytirish uchun respublikadagi transport aloqa tizimini tubdan yaxshilash maqsadida xorijiy aloqalarni yanada mustahkamlashga alohida e’tibor berildi. Bilamizki turizmni rivojlantirish juda katta iqtisodiy samara berishi hammamizga ayon, chunki u xorijga resurs chiqarmay (paxta, gaz, neft) valyuta olib kirish imkonini beradi.

Biz yuqorida Prezidentning farmonini bejizga eslab o’tmadik sababi ushbu farmon bilan xorijiy sayyohlarni jalb qilishni bir qator chora tadbirlari belgilab berilgan edi. Xususan farmonning 2-ilovasi 21-bandida Davlat bojxona qo’mitasi, Turizmni rivojlantirish davlat qo’mitasi, Investitsiyalar bo’yicha davlat qo’mitasi, Savdo-sanoat palatasi hamda manfaatdor vazirlik va idoralarga quyidagi choralarni amalga oshirish orqali «shopping» (savdo) turizmini rivojlantirish vazifalari yuklatilgan: tarixiy shaharlar va viloyatlarning ma’muriy markazlarida boj to’lovi olinmaydigan do’konlar «Duty Free»ni nazarda tutuvchi O’zbekiston Respublikasining «O’zbekiston Respublikasining Bojxona kodeksiga o’zgartirishlar kiritish to’g’risida»gi Qonuni loyihasini ishlab chiqish va Vazirlar Mahkamasiga kiritish; brend kiyim-kechak mahsulotlari, kosmetika va aksessuar tovarlar sotuvi yo’lga qo’yilgan savdo-ko’ngilochar komplekslar tashkil etilishini rag’batlantirish[1].

Shu omillarni hisobga olgan holda, O’zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M.Mirziyoyev rahbarligida 2022-yil 19-sentabr kuni kengaytirilgan tarzda o’tkazilgan “Mamlakatimizning ichki va tashqi turizm salohiyatini yanada oshirish chora-tadbirlari to’g’risida”gi videoselektor yig’ilishida turizm sohasini rivojlantirish uchun imtiyozli kreditlar ajratish masalasiga alohida to’xtalib o’tildi.

Bunga misol, biz yuqorida keltirilgan farmoyish va qonunlar asosida bir nechta banklarda ko’rilgan islohotlarni erib o’tmoqchimiz.

Mikrokreditbank aksiyadorlik-tijorat banki tomonidan ham “Xizmatlar sohasini qo’llab-quvvatlash chora-tadbirlari to’g’risida”gi PQ-4752-sonli qaror ijrosini ta’minlash hamda mamlakatimiz turizm salohiyatini rivojlantirish maqsadida qator ishlar amalga oshirilmoqda.

Jumladan, 455 ta loyihaga 145 mlrd so’m imtiyozli kreditlar ajratilib, buning natijasida 2 880 ta ishchi o’rni yaratildi. Joriy yil davomida esa qaytgan resurslar hisobidan 99 ta tadbirkorlik subyektlariga 75,5 mlrd so’mlik imtiyozli kreditlar ajratib berilib, natijada qo’shimcha 647 ta ishchi o’rni yaratildi.

Bundan tashqari, Davlat dasturlari doirasida umumiy qiymati 217 mlrd.so’mlik 85 ta loyihaga 48,8 mlrd.so’m kredit ajratilishi hisobiga 7 ta dam olish maskani, 65 ta mehmonxona, 4 ta yo’lovchi transport (avtobuslar) xizmati, 4 ta turistik oshxona, 5 ta sport va ekoturizm obyektlari ishga tushirildi. Buning natijasida 767 ta ish o’rni yaratildi.

Ulardan biri – Navoiy viloyati Uchquduq tumanida ochilgan “Shodlik Uchquduq” oilaviy korxonasidir. Mazkur loyihaga mehmonxona xizmatini tashkil etish uchun joriy yil iyun oyida 400 mln. so’m kredit ajratildi hamda buning

natijasida 3 ta yangi ishchi o'rni yaratildi.

– Ayni damda mazkur mehmonxona uylarimizda turistlar gavjum. Ichki turizmni rivojlantirishga biroz bo'lsa-da, o'z hissamizni qo'shayotganimizdan mamnunmiz, – deydi loyiha tashabbuskori F.R.Sharipov.

O'zbek xalqining boy madaniy merosi va tarixiy an'alarini saqlash, ommalashtirish va davlatimizning turistik salohiyatini kengaytirish maqsadida Toshkent shahar, Uchtepa tumanida 4 qavatli "TURON MEROS" MChJga qarashli Hunarmandlar savdo-maishiy kompleksi bino-inshootlari qurilish ishlari uchun ham 36 oy muddatga, asosiy qarz to'loviga 18 oy imtiyozli davr bilan 7 foiz ustama to'lash sharti bilan 10 mln. dollar kredit ajratildi.

– Ushbu loyihamiz ishga tushirilishi natijasida 50 dan ziyod hunarmandlar qulay ish o'rni va muhtasham savdo-kompleksiga ega bo'ldi, – deydi loyiha tashabbuskori, tadbirkor T.T.Ravshanov. – Yurtimizda turizm rivoji uchun amalga oshirilayotgan ishlar va bu borada tadbirkorlarga yaratilayotgan sharoitlardan minnatdormiz.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 30-apreldagi "Ichki turizm xizmatlarini diversifikatsiya qilishga oid qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida" gi PQ-232-sonli qarori asosida turizm sohasidagi loyihalarni amalga oshirish uchun quyidagi me'zonlar belgilangan:

- oilaviy mehmon uylarini ta'mirlash uchun 100 million so'mgacha;
- mebel, maishiy texnika va boshqa buyumlar bilan jihozlash uchun 50 million so'mgacha;
- suzish havzalarini tashkil etish uchun 200 million so'mgacha kreditlar ajratiladi.

Xulosa o'rnida qayd etib o'tish joizki, turizm – ijtimoiy-madaniy faoliyat turi va xizmatlarni ishlab chiqaradigan sanoat sifatida iqtisodiyotning eng muhim tarmog'i bo'lib, davlat daromadlarining oshishiga hamda mamlakatning yanada rivojlanishiga salmoqli hissa qo'shadi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirishning beshta ustuvor yo'nalishi bo'yicha Harakatlar strategiyasi" to'g'risidagi farmoni, 2017- yil 7- fevral, PF-4947.

2. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning 2019-yil uchun mo'ljallangan eng muhim ustuvor vazifalar haqidagi Oliy Majlisga Murojaatnomasi. //Xalq so'zi, 2018- yil 29- dekabr.

3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "2018-2019-yillarda turizm sohasini rivojlantirish bo'yicha birinchi navbatdagi chora-tadbirlar to'g'risida"gi 2017-yil 16-avgustdagi PQ-3217 son qarori.

4. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "O'zbekiston Respublikasida turizmni jadal rivojlantirishga oid qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi 2019-yil 5-yanvardagi PF-5611-son farmoni.

Raxmatullo RAXIMOV,
Andijon davlat texnika instituti assistenti,
Azizbek USMONOV,
Andijon davlat texnika instituti talabasi

O‘ZBEKISTON TURIZM SOHASIDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALARNI JORIY ETISHNING ILMIY-NAZARIY ASOSLARI VA STRATEGIK YO‘NALISHLARI

Annotatsiya. Maqola turizm sohasining raqamlashtirilishida axborot texnologiyalarining, sun'iy intellekt va big data texnologiyalarining, shuningdek, blokcheyn tizimlarining o'rni va ahamiyatini o'rganadi. Turizmni raqamlashtirishning xorijiy tajribalari, jumladan, Yaponiyada "Smart turizm" yondashuvi, Yevropa va AQShda big data va sun'iy intellektni qo'llashdagi muvaffaqiyatli tajribalar keltirilgan. O'zbekistonda ham turizmni raqamlashtirish uchun amalga oshirilgan loyihalar va innovatsion yechimlar, ayniqsa, "Smart turizm" kontseptsiyasi doirasidagi tashabbuslar tahlil qilinadi.

Kalit so'zlar: turizmni raqamlashtirish, axborot texnologiyalari, sun'iy intellekt, big data ,blokcheyn smart tourism, raqamli iqtisodiyot, barqaror turizm, xorijiy tajriba

Abstract: This article explores the role and significance of information technologies, artificial intelligence, big data technologies, and blockchain systems in the digitalization of the tourism sector. The article examines international experiences of tourism digitalization, including the "smart tourism" approach in Japan, as well as the successful use of big data and artificial intelligence in Europe and the USA. It also analyzes projects and innovative solutions implemented in Uzbekistan in the field of tourism digitalization, with a focus on initiatives under the "smart tourism" concept.

Keywords: tourism digitalization, information technologies, artificial intelligence, big data, blockchain, smart tourism, digital economy, sustainable tourism, international experience.

Bugungi kunda global miqyosda turizm sohasida raqamlashtirish jarayoni kuchayib bormoqda. Bu jarayon turizmning yanada samarali, xavfsiz va qulay tizimini yaratish uchun zaruriy vosita sifatida e'tirof etilmoqda. O'zbekiston, turizmning rivojlanishida yirik imkoniyatlarga ega bo'lgan davlatlardan biri sifatida, bu jarayonni jadal sur'atlar bilan amalga oshirmoqda. Maqsadli va samarali raqamli texnologiyalarni joriy etish, mamlakat iqtisodiyoti va xalqaro turizmga O'zbekistonning o'rnini mustahkamlashga yordam beradi. Ushbu maqolada O'zbekistonning turizm sohasida raqamlashtirishning ilmiy nazariy asoslari va konseptual yondashuvlari tahlil qilinadi.

Raqamlashtirish jarayoni turizm faoliyatining barcha sohalarini o'z ichiga oladi. Bu sohalar quyidagilarni o'z ichiga oladi: turistik xizmatlar, onlayn rezervatsiya tizimlari, mijozlar bilan aloqalar, logistika va transport tizimlari, marketing va reklama strategiyalari va boshqalar [1].

Turizmni raqamlashtirishning ilmiy nazariy asoslari bir necha aspektlardan iborat [2]. Avvalo, turizm raqamli texnologiyalarni qo'llash, mavjud xizmatlarni yanada optimallashtirish va resurslarni tejash imkonini beradi. Shuningdek, bu jarayon, milliy va xalqaro bozorlar o'rtasidagi masofalarni qisqartirish, ma'lumot almashishning tezligini oshirishga olib keladi.

O'zbekistonda raqamlashtirishning ilmiy asoslari quyidagi yo'nalishlarga bo'linadi:

- Axborot texnologiyalari va turizm sohasidagi integratsiya. Raqamli texnologiyalarni turizm sohasiga qo'llash, xizmat ko'rsatish sifatini yaxshilashga yordam beradi. Masalan, veb-saytlar va mobil ilovalar orqali turistik ma'lumotlarni taqdim etish va onlayn xizmatlar (chiptalarni sotish, mehmonxonalar rezervatsiyasi, ekskursiyalarni buyurtma qilish) imkoniyatlarini yaratish.

- Big Data va sun'iy intellektni qo'llash. Yirik ma'lumotlar va sun'iy intellekt yordamida turistlar xohish-istaklari va ehtiyojlarini aniqlash, shuningdek, bozorni prognoz qilish va samarali marketing strategiyalarini ishlab chiqish mumkin [3].

- Blokcheyn texnologiyasi. Turizm xavfsizlikni ta'minlash, to'lovlar tizimini soddalashtirish va har bir sayohatning tarixini aniqlashda blokcheyn texnologiyalarining salohiyati katta. Bu texnologiya yordamida ishonchli va xavfsiz tranzaksiyalarni amalga oshirish mumkin.

- Turizm sohasida raqamlashtirishning konseptual yondashuvlari, asosan, turistik xizmatlarning sifatini oshirish, iqtisodiy va ijtimoiy samaradorlikni yaxshilashga qaratilgan bo'ladi. Bu yondashuvlarni quyidagi yo'nalishlarda ko'rish mumkin:

- “Smart” turizm yondashuvi. Bu konsept, turizmni raqamlashtirishda innovatsion texnologiyalarni joriy etishning bir turi bo'lib, “aqlli” shaharlar, mobil ilovalar va boshqa raqamli platformalar yordamida turistlarga individual xizmatlar taqdim etishni maqsad qilgan. O'zbekistonning yirik shaharlari, masalan, Toshkent, Samarqand va Buxoro, bu yo'nalishda bir qator yirik loyihalarni amalga oshirmoqda.

- “Raqamli iqtisodiyot” modeli. Ushbu modelda turizm sohasining raqamlashtirish jarayonlari, iqtisodiy o'sish va barqarorlikni ta'minlashga qaratilgan. Bu yondashuvda turizmni boshqarishning yangi usullari, masalan, onlayn boshqaruv tizimlari va virtual turizm xizmatlarini ko'rsatish kabi innovatsion yondashuvlar mavjud.

- Barqaror turizm va raqamli texnologiyalar. Raqamli texnologiyalar yordamida barqaror turizmni rivojlantirish, ekologik jihatdan xavfsiz va ijtimoiy mas'uliyatli turizmni tashkil etish mumkin. Masalan, onlayn platformalar orqali sayyohlarni ekologik jihatdan barqaror va xavfsiz joylarga jalb qilish, atrof-muhitga zarar keltirmaslikni ta'minlash.

Xorijiy tajribalarga nazar tashlagan holda, ayniqsa Yevropa davlatlari va AQShda turizm sohasidagi raqamlashtirish rivojlanishi sezilarli. Masalan, Yaponiyada “smart” turizm va raqamli texnologiyalarni turistik xizmatlar bilan birlashtirish orqali turistlarga yuqori sifatli xizmatlar ko'rsatilmoqda. Shuningdek, Evropa mamlakatlarida sun'iy intellekt va big data orqali turistlarning harakatlarini prognozlash, individual xizmatlar yaratish va samarali marketing strategiyalarini ishlab chiqish tizimi amalga oshirilgan.

O'zbekistonda ham bu jarayonlar faol ravishda rivojlanmoqda. O'zbekiston

Respublikasi Turizm va sport vazirligi tomonidan amalga oshirilayotgan “Smart tourism” loyihasi, mamlakatdagi turizmni raqamlashtirishga qaratilgan muhim qadamdir. Ushbu loyiha doirasida zamonaviy texnologiyalar, mobil ilovalar va onlayn rezervatsiya tizimlari ishlab chiqilmoqda. O‘zbekistonda turizmni raqamlashtirishda blokcheyn, sun’iy intellekt va yirik ma’lumotlar texnologiyalaridan foydalanishga katta e’tibor qaratilmoqda [4].

O‘zbekiston turizm sohasini raqamlashtirish jarayoni rivojlanmoqda va bu, nafaqat iqtisodiyotni diversifikatsiya qilish, balki xalqaro turizm bozoridagi raqobatbardoshligini oshirishga ham xizmat qiladi. Ushbu jarayonni amalga oshirishda ilmiy nazariy asoslar va konseptual yondashuvlar, turizm xizmatlarini optimallashtirish, yangi texnologiyalarni joriy etish va barqaror rivojlanishni ta’minlashda muhim rol o‘ynaydi. Xorijiy tajribalar va milliy tajribalar orqali O‘zbekiston turizm sohasini raqamlashtirishda yangi imkoniyatlar va samarali yechimlarni izlashda davom etadi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati

1. UNWTO (2023). *Digital Transformation in Tourism: Global Trends and Insights*. World Tourism Organization. <https://www.unwto.org/>.
2. Yulduz, M., & Karimov, F. (2022). *O‘zbekistonda turizmni raqamlashtirish* (Turizm va sport vazirligi nashri). Tashkent.
3. Li, X., & Wang, Y. (2020). *Big Data Analytics for Smart Tourism Management*. International Journal of Tourism Research, 22(6), 1052-1063. DOI: 10.1002/jtr.2369.
4. O‘zbekiston Respublikasi Turizm va Sport Vazirligi. (2023). *Samarqand va Buxoroda raqamli turizmni rivojlantirish bo‘yicha amalga oshirilgan loyihalar*. Tashkent.

Odina TESHABAEVA,
Farg‘ona davlat universiteti katta o‘qituvchisi, i.f.n.,
Gulnoza HIMMATOVA,
Farg‘ona davlat universiteti magistranti

O‘ZBEKISTON TURIZM TIZIMINI RAQAMLASHTIRISH: KONSEPTUAL YONDASHUVLAR VA ILMIY ASOSLAR

Annotatsiya. Ushbu maqolada O‘zbekiston turizm sohasini raqamlashtirish jarayonining ilmiy nazariy asoslari va konseptual yondashuvlari tahlil etiladi. Maqolada raqamli texnologiyalar va internet xizmatlarining turizm sohasidagi o‘zgarishlar, innovatsion imkoniyatlar, va raqamli marketing strategiyalari bilan qanday bog‘liqligi ko‘rsatiladi. O‘zbekiston turizmining raqamlashtirish orqali rivojlanishi, xizmatlar sifatini oshirish va xorijiy turistlar sonini ko‘paytirish maqsadida amalga oshirilayotgan loyihalar va tashabbuslar yoritiladi. Shuningdek, maqolada turizm sohasida raqamli texnologiyalarni samarali qo‘llash bo‘yicha tavsiyalar va istiqbollari ham muhokama qilinadi.

Kalit so'zlar: turizm, raqamlashtirish, raqamli texnologiyalar, internet xizmatlari, marketing, innovatsiya, O'zbekiston, turizm xizmatlari, xorijiy turistlar, raqamli strategiyalar, innovatsion rivojlanish.

Abstract. This article analyzes the scientific theoretical foundations and conceptual approaches of the process of digitization of the tourism sector of Uzbekistan. The article shows how digital technologies and Internet services are related to changes in the tourism sector, innovative opportunities, and digital marketing strategies. Projects and initiatives are being implemented to develop Uzbek tourism through digitization, improve the quality of services, and increase the number of foreign tourists. The article also discusses recommendations and prospects for the effective use of digital technologies in the tourism sector.

Keywords: tourism, digitization, digital technologies, Internet services, marketing, innovation, Uzbekistan, tourism services, foreign tourists, digital strategies, innovative development.

Turizm sohasida raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish, barcha xizmat iste'molchilari, uy xo'jaliklari, davlat organlari va me'yoriy-huquqiy hujjatlar bilan tartibga solinadigan turizm firmalariga ta'sir ko'rsatuvchi murakkab jarayon hisoblanadi. Ichki va tashqi muhit omillarini hisobga olgan holda, turizm sohasidagi korxonalar o'z faoliyatini raqamli rivojlantirish uchun barcha zarur shart-sharoitlarga ega. Iqtisodiyotning asosiy drayverlaridan biri bo'lib, turizm va rekreatsion faoliyat doirasida turizm sektorining raqamli rivojlanishiga bo'lgan yondashuvlarni o'rganish zarur. Bu nafaqat turizm mahsulotlarini yaratish va targ'ib qilish, balki turizm infratuzilmasi faoliyati bilan bog'liq boshqa sohalarni ham tushunishni talab qiladi. Turizmni rivojlantirish darajasi mamlakatning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishini va aholi farovonligini ko'rsatuvchi muhim parametrdir. Innovatsiyalar turizm sohasida katta rol o'ynaydi. Jahon tajribasi shuni ko'rsatadiki, turizm rentabelligi va rivojlanish dinamikasi bo'yicha neft va gazdan keyin ikkinchi o'rinda turadi. Turizm ko'plab davlatlarning milliy iqtisodiyotlari uchun muhim iqtisodiy faoliyat sohasidir.

O'zbekistonning turizm sohasi, mamlakat iqtisodiyotining rivojlanishiga ulkan hissa qo'shmoqda. Shu bilan birga, global iqtisodiyotdagi o'zgarishlar, xususan, raqamli texnologiyalarning rivojlanishi, turizm sohasiga yangi imkoniyatlar yaratmoqda. O'zbekiston turizm sohasini raqamlashtirish - xizmatlarning sifatini oshirish, samaradorlikni yuqori darajaga ko'tarish va xorijiy turistlar sonini ko'paytirish kabi maqsadlarni ko'zlaydi. Ushbu maqolada O'zbekiston turizmining raqamlashtirish jarayonidagi ilmiy nazariy asoslar va konseptual yondashuvlar tahlil qilinadi.

Turizm – bu insonlarning vaqtincha boshqa joylarga sayohat qilish faoliyatidir, bu jarayon ko'plab ijtimoiy, madaniy, iqtisodiy va ekologik omillarni o'z ichiga oladi. Raqamlashtirish esa - turli sohalarda raqamli texnologiyalarni joriy etish va ular orqali amaliyotlarni yaxshilash, xizmatlarni avtomatlashtirish va samaradorlikni oshirish jarayonidir. Turizmda raqamli texnologiyalarni qo'llash xizmatlarni optimallashtirish, turistlar bilan muloqot qilishni osonlashtirish va turistlarning ehtiyojlarini aniqroq tushunish imkonini beradi.

Raqamli texnologiyalar turizm sohasida bir qancha sohalarda o'zgarishlar

yaratmoqda. Internetning keng tarqalishi, mobil ilovalar, onlayn tizimlar va raqamli marketing vositalari turizmni raqamlashtirishning asosiy komponentlaridir. Hozirgi kunda, turizm xizmatlari taqdimotchilari internet va mobil texnologiyalar yordamida mijozlarga o'z xizmatlarini taqdim etishmoqda. Raqamli texnologiyalar yordamida mijozlarga onlayn bronlash, chipta sotib olish, sayohat yo'nalishlarini tanlash, mehmonxonalarda joy bron qilish va boshqa turistik xizmatlarni ko'rsatish mumkin.

Shuningdek, raqamli texnologiyalarni joriy etish turizm xizmatlarini personalizatsiya qilish imkonini yaratadi. Masalan, turistlarga onlayn tizim orqali ularning qiziqishlari, ehtiyojlari va tarixiy xotiralariga mos ravishda xizmatlar taklif etiladi. Bu turistlarning qoniqishini oshiradi va qaytib kelish ehtimolini kuchaytiradi.

Shuni ham aytish joizki, turistik va rekreatsion firmalar, bozor iqtisodiyoti sharoitida, yangi mahsulot va xizmatlarni ishlab chiqish va rivojlantirishga tobora ko'proq muhtoj bo'lib bormoqda. Buning sababi shundaki, turizm sohasidagi kompaniyalar o'z faoliyatini kengaytirish va raqobatbardoshligini oshirish maqsadida yangi innovatsion yondashuvlarni joriy etish zaruriyatini sezmoqdalar. Yangi mahsulotlar va xizmatlar ishlab chiqish, nafaqat kompaniyalarning bozorni egallash imkoniyatlarini kengaytiradi, balki iqtisodiy foyda olish imkonini ham yaratadi.

Shu bilan birga, barcha kompaniyalar yangi texnologiyalarni joriy etishga tayyor emas. Bu jarayon ma'lum xavf-xatarlarni o'z ichiga oladi, chunki yangi texnologiyalarni qabul qilish va ularni samarali ishlatish ko'p resurslarni talab qiladi. Boshqa tomondan, yangi texnologiyalar yordamida kelajakdagi ko'rsatkichlarni aniq bashorat qilish oson emas, bu esa kompaniyalar uchun qo'shimcha noaniqliklar yaratadi.

Biroq, turizm raqamli iqtisodiyotning rivojlanishi, yangi texnologiyalarni va innovatsion yondashuvlarni amaliyotga tatbiq etishni taqozo etmoqda. Raqamli platformalar, sun'iy intellekt, katta ma'lumotlar tahlili va boshqa zamonaviy texnologiyalar turizm xizmatlarini takomillashtirish, mijozlarga xizmat ko'rsatishni yaxshilash, shuningdek, operatsion xarajatlarni kamaytirish imkonini beradi. Bu, o'z navbatida, turistik va rekreatsion firmalarga katta daromad keltirish imkoniyatini yaratadi.

Agar turizm sohasidagi kompaniyalar raqamli iqtisodiyotning barcha imkoniyatlaridan to'liq foydalanishga erishsalar, ular o'z faoliyatida sezilarli darajada muvaffaqiyatga erishishi mumkin. Shuningdek, bu jarayon malakali mutaxassislarni tayyorlashni, yangi texnologiyalarni joriy etishda professional yondashuvni talab qiladi. Raqamli iqtisodiyotning shakllanishi va rivojlanishi kompaniyalarga yanada raqobatbardosh va innovatsion bo'lish imkonini yaratadi.

O'zbekiston hukumati turizmni rivojlantirish va mamlakatni global turizm bozoriga joriy qilish bo'yicha bir qator tashabbuslarni amalga oshirmoqda. Bularning bir qismi, ayniqsa, raqamli texnologiyalarni qo'llashga qaratilgan. O'zbekistonning turizm sohasi raqamlashtirilgan tizimlar orqali to'liq integratsiyalashgan, bu esa o'z navbatida turistlar uchun qulayliklar yaratmoqda. Shuningdek, raqamli marketing va onlayn rezervasyon tizimlari turistik xizmatlar bozorining yanada kengayishiga olib kelmoqda.

Raqobatbardosh turizm va rekreatsion firmalar yangi mahsulot hamda xizmatlar ishlab chiqish va ularni bozorga tatbiq etish borasida tobora ortib

borayotgan ehtiyojni his etmoqda. Bu jarayon orqali ular iqtisodiy samaradorlikni oshirish va foydani ko'paytirish imkoniyatlariga ega bo'ladilar. Biroq, barcha korxonalar innovatsion texnologiyalarni joriy etishga tayyor emas. Buning asosiy sabablari orasida investitsiya xavflari, texnologik o'zgarishlarning natijalarini oldindan aniqlik bilan baholashdagi qiyinchiliklar va kelajakdagi iqtisodiy ko'rsatkichlarni aniq prognoz qilishdagi murakkabliklar mavjud.

Shunga qaramay, raqamli iqtisodiyot elementlarini turizm sohasiga kompleks tarzda joriy qilish, malakali va strategik yondashuv orqali korxonalarga salmoqli daromad keltirishi mumkin. Turizm va rekreatsion faoliyatda raqamli texnologiyalarni qo'llash imkoniyatlari ko'p jihatdan ichki va tashqi omillar bilan bog'liq. Bu omillar o'zaro uzviy bog'langan bo'lib, ular davlat siyosati, mintaqaviy rivojlanish strategiyasi va korxonalarning ichki imkoniyatlari bilan chambarchas aloqadordir.

Makroiqtisodiy darajada raqamli turizmni rivojlantirishga ta'sir etuvchi tashqi omillar ikkita asosiy toifaga bo'linadi:

1. Statik omillar – bu yerda tabiiy-iqlim sharoitlari, geografik joylashuv, madaniy va tarixiy meros asosiy rol o'ynaydi.

2. Dinamik omillar – siyosiy barqarorlik, huquqiy muhit, aholining ijtimoiy-demografik tarkibi, moliyaviy-iqtisodiy imkoniyatlar, hamda moddiy-texnik baza bu guruhga kiradi.

Mintaqaviy darajada esa turizmning tabiiy resurslarga tayanishi muhim ahamiyatga ega. Bularga tog'lar, daryolar, dengizlar, mineral manbalar, iqlim sharoitlari va boshqa tabiiy boyliklar kiradi. Bular bilan bir qatorda tarixiy obidalar, muzeylar, mahalliy aholi madaniyati va urf-odatlar ham turistik jalb etuvchanlikni oshiruvchi omillardandir.

Shu o'rinda, resurslardan noto'g'ri yoki haddan tashqari foydalanish, ya'ni hududlarni ilmiy asoslanmagan tarzda o'zlashtirish, madaniy va tabiiy merosni asrashga e'tiborsizlik, mavjud turistik salohiyatning keskin kamayishiga olib kelishi mumkin.

Bundan tashqari, dinamik omillar, ya'ni mintaqadagi siyosiy beqarorlik, ijtimoiy notinchlik, harbiy nizolar, uzoq davom etayotgan iqtisodiy inqirozlar, yuqori ishsizlik darajasi kabi omillar turizm sohasining jadal rivojlanishiga sezilarli darajada salbiy ta'sir ko'rsatmoqda.

Raqamli texnologiyalarni samarali qo'llash:

– onlayn platformalarni rivojlantirish: onlayn rezervasyon tizimlari, turistik xizmatlar va paketlarni sotish uchun yagona platforma yaratish. bu turistlarga oson va tezkor tarzda xizmatlar tanlash imkoniyatini beradi.

– mobil ilovalar: turistlar uchun maxsus mobil ilovalar yaratish, bu ilovalar orqali turistlarga sayohatga oid barcha ma'lumotlar, yo'nalishlar, xizmatlar haqida batafsil ma'lumotlar taqdim etilishi mumkin.

– raqamli marketing strategiyalarini ishlab chiqish: internet orqali turizm mahsulotlarini targ'ib qilish, reklama qilish va onlayn sotishning yangi usullarini joriy etish. Bundan tashqari, ijtimoiy tarmoqlar orqali brendni targ'ib qilish va mijozlar bilan o'zaro mulohaza o'rnatish muhim ahamiyatga ega.

– Big data tahlili: turistlar haqida katta ma'lumotlarni yig'ish va ularni tahlil

qilish. Bu turistlarning xohish-istaklarini aniqroq tushunishga yordam beradi va turizm xizmatlarini personalizatsiya qilish imkonini yaratadi.

– sun’iy intellekt va IoT texnologiyalarini qo’llash: IoT (Internet of Things) texnologiyalari yordamida turistik ob’ektlarning holati haqida real vaqtda ma’lumot olish va sun’iy intellekt yordamida turistlar uchun eng yaxshi xizmatlarni taklif qilish.

Turizm sohasining innovatsion rivojlanish mexanizmi bozor tamoyillari asosiga qurilgan bo’lib, innovatsion faollikni oshirish, sohada innovatsiyalarga talab va taklif o’rtasidagi muvofiqlikka erishish, turistik mahsulotlar va xizmatlarni ishlab chiqishda intensivlikni ta’minlash hamda sifatni oshirish jarayonlariga yo’naltirilgandir. Shunga ko’ra, turizm sohasida innovatsion faollikni oshirishning ilmiylik, barqarorlik, innovatsiyalarni turistlar ehtiyojlariga moslashtirish, ijobiy natijalarga erishish, investitsiya jarayonlariga immanentlik, innovatsion faoliyat va uning natijalari (innovatsiyalar)ning jamiyat taraqqiyoti darajasiga mos kelishi, uzviylik hamda xavfsizlik tamoyillari ishlab chiqildi.⁵⁸

Xulosa qilib aytganda, O’zbekistonda turizmni raqamlashtirish jarayoni, mamlakatning iqtisodiy salohiyatini oshirish, xalqaro miqyosda raqobatbardoshligini ta’minlash va turistlarga yuqori sifatli xizmatlar ko’rsatish uchun muhim ahamiyatga ega. Raqamli texnologiyalarni qo’llash orqali turizm sohasining innovatsion rivojlanishini ta’minlash, xizmatlarni personalizatsiya qilish va turistlarning qoniqishini oshirish mumkin. Kelajakda O’zbekiston turizm sohasida raqamlashtirishni yanada rivojlantirib, raqamli platformalar va marketing strategiyalarini kengaytirishi kerak.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Xo’jayev, A. (2020). “Raqamli iqtisodiyot va uning turizm sohasidagi o’rni”. Iqtisodiyot va innovatsiyalar jurnali, 12(4), 45-53.
2. Umarov, S. (2019). “O’zbekiston turizmida raqamli texnologiyalarni qo’llash: muammolar va istiqbollar”. O’zbekiston turizmi jurnali, 8(1), 21-30.
3. Tashkent, M. (2021). “Raqamli texnologiyalar orqali turizm sohasida innovatsiyalarni joriy etish”. Iqtisodiy tadqiqotlar jurnali, 16(2), 78-85.
4. Nurbekov, B. (2022). “Turizmni raqamlashtirish: amaliy tajribalar va strategiyalar”. Global turizm va rivojlanish jurnali, 7(3), 112-120.
5. Sharipov, R. (2023). “Turizmida raqamli marketing va mijozlarga xizmat ko’rsatish samaradorligini oshirish”. Marketing strategiyalari jurnali, 10(5), 92-101.

⁵⁸ Sharipov, R. (2023). “Turizmida raqamli marketing va mijozlarga xizmat ko’rsatish samaradorligini oshirish”. Marketing strategiyalari jurnali, 10(5), 92-101.

EKOTURIZMNI RIVOJLANTIRISHDA G'OR TURIZMINING ROLI

Annotatsiya. Ushbu maqolada ekoturizmni rivojlantirishda g'or turizmining o'rni va imkoniyatlari tahlil etilgan. G'orlar nafaqat geologik va estetik obyektlar, balki ekologik, tarixiy va ilmiy ahamiyatga ega maskanlar sifatida turizmning muhim tarkibiy qismi hisoblanadi. Maqolada g'orlarning turistik salohiyati, ularni saqlash va ekoturistik maqsadlar uchun foydalanish bo'yicha takliflar ilgari surilgan.

Kalit so'zlar: ekoturizm, g'or turizmi, g'orlar, geologik obyekt, tarixiy va ilmiy ahamiyat, turistik salohiyat, saqlash va muhofaza qilish, ekoturistik marshrut, barqaror turizm, tabiiy meros.

Аннотация. В данной статье проанализирована роль и возможности пещерного туризма в развитии экотуризма. Пещеры рассматриваются не только как геологические и эстетические объекты, но и как места, обладающие экологическим, историческим и научным значением, являющиеся важной составляющей туризма. В статье представлены предложения по использованию туристического потенциала пещер, их сохранению и применению в целях экотуризма.

Ключевые слова: экотуризм, пещерный туризм, пещеры, геологический объект, историческое и научное значение, туристический потенциал, сохранение и охрана, экотуристический маршрут, устойчивый туризм, природное наследие.

Abstract. This article analyzes the role and potential of cave tourism in the development of ecotourism. Caves are considered not only geological and aesthetic sites, but also important destinations of ecological, historical, and scientific significance, making them a key component of tourism. The article presents proposals for utilizing the tourism potential of caves, their preservation, and their use for ecotourism purposes.

Keywords: ecotourism, cave tourism, caves, geological object, historical and scientific value, tourism potential, preservation and protection, ecotourism route, sustainable tourism, natural heritage.

Jahon amaliyotida geomorfologik, ya'ni, geoturizm yoki g'or turizmi shakllanishining ham, uning kuzatilishining ham o'ziga xos jihatlari mavjud hisoblanadi. Tabiiy jarayonlar natijasida kelib chiqadigan ko'rgazmali va manzarali go'zalliklar g'orlarning turizm nuqtayi nazaridan obyekt sifatida tanlanishining eng katta omili hisoblanadi. Shu bilan bir qatorda, qadim zamonlarda odamlarning g'orlardan boshpana sifatida foydalanganligi g'or turizmini madaniy jihatdan va g'or ichidagi yuqori namlik darajasini sog'liq nuqtayi nazaridan jozibador bo'lishiga olib kelgan. Keyingi yillarda ekoturizmning bir turi bo'lgan g'or turizmi va bu turizm orqali geologik meros obyektlarini baholash muhim ahamiyat kasb etmoqda.

Geologik meros xususiyatidagi hududlarning, ham yer kurrasining shakllanishini yanada yaxshiroq tushunish va bilish, hamda bu ma'lumotlarni kelajak

avlodlarga yetkazish nuqtayi nazaridan ahamiyati beqiyos bo'lmoqda. Ekoturizm faoliyati sifatida g'or turizmi 20-asrning ikkinchi yarmidan boshlab muntazam ravishda har yili yanada ko'proq muhokama qilinadigan va keng ommalashib borayotgan turizm turi hisoblanadi. Dastlabki yillarda yoshlarning bu yo'nalishni kashf qilishi va hayajonlanib-qiziqishi natijasida ishtirok etgan sport turlarida shug'ullanish uchun g'orlarda faoliyat olib borgan bo'lsa, keyingi yillarda ushbu amaliyot turizmning barqaror rivojlanishiga ko'makchi bo'lish va tabiiy-madaniy qadriyatlarni muhofaza qilish hamda ulardan foydalanish tajribasiga hissa qo'shish orqali juda ko'p insonlarning e'tiborini tortib, ommaviy sayohat holatiga kelgan. Hozirgi vaqtda sarguzasht turizmlaridan tortib sog'liqni saqlashgacha bo'lgan ko'plab sabablar insonlarni geomorfologik yoki g'or turizmiga yo'llamoqda. Shu bois, jahonda g'or turizmiga qatnashuvchilar soni yil sayin muntazam ravishda ortib borayotganligini kuzatish mumkin.

Rekreatsiyon va dam olishning ahamiyati va qadri-qiymati odatda vodiylarda, tog'li hududlarda, sharsharalarda, plyajlarda va oxaktoshli yerlarda joylashgan g'orlarda piyoda yurishda, lagerlarda va qayiqda sayr qilishlarni yoqtiradiganlarga oid turizm turi hisoblanadi. Bunday hordiq chiqarishlarning madaniy qiymati mintaqa aholisining turli-tumam marosimlari, e'tiqodlari va orzu-havaslarining an'anaviy ma'nosi, tarixiy va arxeologik yozuvlari bilan xarakterli hisoblanadi. Chunki, har bir mintaqaning geologik merosi ham shu hududning madaniy merosi hisoblanadi. Zero, mintaqaning moddiy ko'rinishi shakllanishi va rivojlanishi, hududda yashagan va yashayotgan tirik mavjudotlarning xilma-xilligi, o'tmishda sodir bo'lgan tabiiy hodisalar kabi ko'plab elementlar haqida geologik va geomorfologik manbalardan ma'lumotlar olish mumkin.

Bunda mavjud manbalar va resurslar bilan bog'liq eng muhim muammo shundaki, bu hududlar davrlar o'tgan sari o'z ahamiyatini yo'qotadi va yo'qolib borishi mumkin. Aynan, geoparklarning ahamiyati geologik, geomorfologik va geografik boylikni saqlab qolish va kelajak avlodlarga yetkazish nuqtayi nazaridan yuzaga chiqadigan turizm hisoblanadi. Shu bois, geoturizm geologik merosni muhofaza qilish va ularni kelajak avlodlarga yetkazish bo'yicha loyihalarni ishlab chiqishda muhim mexanizm hisoblanadi.

Boshqa tomondan esa geoturizm turistik mahsulotlarni diversifikatsiya qilish va yangi biznes yo'nalishlarini rivojlantirish bilan bir qatorda mahalliy aholini geoturizm faoliyatiga xizmat ko'rsatishlari uchun gid yoki xodimlar sifatida ishga joylashtirishga imkoniyatlar ham ta'minlab beradi. Mehmondo'stlik sektori sifatida kishilarni ish bilan ta'minlash imkoniyatlari, turli turistik tadbirlarni amalga oshirish, chakana savdo va xizmatlar ko'rsatish orqali mahalliy jamoalarning rivojlanishiga hissa qo'shish potentsialiga ega hisoblanadi.

Shuning uchun bugungi kunda mintaqaviy va global geopark tarmoqlari xalqaro miqyosda jadal kengayib, rivojlanib bormoqda. Ularning tashkil etilishi uchun muhim omil – bu geoturizm yoki geologik qiziqish zonalariga asoslangan sayohatlar orqali mahalliy jamoalarni rivojlantirish hisoblanadi. Aynan, bu borada geoturizm mintaqalarning barqaror rivojlanishi uchun kuchli vosita bo'lishi mumkin. Ammo, u samarali boshqarilmasa, geoturizm resurslariga bevosita tahdid solish ehtimolligi mavjud. Masalan, geoturizm uchun foydalanishga qaror qilingan g'orning

begʻaraz foydalanish uchun ochilishi gʻor va uning ichki tuzilmalarini qaytarib boʻlmaydigan darajada shikastlashi va tashrif buyuruvchi turistlarning hayoti uchun katta risk keltirib chiqaradigan vaziyat vujudga kelishi mumkin. Shu bois, gʻorni himoya qilish, tashrif buyuruvchilar xavfsizligini taʼminlash va turistik jarayon sifatini doimo yuqori saviyada saqlab turish maqsadida koʻplab qoidalarini oʻzida mujassam qilgan "Gʻordan foydalanish loyihasi" ishlab chiqilishi talab etiladi. Ushbu loyiha gʻorni saqlash va foydalanish muvozanatiga asoslanadi. Shuning uchun bu loyiha geologlar, geomorfologlar, qurilish muhandislari, turoperatorlar va landshaft arxitektorlari kabi mutaxassislar tomonidan ishlab chiqilishi maqsadga muvofiq boʻladi.

Bugungi kunda mamlakatimiz hududida 100 dan ortiq tabiiy gʻorlar mavjud boʻlib, ularning koʻpchiligi geologik, tarixiy va turistik ahamiyatga ega hisoblanadi. Ushbu gʻorlar asosan togʻli va choʻlli hududlarda joylashgan boʻlib, ularga Hisor tizmasi, Zarafshon tizmasi, Boysun togʻlari, Qizilqum choʻli atroflarida joylashganlarni namuna sifatida keltirish mumkin. Mazkur gʻorlardan eng mashhur va oʻrganilgan gʻorlar borasida ayrim maʼlumotlar va tavsiflarni keltirish mumkin. Xususan, eng mashhur gʻorlardan biri Boybuloq gʻori Surxondaryo viloyati hududida joylashgan boʻlib, uning uzunligi taxminan 15 km sifatida tan olingan va chuqurligi: 1415 metrni tashkil etishi qayd etilgan. Shuningdek, uning oʻziga xususiyati bu MDH mamlakatlari hududida eng chuqur gʻorlardan biri boʻlib, speleolog (gʻorshunos) mutaxassislar tomonidan tadqiq qilinishi natijasida uning ichki tuzilmasi juda murakkab tuzilishga egaligi hamda vertikal quduqlar va suv oqimlari mavjudligi aniqlangan. Shuningdek, Boybuloq gʻori ekstremal speleoturizm uchun muhim ahamiyatga ega maskan hisoblanadi.

Ayni paytda, Tegirmon gʻori ham Surxondaryo viloyatida joylashgan boʻlib, uning uzunligi taxminan 2,2 km boʻlib, Oʻzbekistonning eng uzun gʻorlaridan biri hisoblanadi va Boybuloq gʻoriga yaqin hududda joylashgan. Shuningdek, gʻor ichkarisida yer osti suvlari, stalaktit va stalagmit elementlar mavjud boʻlib, u geologik va gidrologik tadqiqotlar uchun muhim ilmiy ahamiyatga ega manba hisoblanadi. Shuningdek, Amir Temur gʻori Qashqadaryo viloyati Kitob tumani hududida joylashgan boʻlib, maʼlumotlarga koʻra, A.Temur bu yerda vaqtincha yashiringan maskan boʻlgan. Shu bois, u tarixiy turistik sayohatlar va mahalliy ekskursiyalar uchun moʻljallangan hudud boʻlgani bois, u turizm obyekti sifatida koʻproq madaniy-tarixiy ahamiyatga ega hisoblanadi.

Mamlakatimizda Xoʻja Ikon gʻori Fargʻona viloyati hududida Qirgʻiziston chegarasiga yaqin joyda joylashgan tabiiy joy sifatida ziyoratchilar orasida mashhur maskan. Shuningdek, Chilustun gʻori Toshkent viloyati Boʻstonliq tumani hududida joylashgan boʻlib, chiroyli stalaktitlar va stalagmitlar bilan sayqallangan maskan hisoblanadi. Bu gʻorning imkoniyati turistik yoʻlak sifatida taklif etilgan boʻlib, uning zaruriy infratuzilmalari yetarli darajada rivojlanmagan. Bundan tashqari, Langar gʻori ham Jizzax viloyatining Sayramsoy togʻ tizmasida joylashgan hamda ekoturizm va ziyorat turizmi uchun foydalanish imkoniyati mavjud boʻlgan maskan hisoblanadi. Umuman olganda mamlakatimiz hududida 100 dan ortiq turli darajadagi kata-kichik gʻorlar mavjud boʻlib, ularning taxminan 40 dan ortigʻi ilmiy jihatdan oʻrganilgan va ulardan Boybuloq gʻori eng uzuni taxminan 15 km hamda eng chuquri 1415 metrni

tashkil etadi.

Shuningdek, mamlakatimizda ekstremal turizmga mos keladigan g'orlar taxminan 14-15 tadan iborat. Ayni paytda, g'orlar ayrim jihatlari bilan ajralib turadi. Xususan, geologik jihatdan karstli jinslar, ohaktosh qatlamlarida hosil bo'lgan, turistik jihatdan ba'zilar speleoturizm va ekoturizm uchun moslashtirilayotgan, tarixiy va madaniy jihatdan ayrim g'orlar qadimiy odamlar manzili sifatida ishlatilgan yoki ziyorat joylariga aylantirilgan hisoblanadi.

Demak, mamlakatimizda g'or va g'or turizmi katta salohiyat mavjud bo'lib, undan mavjud ijtimoiy-iqtisodiy imkoniyatlarni oshirish uchun foydalanish talab etiladi. Zero, milliy iqtisodiyotda g'or yoki geomorfologik turizmni rivojlantirish sohani diversifikatsiya qilish bilan bir qatorda ushbu hududning rivojlanishiga, yangi biznes yo'nalishi vujudga kelishiga, aholi bandligi va daromad imkoniyati paydo bo'lishiga zamin hozirlaydi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-2026-yillarga mo'ljallangan yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida Farmoni. <https://lex.uz/docs/-5841063>
2. O'zbekiston Respublikasining "Turizm to'g'risidagi" Qonuni. Qonun hujjatlari ma'lumotlari milliy bazasi, 19.07.2019.
3. 2019 – 2025-yillarda O'zbekiston Respublikasida turizm sohasini rivojlantirish konsepsiyasi. <https://lex.uz/docs/4143188>.
4. Gulyamova G.P. Turizmda institusional munosabatlar. O'quv qo'llanma. – T.: "Complex Print", 2019. – 240 b.
5. Isadjanov A.A. Xalqaro mehmonxonalar tizimi. Darslik. – T.: "Complex Print", 2021. – 224 b.
6. Norchaev A.N., Rabbimov E.T. Ekologik turizm. O'quv qo'llanma. – T.: TDIU, 2010. – 152 b.
7. Tuxliev N., Gulyamova G.P., Valiev B.B. Turizmda menejmentning zamonaviy usullari. O'quv qo'llanma. – T.: "Lesson Press" MChJ, 2023. – 216 b.
8. Tuxliyev N., Jiyanov U. Turizm iqtisodiyoti va menejmenti. Darslik. – T.: «Ilm-Ziyo-Zakovat» nashriyoti, 2021. – 234 b.
9. Xaitboyev R. Ekoturizm asoslari. O'quv qo'llanma. – T.: "Barkamol fayz media", 2018. – 248 b.
10. Xudoyarov A. O'zbekistonda ziyorat turizmini rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlari. – T.: "Complex Print", 2021. – 376 b.
11. <https://www.unwto.org>.
12. <https://www.uzbektourism.uz>
13. <https://www.stat.uz>

O‘ZBEKISTONDA RAQAMLI TURIZM INFRATUZILMASINI RIVOJLANTIRISH

Annotatsiya. Ushbu maqolada O‘zbekiston Respublikasida raqamli texnologiyalarni turizm infratuzilmasiga joriy etishning dolzarbligi, imkoniyatlari va istiqbollari tahlil qilinadi. Maqolada turizm infratuzilmasining mazmuni, tarkibi, funksiyalari, raqamli texnologiyalarni joriy etishning zarurligi, ahamiyati, amaliyoti, huquqiy asoslari, jarayonlari, investitsion imkoniyatlari va muammolari tahlil qilingan hamda mazkur muammolarni hal etishga doir taklif va tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Kalit so‘zlar: Turizm, raqamli texnologiyalar, turizm infratuzilmasi, onlayn bronlash, sun‘iy intellekt, raqamli marketing, investitsiya, mehmonxona.

Abstract. This article analyzes the relevance, opportunities and prospects of introducing digital technologies into the tourism infrastructure in the Republic of Uzbekistan. The article analyzes the content, structure, functions of tourism infrastructure, the need, importance, practice, legal framework, processes, investment opportunities and problems of introducing digital technologies, and develops proposals and recommendations for solving these problems.

Keywords: Tourism, digital technologies, tourism infrastructure, online booking, artificial intelligence, digital marketing, investment, hotel.

XXI asrda raqamli texnologiyalarning tez rivojlanishi barcha iqtisodiy sohalar, shu jumladan turizmni ham qayta shakllantirmoqda. Turizmni raqamlashtirish – bu nafaqat zamonaviy texnologiyalarni joriy etish, balki turistik sanoaning barcha qatlamlarida samaradorlik, qulaylik va iste’molchilarga moslashuvchanlikni oshirish yo‘lidir. O‘zbekiston, o‘zining boy tarixiy-madaniy merosi, manzaralari va milliy an‘analari bilan dunyo turizm xaritasida muhim o‘rin tutmoqda. Shu bilan birga, jahon tendensiyalariga mos kelish va raqamli turizmning yangi imkoniyatlaridan to‘la foydalanish uchun infratuzilmani rivojlantirish ayniqsa zarurdir.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 27-iyuldagi “Turizm yo‘nalishidagi islohotlarni yanada jadallashtirish va sohada davlat boshqaruvi tizimini samarali tashkil qilish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PQ-238-sonli qarorida turizm sohasini raqamlashtirish va axborot texnologiyalarini rivojlantirish orqali xizmat ko‘rsatish jarayonlarini soddalashtirish, korrupsion omillarni bartaraf etish va shaffoflikni ta‘minlashga alohida e’tibor qaratilgan. Mazkur qaror asosida quyidagi asosiy yo‘nalishlar belgilangan:

Turistik xizmatlarni raqamlashtirish

Sertifikatlashtirish va tasniflash: Turistik xizmatlarni sertifikatlashtirish va turistik industriya obyektlarini tasniflash jarayonlari to‘liq raqamlashtiriladi. Bu orqali xizmatlar sifati oshiriladi va nazorat mexanizmlari kuchaytiriladi.

QR-kod orqali baholash: Joylashtirish vositalarini (mehmonxonalar, mehmon uylari va boshqalar) turistlar tomonidan QR-kod orqali baholash tizimi joriy etiladi.

Bu tizim xizmatlar sifati haqida real vaqtda fikr-mulohazalarni olish imkonini beradi.

Internet tarmog'ida turistik salohiyatni targ'ib qilish

Xorijiy tillarda ma'lumotlar: Internet tarmog'ida mamlakatimizning turistik salohiyatini namoyish qiluvchi ma'lumotlarni xorijiy tillarda keskin ko'paytirish choralari ko'riladi. Bu orqali O'zbekistonning turistik imkoniyatlari xalqaro miqyosda keng targ'ib qilinadi.

Rag'batlantirish: Internet tarmog'ida targ'ibot materiallarini ko'paytirgan shaxslar va tashkilotlar rag'batlantiriladi. Bu chora-tadbirlar orqali turizm sohasida faoliyat yuritayotgan subyektlarning motivatsiyasi oshiriladi.

Turistik xizmatlar infratuzilmasini rivojlantirish

Turistik klasterlar: "Turoperator – mehmonxona – transport – savdo va xizmat ko'rsatish" kompleks xizmatlarini ko'rsatuvchi turistik klasterlar faoliyati yo'lga qo'yiladi. Bu klasterlar orqali turistlarga yagona va sifatli xizmatlar majmuasi taqdim etiladi.

Yangi mehmonxonalar qurilishi: Yangi mehmonxonalar qurilishi va mavjudlarini rekonstruksiya qilish uchun investorlar xarajatlarining bir qismi qoplanadi. Bu orqali turizm infratuzilmasi yanada rivojlantiriladi.

Turizm sohasida kadrlar tayyorlash

Malaka oshirish markazlari: Turizm sohasida kadrlarni qayta tayyorlash va malaka oshirish markazlari tashkil etiladi. Bu markazlar orqali soha mutaxassislarining bilim va ko'nikmalari yangilanadi.

Xalqaro ta'lim dasturlari: Xalqaro miqyosda tan olingan ta'lim dasturlari asosida turizm va mehmonxona xo'jaligi sohalarida kadrlar tayyorlash tizimi yo'lga qo'yiladi. Bu orqali sohada yuqori malakali mutaxassislar yetishtiriladi.

Ushbu chora-tadbirlar O'zbekistonning turizm sohasini zamonaviy axborot texnologiyalari asosida rivojlantirish, xizmatlar sifatini oshirish va xalqaro maydonda raqobatbardoshligini ta'minlashga xizmat qiladi.

Raqamli turizmning kelajakdagi o'sishi miqyosini aniqlash, shuningdek, infratuzilmani rivojlantirish bo'yicha amaliy chora-tadbirlarni ishlab chiqish, mamlakatning iqtisodiy va madaniy samaradorligini oshirishda xizmat qiladi. O'zbekistonning turistik sanoasini raqamlashtirish yo'lidagi muammolarni hal etish, nafaqat mamlakatdagi, balki xalqaro turizm bozoridagi o'rnini mustahkamlashga imkon beradi.

O'zbekistonda raqamli turizm infratuzilmasini rivojlantirish uchun quyidagi asosiy yo'nalishlarda ish olib borish zarur:

Raqamli platformalar va onlayn xizmatlarni joriy etish

Markazlashtirilgan onlayn bron qilish tizimlari: Sayyohlar uchun mehmonxonalar, transport va ekskursiyalarni bir joyda bron qilish imkonini beruvchi platformalar yaratish. Bu sayohatni rejalashtirishni osonlashtiradi va xizmatlar sifati oshishiga yordam beradi.

Mobil ilovalar: Xaritalar, marshrutlar, diqqatga sazovor joylar, madaniy tadbirlar va ovqatlanish joylari haqida ma'lumot beruvchi ilovalarni ishlab chiqish. Bu sayyohlarning mamlakat bo'ylab samarali harakatlanishiga yordam beradi.

Innovatsion texnologiyalarni tatbiq etish

Virtual va kengaytirilgan reallik (VR/AR): Samarqand, Buxoro kabi tarixiy

obidalarda VR/AR texnologiyalarini qo'llab, sayyohlarga interaktiv tajriba taqdim etish. Bu texnologiyalar madaniy merosni saqlash va targ'ib qilishda muhim rol o'ynaydi.

Smart-texnologiyalar: Yagona chipta tizimi, elektron ro'yxatdan o'tish, audiogidlar, 3D-modellar va mobil ilovalar orqali tarixiy obidalar haqida batafsil ma'lumot taqdim etish.

Axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini rivojlantirish.

Wi-Fi tarmoqlari: Sayyohlik maskanlarida bepul va tezkor internet xizmatlarini taqdim etish. Bu sayyohlarning onlayn xizmatlardan foydalanishini osonlashtiradi.

Elektron davlat xizmatlari: Elektron viza tizimi, onlayn chiptalar va boshqa raqamli xizmatlarni kengaytirish orqali sayyohlar uchun qulayliklar yaratish.

To'siqsiz turizm infratuzilmasini rivojlantirish

Nogironligi bo'lgan shaxslar uchun sharoitlar yaratish: Madaniy meros ob'ektlari, jamoat transporti va mehmonxonalarda panduslar, liftlar va boshqa qulayliklarni o'rnatish. Bu barcha sayyohlar uchun teng imkoniyatlar yaratadi.

Axborot-kommunikatsiya texnologiyalari orqali xizmatlar sifati: Nogironligi bo'lgan shaxslar uchun maxsus mobil ilovalar va boshqa texnologik yechimlar orqali xizmatlar sifatini oshirish.

Kadrlar tayyorlash va malaka oshirish

Malakali kadrlar tayyorlash: Turizm sohasida ishlaydigan xodimlar uchun maxsus o'quv dasturlari va treninglar tashkil etish. Bu xizmatlar sifatini oshirishga yordam beradi.

Xalqaro tajriba almashinuvi: Xodimlar uchun xalqaro tajriba almashinuvi dasturlarini tashkil etish orqali ularning malakasini oshirish.

Marketing va targ'ibot ishlarini kuchaytirish

Ijtimoiy media marketing: O'zbekistonning noyob merosi, oshxonasi va landshaftlarini namoyish qiluvchi kuchli ijtimoiy media mavjudligini rivojlantirish. Bu ko'proq tashrif buyuruvchilarni jalb qilishi mumkin.

Xalqaro ko'rgazmalar va yarmarkalarda ishtirok etish: O'zbekistonning turizm salohiyatini targ'ib qilish uchun xalqaro tadbirlarda faol ishtirok etish.

Umuman olganda, raqamli turizm infratuzilmasini rivojlantirish O'zbekistonning turizm salohiyatini oshirish, iqtisodiy o'sishni ta'minlash va xalqaro maydonda raqobatbardoshligini kuchaytirishga xizmat qiladi.

O'zbekiston raqamli turizm infratuzilmasini rivojlantirishda xalqaro tajribalarni o'rganish orqali samarali strategiyalarni ishlab chiqishi mumkin. Quyida turli mamlakatlardagi ilg'or amaliyotlar keltirilgan:

Singapur: Virtual Singapore. Singapur hukumati "Virtual Singapore" loyihasini amalga oshirdi. Bu loyiha shaharni to'liq 3D raqamli modelda aks ettiradi, real vaqt rejimida ma'lumotlar bilan boyitilgan. Ushbu platforma shaharsozlik, transport rejalashtirish, ekologik monitoring va turizmni rivojlantirishda qo'llaniladi. Sayyohlar uchun interaktiv xaritalar va virtual sayohatlar imkonini yaratadi.

Janubiy Koreya: Gyeongju shahrining aqlli turizm infratuzilmasi. Gyeongju shahri aqlli turizm infratuzilmasini rivojlantirishda yetakchi hisoblanadi. Shahar ommaviy Wi-Fi tarmoqlari, mobil ilovalar va raqamli axborot tizimlarini joriy etgan. Bu sayyohlar uchun qulayliklar yaratish bilan birga, transport, xavfsizlik va

ekologiya sohalarida ham samaradorlikni oshiradi.

Germaniya: Turizm uchun ochiq ma'lumotlar platformasi. Germaniya "German Knowledge Graph" (GKG) loyahasini ishga tushirdi. Bu ochiq ma'lumotlar platformasi turizm sohasidagi turli xizmatlar, joylar, tadbirlar va boshqa axborotlarni birlashtiradi. Bu sayyohlar va xizmat ko'rsatuvchilar uchun qulayliklar yaratadi.

Xulosa o'rnida, O'zbekistonda raqamli turizm infratuzilmasini rivojlantirish – bu nafaqat texnologiyalarni joriy etish, balki turistik sohaning barcha qatlamlarida samaradorlik, raqobatbardoshlik va iste'molchilar uchun qulaylikni ta'minlash yo'lidir.

O'zbekistonda raqamli turizm infratuzilmasini rivojlantirish uchun quyidagi takliflarni ilgari surish mumkin:

– *birinchidan*, infratuzilmani takomillashtirish. "Smart-shaharlar" konsepsiyasini joriy etish, ayniqsa, Samarqand, Buxoro, Xiva kabi asosiy turistik markazlarda raqamli texnologiyalarni keng joriy etish.

– *ikkinchidan*, texnologik innovatsiyalarni qo'llash. VR/AR texnologiyalaridan foydalanib, O'zbekistonning tarixiy obidalarini va muzeylarini virtual tarzda ko'rsatish. SI asosida shaxsiyatlashtirilgan turistik xizmatlarni takomillashtirish (masalan, chat-botlar orqali gidlik qilish).

– *uchinchidan*, davlat va xususiy sektor xamkorligini kuchlantirish. Raqamli turizm loyihalarini qo'llab-quvvatlash uchun maxsus investorlik va ijobiy iqtisodiy shart-sharoitlarni yaratish. Xalqaro tur operatorlari va texnologik kompaniyalar bilan hamkorlikni rivojlantirish.

– *to'rtinchidan*, kadrlar tayyorgarligi va ma'lumotlar xavfsizligi. Turizm va IT sohasida integratsiyalangan maxsus kurslarni tashkil etish. Turistik tashkilotlar uchun kiberxavfsizlik bo'yicha ma'lumotlarni kengaytirish va xavfsizlik tizimlarini yaratish.

– *beshinchidan*, marketing va brendingni raqamlashtirish. O'zbekistonning turistik brendini raqamli platformalar (Google Travel, TripAdvisor kabi) orqali jahon bozoriga joriy etish. Sog'lom media va blogerlar orqali O'zbekistonning turistik imkoniyatlarini targ'ib qilish.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Turizm yo'nalishidagi islohotlarni yanada jadallashtirish va sohada davlat boshqaruvi tizimini samarali tashkil qilish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PQ-238-sonli qarori. 2023-yil 27-iyul.

2. Ashurova, M.O. (2024). *Turizm infratuzilmasini rivojlantirish: Turizm sohasida zamonaviy infratuzilmani yaratish va bu infratuzilmaning mahalliy iqtisodiyotga ta'siri*. IMRAS, 7(9), 177–180.

3. Xurramov, O. (2024). *Raqamli turizmdagi asosiy texnologik yechimlar va xizmatlar*. Ilmiy Nashrlar Markazi (buxdu.uz), 56(56). Buxdu Journal.

4. Jafarova, H.X. (2024, November 19). *Mintaqa turizmini raqamli texnologiyalar orqali rivojlantirishda xorij tajribalaridan foydalanish*. Zenodo.

5. Rahmonov, T., & Hamdamov, A. (2024). *Raqamli iqtisodiyotning turizm sohasi rivojlanishiga ta'siri*. Raqamli iqtisodiyot va axborot texnologiyalari, 1(1).

6. Turopova, N., & Rahimova, F. (2024). *Turizm va iqtisodiyot: Raqamli transformatsiya sharoitida o'zaro aloqadorlik va rivojlanish istiqbollari*. Journal of

Universal Science Research, 2(11).

7. Abdulxakimov, Z.T. (2024). Raqamli iqtisodiyot sharoitida turizm industriyasining rivojlanishi va istiqboli. Yashil iqtisodiyot va taraqqiyot, 1(10).

8. Todjimamatova, M., Berdiyeva, A., & Egamberdiyeva, O. (2024, July 31). Turizm industriyasini rivojlantirishda raqamli texnologiyalarning ta'siri. Zenodo.

9. Sharipova, S. (2022). Turizm sohasini rivojlantirishda raqamli iqtisodiyotning ta'siri. Arxiv ilmiy tadqiqotlar, 2(1).

Muxriddin HOMIDOV,
O'zbekiston xalqaro islomshunosilik akademiyasi katta o'qituvchisi, PhD
Gulxumor XAKIMOVA,
O'zbekiston xalqaro islomshunosilik akademiyasi magistranti

TURISTIK RESURLARNI XALQARO BOZORGA OLIB CHIQISH UCHUN MARKETING STRATEGIYASIDA RAQAMLI TEXNALOGIYALARDAN FOYDALANISH USULLARI

Annotatsiya. Ushbu maqolada turistik resurslarni xalqaro bozorga olib chiqishda marketing strategiyasida raqamli texnologiyalardan foydalanish usullari tahlil qilinadi. Raqamli marketing vositalari, jumladan, ijtimoiy tarmoqlar, veb-saytlar, mobil ilovalar va onlayn reklama, turizm sohasida brend yaratish hamda mijozlarni jalb etish uchun samarali vosita sifatida ko'rib chiqiladi. Maqolada raqamli texnologiyalar yordamida bozorni o'rganish, mijozlar segmentatsiyasi va shaxsiylashtirilgan marketing kampaniyalarining ahamiyati yoritiladi. Shuningdek, xalqaro bozorda raqobatbardoshlikni oshirish uchun innovatsion raqamli strategiyalarni ishlab chiqish tavsiya etiladi.

Kalit so'zlar: turistik resurslar, xalqaro bozor, raqamli texnologiyalar, marketing strategiyasi, raqamli marketing, ijtimoiy tarmoqlar, onlayn reklama, brend yaratish, mijoz segmentatsiyasi, shaxsiylashtirilgan marketing, innovatsion strategiyalar, turizm bozorini o'rganish.

Аннотация. В данной статье анализируются методы использования цифровых технологий в маркетинговой стратегии для вывода туристических ресурсов на международный рынок. Цифровые маркетинговые инструменты, включая социальные сети, веб-сайты, мобильные приложения и онлайн-рекламу, рассматриваются как эффективные средства для создания бренда и привлечения клиентов в сфере туризма. В статье освещается важность изучения рынка, сегментации клиентов и персонализированных маркетинговых кампаний с использованием цифровых технологий. Также даются рекомендации по разработке инновационных цифровых стратегий для повышения конкурентоспособности на международном рынке.

Ключевые слова: туристические ресурсы, международный рынок, цифровые технологии, маркетинговая стратегия, цифровой маркетинг, социальные сети, онлайн-реклама, создание бренда, сегментация клиентов, персонализированный маркетинг, инновационные стратегии, изучение

туристического рынка.

Abstract. This article analyzes the methods of using digital technologies in marketing strategies to introduce tourist resources to the international market. Digital marketing tools, including social media, websites, mobile applications, and online advertising, are considered effective means for brand creation and attracting customers in the tourism sector. The article highlights the importance of market research, customer segmentation, and personalized marketing campaigns using digital technologies. Additionally, it recommends developing innovative digital strategies to enhance competitiveness in the international market.

Key words: tourist resources, international market, digital technologies, marketing strategy, digital marketing, social media, online advertising, brand creation, customer segmentation, personalized marketing, innovative strategies, tourism market research.

Jahonda barqaror iqtisodiy o'sish, adolatli ijtimoiy taraqqiyot va atrof-muhit muhofazasi masalalariga yakdil yondashuvni ta'minlash maqsadida Birlashgan Millatlar Tashkiloti tomonidan «Barqaror rivojlanish maqsadlari» rezolyutsiyasi qabul qilindi. Ushbu tarixiy hujjatda turizm iqtisodiy o'sish, yangi ish o'rinlarini yaratish, barqaror iste'mol va ishlab chiqarishni ta'minlash dastaklaridan biri sifatida bevosita qayd etilgan. Haqiqatan, bugungi kunda jahon yalpi ichki mahsulotining qariyb 11 foizi, ish bilan bandlikning 10 foizi, jami eksportning 7 foizi, xizmatlar eksportining esa 30 foizi turizm sohasi hissasiga to'g'ri kelishi uningyuqori ijtimoiy-iqtisodiy ahamiyatini tasdiqlaydi.⁵⁹

O'zbekiston Respublikasi turizmni rivojlantirish davlat qo'mitasiga esa chuqur makroiqtisodiy tahlillar va strategik tasavvurlarga asoslangan turizm siyosatini ishlab chiqish vazifasi yuklandi.⁶⁰

Jahon amaliyotida turizm va ta'lim xizmatlari bozorining yetakchi ishtirokchilari hisoblangan oliy ta'lim muassasalarining mamlakat taraqqiyoti va jamiyat ravnaqiga xizmat qilishini samarali boshqarishda bir qator muammolarning ilmiy yechimlarini ta'minlash yuzasidan maqsadli ilmiy-tadqiqot ishlari tashkil etilgan. Zamonaviy industrial dunyoga qo'shilishga intilish jadal o'zgarib borayotgan mehnat bozori ehtiyojlariga tez moslashishga qodir raqobatbardosh kadrlarni yetishtirish, o'z navbatida, oliy ta'lim tizimiga innovatsiyalarni kiritishni talab qilmoqda.

Sayyohlik tajribasini oshirishda yangi texnologiyalar tobora muhim rol o'ynamoqda va ko'plab turizm sohalari sayyohlar uchun sayohat tajribasini yaxshilash uchun texnologiyalardan foydalanmoqda. Bunday texnologiyalarga virtual va kengaytirilgan haqiqat, robototexnika va sun'iy intellekt (AI) va elektron to'lov tizimlari kiradi. Virtual sayohat sayohat qilishdan oldin fotosuratlar va videolar orqali turistik diqqatga sazovor joylar bilan tanishish imkonini beradi. Kengaytirilgan haqiqat sayyohlarni atrofda makon va narsalar to'g'risida xabardor qilish uchun

⁵⁹ UNWTO. Tourism Highlights: 2022 Edition, p. 3 // <http://www.unwto.org>.

⁶⁰ O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2016 yil 2 dekabrda PF-4861-sonli «O'zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta'minlash chora-tadbirlari to'g'risida»gi Farmoni (O'zbekiston Respublikasi qonun hujjatlari to'plami, 2016 y., 49-son, 558-modda, 2017 y., 1-son, 3-modda)

ham ishlatilishi mumkin.

Blockchain texnologiyasi tranzaksiyalarda shaffoflikni yaratish, firibgarlik va ma'lumotlardan noto'g'ri foydalanishning oldini olish, tranzaksiyalar sifati va tezligini oshirish va tranzaksiya xarajatlarini kamaytirish orqali turizm sanoatini yaxshilashi mumkin. Bundan tashqari, turizm sohasi sun'iy intellekt, kengaytirilgan reallik, IoT, elektron to'lov tizimlari va ma'lumotlarni tahlil qilish, samaradorlik va samaradorlikni oshirish va sayyohlik tajribasini kengaytirish orqali raqamli texnologiyalardan foydalangan holda turizm tizimini yaxshilashi mumkin. Ushbu texnologiyalar to'proq sayyohlar uchun jozibali va interaktiv tajribalarni taqdim etish, turizm tizimini rejalashtirishni takomillashtirish va sayyohlarni jalb qilishning eng yaxshi strategiyalarini ishlab chiqish imkonini beradi.

Xususan, elektron hukumat tizimini takomillashtirish, dasturiy mahsulotlar va axborot texnologiyalarining mahalliy bozorini yanada rivojlantirish, respublikaning barcha hududlarida IT-parklarni tashkil etish, shuningdek, sohani malakali kadrlar bilan ta'minlashga qaratilgan 220 dan ortiq ustuvor loyihalarni amalga oshirish boshlandi⁶¹.

Ilmiy tadqiqot davomida regression va korrelyatsion tahlil qilish, guruhlashtirish, o'zaro va qiyosiy taqqoslash usullaridan samarali foydalanildi.

Ushbu tahlil ishida O'zbekistonda turizmni rivojlanishiga ta'sir etuvchi omillarning ekonometrik tahlili amalga oshirilib, axborot bazasi sifatida 2016-2023 yillarda yillik ko'rsatkichlar (vaqtli qatorlar) www.stat.uz saytidagi ma'lumot olingan. Mustaqil had va o'zgaruvchilarni qo'yidagi belgilanish asosida olindi:

Ekonometrik tahlilni amalga oshirish jarayonida ma'lumotlar sifatida 2020 va 2021 yillarga oid ko'rsatkichlar tahlildan istisno qilindi. Bunga asosiy sabab – mazkur yillarda dunyo miqyosida kuzatilgan COVID-19 pandemiyasi tufayli turizm sohasining keskin pasayishi va noodatiy inqiroz holatidir. Jahon sog'liqni saqlash tashkiloti tomonidan global pandemiya deb e'lon qilingan bu davrda xalqaro va ichki sayohatlar deyarli to'xtab qolgan, mehmonxonalarning faoliyati cheklangan va sayyohlar soni tarixiy minimum darajaga tushib ketgan.

Natijada, ushbu yillardagi statistik ko'rsatkichlar odatdagi iqtisodiy sharoitlardan keskin farq qilgan va anomal holat sifatida qaraladi. Shuning uchun bu davr ma'lumotlarini tahlilga qo'shish, umumiy tendensiyalarni noto'g'ri aks ettirish xavfini tug'diradi va regressiya modeli natijalarining ishonchliligiga salbiy ta'sir ko'rsatishi mumkin. Shu boisdan, tahlilning aniqligi va iqtisodiy real holatni to'g'ri aks ettirishini ta'minlash maqsadida 2020–2021 yillarning statistik ma'lumotlari bazaviy davr sifatida qamrab olinmadi.

Ekonometrik tahlil olib borish uchun quyidagi iqtisodiy omillar Xorijiy turistlar soni (ming nafar) (*Intour*), Dam olish obyektlari soni (*Dobs*), Jamoaviy joylashtirish vositalari obyektlari soni (*Jvos*), Sanatoriya-kurort muassasalari va dam olish tashkilotlari obyektlari soni (*Stos*) va Mehmonxona va shunga o'xshash joylashtirish vositalari obyektlari soni (*Mjos*) tanlab olindi.

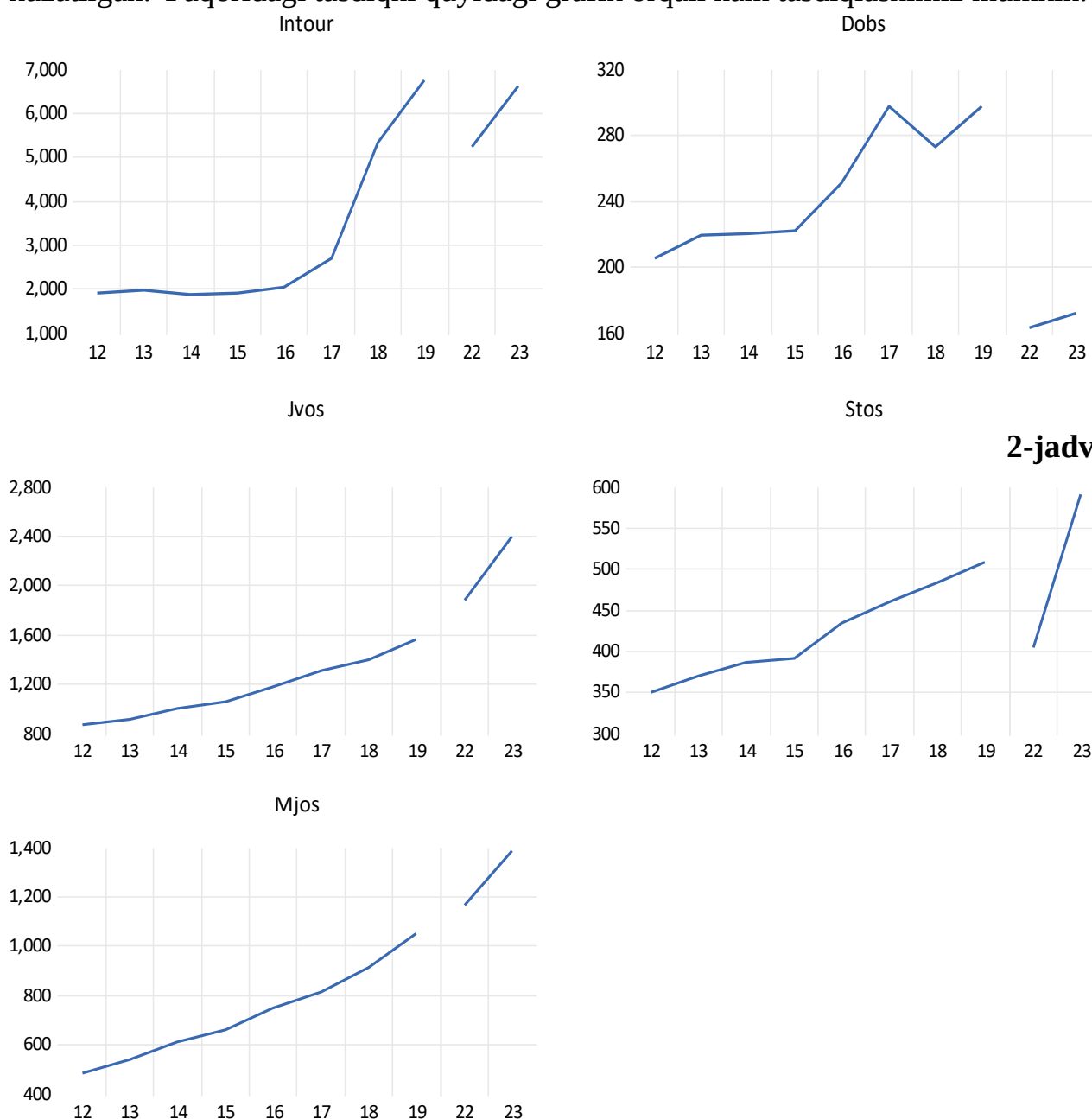
⁶¹ Raqamli O'zbekiston – 2030" strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora-tadbirlari to'g'risida/ <https://lex.uz/docs/-5030957/> “

1-jadval

Yillar kesimida Xalqaro turistlar va unga ta'sir etuvchi omillar

yillar	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2022	2023
Intour	1895	1968,6	1862	1917,7	2027	2690	5346,3	6748,5	5232,8	6626,3
Dobs	205	219	220	222	251	298	273	298	163	172
Jvos	872	914	1000	1053	1184	1307	1400	1560	1877	2396
Stos	351	370	387	392	434	460	484	509	405	591
Mjos	483	541	613	661	750	816	916	1051	1167	1387

2012-2023-yillar oralig'ida tashrif buyurayotgan xalqaro turistlar soni deyarli o'sganligini yuqoridagi jadvaldan ham ko'rishimiz mumkin. Faqat 2019-yil boshlangan Covid-19 pandemiya ta'sirida 2020-2021 yillarda keskin kamayish holati kuzatilgan. Yuqoridagi tasdiqni quyidagi grafik orqali ham tasdiqlashimiz mumkin:



2-jadval

Statistik ma'lumotlar 2020-2021 yillarni qamrab olmaganligi uchun grafikda

uzilish kuzatilyapti.

Quyidagi jadvalda yuqorida tanlab olgan iqtisodiy omillarning umumiy statistik tahlili keltirilgan.

3-jadval

	INTOUR	DOBS	JVOS	STOS	MJOS
Mean	3631.420	232.1000	1356.300	438.3000	838.5000
Median	2358.500	221.0000	1245.500	419.5000	783.0000
Maximum	6748.500	298.0000	2396.000	591.0000	1387.000
Minimum	1862.000	163.0000	872.0000	351.0000	483.0000
Std. Dev.	2094.940	47.44225	480.3635	73.83473	291.6445
Skewness	0.521359	0.082896	1.051479	0.804366	0.573681
Kurtosis	1.491202	1.878725	3.159144	2.766023	2.247046
Jarque-Bera	1.401556	0.535311	1.853232	1.101152	0.784742
Probability	0.496199	0.765171	0.395891	0.576618	0.675454
Sum	36314.20	2321.000	13563.00	4383.000	8385.000
Sum Sq. Dev.	39498969	20256.90	2076742.	49064.10	765508.5
Observations	10	10	10	10	10

Jadvalga asosan 2012-20230yillar oralig'idagi turistlarning o'rtacha tashrifi (Kovid davrini hisobga olmaganda) 3631420 nafar ekanligini ko'rishimiz mumkin.

Tadqiqotning keyingi bosqichida korrelyatsiya matritsasini evIEWS 12 dasturi yordamida topamiz:

4-jadval

	INTOUR	DOBS	JVOS	STOS	MJOS
INTOUR	1	0.00011389...	0.85094303...	0.80775464...	0.89881010...
DOBS	0.00011389...	1	-0.3094370...	0.16969186...	-0.1894658...
JVOS	0.85094303...	-0.3094370...	1	0.82172890...	0.98527365...
STOS	0.80775464...	0.16969186...	0.82172890...	1	0.83805118...
MJOS	0.89881010...	-0.1894658...	0.98527365...	0.83805118...	1

Yuqorida hosil bo'lgan jadvalga korrelyatsion matritsa deyiladi. Ushbu matritsaga asosan Intour xalqaro turistlar soniga eng katta ta'sir qilayotgan omil Mjos Mehmonxona va shunga o'xshash joylashtirish vositalari obyektlari soni ekanligini ko'rishimiz mumkin. Bundan tashqari, Dobs Dam olish tashkilotlari va turistik bazalari obyektlari soni deyarli ta'sir qilmaydi. Shu bilan birga Mjos Mehmonxona va shunga o'xshash joylashtirish vositalari obyektlari soni qolgan Jvos va Stos bilan kuchli bog'langan va bu multikolleniarlik muammosi mavjud ekanligini tasdiqlaydi. Shu sababli biz Intour xalqaro turistlar soni va Mjos Mehmonxona va shunga o'xshash joylashtirish vositalari obyektlari soni omillari orqali quyidagi ko'rsatkichli regressiya modelini quramiz:

$$Intour_t = e^{\beta \cdot Mjos_t + \alpha + \varepsilon_t} \quad (2.3.1)$$

Regressiya modelini parametrlarini baholash uchun dastlab, (2.3.1) tenglikning har ikki tomonini logarifmlaymiz:

$$\text{LogIntour}_t = \alpha + \beta \cdot Mjos_t + \varepsilon_t \quad (2.3.2)$$

Bu yerda ε_t modelning tasodifiy qismi.

EvIEWS 12 dasturi yordamida eng kichik kvadrat usuli bilan regressiya parametrlarini baholaymiz :

5-jadval

Dependent Variable: LOGINTOUR
Method: Least Squares
Date: 04/26/25 Time: 13:35
Sample: 2012 2023
Included observations: 10

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
MJOS	0.001760	0.000292	6.035129	0.0003
C	6.573766	0.257486	25.53053	0.0000
R-squared	0.819912	Mean dependent var		8.049469
Adjusted R-squared	0.797401	S.D. dependent var		0.566847
S.E. of regression	0.255143	Akaike info criterion		0.282874
Sum squared resid	0.520785	Schwarz criterion		0.343391
Log likelihood	0.585629	Hannan-Quinn criter.		0.216487
F-statistic	36.42279	Durbin-Watson stat		1.099377
Prob(F-statistic)	0.000311			

Jadvalga ko'ra : Regressiya modeli quyidagi ko'rinishda berilgan:

$$\text{Logintour}_t = 6.5738 + 0.00176 \cdot \text{Mjos}_t + \varepsilon_t \quad (2.3.3)$$

Tenglikni ikki tomonini e darajaga oshirib modelni quyidagicha yozib olamiz:

$$\text{Intour}_t = 716.06 \cdot 1.00176^{\text{Mjos}_t + \varepsilon_t} \quad (2.3.4)$$

Demak, Xalqaro turistlar soni Intour va Mehmonxona va shunga o'xshash joylashtirish vositalari obyektlari soni Mjos orasida ko'rsatkichli omil mavjud ekanligi aniqlandi. Yuqoridagi modelga asosan Mjos ning bir birlikka oshishi Intourning deyarli 718000 ga ko'payishiga olib keladi. EvIEWS 12 dasturi yordamida hosil qilingan model statistic jihatdan ahamiyatli bo'lib Buni determinatsiya koeffitsiyenti $R^2 = 0.82$ ekanligidan tasdiqlashimiz mumkin. Bundan tashqari Fisherning F –statistikasining qiymati 36.4 ga teng bu degani model yetarlicha sifatli buni F –statistikasining P –qiymati orqali tasdiqlashimiz mumkin. Bu yerda, P –qiymat 0.0003 bo'lganligi uchun model sifatli ekanligi tasdiqlandi. Styudentning t –statistikasi yordamida modeldagi parametrlarni ishonchli ekanligi ko'rishimiz mumkin va bu tasdiqni t –statistikaning ehtimolligi orqali tasdiqlasak bo'ladi. Chunki, bu ehtimolliklarni qiymatlari mos ravishda 0.0003 0.0000 bo'lganligi uchun parametrlar ishonchli ekanligi tasdiqlandi. Durbin-Vatson soni $d = 1.1$ bu degani kritik sohalardan tashqarida yotadi. Demak qoldiqda avtokorrelyatsiya muammosi mavjud emas.

6-jadval

Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey
Null hypothesis: Homoskedasticity

F-statistic	0.889869	Prob. F(1,8)	0.3731
Obs*R-squared	1.000992	Prob. Chi-Square(1)	0.3171
Scaled explained SS	0.377704	Prob. Chi-Square(1)	0.5388

Heteroskedastiklikka Test Natijalarining Tahlili. Modeldagi qoldiq

(residual) dispersiyalarining o'zgarmasligini tekshirish maqsadida Breusch–Pagan–Godfrey testi qo'llanildi. Ushbu testning asosiy g'oyasi quyidagicha:

Nol gipoteza (H_0): Modelda **homoskedastiklik** mavjud, ya'ni xatoliklar dispersiyasi doimiy.

Muqobil gipoteza (H_1): Modelda **heteroskedastiklik** mavjud, ya'ni xatoliklar dispersiyasi o'zgaruvchi.

Test natijalariga ko'ra quyidagi statistik ko'rsatkichlar qayd etildi:

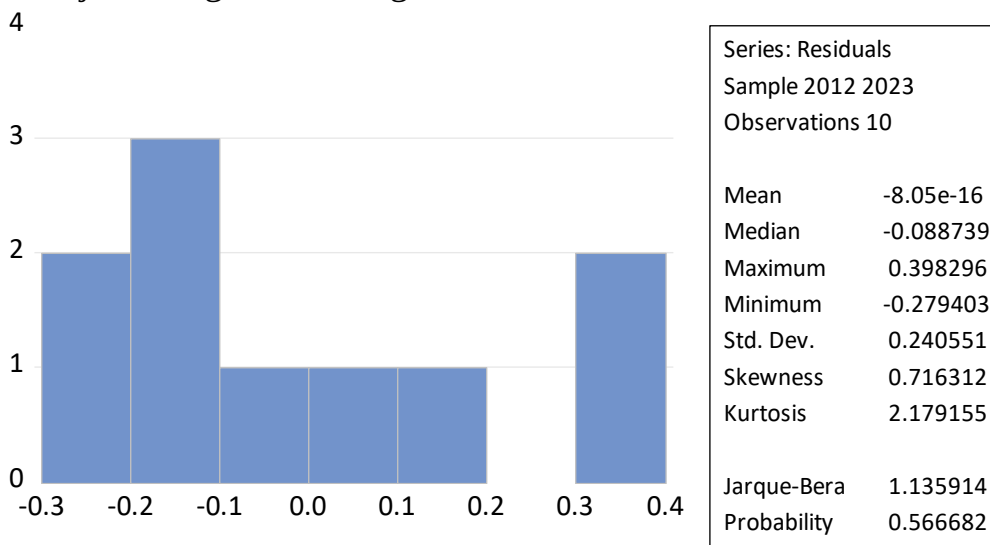
F-statistik = 0.8899, **p-qiymat** = 0.3731

Obs*R² = 1.001, **p-qiymat** = 0.3171

Scaled Explained SS = 0.3777, **p-qiymat** = 0.5388

Barcha p-qiymatlar 0.05 (yoki 5%) darajadan ancha katta bo'lgani sababli, statistik jihatdan nol gipotezani rad etish uchun asos yo'q. Shunday qilib, mavjud ma'lumotlar asosida regressiya modelida heteroskedastiklik mavjudligi haqida xulosa chiqarib bo'lmaydi.

O'tkazilgan Breusch–Pagan–Godfrey test natijalari asosida modelda qoldiqlarning dispersiyasi bir xilda (ya'ni, homoskedastik) ekanligi aniqlanib, heteroskedastiklik mavjudligi statistik jihatdan ishonchli darajada tasdiqlanmadi ($p > 0.05$). Demak, modelning qoldiqlari doirasida dispersiya o'zgarmas bo'lib, bu regressiya natijalarining ishonchliligini oshiradi.



1-rasm. Qoldiqlarning normal taqsimoti testi

Regressiya modelining statistik ishonchliligi va adekvatligini tekshirishda qoldiqlarni (residuals) tahlil qilish muhim ahamiyatga ega. Qoldiqlar – bu kuzatilgan va model yordamida hisoblangan qiymatlar orasidagi farq bo'lib, ularning xatti-harakati modelning to'g'riligini aniqlashda asosiy omillardan biridir. Quyida tahlil natijalariga asoslangan holda model sifatiga ilmiy asoslangan baho beriladi. Yuqoridagi statistik ko'rsatkichlar va vizual tahlillar shuni ko'rsatadiki, regressiya modelida qoldiqlar deyarli normal taqsimotga ega, sistematik xatoliklar mavjud emas va taqsimot barqaror. Qoldiqlarning statistik normal shaklga yaqin taqsimlangani, ularning o'rtacha qiymati nolga yaqin bo'lishi hamda Jarque–Bera testi bo'yicha nol-gipotezaning rad etilmasligi ushbu model asosida olingan iqtisodiy xulosalarning ishonchliligini va barqarorligini tasdiqlaydi.

O'zbekiston ulkan turistik salohiyatga ega. Respublika nafaqat Markaziy

Osiyoda, balki butun dunyoda turizm markazlaridan biri hisoblanadi. O'zbekiston tarixning turli davrlariga mos noyob tarixiy va arxitektura ansambllariga ega. Qadimiy shaharlardagi arxitektura bilan zamonaviy milliy arxitektura yodgorliklari mujassamlashib o'ziga xos uyg'unlik kasb etadi. Qadimda Xitoyi Yevropa mamlakatlari bilan bog'lagan Buyuk Ipak yo'lida joylashgan O'zbekiston shaharlarida sayohat qilish turistlar uchun juda jozibadordir. Bular jumlasiga Buxoro, Samarqand, Xiva, Shahrisabz, Qo'qon va Termiz shaharlari kiradi. Mintaqa turizm sohasi salohiyati va undan foydalanishni davlat siyosati darajasiga ko'tarish istiqbolda hududlar va ularning infratuzilmasini kompleks jadal rivojlantirishda muhim ahamiyat kasb etadi. Mintaqa turizmi sohasining davlat iqtisodiyotida yetakchilik qilishi, dolzarb ijtimoiy-iqtisodiy vazifalarni yechish, ish o'rinlarini ko'paytirish, hududlar diversifikatsiyasi va rivojlanishini ta'minlash, aholining daromadlari, yashash darajasi va sifatini oshirish hamda mamlakatning investitsiyaviy jozibadorligi va imidjini yaxshilashda muhim ahamiyat kasb etadi. O'zbekiston Respublikasida mintaqaviy turizm sohasini rivojlantirishni maqsad qilar ekanmiz, buni amalga oshirishga mintaqaviy jihatdan yondashish maqsadga muvofiq deb uylaymiz. Bugungi kunda mintaqalarda turizmni rivojlantirish butun bir mamlakat turizm sohasining rivojlanishiga hissa qo'shishi nuqtai nazardan ko'rib chiqish - ilmiy yondashuvni talab etadi. Bunda turizm industriyasini rivojlanishidagi mintaqaviy jihatlar inobatga olinishi lozimligi, turizm bozorini rivojlantirishda mintaqaning alohida xususiyatlarini to'liq e'tiborga olish, soha taraqqiyotini shakllantirishda mintaqaviy siyosatni olib borishni masalalari, faoliyat olib borayotgan turistik firmalarni joylashtirish va ularning hududiy faoliyati natijalari monitoringini tashkil masalalari hozirgi kunda ilmiy va metodik ahamiyatga ega.⁶²

Xulosa qilib aytganda, turistik resurslarni xalqaro bozorga olib chiqishda marketing strategiyasida raqamli texnologiyalardan samarali foydalanish uchun quyidagi asosiy yo'nalishlarga e'tibor qaratish kerak:

- raqamli bozor tadqiqotlari uchun onlayn so'rovnomalar, veb-analitika va mijozlarning xatti-harakatlarini tahlil qiluvchi vositalar yordamida xalqaro bozorning talab va istaklarini aniqlash. Bu, marketing kampaniyalarini maqsadli auditoriyaga yo'naltirish imkonini beradi;

- ijtimoiy tarmoqlardan foydalanish usuli orqali Facebook, Instagram, TikTok va boshqa platformalarda brendni targ'ib qilish, vizual kontent yaratish va turli mamlakatlar auditoriyasi bilan bevosita muloqot o'rnatish. Bunda, lokalizatsiyaga e'tibor berish, ya'ni kontentni auditoriyaning tiliga va madaniyatiga moslashtirish muhimdir;

- mijozlarning ma'lumotlari asosida ularni segmentatsiyalash va har bir guruhga moslashtirilgan reklamalarni yaratish. Bu xaridorlar bilan yanada samarali aloqani ta'minlaydi;

- mobil texnologiyalarni rivojlantirish orqali sayt va ilovalarni mobil qurilmalarga moslashtirish, onlayn bron qilish tizimlarini joriy etish, chat-botlar yordamida mijozlarga tezkor xizmat ko'rsatish;

⁶² <https://cyberleninka.ru/article/n/mintaqada-turizm-sohasi-salohiyatidan-foydalanishning-afzalliklari/viewer>
/Atamurodov Ulug'bek Nizomqulovich, Toshkent davlat transport universiteti tayanch doktoranti mintaqada turizm sohasi salohiyatidan foydalanishning afzalliklari

- innovatsion texnologiyalarni joriy etish orqali sun'iy intellekt, katta ma'lumotlar tahlili, virtual va kengaytirilgan reallik kabi texnologiyalar yordamida mijozlarni yanada qiziqtiruvchi va interaktiv tajribalar yaratish.

Shu asosda, marketing strategiyasini ishlab chiqishda raqamli texnologiyalardan foydalanish turistik resurslarni samarali targ'ib qilish va xalqaro bozor segmentlarida raqobatbardosh bo'lish imkonini beradi.

**Kenjabay BEYSENOV, podpolkovnik,
O'zbekiston Respublikasi IIV Malaka oshirish instituti o'qituvchisi**

O'ZBEKISTON RESPUBLIKASIDA RAQAMLI TURIZMNI RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI

Annotatsiya. Mazkur maqolada O'zbekistonda raqamli turizmni rivojlantirishning ilmiy-nazariy asoslari, amaliy yo'nalishlari va konseptual yondashuvlari chuqur tahlil etilgan. Raqamli iqtisodiyot sharoitida turizm sohasida axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining jadal rivojlanishi, elektron xizmatlarning kengayishi hamda turistik infratuzilmaning raqamlashtirilishi masalalari ko'rib chiqilgan. Shuningdek, raqamli platformalar, mobil ilovalar, AR/VR texnologiyalar, sun'iy intellekt va katta ma'lumotlar (Big Data) asosida turizm xizmatlarini takomillashtirishning dolzarbligi asoslab berilgan. Shuningdek, O'zbekiston Respublikasida raqamli turizmni rivojlantirish istiqbollari bo'yicha ilmiy asoslangan taklif va tavsiyalar berilgan.

Tayanch so'zlar: axborot-kommunikatsiya texnologiyalari, turizm, raqamli iqtisodiyot, raqamli turizm, internet tarmoqlari, xavfsizlik kameralari, raqamli kuzatuv tizimlari.

Abstract. This article provides an in-depth analysis of the scientific and theoretical foundations, practical directions and conceptual approaches to the development of digital tourism in Uzbekistan. In the context of the digital economy, the issues of the rapid development of information and communication technologies in the tourism sector, the expansion of electronic services and the digitalization of tourism infrastructure are considered. The relevance of improving tourism services based on digital platforms, mobile applications, AR/VR technologies, artificial intelligence and big data (Big Data) is also substantiated. Scientifically based proposals and recommendations are also given on the prospects for the development of digital tourism in the Republic of Uzbekistan.

Keywords: information and communication technologies, tourism, digital economy, digital tourism, internet networks, security cameras, digital surveillance systems.

Mamlakatimizda zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini rivojlantirish, elektron davlat xizmatlarini ko'rsatishning yaxlit tizimini yaratish, davlat organlarining aholi bilan muloqot qilishining yangi mexanizmlarini joriy etish yuzasidan katta ishlar olib borilyapti. Iqtisodiy munosabatlar tizimiga

innovatsiyalarni joriy qilish bilan bir qatorda O'zbekistonda raqamli makonni shakllantirish hamda raqamli iqtisodiyotni iqtisodiy-ijtimoiy jihatdan ilmiy tadqiq etish zaruratini belgilab berdi. Qolaversa, bugungi kunda raqamli iqtisodiyotni joriy qilish va takomillashtirish masalalari har bir rivojlanib borayotgan davlatning ustuvor va muhim vazifasiga aylanib bormoqda. Respublikamiz Markaziy Osiyoning eng yirik turistik maskanlaridan biri sifatida iqtisodiyotning mazkur tarmog'ini rivojlantirishda katta potensialga ega hisoblanadi. Mamlakatimizda so'nggi 5 yilda turizm sohasidagi normativ-huquqiy bazaning yanada rivojlantirilishi, turistik infratuzilma rivoji, sayyohlik salohiyati targ'iboti, kadrlar salohiyatini kuchaytirishga katta e'tibor qaratildi. Bu kabi amalga oshirilayotgan turizm sohasidagi islohotlar albatta turistlar sonini oshirishga xizmat qiladi. Hozirgi bosqichda global turizm industriyasining rivojlanish tendensiyalaridan biri Internet texnologiyalarining rivojlanishi, boshqacha aytganda, turizmning zamonaviy rivojlanishi raqamli iqtisodiyotda kechmoqda. Ya'ni raqamlashtirish jarayoni juda ko'plab sohalar kabi turizm industriyasini ham chetlab o'tmadi. Potensial sayyohlar tomonidan veb-resurslardan keng foydalanish raqamli turizm paydo bo'lishiga, mijozlarga sayohat yo'nalishini va turizm sohasidagi qarorlarni qabul qilishga yordam beradigan tavsiyalarni ishlab chiqish uchun intellektual veb-servislarning rivojlanishiga olib keldi. Jumladan, Respublika iqtisodiyotida turizmni strategik darajaga ko'tarish, ichki turizm xizmatlarini diversifikatsiya qilish va hajmini keskin ko'paytirish, fuqarolarni mamlakatimizning turizm salohiyati bilan tanishtirish uchun zarur shart-sharoitlar yaratish, taqdim etilayotgan turizm xizmatlari sifatini yaxshilash va jahon bozorlarida raqobatbardoshligini oshirish, turizm sohasida faoliyat yuritayotgan tadbirkorlik sub'yektlari uchun qo'shimcha imkoniyatlar yaratish, zamonaviy xizmatlar infratuzilmasini jadal rivojlantirish maqsadida elektron platforma va mobil ilovalardan foydalanish belgilangan ⁶³.

Ilg'or axborot texnologiyalari va telekommunikatsion tizimlarning jadal rivojlanishi turizm sohasini raqamlashuvini yuza keltirdi. Bu borada dunyodagi ko'plab olimlar o'z fikrlarini bayon etishgan. Masalan, Abovd G. va boshqa olimlar (1997) sayohat paytida smartfoningizda o'rnatgan mobil giddan foydalanishni ta'kidlashgan bo'lsa⁶⁴, Ardissono L. va boshqalar (2003) fikriga ko'ra turistik faoliyatdan oldin, faoliyat davomida va faoliyatdan keyin raqamli qo'llab quvvatlashlar bo'lib, bu sayohat paytida munosib turar joy topish imkonini beruvchi tavsiyalar tizimlaridir⁶⁵, deb ta'kidlashgan. Uriyely N.(2005) o'z maqolasida texnologiyalarni qo'llash orqali maqsad sayyohlik tajribasining sifatini yoki darajasini yanada oshirishdir⁶⁶, deb yozgan. De Karolis B. va boshqa bir guruh olimlar (2009) sayyohlar diqqatga sazovor joylarni tomosha qilish, esdalik sovg'alarini izlash va xarid qilish kabi jarayonlarida interfaol xaritalar, sayyohlik

⁶³ Ўзбекистон Республикаси Президентининг 30.04.2022 йилдаги ПҚ-232-сонли “Ички туризм хизматларини диверсификация қилишга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги қарори. <https://lex.uz/docs/5991928>

⁶⁴ Abovd GD, Atkeson CG, Hong J, Long S, Kooper R, Pinkerton M (1997) Cyberguide: a mobile context-aware tour guide. *Wireless Networks* 3, 5, pp 421–433.

⁶⁵ . Ardissono L, Goy A, Petrone G, Segnan M, Torasso P (2003). Intrigue: personalized recommendation of tourist attractions for desktop and handset devices. *Applied artificial intelligence, special issue on artificial intelligence for cultcommunities of agents*.

⁶⁶ Uriely Natan (2005) The tourist experience: conceptual developments. *Ann Tour Res* 32(1):199–216.

yordamchilari kabi turli xil vosita va yechimlardan foydalanishini, ushbu vosita va yondashuvlar raqamli turizm sohasidagi loyihalashni anglatishi bo'yicha mulohaza qilishgan⁶⁷ Durrant A. va boshqalar (2011) yana bir tadqiqotlarida raqamli turizmni muzeylar, qishloq joylari, hayvonot bog'lari va tematik bog'lar kabi turli yo'nalishlarda qo'llanilish afzalliklariga e'tibor qaratishgan⁶⁸.

Schinke T. va boshqalar (2010), Vatanabe A. (2012) kabi yana bir guruh olimlar tadqiqotlarida turizmda mobil qurilmalarning ahamiyatli jihatlariga e'tiborni qaratib, sayyohlik va geolokatsion ilovalar, virtual haqiqat (virtual reality) ilovalari qanchalik turistik manzillarni namoyish qilishda muhimligini ta'kidlab o'tishgan⁶⁹, ⁷⁰. Benyon D. va boshqalar (2014) tadqiqotlarida raqamli turizmning ma'nosiga e'tibor qaratib, uni raqamli vositalar orqali turizm tajribasini qo'llabquvvatlash deb ta'kidlashgan. Raqamli turizm – bu axborot-kommunikatsiya vositasi, IT-yechim turistlarning ehtiyojlarini qondirishga yordam beradigan va turizm sohasida tashkilotlar va korxonalarining raqobatdoshligini oshiradigan vositadan foydalanishni anglatadi⁷¹. Raqamli turizm bo'yicha yetuk mutaxassislardan biri Buyuk Britaniya Bornmut universiteti professori Dmitrios Buhalis bo'lib, u raqamli turizmni elektron turizm, smart turizm atamaları bilan bir xil ekanini ta'kidlab, elektron turizm bu tashkilotlarga turizm, sayohat, mehmondo'stlik va umumiy ovqatlanish sohalaridagi samaradorlikni oshirishga imkon beradigan barcha jarayon va xizmat zanjirlarini raqamlashtirishdir, deb ta'kidlagan⁷². Ushbu sohaga oid adabiyotlar tahlili natijasida, fikrimizcha raqamli turizm deganda, sayohatni rejalashtirish, tashkil etish, nazorat qilish va undan bahra olish jarayonlarida raqamli vositalardan foydalanish bo'lib, bunda sayohatchilarga sayohatdan oldin, sayohat davomida va undan keyin taqdim etiladigan elektron xizmatlar majmuasi muhim ahamiyat kasb etadi⁷³.

O'zbekistonda raqamli turizmni rivojlantirish istiqbollari juda yuqori bo'lib, mamlakatning boy tarixiy merosi, madaniyati va tabiiy go'zalliklari zamonaviy texnologiyalar bilan uyg'unlashtirilganda, bu sohaning iqtisodiy va madaniy salohiyatini yanada oshirish imkonini beradi. Quyida raqamli turizmni rivojlantirish yo'nalishlari va istiqbollari haqida batafsil ma'lumot keltiriladi:

Raqamli infratuzilmani rivojlantirishga to'g'raladigan bo'lsak, turistik ob'yektlar atrofida 5G internet tarmoqlarini kengaytirish – raqamli turizmni rivojlantirishda muhim qadamlardan biri hisoblanadi. Bu tashabbus nafaqat turistlar uchun qulaylik yaratadi, balki mamlakatning raqamli infratuzilmasini ham yuksak

⁶⁷ . De Carolis B, Novielli N, Plantamura V, Gentile E (2009) Generating comparative descriptions of places of interest in the tourism domain. In Proceedings of the third ACM conference on recommender systems (RecSys '09). ACM, New York, pp 277–280.

⁶⁸ Durrant A, Golembewski M, Kirk D, Benford S, Fischer J, Rowland D, McAuley D (2011) Automics: souvenir generating photo ware for theme parks. In: Proceedings of the 2011 annual conference on Human factors in computing systems (CHI '11). ACM, New York, pp 1767–1776.

⁶⁹ Schinke, T., Henze, N., & Boll, S. (2010, September). Visualization of off-screen objects in mobile augmented reality. In Proceedings of the 12th international conference on Human computer interaction with mobile devices and services (pp. 313-316)..

⁷⁰ Watanabe A. (2012) Inside 'world's first augmented reality hotel'. Retrieved on 14 Mar 2012.

⁷¹ Benyon, D., Quigley, A., O'Keefe, B., & Riva, G. (2014). Presence and digital tourism. *AI & society*, 29(4), 521-529.

⁷² Buhalis, D. (2003): eTourism: Information technology for strategic tourism "Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar" (Economics and Innovative Technologies) ilmiy elektron jurnali <http://iqtisodiyot.tsue.uz/journal> 413 management, Pearson (Financial Times/Prentice Hall), London ISBN 0582357403..

⁷³ Xurramov O.K. Raqamli turizm. Darslik. Buxoro: "Sadridin Salim Buxoriy" Durdona, 2021.16-bet..

darajaga olib chiqadi. Nima uchun 5G muhim? Yuqori tezlikdagi internet - turistlar tarixiy yodgorliklar, muzeylar yoki tabiiy ob'ektlarda yuqori sifatli onlayn gidlar, videolar, AR/VR turlardan bemaolol foydalanishlari mumkin. Tezkor ma'lumot almashinuvi - turistik xizmatlar (taksi, gotel, restoran bron qilish) mobil ilovalar orqali jadal ishlaydi. Onlayn xavfsizlik - 5G texnologiyalari orqali xavfsizlik kameralari, raqamli kuzatuv tizimlari samarali ishlaydi.

Qanday joylarda joriy etish mumkin? Samarqanddagi Registon maydonida; Buxoroning Poi-Kalon majmuasida; Xivaning Ichan-Qal'a hududida; Toshkentdagi Xastimom majmuasi va muzeylarida; Tabiiy ob'ektlar: Chorvoq, Orolbo'yi, Zomin va Boysunda joriy etish maqsadga muvofiq.

Raqamli infratuzilmani rivojlantirish uchun: Sun'iy yo'ldoshlar yordamida qamrov hududini kengaytirish, mahalliy mobil operatorlar bilan hamkorlikda investitsion dasturlar ishlab chiqish va davlat tomonidan targ'ibot va subsidiyalar orqali xususiy sektorni jalb qilish; Raqamli gidlar va onlayn platformalarning ommalashuvini amalga oshirish; Xorijiy turistlar uchun raqamli qulaylik - yuqori baholar va ijobiy taassurotlar yaratish; Smart-shahar texnologiyalarini (aqlli yo'lbelgilar, Wi-Fi zonalar, QR-kodli ma'lumotlar) joriy etish; Elektron to'lov tizimlarini yaxshilash - turistlar uchun qulay va xavfsiz xizmatlarni yaratish kerak shunda O'zbekistonning raqobatbardosh turizm bozoridagi nufuzi yanada ortadi.

Virtual va qo'shimcha reallik (VR/AR) texnologiyalari orqali Samarqand, Buxoro, Xiva kabi shaharlarning tarixiy joylarini virtual sayohat shaklida taqdim etish va QR-kod orqali AR orqali ma'lumotlarni ko'rish imkoniyati yaratiladi.

Turizm uchun mobil ilovalar va veb-platformalar - turistik gid ilovalari, interaktiv xaritalar, turlar, mehmonxonalar, restoranlar haqida ma'lumot olishga yordam bersa yumshoq viza va elektron ro'yxatdan o'tish raqamli turizmni osonlashtiradi.

Sun'iy intellekt va katta ma'lumotlar (Big Data) - Turistik oqimlarni tahlil qilish va soha rivojiga yo'naltirilgan qarorlar qabul qilish uchun yordam beradi.

Onlayn marketing va raqamli brending - ijtimoiy tarmoqlar, YouTube va bloggerlar orqali O'zbekistonning raqamli imijini oshirsa, videokontent va dronlar orqali turizm reklamalari yaratishda foydalansak bo'ladi.

Elektron ta'lim va kadrlar tayyorlash orqali, turizm sohasi mutaxassislar uchun IT va raqamli marketing kurslarini tashkil qilish va jahon tajribasini o'rganish va mahalliy amaliyotga joriy etishimiz mumkin.

O'zbekistonda raqamli turizmni rivojlantirish istiqbollari to'xtalsak: 2030 yilgacha turizm raqamlashtirish darajasi keskin oshishi, turistlar sonini ko'paytirish bilan birga, ularning sarf-xarajatlarini ham oshirish va O'zbekistonni raqamli turizm markazlaridan biriga aylantirish imkoniyati kutilayapti.

Xulosa o'rnida, O'zbekiston Respublikasida raqamli turizmni rivojlantirish - nafaqat mamlakat iqtisodiyotiga, balki uning xalqaro imijiga ham ijobiy ta'sir ko'rsatadi. Raqamli infratuzilmani (xususan, 5G, Wi-Fi, QR-kod, elektron to'lovlar) kengaytirish, AR/VR texnologiyalarini joriy etish, mobil ilovalar va sun'iy intellekt asosida xizmatlar ko'rsatish, shuningdek onlayn marketingni kuchaytirish orqali mamlakatimiz turistik bozorda raqobatbardosh o'rinni egallashi mumkin.

Shu bilan birga, kadrlar tayyorlash, IT sohaga ixtisoslashgan turizm

mutaxassislarini yetishtirish orqali bu jarayonni barqaror va uzoq muddatli rivojlantirish mumkin. 2030 yilga kelib raqamlashtirish darajasi keskin oshishi, turistlar soni va xarajatlarining ko'payishi orqali O'zbekiston Markaziy Osiyoda raqamli turizm markazlaridan biriga aylanishi kutilayapti.

Shohbozbek ERGASHBAEV,
Namangan davlat pedagogika instituti tayanch doktoranti

O'ZBEKISTONDA TURIZM FAOLIYATINI RAQAMLASHTIRISHDA ADABIY TURIZM VA UNI RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARINING UZLUKSIZ TA'LIM TIZIMIGA TA'SIRI

Anotatsiya. Ushbu maqolada O'zbekistonda turizm sohasini raqamlashtirish jarayonida adabiy turizmni shakllantirish va uni uzluksiz ta'lim tizimiga integratsiyalash masalalari yoritilgan. Adabiy meros obyektlari, xususan, Alisher Navoiy, Abdulla Qodiriy, Cho'lpon kabi atoqli adiblar hayoti va ijodi bilan bog'liq maskanlar asosida adabiy turizm yo'nalishlarini rivojlantirish zarurligi asoslab berilgan.

Kalit so'zlar: adabiy turizm, raqamlashtirish, O'zbekiston, uzluksiz ta'lim, madaniy meros, raqamli platformalar, ta'lim innovatsiyasi, turizm infratuzilmasi.

Abstract. This article explores the development of literary tourism in the context of digitalization of the tourism sector in Uzbekistan and its integration into the system of lifelong education. It substantiates the necessity of promoting literary tourism routes based on sites associated with the life and works of prominent writers such as Alisher Navoi, Abdulla Qodiriy, and Cho'lpon, as part of the country's cultural heritage.

Keywords: Literary tourism, digitalization, Uzbekistan, lifelong education, cultural heritage, digital platforms, educational innovation, tourism infrastructure.

Adabiy turizm zamonaviy turizm tarmoqlaridan biri sifatida nafaqat madaniy merosni saqlash va targ'ib qilishda, balki uzluksiz ta'lim tizimini boyitishda ham muhim rol o'ynamoqda. Ushbu turizm turi orqali adabiy meros ob'ektlariga sayohatlar tashkil etilib, ishtirokchilarning badiiy-estetik dunyoqarashi kengayadi, milliy qadriyatlarga hurmat hissi shakllanadi. Masalan, Buyuk Britaniyada adabiy turizm sohasida yillik daromad 2,5 milliard funt sterlingni tashkil etib, umumiy turizm daromadining 10 foizini qamrab oladi. Bu ko'rsatkich adabiy turizmning iqtisodiy salohiyatini namoyon etadi. O'zbekistonda ham adabiy turizmni rivojlantirish uchun keng imkoniyatlar mavjud [1]. Ta'lim jarayonida adabiy ekspeditsiyalar, muzeylarga tashriflar, adabiy kechalar kabi faoliyatlar orqali o'quvchilarning adabiyotga qiziqishi ortadi, bu esa ularning umumiy bilim darajasiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi [2].

Zamonaviy dunyoda turizmning turli yo'nalishlari jadal rivojlanib bormoqda. Ular orasida adabiy turizm alohida o'rin tutadi. Adabiy turizm asosan mashhur yozuvchilar, shoirlar hayoti va ijodi bilan bog'liq joylarga tashrif buyurish, ularning

ijodiy merosi bilan yaqindan tanishish imkonini beradi. Bu jarayon nafaqat madaniy-ma'rifiy ahamiyatga ega, balki ta'lim tizimi uchun ham muhimdir. Ayniqsa, uzluksiz ta'lim tizimida adabiy turizmni keng joriy etish orqali yosh avlodning madaniy saviyasini oshirish, ularning badiiy tafakkurini rivojlantirish va milliy qadriyatlarga bo'lgan hurmatini shakllantirish mumkin. Adabiy turizm o'zining mazmun-mohiyati jihatidan an'anaviy turizm turlaridan farqlanadi. U faqatgina sayohat qilish emas, balki madaniy meros obyektlari bilan yaqindan tanishish, ularga nisbatan chuqur tushunchaga ega bo'lish imkonini yaratadi. Adabiy turizm orqali yoshlar buyuk adiblarning yashab ijod qilgan joylarini ko'zdan kechirib, ularning asarlari bilan jonli muloqotga kirishadilar[3].

Adabiy turizm milliy va jahon adabiy merosini asrab-avaylash, targ'ib qilish va kelgusi avlodlarga yetkazishning muhim vositalaridan biri hisoblanadi. U adabiy yodgorliklar, yozuvchilar uy-muzeylari, tarixiy qo'lyozmalar va kitoblar saqlanadigan maskanlarga bo'lgan qiziqishni oshirish orqali madaniy-tarixiy merosni saqlash jarayoniga katta hissa qo'shadi. Avvalo, adabiy turizm orqali tarixiy ahamiyatga ega bo'lgan joylar – buyuk adiblarning tug'ilgan va ijod qilgan maskanlari, ularning hayoti va faoliyati bilan bog'liq yodgorliklar ommaga keng tanishtiriladi [4]. Yozuvchilar uy-muzeylariga tashriflar, adabiy ekskursiyalar va ilmiy-ma'rifiy tadbirlar orqali yosh avlod adabiy merosni chuqur anglash imkoniga ega bo'ladi. Bundan tashqari, adabiy turizm madaniy tadbirlar va festivallar tashkil etish orqali adabiy merosni keng jamoatchilikka yetkazishning samarali vositasi hisoblanadi [5]. Oxirgi yillarda turizmning yangi yo'nalishlari, jumladan, adabiy turizmga bo'lgan qiziqish ortib bormoqda. O'zbekistonda mustaqillik yillarida madaniy meros obyektlariga bo'lgan e'tibor sezilarli darajada kuchaygan. Xususan, UNESCO va boshqa xalqaro tashkilotlar tomonidan milliy madaniy obyektlarni saqlash va targ'ib qilishga qaratilgan dasturlar amalga oshirilmoqda. Jahon turizm tashkiloti (UNWTO) ma'lumotlariga ko'ra, madaniy turizm global turizmning qariyb 40 foizini tashkil etadi. O'zbekistonda esa madaniy turizm bo'yicha 2019 yilda 60 foizdan ortiq sayyohlar madaniy meros obyektlariga tashrif buyurgan [6].

Adabiy turizmni rivojlantirish bo'yicha tavsiyalar. Adabiy turizm madaniy merosni asrab-avaylash, adabiy an'analarni targ'ib qilish va yosh avlodning ma'naviy kamolotiga xizmat qiluvchi muhim yo'nalishlardan biri hisoblanadi. Uni rivojlantirish milliy va xalqaro miqyosda madaniy turizm sohasining kengayishiga hamda iqtisodiy manfaatlar bilan uyg'unlashgan holda amalga oshirilishiga yordam beradi. Adabiy turizmni yanada rivojlantirish uchun quyidagi yo'nalishlarda tizimli chora-tadbirlarni amalga oshirish lozim. Birinchidan, adabiy maskanlarni muhofaza qilish va obodonlashtirish muhim vazifalardan biri hisoblanadi. Buyuk yozuvchi va shoirlarning uy-muzeylari, yodgorliklari, adabiy ijod bilan bog'liq tarixiy joylarni saqlab qolish va ularga muntazam ravishda restavratsiya ishlarini olib borish zarur. Ushbu maskanlar tarixiy va madaniy jihatdan katta ahamiyatga ega bo'lgani sababli, ularning infratuzilmasini rivojlantirish, sayyohlar va tadqiqotchilar uchun qulay sharoitlar yaratish kerak. Bu jarayonda mahalliy va xalqaro grantlar, davlat va xususiy sektor investitsiyalarini jalb qilish samarali natija berishi mumkin. Ikkinchidan, adabiy ekskursiyalar va festivallarni ko'paytirish orqali adabiy turizm ommaviyligi va jozibadorligini oshirish mumkin.

Adabiy turizm uzluksiz ta'lim tizimining ma'naviy-ma'rifiy tarkibini boyituvchi muhim omillardan biri bo'lib, yoshlarning adabiy merosga bo'lgan qiziqishini oshirishga xizmat qiladi. Bugungi kunda raqamli texnologiyalar taraqqiyoti adabiy turizm imkoniyatlarini kengaytirib, virtual adabiy sayohatlar va onlayn adabiy muzeylar kabi innovatsion yondashuvlarni yuzaga keltirmoqda [7]. Bu esa ta'lim jarayonining uzluksizligini ta'minlash va uni zamonaviy axborot texnologiyalari bilan uyg'unlashtirish imkonini beradi. Virtual ekskursiyalar orqali talabalar geografik jihatdan uzoq joylashgan adabiy maskanlar bilan ham tanisha oladilar. [8].

Adabiy turizm ta'lim jarayonining ajralmas qismi sifatida o'quvchilarga nafaqat adabiyot va san'atni, balki tarixiy-madaniy merosni ham chuqur o'rganish imkonini beradi. Shuning uchun uni ta'lim dasturlariga kengroq integratsiya qilish zarur. Bu nafaqat bilimlarni mustahkamlashga, balki yoshlarning estetik didini shakllantirishga ham yordam beradi. Ikkinchidan, raqamli texnologiyalar yordamida virtual adabiy sayohatlarni tashkil qilish imkoniyatlarini kengaytirish maqsadga muvofiq [9]. Hozirgi kunda 3D tur va interaktiv platformalar orqali o'quvchilar dunyoning turli burchaklaridagi adabiy obidalarga tashrif buyura oladilar. Bunday yondashuv ayniqsa geografik jihatdan uzoq hududlarda yashovchi o'quvchilar uchun juda qulay bo'lib, ta'lim jarayonini yanada qamrovli va qiziqarli qiladi. Adabiy turizm komponentlarini ta'lim dasturlarida kengaytirish nafaqat adabiy bilimlarni chuqurlashtirish, balki madaniy merosni asrash, yosh avlodda vatanparvarlik va ijodiy fikrlashni shakllantirishga xizmat qiladi [10].

Adabiy turizm va uning uzluksiz ta'lim tizimiga ta'siri masalasi bugungi kunda dolzarb ahamiyat kasb etmoqda. Adabiy turizm nafaqat madaniy merosni asrab-avaylash va targ'ib qilish, balki ta'lim tizimi orqali yosh avlodga milliy va umuminsoniy qadriyatlarni yetkazishda muhim vosita hisoblanadi. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, adabiy turizm orqali yoshlar nafaqat milliy adabiyot durdonalari bilan tanishadilar, balki badiiy tafakkurlarini rivojlantirish, lingvistik kompetensiyalarini oshirish va ijodiy qobiliyatlarini shakllantirish imkoniyatiga ega bo'ladilar.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Mahliyo B. O'qitishda turizmni rivojlantirishning zamonaviy va xalqaro tamoyillarini qamrab olish: turizm ta'limidagi paradigma o'zgarishi //Science and innovation. – 2024. – T. 3. – №. Special Issue 28. – C. 673-677.

2. Gayratbayevich A.T. Raqamli texnologiyalar vositasi orqali turizm madaniyatini rivojlantirish metodikasining amaradorligini oshirish //modern problems in education and their scientific solutions. – 2025. – T. 1. – №. 6. – C. 77-81.

3. Bekmurodova L. Turizm va mehmondo'stlik sanoatida kadrlar tayyorlash tizimini rivojlantirishning istiqbollari //Oriental renaissance: Innovative, educational, natural and social sciences. – 2022. – T. 2. – №. 8. – C. 266-273.

4. Pulatov B. N. Barqaror taraqqiyot maqsadlarida uzluksiz ta'lim: kadrlarni tanlash va joy-joyiga qo'yish muammolari //Academic research in educational sciences. – 2021. – T. 2. – №. CSPI conference 1. – C. 694-697.

5. Shokirovna T. M. Turizm boshqaruv turlarini shakllantirishda zarur bo'lgan

ko'nikma va malakalarni o'rganish imkoniyatlari //journal of innovations in scientific and educational research. – 2024. – T. 7. – №. 9. – C. 49-52.

6. Yuldasheva D. Mamlakatimizda turizm sohasini istiqbolda rivojlantirishga ta'sir etuvchi ekzogen omillar tahlili //yashil iqtisodiyot va taraqqiyot. – 2024. – T. 2. – №. 8.

7. Ergashbayev S. Yoshlarning ma'naviyat dunyoqarashini rivojlantirishda uzluksiz ta'lim jarayonlarining o'rni (rivojlangan davlatlar tajribasi misolida) //Universal xalqaro ilmiy jurnal. – 2025. – T. 2. – №. 2. – C. 3-9.

8. Eshmurodov R. O'zbekistonda turizm sohasida kadrlar tayyorlash tizimini takomillashtirish: muammolar va strategiyalar //yashil iqtisodiyot va taraqqiyot. – 2024. – T. 1. – №. 4.

9. Шакаров А.Б. Туристическое совершенствование услуг хостелов //Journal of marketing, business and management. – 2024. – T. 3. – №. 1. – C. 341-346.

10. Urinov B. Personalni boshqarish tizimi samaradorligining asosiy elementlari //Архив научных исследований. – 2020. – T. 35.

Munajat ISAKDJANOVA,
Toshkent Kimyo xalqaro universiteti katta o'qituvchisi

O'ZBEKISTONDA SAN'AT MUASSASALARI FAOLIYATINI RAQAMLASHTIRISH: XIZMAT KO'RSATISH JARAYONLARINI TAKOMILLASHTIRISH IMKONIYATLARI

Annotatsiya. Mazkur maqolada O'zbekistonda faoliyat yuritayotgan art-rezidensiyalarni raqamlashtirish orqali xizmat ko'rsatish jarayonlarini takomillashtirish masalalari tahlil qilinadi. Muallif art-rezidensiyalarni kreativ iqtisodiyot va madaniy turizmning muhim tarkibiy qismi sifatida ko'rib, raqamli platformalar yordamida san'atkorlar bilan ishlash, virtual ustaxonalar tashkil qilish, ochiq ma'lumotlar bazasini shakllantirish orqali xizmatlar sifatini oshirish yo'llarini taklif qiladi.

Kalit so'zlar: art-rezidensiya, raqamlashtirish, xizmat ko'rsatish, raqamli platforma.

Abstract: This article analyzes the improvement of service delivery processes through the digitalization of art residencies operating in Uzbekistan. The author views art residencies as a vital component of the creative economy and cultural tourism and proposes ways to enhance service quality by using digital platforms to engage with artists, establish virtual studios, and develop open data repositories.

Keywords: art residency, digitization, service provision, digital platform.

San'at turizmi sohasida art-rezidensiyalar ijodiy tajriba almashinuvi va xalqaro madaniy integratsiyani kuchaytiruvchi muhim infratuzilma hisoblanadi. Ular nafaqat san'atkorlar uchun ijodiy makon, balki turizm, madaniyat va iqtisodiyot sohalari

chorrahasida joylashgan strategik platformadir. Art-rezidensiya orqali mehmon ijodkorlar mahalliy hunarmandlar bilan hamkorlikda ishlash, an'anaviy hunarlarni o'rganish va ularni zamonaviy san'at bilan uyg'unlashtirish imkoniyatiga ega bo'ladi. Shuningdek, mahalliy aholi bilan mustahkam aloqalar o'rnatish orqali ularning madaniy hayotida faol ishtirok etish va shu orqali kreativ iqtisodiyotni rivojlantirishga hissa qo'shishi mumkin. Shu sababli, 2024-yil 3-oktabrda qabul qilingan "Kreativ iqtisodiyot to'g'risida"gi qonun O'zbekistonda kreativ sohalarni, jumladan, san'at, dizayn va madaniyatni rivojlantirishga qaratilgan bo'lib, aynan art-rezidensiyalarni qo'llab-quvvatlash, ularning infratuzilmasini mustahkamlash va zamonaviy texnologiyalar bilan uyg'unlashtirish chora-tadbirlari ham belgilangan⁷⁴. Bunday raqamli transformatsiya jarayoni jahon art turizm bozoridagi tendensiyalar bilan hamohangdir. Xalqaro prognozlariga ko'ra, ushbu bozor 2025 yilda 54,7 milliard AQSh dollaridan 2035 yilga kelib 86,5 milliard AQSh dollarigacha o'sishi kutilmoqda⁷⁵. Raqamli texnologiyalarni faol o'zlashtirgan milleniallar va Z avlodi vakillari madaniy institutlardan immersiv xarakterga ega, raqamli platformalarda ijtimoiy almashuvga moslashtirilgan madaniy tajribalarni kutmoqda. Ushbu jarayon O'zbekistondagi art-rezidensiya faoliyatida xizmat ko'rsatish jarayonlarini yangilash va innovatsion texnologiyalar orqali yangi bosqichga olib chiqish imkonini beradi. Masalan, AR/VR texnologiyalari orqali raqamli ko'rgazmalar tashkil qilish, sun'iy intellekt yordamida interaktiv san'at loyihalari yaratish, yoki real vaqt rejimidagi virtual ustaxona tajribalarini taklif qilish orqali mehmonlar va san'atkorlar o'rtasidagi muloqotni kengaytirish mumkin. Raqamlashtirish orqali art-rezidensiya global miqyosdagi auditoriyaga chiqish, xorijiy hamkorlik tarmoqlarini kengaytirish va xizmat sifatining asosiy mezonlari (masalan, qulaylik, javobgarlik, ishonchlilik, samimiylilik va hamdardlik)ni yangi bosqichga olib chiqish imkoniga ega bo'ladi. Mazkur tezis muallif tomonidan olib borilgan ilmiy tadqiqotga asoslangan bo'lib, unda O'zbekistonda art-rezidensiya faoliyatini raqamlashtirish orqali xizmat ko'rsatish jarayonlarini takomillashtirish imkoniyatlari tahlil qilinadi hamda raqamli texnologiyalarni joriy etish orqali xizmat sifatini oshirish, foydalanuvchi tajribasini yaxshilash masalalari ko'rib chiqiladi.

Ma'lumki, "Raqamli O'zbekiston – 2030" strategiyasi doirasida zamonaviy axborot tizimlari va dasturiy mahsulotlarni joriy etish orqali xizmatlar sifatini oshirish raqamli iqtisodiyotning ustuvor yo'nalishlaridan biri sifatida belgilangan. Mazkur yo'nalishda, jumladan, "I.V. Savitskiy" nomidagi Davlat san'at muzeyi eksponatlari haqida elektron va 3D formatdagi ma'lumotlar bazasini yaratish tashabbusi ham tegishli yo'l xaritasiga kiritilgan bo'lib, bu O'zbekistonda madaniy muassasalarni raqamlashtirish borasida muhim bosqichlardan biridir. Ushbu tashabbus nafaqat muzeylar yoki kutubxonalar, balki art-rezidensiya singari madaniy institutlar faoliyatida ham xizmat ko'rsatish jarayonlarini takomillashtirish va raqamli transformatsiyani jadallashtirish uchun zamin yaratadi. Jahon tajribasida raqamlashtirilgan art-rezidensiya global auditoriyaga chiqish, virtual ko'rgazmalar tashkil qilish va xalqaro hamkorlikni kuchaytirish vositasi sifatida muvaffaqiyatli

⁷⁴ O'zbekiston Respublikasining 2024-yil 30-sentyabrdagi "Kreativ Iqtisodiyot to'g'risidagi qonuni O'RQ-970-son

⁷⁵ Art Tourism Market Analysis by, by Service Category, by End, by Booking Channel by Region Forecast: 2025 to 2035. Art Tourism Market.

qo'llanilmoqda. Masalan, ijodkorlar uchun xalqaro rezidensiya dasturlarini taklif etadigan Parijdagi Cité Internationale des Arts rezidensiyasi raqamli texnologiyalarni o'rganish va qo'llash hamda raqamli san'at va texnologiyalar sohasida tadqiqotlar olib borish imkoniyatini beradi.⁷⁶ MQ Artist-in-Residence dasturi ham san'at va ekologiya, raqamli san'at va boshqa sohalarda ishlovchi ijodkorlar uchun mo'ljallangan bo'lib, ular o'z ijodiy loyihalarini amalga oshirishda raqamli vositalardan foydalanadilar. Shuningdek, 2025-yil "Sharjah Biennali 16"da raqamli texnologiyalar va zamonaviy san'atning uyg'unlashuvi orqali ijodkorlar o'z asarlarida harakat, xotira va kollektiv kelajak kabi mavzularni keng auditoriyaga samarali va barqaror yetkazib berishga erishmoqdalar. Tashrif buyuruvchilarning madaniy tajribasini chuqur tahlil qilish va xizmat sifatini muntazam ravishda baholash maqsadida zamonaviy raqamli vositalar, xususan, elektron pochta orqali yuboriladigan onlayn so'rovnomalar amaliyotga joriy qilingan.

O'zbekistonda faoliyat yuritayotgan art-rezidensiyalar uchun ham raqamli infratuzilma yaratish, san'atkorlar ishtirokini onlayn boshqarish, virtual ustaxonalar va ko'rgazmalar tashkil qilish zarurati dolzarb bo'lib bormoqda. Bu nafaqat xizmat ko'rsatish sifatini oshirish, balki xalqaro darajadagi ko'rinuvchanlikni ta'minlashga xizmat qiladi. Mamlakatda raqamlashtirishning iqtisodiy o'sishni rag'batlantiruvchi omil sifatida tutgan o'rnini AKTning iqtisodiy o'sish va mehnat bozori rivojiga ijobiy ta'siri, raqamli korxonalar shakllanishi va ijtimoiy farovonlikka qo'shgan hissasida ko'rish mumkin.⁷⁷ Davlat xizmatlarini raqamlashtirish sohasidagi islohotlar interaktiv portallar, foydalanuvchi markazli yondashuv va markazsizlashtirish zarurligini ta'kidlab, san'at-rezidensiyalar uchun ham ayni strategiyalarni qo'llash mumkinligini ko'rsatadi.⁷⁸ Masalan, mobil ilovalar orqali xizmat ko'rsatishni yaxshilash, sayyohlar bilan aloqani kuchaytirish va tajribani shaxsiylashtirish kabi yondashuvni art-rezidensiyalarda ham arizalarni qabul qilish, virtual ekskursiyalar va ijodkorlar bilan interaktiv aloqani tashkil etishda qo'llash mumkin.⁷⁹ Ya'ni kichik bizneslar va elektron savdo sohasida qo'llanilgan raqamli platformalar tajribasi art-rezidensiyalar uchun ham markazlashgan raqamli platforma yaratish, ariza topshirish, ijodkorlar ishlarini namoyish qilish va moliyalashtirish tizimini raqamlashtirishda foydali bo'lishi mumkin.⁸⁰

Raqamli texnologiyaning taqdim etayotgan ushbu imkoniyatlarini art-rezidensiyalari faoliyatida qo'llash bir necha bosqichli yondashuvni talab etadi. Avvalo, art-rezidensiyalar uchun yagona integratsiyalashgan raqamli platforma yaratish va unda san'atkorlar rezidensiya dasturlariga masofadan turib murojaat qilishi uchun qulay imkoniyatini taqdim etuvchi onlayn ariza topshirish tizimi funksiyasini ishga tushurish lozim. Bu bosqichda sun'iy intellektni integratsiya qilish

⁷⁶ Artists in residence Art Explora - Cité internationale des arts. Art Explora 2025. <https://www.artexplora.org/en>

⁷⁷ S.Gulyamov, G.Karieva (2023). Experience of development of digital technologies in Uzbekistan. *E3S Web of Conferences*. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202338903040>

⁷⁸ S.Shin, Z. Rakhmatullayev (2019). Digital Transformation of the Public Service Delivery System in Uzbekistan. *21st International Conference on Advanced Communication Technology (ICACT)* <https://doi.org/10.23919/ICACT.2019.8702014>.

⁷⁹ N.Karimov, M.Kalandarov (2024). Impact of Mobile Applications on Tourism Development in Uzbekistan. *Indian Journal of Information Sources and Services*. <https://doi.org/10.51983/ijiss-2024.14.4.27>.

⁸⁰ J.Aripov, K.Shin (2014) Factors Influencing E-Commerce Adoption in Uzbekistan SMEs.

inson omilining salbiy ta'siridan holi bo'lgan shaffoflikni saqlashga yordam berishi mumkin. Keyingi bosqichda, ishtirokchi san'atkor-ijodkorlarning ishlarini ko'rish, baholash va baham ko'rish uchun profil tizimini tuzish kerak bo'ladi. Shu tariqa, rezident-ijodkorlarning ijod faoliyatining qaysi bosqichida ekanligini oson va qulay taqib etib borish imkoniyatiga ega bo'lish mumkin. Millenial va Z avlod uchun virtual ustaxona va galereyalar kabi raqamli makon ochish navbatdagi bosqich bo'lib, bu orqali san'atkorlar va tomoshabinlar o'rtasida interaktiv aloqa o'rnatish va tajriba almashish chora-tadbirlarini amalga oshirish mumkin. Ko'p tilli interfeysni joriy etish esa xorijiy ishtirokchilar va hamkorlar bilan oson va qulay muloqot qurish, shuningdek, open-call yangiliklaridan vaqtida habardor qilish imkonini beradi.

Taklif etilayotgan bosqichli yondashuv art-rezidensiyalar faoliyatini zamonaviy raqamli boshqaruv mexanizmlari asosida monitoring qilish va tahlil etish imkonini beradi. Jumladan, foydalanuvchilar faolligi, ishtirokchilar soni, ko'rgazmalarning reyting ko'rsatkichlari kabi parametrlar asosida asosli boshqaruv qarorlarini qabul qilish imkoniyati yaratiladi. Raqamlashtirish jarayonida platformani turizm, madaniyat, ta'lim va axborot texnologiyalari sohalari bilan integratsiyalash orqali soha mutaxassislari, mustaqil izlanish olib boruvchi tadqiqotchilar, san'atshunoslar va jurnalistlar uchun ochiq ma'lumotlar bazasi shakllantiriladi. Bu esa erkin va ko'p qirrali ilmiy-tadqiqot faoliyatini qo'llab-quvvatlashga xizmat qiladi. Bundan tashqari, virtual reallik (VR) texnologiyalarining joriy etilishi art-rezidensiyalar doirasida masofaviy ustaxonalar, interaktiv galereyalar va jonli ko'rgazmalarni tashkil qilish imkonini beradi. Bunday yondashuv nafaqat tashrif buyuruvchilar tajribasini boyitadi, balki geografik jihatdan uzoqda bo'lgan xorijiy ishtirokchilarni ishonch va xavfsizlik hissi bilan jalb qilish imkonini ham oshiradi. Shu tariqa, destinatsiya sifatida mamlakatga tashrif buyurishni rag'batlantirishga xizmat qiluvchi yangi madaniy jihat shakllanadi.

Xulosa qilib aytganda, art-rezidensiyalar faoliyatining raqamlashtirilishi O'zbekistonning madaniy infratuzilmasida innovatsion yondashuvlar va raqamli texnologiyalarni joriy etishga asoslangan yangi bosqichni boshlab beradi. Bu nafaqat xizmat ko'rsatish sifatini va samaradorligini oshiradi, balki mamlakatni xalqaro san'at maydonida faol ishtirokchi sifatida namoyon etadi. Yuqorida ta'riflangan kompleks yondashuvlar art-rezidensiyalarni global standartlarga moslashtirish orqali art-turizmni madaniy turizmning istiqbolli yo'nalishi sifatida shakllantirib, ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish jarayoniga va xizmat sifatiga barqaror hissa qo'shish imkonini beradi.

Ravshan ABDULLAYEV,
O‘zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi professori, i.f.d.
Ruxshona JO‘RAYEVA,
O‘zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi talabasi

O‘ZBEKISTONDA TURIZM FAOLIYATINI RAQAMLASHTIRISHNING USTUVOR YO‘NALISHLARI VA SAMARADORLIGINI OSHIRISH STRATEGIYALARI

Annotatsiya. Ushbu maqolada O‘zbekistonda turizm faoliyatini raqamlashtirish jarayonining dolzarbligi, asosiy yo‘nalishlari va uni rivojlantirish imkoniyatlari tahlil qilinadi. Virtual reallik (VR), kengaytirilgan reallik (AR) va 3D texnologiyalari asosida turizm sohasida qo‘llanilayotgan innovatsion yechimlar misollar bilan yoritib beriladi. Shuningdek, ziyorat turizmi va madaniy obidalarni raqamli platformalarda taqdim etishning iqtisodiy va ijtimoiy samaralari ham ko‘rsatib o‘tiladi. Maqolada mavjud xorijiy va mahalliy tajribalar tahlil qilinib, O‘zbekiston turizmini raqamlashtirish bo‘yicha amaliy tavsiyalar berilgan.

Kalit so‘zlar: Raqamli iqtisodiyot, turizm faoliyati, Virtual reallik (VR), Kengaytirilgan reallik (AR), 3D texnologiya, ziyorat turizmi, raqamlashtirish, turizm infratuzilmasi, innovatsion texnologiyalar.

Abstract. This article analyzes the relevance, main directions and opportunities for the digitalization of tourism activities in Uzbekistan. Innovative solutions used in the tourism sector based on virtual reality (VR), augmented reality (AR) and 3D technologies are illustrated with examples. The economic and social benefits of presenting pilgrimage tourism and cultural monuments on digital platforms are also shown. The article analyzes existing foreign and local experiences and provides practical recommendations for the digitalization of Uzbek tourism.

Keywords: digital economy, tourism activities, virtual reality (VR), augmented reality (AR), 3D technology, pilgrimage tourism, digitalization, tourism infrastructure, innovative technologies.

Bugungi globallashuv va raqamli texnologiyalar rivojlanishi sharoitida turizm sohasi dunyo miqyosida tez sur‘atlar bilan o‘zgarib bormoqda. Xususan, O‘zbekistonda ham so‘nggi yillarda turizm faoliyatini rivojlantirish va mamlakat brendini xalqaro miqyosda keng targ‘ib qilish masalasi davlat siyosatining ustuvor yo‘nalishlaridan biri bo‘lib qolmoqda. Turizmni raqamlashtirish esa bu jarayonning muhim tarkibiy qismi hisoblanadi. Ayniqsa, VR (Virtual Reality), AR (Augmented Reality) va 3D texnologiyalarining joriy etilishi ziyoratchilar va sayyohlarga noyob tajribalar yaratib berish imkonini bermoq⁸¹. Shu bois ushbu maqolada O‘zbekistonda turizm faoliyatini raqamlashtirishning asosiy yo‘nalishlari va samaradorligini oshirish yo‘llari tahlil qilinadi.

Turizm – iqtisodiyotning eksportbop va tez daromad keltiruvchi tarmoqlaridan biri hisoblanadi. BMTning Jahon Turizm Tashkiloti (UNWTO) ma‘lumotlariga

⁸¹ <https://hqsoftwarelab.com/solutions/ar-vr-in-tourism/>

ko'ra, 2023-yilda global turizm bozori qiymati 1,3 trillion dollarni tashkil etgan⁸². O'zbekistonda ham bu soha yil sayin o'sib, 2024-yilda mamlakatga 7 milliondan ortiq xorijiy sayyoh tashrif buyurgani qayd etildi⁸³. Shu bois, turizm sohasiga raqamli texnologiyalarni joriy etish nafaqat iqtisodiy samaradorlikni oshirish, balki O'zbekistonni zamonaviy sayyohlik markaziga aylantirish uchun ham dolzarb masalalardan sanaladi.

Bugungi kunda dunyo tajribasida AR va VR texnologiyalari yordamida virtual sayohatlar, tarixiy obidalar 3D modellashtirilishi, interaktiv xaritalar, mobil ilovalar orqali ziyoratchilar uchun qo'shimcha qulayliklar yaratilmoqda⁸⁴. O'zbekistonda ham ushbu imkoniyatlardan samarali foydalanish orqali milliy turizm brendini shakllantirish va sayyohlar oqimini oshirish imkoni mavjud.

O'zbekistonda turizmni raqamlashtirishning asosiy yo'nalishlari quyidagilardan iborat:

1. Virtual sayohat va 3D ekskursiyalar. O'zbekiston hududidagi tarixiy obidalar, madaniy markazlar va ziyoratgohlarni 3D formatda modellashtirib, VR texnologiyasi orqali virtual sayohatlar uyushtirish imkoniyati kengaymoqda. Masalan, Samarqanddagi Registon maydoni, Buxorodagi Ark qal'asi va Xivada joylashgan Ichan-Qal'a obidalarini bo'yicha 360 daraja virtual turlar ishlab chiqilmoqda⁸⁵. Bu xorijiy va mahalliy sayyohlarga uydin chiqmasdan O'zbekiston ziyorat joylari bilan tanishish imkonini beradi.

2. AR texnologiyalari yordamida interaktiv gid xizmatlari. Mobil ilovalarga AR funksiyalarini joriy etish orqali sayyohlar obida va tarixiy joylar haqida interaktiv ma'lumot olishlari mumkin. Masalan, AR kamerasi orqali tarixiy binoga qaralganda, uning tarixi, qurilish davri va qiziqarli faktlar ekranda paydo bo'ladi⁸⁶. Bu tajriba allaqachon Yaponiyada va Fransiyada muvaffaqiyatli qo'llanilmoqda.

3. 360° video va immersiv turlar. 360 daraja video va VR platformalari orqali O'zbekistonning eng mashhur diqqatga sazovor joylari, tabiat maskanlari va ziyoratgohlarini virtual tarzda tomosha qilish imkoniyatlari yaratildi. Masalan, "ImmersionVR" kompaniyasi tomonidan tayyorlangan VR sayohatlar sayyohga virtual ko'zoynak orqali tarixiy joylarni ko'rish va hatto o'sha yerda yurgandek his qilish imkonini beradi⁸⁷.

4. Ziyorat turizmi uchun virtual ibodat tajribasi. Dunyodagi musulmon sayyohlar orasida O'zbekistondagi ziyorat joylariga qiziqish yuqori. VR va AR texnologiyalari yordamida Imom Buxoriy, Imom Termiziy va boshqa mashhur ziyorat joylari virtual ekskursiyalari orqali tashrif buyurish tajribasini taqdim etish mumkin⁸⁸.

Dunyo amaliyoti ko'rsatadiki, turizmga VR, AR va 3D texnologiyalarini joriy qilish sayyohlarning qiziqishini oshirib, ularga yangicha tajriba taqdim etadi. Masalan, "NextBrick" kompaniyasi o'tkazgan tadqiqotda ishtirokchilarning 74 foizi

⁸² UNWTO Report. (2023). World Tourism Barometer

⁸³ O'zbekiston Respublikasi Turizm qo'mitasi rasmiy ma'lumotlari. (2024)

⁸⁴ <https://bigohitech.com/ar-vr-in-travel-and-tourism/>

⁸⁵ <https://mize.tech/blog/5-ways-augmented-reality-is-enhancing-the-tourism-experience/>

⁸⁶ <https://rockpaperreality.com/insights/ar-use-cases/augmented-reality-in-tourism-and-travel/>

⁸⁷ <https://immersionvr.co.uk/about-360vr/vr-for-tourism/>

⁸⁸ <https://provenreality.com/augmented-reality-in-entertainment-examples/>

sayohat qilmoqchi bo'lgan joyi haqida oldindan VR orqali ko'rish istagini bildirgan⁸⁹.

O'zbekistonda esa bu imkoniyatlar hali to'liq joriy etilmagan bo'lsa-da, turizmni rivojlantirishning raqamli strategiyasi asosida bosqichma-bosqich rivojlanmoqda. Xususan, "MizeTech" blogida qayd etilishicha, AR orqali muzey va tarixiy obidalarni interaktiv ekskursiya qilish xizmatlari tashkil qilinishi sayyohlar sonini 25% oshirishga sabab bo'lgan⁹⁰. Shu kabi tajribalarni O'zbekistonda ham joriy etish dolzarbdir.

Yuqoridagi tahlillardan kelib chiqib, O'zbekistonda turizm faoliyatini raqamlashtirish jarayonini yanada jadallashtirish va samaradorligini oshirish uchun quyidagi takliflarni ilgari suramiz:

- VR va AR texnologiyalaridan foydalangan holda milliy ziyorat maskanlari va tarixiy obidalar uchun virtual sayohatlar ishlab chiqish;
- Turizm mobil ilovalariga AR asosida gidlik xizmatlarini joriy qilish;
- 360 daraja video va immersiv kontentlar sonini oshirish;
- Ziyorat turizmi uchun maxsus AR va VR ekskursiyalar platformasini yaratish;
- Turizm sohasi xodimlari va gidlar uchun raqamli texnologiyalar asosida o'quv dasturlarini tashkil etish.

Shu bilan birga, raqamli turizm infratuzilmasini rivojlantirish, Internet tarmog'i tezligi va qamrovini kengaytirish ham bu sohada muhim omil bo'lib xizmat qiladi. Natijada, mamlakatga keladigan xorijiy sayyohlar oqimi va ichki turizm faoliyati sezilarli darajada oshadi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Jahon Turizm Tashkiloti (UNWTO). *International Tourism Highlights, 2023 Edition*. – <https://www.unwto.org>
2. O'zbekiston Respublikasi Turizm qo'mitasi rasmiy sayti. "2024-yilgi turizm statistikasi". – <https://uzbektourism.uz>
3. Abdug'aniyev, H. va boshq. (2022). *O'zbekistonda turizm sohasida raqamlashtirish tendensiyalari*. – "Iqtisodiyot va Innovatsion Texnologiyalar" jurnali, №4, 45–52-betlar.
4. Ahmedov, M. (2023). *Ziyorat turizmi va uning raqamli transformatsiyasi*. – "Turizm va Innovatsiyalar" jurnali, №2, 30–36-betlar.
5. European Travel Commission (ETC). (2022). *Augmented Reality and Tourism: Market Opportunities in Europe*. – <https://etc-corporate.org>
6. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika agentligi. "Turizm bo'yicha tahliliy ma'lumotlar" – <https://stat.uz>

⁸⁹ <https://nextbrick.com/the-role-of-ar-and-vr-in-tourism-exploring-the-world-without-leaving-home-2/>

⁹⁰ <https://tokenminds.co/blog/knowledge-base/ar-vr-tourism>

O‘ZBEKISTON AGRAR TARMOG‘INI RIVOJLANTIRISHDA TURIZM INFRATUZILMASI VA OZIQ-OVQAT MAHSULOTLARI TASHQI SAVDOSINING O‘ZARO TA’SIRI

Annotatsiya. Mazkur maqolada O‘zbekiston agrar tarmog‘ini rivojlantirishda turizm infratuzilmasi va oziq-ovqat mahsulotlari tashqi savdosining tutgan o‘rni tahlil qilinadi. Turizm sohasining rivojlanishi mahalliy qishloq xo‘jaligi mahsulotlariga bo‘lgan talabni oshirib, ichki bozorni jonlantiradi. Shuningdek, oziq-ovqat mahsulotlarining eksporti esa ishlab chiqaruvchilarni rag‘batlantirib, yangi texnologiyalarni joriy etishga zamin yaratadi. Maqolada har ikki yo‘nalishning o‘zaro sinergiyasi va agrar sohani kompleks rivojlantirishdagi roli ochib berilgan.

Kalit so‘zlar: turizm infratuzilmasi, oziq-ovqat eksporti, agrar tarmoq, ichki bozor, tashqi savdo, agro-turizm, iqtisodiy rivojlanish.

Abstract. This article analyzes the role of tourism infrastructure and the export of food products in the development of Uzbekistan’s agricultural sector. The growth of the tourism industry increases demand for local agricultural products, stimulating the domestic market. At the same time, food exports encourage producers and contribute to the introduction of new technologies. The paper highlights the synergy between these two areas and their joint impact on comprehensive agricultural development.

Keywords: tourism infrastructure, food exports, agricultural sector, domestic market, foreign trade, agro-tourism, economic development

So‘nggi yillarda O‘zbekiston iqtisodiyotining yetakchi tarmoqlaridan biri bo‘lgan qishloq xo‘jaligi sektori davlat siyosatining ustuvor yo‘nalishlaridan biriga aylangan. Ushbu yo‘nalishda ishlab chiqarish hajmini oshirish, eksport salohiyatini kengaytirish va hududiy rivojlanishni ta‘minlash uchun yangicha yondashuvlar zarur. Shu nuqtai nazardan, turizm infratuzilmasini rivojlantirish va oziq-ovqat mahsulotlarining tashqi savdosi agrar sohani qo‘llab-quvvatlashda muhim omil bo‘lib xizmat qilmoqda.

Turizm sohasi qishloq xo‘jaligi mahsulotlariga ichki bozorda talabni oshiradi. Ayniqsa, mehmonxona, restoran, milliy taomlar va agro-turizm xizmatlari orqali mahalliy ishlab chiqaruvchilarga doimiy mijoz bazasi yaratiladi. Shu bilan birga, turistlar qishloq joylariga tashrif buyurganda ekologik toza, milliy mahsulotlar iste‘moliga e‘tibor qaratadi. Bu esa kichik fermer xo‘jaliklari, hunarmandlar va mahalliy brendlar uchun yangi imkoniyatlar yaratadi.

Agroturizmning rivojlanishi esa nafaqat agrar sektorni, balki madaniy merosni, an‘anaviy mehnat faoliyatini ham jonlantiradi. Ayniqsa, Farg‘ona vodiysi, Qashqadaryo, Samarqand va Buxoro viloyatlarida agroturistik yo‘nalishlar orqali agrar mahsulotlar reklama qilinmoqda.

Eksport salohiyatining kengayishi fermer xo‘jaliklarini yanada samarali ishlashga undaydi. Yangi bozorlar, ayniqsa Rossiya, Qozog‘iston, Xitoy va Yaqin

Sharq davlatlariga eksport hajmining ortishi bilan birga, sifat va raqobatbardoshlikka bo'lgan talab ham oshmoqda. Bu esa ishlab chiqaruvchilarning yangi texnologiyalar, zamonaviy issiqxonalar va logistika tizimlariga sarmoya kiritishiga olib keladi.

Bundan tashqari, eksportdan kelayotgan daromadlar qayta ishlab chiqarishga yo'naltirilmogda, bu esa butun agrar tarmoqda modernizatsiya va diversifikatsiyani kuchaytiradi. Oziq-ovqat mahsulotlarini eksport qilishda brending va mahsulot sertifikatlash masalalari ham dolzarb bo'lib bormogda.

1-jadval

O'zbekistonning oziq-ovqat mahsulotlari eksporti hajmi⁹¹ (mln AQSh dollari)

Yil	Meva-sabzavotlar	Asal va yog' mahsulotlari	Qandolat mahsulotlari	Jami eksport hajmi
2020	430	45	20	495
2021	520	50	28	598
2022	610	58	35	703
2023	670	65	41	776

1-jadval ma'lumotlariga ko'ra, 2020-yildan 2023-yilgacha oziq-ovqat mahsulotlari eksporti barqaror o'sib borgan. 2020-yilda umumiy eksport hajmi 495 mln AQSh dollarini tashkil qilgan bo'lsa, 2023-yilga kelib bu ko'rsatkich 776 mln dollarga yetgan, ya'ni 3 yilda 56% ga oshgan. Ayniqsa, meva-sabzavotlar eksportidagi o'sish (+240 mln dollar) tarmoqqa bo'lgan tashqi talab ortayotganidan dalolat beradi.

Asal va yog' mahsulotlari eksportining o'sishi esa O'zbekistonda ekologik va tabiiy mahsulotlarga bo'lgan xorijiy ehtiyojni aks ettiradi. Bu tahlil qishloq xo'jaligi ishlab chiqaruvchilarining eksport bozorlariga yanada faol chiqish imkoniyatlarini ochib bermoqda.

Turizm va oziq-ovqat eksporti bir-birini to'ldiruvchi strategik yo'nalishlardir. Masalan, turistik zonalarda mahalliy mahsulotlarga talab ortgani sari ishlab chiqarish hajmi ko'payadi, bu esa eksport imkoniyatini kengaytiradi. Aksincha, eksportdan tushgan daromadlar mahalliy turizm infratuzilmasiga sarmoya kiritish imkonini beradi.

Bundan tashqari, turistik mahsulotlar ichida milliy taomlar, qishloq xo'jaligi mahsulotlari, an'anaviy ichimliklar, quritilgan mevalar, asal, yog'lar va boshqalar bor. Bu mahsulotlar xorijlik sayyohlar orqali tabiiy reklama vositasiga aylanadi, ya'ni "turist orqali eksport" modelini shakllantiradi.

2-jadval

Turistik zonalarda ichki talab ortishining agrar mahsulotlarga ta'siri⁹²

Hudud	Yillik turistlar soni (ming)	Mahalliy mahsulotlar savdosi (mlrd so'm)	O'sish sur'ati (%)
Samarqand	150	210	18
Buxoro	120	180	15
Qashqadaryo	80	125	12
Farg'ona vodiysi	100	160	14

⁹¹ World Bank (2020–2023). "Uzbekistan: Economic Update and Sector Analysis" URL: <https://www.worldbank.org/en/country/uzbekistan>

⁹² Akbarov, I. (2024). "O'zbekistonning turizm infratuzilmasini modernizatsiya qilishda innovatsion yondashuvlar." — Iqtisodiyot va innovatsiyalar jurnali, № 4(2), 45–52

Jadvalda keltirilgan raqamlar O'zbekistondagi yirik turistik hududlarda qishloq xo'jaligi mahsulotlariga ichki talab ortib borayotganini ko'rsatadi. Misol uchun, Samarqand viloyatida yillik turistlar soni 150 mingdan oshib, mahalliy mahsulotlar savdosi 210 mlrd so'mga yetgan. Bu esa 18% lik o'sish ko'rsatkichini ifodalaydi.

Bu jarayonlar agroturizmni rivojlantirish va turistik xizmatlarni mahalliy fermerlar bilan bog'lash orqali agrar sektorning barqarorligini ta'minlash imkonini beradi. Mahsulotlar bevosita turistlar bilan uchrashuv nuqtalarida taklif etiladi, bu esa oraliq zanjirlarni qisqartiradi va fermer daromadlarini oshiradi.

Agro-turistik klasterlar tashkil etilishi orqali fermer xo'jaliklari, logistika kompaniyalari, mehmonxona va ovqatlanish xizmatlari o'zaro hamkorlikda ishlay boshlaydi. Bu esa agrar tarmoqda barqaror iqtisodiy modelni shakllantiradi.

O'zbekiston agrar tarmog'ini modernizatsiya qilishda turizm infratuzilmasini rivojlantirish va oziq-ovqat mahsulotlarining tashqi savdosini muvofiq tarzda olib borish zarur. Bu borada quyidagi tavsiyalar dolzarb hisoblanadi:

- agroturizmni rag'batlantirish bo'yicha hududiy dasturlar ishlab chiqish;
- mahalliy mahsulotlarni eksportga tayyorlashda brending va sertifikatlash tizimini kuchaytirish;
- eksportchilarga logistik infratuzilmani rivojlantirishda davlat ko'magini yo'lga qo'yish;
- turizm hududlarida qishloq xo'jaligi yarmarkalarini doimiy asosda tashkil etish;
- fermer xo'jaliklarini turistlar bilan bevosita muloqotga chiqarish orqali agro-marketingni kuchaytirish.

Turizm va eksport o'rtasidagi o'zaro aloqalar, O'zbekistonning agrar sektorining rivojlanishiga bevosita ta'sir ko'rsatadi. O'zbekistonning turizm infratuzilmasini yaxshilash orqali, mamlakatning agrar sektori, ayniqsa, meva-sabzavotlar, qandolat va oziq-ovqat mahsulotlarining eksporti sezilarli darajada o'sadi. Bu ikki soha o'rtasidagi integratsiya, innovatsion texnologiyalarni qo'llash va ekologik qishloq xo'jaligi mahsulotlariga bo'lgan ehtiyojning ortishi orqali agrar tarmoqlarni barqaror ravishda rivojlantirish imkoniyatini yaratadi.

Agar turizm sohasida jahon bozorida kuchli o'rin egallashga erishilsa, eksport hajmi yanada oshadi, bu esa mamlakatning iqtisodiy barqarorligini ta'minlashda muhim ahamiyat kasb etadi. Shu bilan birga, turizm sektorida o'ziga xos innovatsion yondoshuvlar (masalan, agroturizm va ekoturizm) agrar sektorga yangi imkoniyatlar ochib, fermerlar va ishlab chiqaruvchilarni yangi bozorlar bilan tanishtirishga yordam beradi.

Bundan tashqari, zamonaviy texnologiyalar va raqamli innovatsiyalar orqali eksport qilinadigan mahsulotlar sifatini oshirish, mahsulotlarning qadoqlanishi va saqlanishini yaxshilash orqali eksportni yanada diversifikatsiya qilish mumkin. Ushbu integratsiya orqali O'zbekistonning agrar sektori, nafaqat ichki bozor, balki xalqaro bozorlarda ham raqobatbardoshligini oshiradi.

Muhlisa AKRAMJONOVA,
O'zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi talabasi
Ilmiy rahbar: Uktam JIYANOV,
O'zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi katta o'qituvchisi

TURIZMDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALARNING ROLI

Annotatsiya: Raqamli texnologiyalar turizm sohasini tubdan o'zgartirib yubordi. Internet, mobil ilovalar, sun'iy intellekt va virtual reallik kabi texnologiyalar sayohatchilarning safarni rejalashtirish, bron qilish va tajriba orttirish usullarini yangilab, an'anaviy amaliyotlarni raqamlashtirishga olib keldi. Onlayn bron tizimlari va mobil ilovalar foydalanuvchilarga qulaylik yaratib, xizmat ko'rsatish sifatini oshirdi. Ushbu maqolada raqamli transformatsiyaning turizm sohasiga ta'siri, ilg'or texnologiyalarning joriy etilishi va kelajakdagi tendensiyalar tahlil qilinadi.

Kalit so'zlar: turizm, onlayn bron tizimlari, mobil ilovalar, sun'iy intellekt, virtual reallik.

Abstract. The development of digital technologies has fundamentally transformed the tourism industry. Technologies such as the Internet, mobile applications, artificial intelligence, and virtual reality have revolutionized the way travelers plan, book, and experience their journeys, leading to the digitization of traditional practices. Online booking systems and mobile applications have enhanced user convenience and service quality, while social networks have expanded opportunities for travelers to share experiences.

Keywords: tourism, online booking systems, mobile applications, artificial intelligence, virtual reality.

Аннотация. Развитие цифровых технологий кардинально изменило туристическую отрасль. Такие технологии, как Интернет, мобильные приложения, искусственный интеллект и виртуальная реальность, революционизировали способы планирования, бронирования и получения туристического опыта, приведя к цифровизации традиционных практик. Онлайн-системы бронирования и мобильные приложения повысили удобство для пользователей и качество обслуживания, а социальные сети расширили возможности для обмена опытом между путешественниками.

Ключевые слова: туризм, онлайн-системы бронирования, мобильные приложения, искусственный интеллект, виртуальная реальность.

Raqamli texnologiyaning turizm sohasidagi o'rni texnologik yutuqlarning sayohatchilarning safarlarini qanday rejalashtirishi, bron qilishni soddalashtiruvchi rolini amalga oshiradi. Turizm sohasi an'anaviy bron qilish usullaridan raqamlashtirilgan muhitga o'tgan sari, raqamli platformalar, mobil ilovalar va innovatsion texnologiyalarning integratsiyasi sayohat tajribalarini tubdan o'zgartirdi – bu esa ilgari bo'lmagan darajadagi qulaylik va shaxsiylashtirishni ta'minlamoqda. Ayniqsa, onlayn bron tizimlari va ijtimoiy tarmoqlarning keng tarqalishi sayohatchilarga bir zumda kerakli ma'lumotlar va resurslarga kirish imkonini berib,

zamonaviy sayohat tizimida iste'molchilar xatti-harakatlarini tubdan o'zgartirdi.

Raqamli texnologiyalar rivojlanishi turizm sohasini tubdan o'zgartirib yubordi. Bu o'zgarishlar an'anaviy sayohatni rejalashtirish va bron qilish usullaridan raqamlashtirilgan, yanada interaktiv tajribaga o'tishni belgiladi. 20-asrning oxirlarida internetning paydo bo'lishi burilish nuqtasiga aylandi – sayohatchilarga ma'lumot, bron qilish va turli xizmatlarga ilgari bo'lmagan darajada tez va keng kirish imkonini berdi⁹³.

Asosiy qism. Avvaliga turizm sohasi bron qilish va sayohatni tashkil etishda asosan qo'lda bajariladigan jarayonlarga tayanar edi. Bu davrda mehmonxona yoki xizmatlar uchun ko'plab telefon qo'ng'iroqlari amalga oshirilar, shaxsan uchrashuvlar orqali ish yuritilar edi. Bu inson omiliga katta urg'u berilgan davr edi. Biroq raqamli texnologiyalar paydo bo'la boshlagach, ular turizm manzarasini o'zgartira boshladi ya'ni operatsion samaradorlikni oshirdi va o'zgarayotgan iste'molchi talablariga moslashtirilgan xizmatlarni taklif eta boshladi⁹⁴.

2000-yillarning boshlarida raqamli bron tizimlari va mobil ilovalarning ommalashuvi raqamli turizm taraqqiyotida muhim burilish bo'ldi⁹⁵. Bu platformalar sayohatga oid ma'lumotlarga darhol kirish imkonini taqdim etdi, foydalanuvchilarga narxlarni solishtirish, sharhlarni o'qish va bron qilishni osonlashtirdi. Bundan tashqari, ijtimoiy tarmoqlarning paydo bo'lishi sayohatchilarning o'z tajribalarini baham ko'rishi va sayohat joylari bilan o'zaro aloqada bo'lish usullarini tubdan o'zgartirdi – bu esa zamonaviy sayohatni rejalashtirishning ajralmas qismiga aylandi.

Foydalariga qaramay, raqamli tizimlarga o'tish jarayoni muammolardan chetda bo'lmadi. Turizm sohasi ijtimoiy-iqtisodiy noaniqliklar, narxlarning oshishi va COVID-19 pandemiyasining salbiy ta'siri kabi omillar bilan kurashishiga to'g'ri keldi. Bu omillar “pandemiyadan keyingi faol sayohat qilish” kabi yangi trendlarning paydo bo'lishiga olib keldi. Ushbu bosimlar sanoat vakillarini tezda moslashishga majbur qildi. Ular sun'iy intellekt, virtual reallik, blokcheyn kabi ilg'or texnologiyalarni mijozlar tajribasini oshirish va operatsion samaradorlikni ta'minlash uchun faol qo'llay boshlashdi⁹⁶.

Raqamli transformatsiya bu doimiy jarayon bo'lib, o'zgaruvchan muhitga strategik rejalashtirish va moslashishni talab qiladi. Bu nafaqat texnologiyani an'anaviy amaliyotlarga integratsiya qilish, balki xizmatlarni optimallashtirish va iste'molchilarning o'zgaruvchan talablariga javob berish uchun biznes modellarga yangicha yondashishni ham o'z ichiga oladi⁹⁷.

Turizm sohasidagi eng muhim yutuqlardan biri bu onlayn bron qilish tizimlarining rivojlanishidir. Bu tizimlar sayohatchilarga har qanday mobil qurilma

⁹³ Sargsyan, A., & Harutyunyan, M. (2024). *The Impact of Digital Technologies on Tourists' Travel Choices and Overall Experience*. *Journal of Tourism and Services*, 15(29), 162–177.

⁹⁴ Aqsanoor. (2024, May 31). *Impact of Digital Transformation in Hospitality & Tourism*. CodeSuite. Retrieved from <https://codesuite.org/blogs/impact-of-digital-transformation-in-hospitality-tourism>

⁹⁵ Snatika. (n.d.). *The Impact of Technology on Tourism Management: Trends and Innovations*. Snatika. <https://snatika.com/single-blog/the-impact-of-technology-on-tourism-management%3A-trends-and-innovations>

⁹⁶ **DigiTransformationSummit**. (n.d.). *The Impact of Tourism on Digital Transformation*. *DigiTransformationSummit*. <https://www.digitransformationsummit.com>

⁹⁷ Rezdy. (2023, March 15). *10 Benefits of Online Bookings for Tour & Activity Operators*. Retrieved May 14, 2025, from <https://rezdy.com/blog/benefits-of-online>

orqali bron va mavjudlikni tekshirish imkonini beradi, bu esa qulaylik va moslashuvchanlikni ta'minlaydi⁹⁸. Bron jarayonining avtomatlashtirilishi orqali bu platformalar mijozlarga kecha-kunduz rezervatsiya qilish imkonini beradi, an'anaviy sayohat agentlariga bo'lgan ehtiyojni kamaytiradi va tezkor javoblar hamda samarali qo'llab-quvvatlash orqali mijozlar mamnunligini oshiradi. Bundan tashqari, avtomatlashtirilgan bron tizimlari inson xatolarini kamaytiradi, aniqlikni oshiradi hamda bizneslar uchun qimmatli ma'lumotlar asosida to'g'ri qaror qabul qilish va aniq marketing strategiyalarini ishlab chiqish imkonini beradi.

Smartfonlarning keng tarqalishi mobil ilovalarni sayohatchilar uchun zaruriy vositaga aylantirdi. Google Maps va Airbnb kabi ilovalar raqamli vositalarning turizm tajribasini qanday yengillashtirayotganiga misoldir – ular joylashuvga asoslangan xizmatlar va turar joy variantlarini taqdim etadi. Ushbu ilovalar foydalanuvchi tajribasini shaxsiylashtirish orqali yaxshilaydi, sayohatchilarga esa harakatda bo'lgan paytda ham keng ko'lamli xizmatlardan foydalanish imkonini beradi, bu esa ma'lumot qidirishda deyarli barcha cheklovlarini yengishga yordam beradi.

Sayohatchilarning safarni rejalashtirish, bron qilish va uni boshdan kechirish usullarini takomillashtirdi. Onlayn bron tizimlaridan tortib, interaktiv virtual tajribalarigacha bo'lgan texnologiyalar zamonaviy turizmda muhim rol o'ynaydi. Quydagi bo'limda turizm sohasida qo'llanilayotgan asosiy raqamli texnologiyalar turlari bayon etiladi.

1. Virtual Reallik (VR) va Kengaytirilgan Reallik (AR) texnologiyalari turizm sohasida tobora ommalashib bormoqda. Ular an'anaviy sayyohlikni boyituvchi tajribalarni taqdim etadi. VR foydalanuvchini turli manzillarga virtual tarzda olib borishi mumkin, AR esa real joylarga raqamli qatlamlar qo'shish orqali obyektlar haqida chuqurroq ma'lumot beradi. Bu texnologiyalar sayohatchilar va sayyohlik maskanlari o'rtasidagi o'zaro aloqani o'zgartirib, noyob taassurot imkoniyatlarni yaratadi.

2. Katta ma'lumotlar (Big Data) tahlili va Sun'iy Intellect (AI) texnologiyalari turizm tendensiyalari va mijozlar istaklarini tushunishda hal qiluvchi rol o'ynaydi. Xizmat ko'rsatuvchi tashkilotlar ushbu texnologiyalar yordamida shaxsiylashtirilgan xizmatlar ko'rsatish, marketing faoliyatini optimallashtirish va operatsion samaradorlikni oshirish imkoniyatiga ega. AI texnologiyalari – jumladan, chatbotlar va virtual yordamchilar – ham mashhurlik kasb etmoqda, ular sayohat vaqtida foydalanuvchilarga real vaqtli ma'lumotlar va individual tavsiyalarni taqdim etadi.

3. Generativ sun'iy intellekt (Generative AI) turizmga kuchli vosita sifatida paydo bo'lib, kontent yaratishni soddalashtirish va bron qilish jarayonlarini avtomatlashtirish orqali xizmatlarni yaxshilamoqda. Bunga marketing materiallari uchun matn yaratish va mehmonxona sharhlarining avtomatik xulosalarini taqdim etish kiradi – bu sayohatchilarga turar joy haqida qisqacha va asosiy tasavvur beradi.

Bu texnologiya sayohatni rejalashtirishni osonlashtiruvchi maxsus sayohat paketlari va solishtirma vositalarini ishlab chiqishga yordam beradi hamda xizmatlarni turli bozorlar uchun yanada qulay va foydalanishga yengil holga

⁹⁸ Vaia. (n.d.). Digital Tourism Behavior: Explained & Impact. Retrieved May 14, 2025, from <https://www.vaia.com/en>

keltiradi.

Raqamli texnologiyalarning turizm sanoatiga ta'siri chuqur va ko'p qirrali bo'lib, sayohatchilarning safarni rejalashtirish, uni boshdan kechirish va o'z taassurotlarini ulashish usullarini tubdan o'zgartirib yubordi. Bu transformatsiyaning asosiy omillari sifatida raqamli marketingning rivojlanishi, onlayn bron platformalari va yangi texnologiyalarning joriy etilishi ko'rsatiladi.

Ijtimoiy tarmoqdagi ko'plab auditoriyaga ega shaxslar zamonaviy turizmda sayohat qarorlariga sezilarli ta'sir ko'rsatmoqda. Agar ular biror manzilga tashrif buyursa, bu joyga qiziqish va bronlar sonining sezilarli oshishiga olib kelishi mumkin. Ushbu tendensiya ko'plab sayohat agentliklarini shunday shaxslar bilan hamkorlik qilishga undagan, ular keng auditoriyaga ega bo'lganidan foydalanib, potensial sayohatchilarni jalb qilish va yo'nalishlarni samarali targ'ib qilishmoqda.

Kelgusi yillarda texnologik yutuqlar, sayohatchilarning o'zgaruvchan afzalliklari va barqarorlikka qaratilgan e'tibor tufayli turizm sohasi katta transformatsiyani boshdan kechiradi. Prognozlarga ko'ra, 2022-yildan 2032-yilgacha bo'lgan davrda sayohat va turizm yillik o'sish sur'ati 5,8% ni tashkil etadi, bu esa global iqtisodiy o'sish sur'ati bo'lgan 2,7% dan ancha yuqori⁹⁹.

Ushbu o'sishga Gen Alpha kabi yangi sayohatchilar guruhlarining paydo bo'lishi, shuningdek, bleisure (ish va dam olishni birlashtiruvchi), hashamatli, sog'liqni saqlash va wellness turizmi kabi bozorlardagi kengayish sabab bo'lmoqda. Bu esa mehmondo'stlik xizmatlarini o'zgarayotgan kutishlarga moslashtirishga undamoqda.

Raqamli texnologiyalar turizm sohasini tubdan o'zgartirib, sayohatchilarning safarni rejalashtirish, bron qilish va tajriba orttirish usullarini yanada osonlashtirmoqda. Onlayn bron tizimlari, mobil ilovalar, sun'iy intellekt va virtual reallik kabi texnologiyalar xizmat ko'rsatish sifatini oshirib, foydalanuvchilarga qulaylik yaratmoqda va bevosita turizm bozoridagi o'sishni ta'minlamoqda. Raqamli texnologiyalarning rivojlanishi natijasida ijtimoiy tarmoqlarda esa sayohatchilarning tajriba almashish imkoniyatlarini kengayayotganini ko'rishimiz mumkin.. Pandemiya kabi global muammolar sanoatni yangi texnologiyalarni joriy etishga undadi. Kelgusida raqamli transformatsiya turizm sohasida yanada chuqurlashib, foydalanuvchi tajribasini shaxsiylashtirish va xizmat ko'rsatish sifatini oshirishga xizmat qiladi.

⁹⁹ Skyscanner. (2024, November 10). 10 Key Correlations Shaping Hospitality & Tourism Trends Today. Retrieved May 14, 2025, from <https://www.skyscanner.com/hospitality-tourism-trends-2025>

Dilnoza XOSHIMOVA,
O'zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi magistranti,
Ilmiy rahbar: Gulnora GULYAMOVA,
O'zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi dotsenti, i.f.n.

TURISTIK DESTINATSIYALARNI RIVOJLANTIRISHDA IJTIMOIIY TARMOQLARDAN FOYDALANISH SAMARADORLIGI

Annotatsiya. Ushbu maqolada turistik destinatsiyalarda ijtimoiy tarmoqlardan foydalanishning iqtisodiy samaradorligi holatini o'rganilgan. Internet va raqamli kommunikatsiya vositalari rivojlanishi sharoitida ijtimoiy tarmoqlar turizm marketingining asosiy vositasiga aylanmoqda. Ushbu tadqiqotni amalga oshirish jarayonida so'nggi statistik ma'lumotlarga tayanib ijtimoiy tarmoqlarning turizmga ta'siri tahlil qilinib, ularning iqtisodiy natijalarga qanday hissa qo'shayotganini ko'rish mumkin. Shu jumladan, zamonaviy texnologiyalardan foydalanuvchilarning xatti-harakatlari, reklama samaradorligi, turistik oqimlar va iqtisodiy foyda bilan bog'liq tendensiyalar yoritilgan.

Kalit so'zlar: turizm, ijtimoiy tarmoqlar, marketing, iqtisodiy samaradorlik, destinatsiya, raqamli kommunikatsiya, zamonaviy texnologiya.

Abstract. This article examines the economic efficiency of using social media in tourist destinations. With the development of the Internet and digital communication tools, social media is becoming a key tool in tourism marketing. In the process of conducting this study, the impact of social media on tourism was analyzed based on the latest statistical data and how they contribute to economic results. In particular, trends related to the behavior of users of modern technologies, advertising effectiveness, tourist flows and economic benefits were highlighted.

Keywords. tourism, social media, marketing, economic efficiency, destination, digital communication, modern technology.

So'nggi yillarda dunyo bo'ylab raqamli texnologiyalarning jadal taraqqiyoti turizm industriyasiga sezilarli ta'sir ko'rsatmoqda. Ayniqsa, hozirgi kunda katta hajmdagi auditoriyaga ega bo'lgan ijtimoiy tarmoqlardan Instagram, Facebook, Tik Tok, YouTube va boshqalar, turistlar tomonidan destinatsiya tanlash, sayohatni rejalashtirish va taassurot almashishda faol qo'llanilmoqdadir. Turistik mahsulotlarni reklama qilishda ijtimoiy media vositalarining iqtisodiy samaradorligini aniqlash esa marketing strategiyalarini takomillashtirishda muhim omil hisoblanadi.

Mazkur maqolada turistik destinatsiyalarni ijtimoiy tarmoqlar orqali targ'ib qilishning iqtisodiy ko'rsatgichlarga ta'siri, samarali amaliyotlar va kelajak tendensiyalari yoritiladi.

Sayyohlarning aksariyati sayohat qilishdan oldin ijtimoiy tarmoqlardagi sharhlar, videolar va boshqa foydalanuvchilarning tajribalariga asoslangan qarorlar qabul qiladilar. Shu bois zamonaviy raqamli texnologiyalar va sun'iy intellektdan foydalanish turistik destinatsiyalarning raqobatbardoshligini oshirishda muhim omil hisoblanadi. Yevropalik foydalanuvchilarning 71% TikTok tavsiyalari asosida ta'til

bron qilgan¹⁰⁰. 35-54 yoshdagi sayohatchilarning 63% ijtimoiy tarmoqlardan sayohat rejalashtirish yoki tajribalarni baham ko‘rish uchun foydalangan¹⁰¹

2024-yilda O‘zbekiston Respublikasiga tashrif buyurgan xorijlik turistlar soni 10,28million nafarga yetdi. Bu 2023-yildagi 6,63 million nafarga nisbatan 3,65 millionga yoki 55% ga ko‘pdir. Shuningdek, ichki turizmga ishtirok etganlar soni 22,67 million nafarni tashkil qildi, bu esa 2023-yilga nisbatan 2million nafarga yoki 10% ga o‘shishni anglatadi¹⁰². Xorijlik sayyohlar hisobiga 2024-yilda turizm xizmatlari eksporti 3 milliard 489 million AQSH dollorga yetdi. 2023-yilda bu ko‘rsatkich 2 milliard 143million dollarni tashkil qilgan. Ya’ni, 1 milliard 346 million dollar yoki 62% o‘shish kuzatildi¹⁰³.

2024-yilgi tadqiqotlarga ko‘ra, sayohatchilarning 89%i sayohat ilhomini ijtimoiy tarmoqlardan olgan. 72% sayohatchilar esa safar davomida sur’atlarini ijtimoiy tarmoqlarda baham ko‘rgan¹⁰⁴. O‘zbekiston misolida ijtimoiy tarmoqlarning turizmga ta’siri quyidagi statistik ma’lumotlarga asoslanib o‘rganib chiqildi. 2023-yil boshida O‘zbekistonda 5,35 million ijtimoiy tarmoq foydalanuvchisi mavjud edi, bu umumiy aholining 15,3% ini tashkil etdi. 2024-yil boshida bu ko‘rsatkich 24,6%ga oshdi, ya’ni foydalanuvchilar soni 4,5 millionga ko‘paydi¹⁰⁵. 2025-yil aprel holatiga ko‘ra, ijtimoiy tarmoqlarda eng ko‘p foydalanilgan platformalarni quyidagi jadvalda keltirilgan(1-jadval).

1-jadval

Eng ko‘p foydalanilgan ijtimoiy tarmoqlar 2025-yil aprel oyi holatiga ko‘ra¹⁰⁶

Instagram	54.19%
Facebook	16.49%
Pinterest	12.73%
YouTube	7.67%
Twitter	4.74%
LinkedIn	1.73% .

Turizm daromadlari va ijtimoiy tarmoqlarning roli 2023-yilda O‘zbekiston turizm sohasidan \$2.1435 milliard daromad oldi, bu ko‘rsatkich 2022-yilga nisbatan 1.3 barobar ko‘pdir¹⁰⁷. 2024-yilda esa turizm daromadi \$3.5 milliardga yetdi, bu 2023-yilga nisbatan 1.5 barobar o‘shishni anglatadi. 2023-yilda har bir xorijiy turist o‘rtacha \$400 sarflagan, bu 2017-yildagi \$197 ko‘rsatkichidan ikki barobar ko‘pdir¹⁰⁸. Ijtimoiy tarmoqlarda foydalanuvchilar tomonidan yaratilgan kontent (UGC) O‘zbekistonning ijobiy imijini shakllantirishda 60% ta’sirga ega. Mahalliy hamjamiyat va sayyohlar o‘rtasidagi o‘zaro aloqalarning 50%i ijtimoiy tarmoqlar

¹⁰⁰https://www.traveldailynews.com/statistics-trends/social-media-trends-shaping-global-travel-in-2025/?utm_source=chatgpt.com

¹⁰¹https://www.phocuswright.com/Travel-Research/Research-Updates/2024/The-true-impact-of-social-strategy?utm_source=chatgpt.com

¹⁰² https://uza.uz/oz/posts/2024-yilda-davlat-byudjetidan-turizm-sohasi-uchun-483-milliard-som-ajratildi_708432

¹⁰³ O‘sha manba

¹⁰⁴ <https://www.winsavvy.com/social-media-and-tourism-key-statistics/>

¹⁰⁵ <https://daryo.uz/2023/10/28/ozbekistonda-ijtimoiy-tarmoqlardan-foydalanuvchilar-soni-malum-qilindi>

¹⁰⁶ <https://www.kun.uz/news/2025/04/10/jamoatchilik-fikri-ijtimoiy-tarmoqdagi-kommentlar-real-hayot-inikosimi>

¹⁰⁷ https://uza.uz/oz/posts/ozbek-turizmi-2024-yil-qanday-yutuqlarga-erishdi_673628

¹⁰⁸ <https://cedr.uz/2024/10/04/o%CA%BBzbekistonda-turizmni-rivojlantirish-istiqbollari/>

orqali amalga oshmoqdadir.

Ijtimoiy tarmoqlar O'zbekiston turizm sohasida muhim ro'l o'ynamoqda. Ular orqali destinatsiyalarni targ'ib qilish, sayohatchilarni jalb etish va iqtisodiy daromadlarni oshirish imkoniyatlari kengaymoqda. Ijtimoiy tarmoqlar turizm sohasida muhim ro'l o'ynaydi, sayohatchilarning qarorlarini shakllantirishdan tortib, destinatsiyalarni tanlash va bron qilishgacha bo'lgan jarayonlarga ta'sir ko'rsatadi. Sayohat kompaniyalari va destinatsiya marketing tashkilotlari uchun ijtimoiy tarmoqlarda faol ishtirok etish, foydalanuvchi tomonidan yaratilgan kontentni rag'batlantirish va infulencerlar bilan hamkorlik qilish orqali iqtisodiy samaradorlikni oshirish imkoniyati mavjud. Statistik ma'lumotlar shuni ko'rsatadiki, ijtimoiy tarmoqlardan samarali foydalanish turizm daromadlarining sezilarli o'sishiga olib kelmoqda.

Shahlo KARIMJONOVA,
Lecturer of Fergana State University
Gulnoza SOLIJONOVA,
Student of Fergana State University

SCIENTIFIC-THEORETICAL FOUNDATIONS AND CONCEPTUAL APPROACHES TO THE DIGITALIZATION OF TOURISM ACTIVITIES IN UZBEKISTAN

Abstract. *This article highlights the scientific-theoretical foundations and conceptual approaches to the digitalization of the tourism sector in the Republic of Uzbekistan. The digital transformation of tourism is a modern requirement, and it examines the economic efficiency, service quality, and possibilities for managing tourist flows. Furthermore, existing problems and recommendations based on foreign experience are discussed.*

Keywords: *tourism, digitalization, innovative technologies, conceptual approach, artificial intelligence, digital infrastructure.*

Аннотация. *В статье раскрыты научно-теоретические основы и концептуальные подходы к цифровизации туристической отрасли Республики Узбекистан. Цифровая трансформация туризма является актуальной современным требованием, и в статье рассматриваются экономическая эффективность, качество обслуживания и возможности управления туристическими потоками. Также рассматриваются существующие проблемы и предлагаются рекомендации на основе зарубежного опыта.*

Ключевые слова: *туризм, цифровизация, инновационные технологии, концептуальный подход, искусственный интеллект, цифровая инфраструктура.*

In recent years, digital technologies have been fundamentally transforming the global economy. They have deeply integrated into manufacturing, services, and social life, forming a new digital ecosystem. Particularly in the tourism sector, the trend of

digitalization has become a crucial factor in improving service quality, implementing customer-oriented approaches, managing tourist flows, and expanding marketing opportunities. Therefore, digitalizing tourism activities has become a pressing issue that needs to be studied not only from a technological but also from a scientific and theoretical perspective. In the Republic of Uzbekistan, the strategic directions for the development of the tourism sector have been outlined, which cannot be imagined without digital transformation. The "Digital Uzbekistan – 2030" strategy, presidential decrees and decisions, as well as the initiatives of the State Committee for Tourism Development have created the necessary legal foundations in this regard. However, the essence of the digitalization process, its conceptual models, and scientific foundations have not yet been fully developed.

Therefore, this research aims to deeply analyze the scientific-theoretical foundations of digitalizing tourism activities in Uzbekistan, compare it with international experience, and develop improved conceptual approaches based on national characteristics. The theoretical justification of the digitalization process of tourism activities in Uzbekistan, as well as the development of an effective conceptual model based on foreign experience and national practice.

Research Tasks:

1. Provide scientific foundations for the concept of digitalization and its role in the economy;
2. Analyze theoretical approaches to digital transformation in the tourism sector;
3. Study the current state of digitalization in Uzbekistan's tourism.
4. Analyze foreign experiences and draw comparative conclusions;
5. Develop recommendations and proposals for the development of digital tourism.

Research Object: Tourism activities in the Republic of Uzbekistan.

Research Subject: Theoretical foundations and conceptual approaches to the digitalization process in the tourism sector.

A systematic analysis of theoretical concepts related to digital tourism will be presented. A conceptual model and proposals suitable for Uzbekistan's conditions will be developed. The process of digital transformation will be interpreted in harmony with national strategies.

Digitalization (digitization) refers to the process of optimizing the management, storage, transmission, and utilization of information through digital technologies. Initially, this concept was considered as converting traditional information into a digital format, but now it has a broader meaning: it is the process of digitally transforming each segment of organizations, sectors, and society. Digitalization and digital transformation are closely related concepts. While digitalization refers to the technological process of converting data into digital form, digital transformation involves the fundamental change of systems such as management, service delivery, communication, commerce, education, healthcare, and tourism based on digital technologies. Current global trends show that implementing digital technologies is not only necessary for achieving economic efficiency but has also become an essential requirement. In sectors like tourism, which rely on high

competition and rapid information flows, this process becomes even more crucial. The Visit Uzbekistan.uz platform will integrate hotels, guides, transportation, museums, and restaurants into one system. A personal profile and digital wallet will be created for tourists. Opportunities for trip planning, booking, and feedback will be provided. A recommendation system based on Big Data will be implemented to suggest services tailored to user interests. This approach will strengthen service integration, increase convenience for tourists, and improve service quality. Utilizing modern technologies in tourism management is crucial: Personalized recommendations for tourists via AI. Predicting tourist flows based on Big Data, determining which regions will receive how many visitors during certain periods. Interactive maps and real-time services (e.g., waiting times, transport movements, weather changes, etc.). These approaches will help make effective management decisions.

Online courses and certification systems (working with platforms and technologies) Introduction of a special “Digital Tourism Manager” program for regional specialists. This will improve service quality and foster the development of competitive, modern professionals.

In Uzbekistan, digital transformation must be implemented not only by the government but also through collaboration with the private sector: Private companies (startups) will participate in creating digital applications, tourism services, VR, and AR-based products. The government will support them through infrastructure, legislation, and tax incentives. This model will speed up innovation adoption and diversify services.

The development of the tourism sector is a priority goal, and improving management effectiveness is directly linked to the potential of human resources. Although work on training specialists in the sector began in the years of independence, currently, nearly 80% of those working in tourism lack sufficient knowledge. To ensure the development of the sector and improve management effectiveness, I propose the following recommendations:

1. Set a mandatory requirement for students working with foreign tourists to have a certain level of foreign language proficiency for admission to higher education;
2. Introduce a requirement for a higher education diploma to open any travel agency;
3. Increase the number of practice-oriented training activities in the educational process;
4. Utilize the tourism sector experience of Arab countries to introduce new technologies into the sector.

Additionally, as part of the implementation of the President’s decrees No. 3217 "Initial Measures for the Development of the Tourism Sector in 2018-2019" and No. 3514 "Measures for the Development of Domestic Tourism," the “Uzbekistan Pass” mobile app was created, and UMS mobile services offer special rates for tourists.

In conclusion, the digital transformation of tourism in Uzbekistan presents significant opportunities for the sector’s growth and modernization. The implementation of digital platforms, the introduction of advanced technologies, and

the development of a comprehensive digital tourism ecosystem are crucial for enhancing service quality and management effectiveness. Despite the progress made, challenges such as regional disparities in digital infrastructure, low digital literacy, and the lack of integrated systems for tourism services remain. To address these issues, it is essential to focus on increasing digital literacy, integrating services into unified platforms, and enhancing the use of artificial intelligence and big data for more efficient management. Additionally, fostering public-private partnerships will play a key role in accelerating innovation and diversifying the services offered. Finally, the training and qualification of tourism specialists, alongside international collaborations and knowledge transfer, will be fundamental to achieving sustainable development in the sector. The proposed conceptual approaches provide a solid foundation for the future digitalization of tourism in Uzbekistan, and their successful implementation will contribute significantly to the country's economic growth and international competitiveness in the tourism industry.

References:

1. Toshboltaev, F. U. (2021). The necessity to ensure integration of pedagogical and information technologies in the preparation of future teachers. *European Journal of Research Development and Sustainability*, 2(6), 103-106.
2. Fahriddin, T. (2022). Content of ensuring the integration of pedagogical and information technologies in higher pedagogical education. *Eurasian Journal of Learning and Academic Teaching*, 15, 193-197.
3. Tashboltaev, F.O. (2022). Features of improving the methodical training system of future teachers. *Journal of Pedagogical Inventions and Practices*, 15, 113-115.
4. Тошболтаев, Ф. Ў. (2022). Бўлажак ўқитувчиларда методик тайёргарликни ривожлантиришнинг ижтимоий-педагогик. *Science and innovation*, 1(B3), 615-622.
5. Toshboltaev, F. U. (2021). Improving the methodological system of training teachers on the basis of integration of pedagogical and information technologies. *Current research journal of pedagogics*, 2(6), 96-100.
6. Toshboltayev , F. (2023). Model for the development of the methodological preparation of computer science teachers based on the integration of pedagogical and information technologies. *Scientific Journal of the Fergana State University*, (3), 172. Retrieved from <https://journal.fdu.uz/index.php/sjfsu/article/view/2638>
7. Toshboltayev, F. (2023). Pedagogical facilities and informational technologies integration provision in contemporary education. *Scientific Journal of the Fergana State University*, (3), 21. Retrieved from
8. Tashboltaev, F. (2023). Model of development of methodological preparation of future it teachers based on the integration of pedagogical and information technologies. *International Bulletin of Engineering and Technology*, 3(8), 37-40.
9. Tashboltaev, F. (2023). Providing the integration of pedagogical opportunities and information technologies in modern education. *International Bulletin of Applied Science and Technology*, 3(8), 85-89.

10. Toshboltaev, F. (2022). Methodology in future teachers socio-pedagogical necessity of development of preparation. Science and Innovation, 1(3), 615-622.

11. Тошболтаев, Ф. (2022). Булажак уқитувчиларни методик тайёрлаш хусусиятлари тизимининг такоминлаштириш. Мугаллим ҳам узлуксиз билимлендириш, 6(2), 75-78.

12. Toshboltaev, F. U. (2020). Solution of ecological and economic problems by modeling. Экономика и социум, (11 (78)), 356-359.

13. Toshboltaev, F. (2022). Ta'limda masofaviy o'qitish tizimi bugungi kun uchun dolzarbdir. Интернаука, 16(4), 55-56.

Lobar NURULLAYEVA,
O'zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi magistranti
Ilmiy rahbar: Zokir SODIKOV,
O'zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi dotsenti, i.f.n.

TURIZM BOZORIDA KAPITAL OQIMI VA MOLIYAVIY BARQARORLIK: ISLOMIY MOLIYANING IJTIMOIIY VA IQTISODIY TA'SIRI

Annotatsiya. Mazkur maqolada islomiy moliyaning islomiy turizm bozoridagi roli va ahamiyati tahlil qilingan. Unda kapital oqimining shariat tamoyillariga muvofiq shakllanishi, islomiy banklar, takaful kompaniyalari va investitsiya fondlarining turizm sohasidagi faoliyati yoritilgan. Xususan, Tabung Haji tajribasi asosida islomiy moliya institutlarining turizm infratuzilmasiga qanday sarmoya kiritayotgani va bu orqali iqtisodiy barqarorlikka erishilayotgani ochib berilgan. Maqola, shuningdek, islomiy moliyaning ijtimoiy ta'siri, maqasid al-shari'a tamoyillariga asoslangan bozor dizayni va zamonaviy musulmon jamiyatlarida shakllanayotgan islomiy turmush tarziga urg'u beradi.

Kalit so'zlar: halol turizm, islomiy moliya, kapital oqimi, islomiy banklar, takaful, barqarorlik, ijtimoiy barqarorlik.

Аннотация. В данной статье рассматривается роль и значение исламских финансов в рынке исламского туризма. Освещаются механизмы формирования потоков капитала в соответствии с принципами шариата, а также участие исламских банков, компаний «такафул» и инвестиционных фондов в туристической сфере. На примере Tabung Haji показано, как исламские финансовые институты инвестируют в туристическую инфраструктуру и способствуют экономической стабильности. Особое внимание уделяется социальному воздействию исламских финансов, рыночному дизайну на основе концепции «макасид аш-Шари'а» и формированию современного исламского образа жизни в мусульманских обществах.

Ключевые слова: халяльный туризм, исламские финансы, поток капитала, исламские банки, такафул, стабильность, социальная стабильность.

Annotation. This article analyzes the role and significance of Islamic finance in the Islamic tourism market. It highlights how capital flows are formed in

accordance with Sharia principles and discusses the involvement of Islamic banks, takaful companies, and investment funds in the tourism sector. The case of Tabung Haji demonstrates how Islamic finance institutions invest in tourism infrastructure to promote economic stability. The article also emphasizes the social impact of Islamic finance, the market design based on Maqasid al-Shari'ah principles, and the emergence of a modern Islamic lifestyle in Muslim communities.

Keywords: *halal tourism, islamic finance, capital flow, islamic banks, takaful, stability, social stability.*

So'nggi yillarda Islomiy turizmning jadal rivojlanishi, ya'ni Islomiy qadriyatlar va shariat me'yorlariga asoslangan turistik faoliyat – Islomiy iqtisodiyot, moliya va turizm industriyasiga oid ilmiy va amaliy muhokamalarga kuchli ta'sir ko'rsatmoqda. Global Muslim Travel Index 2019 hisobotiga ko'ra, Islomiy turizm bozori jahon miqyosida tez sur'atlar bilan kengayib bormoqda. Islom dunyosida halol turizm, musulmonlarga qulay turizm, shariatga muvofiq xizmatlar va Islomiy mehmondo'stlik kabi yo'nalishlarning rivojlanishi musulmon sayyohlar faolligini oshirdi. Ularning sayohatga bo'lgan qiziqishi turizm yo'nalishlari geografiyasini va xalqaro turizm industriyasining umumiy ko'rinishini tubdan o'zgartirib yubordi. Bundan tashqari, haj, umra va ziyorat kabi an'anaviy diniy safarlarga turizm industriyasining faol jalb etilishi diniy turizm bozorining rivojlanishiga katta hissa qo'shdi.

Xalqaro turizm bozorida islomiy turizm bozori shakllanib, rivojlangani sari, ushbu sohada moliyaviy majburiyatlarga bo'lgan sanoat darajasidagi talab ham sezilarli darajada oshdi. Haqiqatdan ham, islomiy banklar, islomiy investitsiya fondlari va boshqa moliyaviy institutlar kabi turli islomiy moliya tashkilotlari turizm sohasiga sarmoya kiritishni boshladilar. Bu orqali ular islomiy turizm bozorini kengaytirish va barqaror rivojlantirishni maqsad qilganlar. Bundan tashqari, ayrim islomiy moliya institutlari o'z mijozlari uchun jamg'arma hisobvaraqlari dasturlari, investitsiya rejalari va moliyaviy xizmatlarni yo'lga qo'ydilar. Bu xizmatlar islomiy turizmni iste'mol va investitsiya yo'nalishidagi yangi imkoniyat sifatida ilgari surish maqsadida tashkil etilgan. Islomiy moliyaning islomiy turizm sohasidagi o'rni va roli alohida tadqiqotlar uchun dolzarb mavzu hisoblanadi. Xususan, ayrim biznes hisobotlarida islomiy turizm bozori va islomiy moliya tizimining rivojlanishi natijasida zamonaviy musulmon jamiyatlarida yangi islomiy hayot tarzining shakllanayotgani tasvirlangan. Shu jihatdan qaralganda, islomiy turizm bozorida islomiy moliyaning tutgan o'rni va ahamiyatini tahlil qilish, uning bozor mexanizmlarini qanday shakllantirayotgani hamda ijtimoiy ta'sirini o'rganish zaruriyati mavjud. Shu maqsadda, ushbu maqola islomiy moliyaning islomiy turizmga qo'shayotgan hissasini, bozor dizayni va ijtimoiy ta'sirlarini tahlil qilish orqali yoritib beradi. Unda, ayniqsa, ilg'or amaliy tajribalar asosida, islomiy moliyaning bu sohada qanday joriy etilgani va bu orqali yuzaga kelayotgan iqtisodiy-ijtimoiy o'zgarishlar o'rganiladi.

Bugungi kunda Islomiy moliya sohasining islomiy turizmga integratsiyalashuvi dolzarb ahamiyat kasb etadi. Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, islomiy moliyaviy institutlar axloqiy va ijtimoiy tamoyillarni real bozor amaliyotiga tatbiq etishda

muhim vosita bo'lib xizmat qilmoqda. Masalan, shariatga muvofiq mehmonxonalar, islomiy kurortlar va boshqa infratuzilmalarda islomiy moliyalashtirish mexanizmlaridan foydalanilishi muhim qadam bo'lib xizmat qilmoqda. Ammo afsuski, islomiy moliyaviy investorlarning aksariyati hali-hanuz islomiy turizm bozoriga to'liq kirib kelishga ehtiyotkorlik bilan yondashmoqda, bu esa konvensional moliyaviy institutlarning ustunligiga olib kelmoqda.

Ilk bosqichlarda islomiy moliya sohasida turizm va mehmondo'stlik tarmoqlariga sarmoya kiritish murakkab edi, chunki bu sohada yuzaga keladigan to'siqlar ko'p edi. Masalan, mehmonxonalar, turar joy va turizm infratuzilmasi odatda islom tamoyillariga zid elementlarni o'z ichiga olardi. Bundan tashqari, mehmondo'stlik sanoati uzoq muddatli va katta miqdorda moliyaviy kreditlarni talab qiladi, lekin islomiy moliya sohasida bunday ehtiyoj uchun mos mahsulotlar va mexanizmlar yetishmas edi.

Ammo ijarah (ijara) hamda sukuk (islomiy obligatsiya) kabi moliyaviy instrumentlar rivojlanishi bilan bir qancha islomiy moliya tashkilotlari turizm va mehmondo'stlik sohasiga faol aralasha boshladi. Natijada, sayyohlik va mehmondo'stlik tarmoqlari islomiy moliya investorlari uchun asosiy investitsiya yo'nalishlaridan biriga aylandi. Hozirgi kunda turli hil shariatga muvofiq mehmonxonalar o'z mol-mulk boshqaruvida islomiy moliya vositalaridan keng foydalanyapti.

Ba'zi islomiy moliya institutlari – masalan, islomiy banklar, investitsiya fondlari va takaful (islomiy sug'urta) kompaniyalari – islomiy turizm bozorida faol ishtirok etib kelmoqda. Jumladan, Malayziyada faoliyat yurituvchi Lembaga Tabung Haji (sobiq Lembaga Habung Haji) islomiy moliya bilan islomiy turizm o'rtasidagi aloqani ifodalovchi eng ilg'or tajribalardan biri sifatida e'tirof etiladi.[Dr. Khaliq et al. 2012] Tabung Haji Janubiy-Sharqiy Osiyodagi eng qadimgi islomiy moliyaviy institutlardan biri bo'lib, dastlab musulmon aholi uchun foizsiz (riba) omonat tizimi orqali Haj safariga tayyorgarlik ko'rishni moliyalashtirish maqsadida tashkil etilgan. U nafaqat diniy vazifalarni bajarishni moliyaviy qo'llab-quvvatlagan, balki mamlakat iqtisodiy taraqqiyotida musulmon fuqarolarning faol ishtirokini ham ta'minlashni ko'zlagan. Bugungi kunda Tabung Haji ziyoratga oid xizmatlar – omonat yig'ish, transport, viza, diniy marosim bo'yicha ma'lumotlar, turar joy, tibbiy xizmatlar va sog'liqni saqlashni zamonaviy moliyaviy boshqaruv asosida taqdim etmoqda. Shuningdek, u iqtisodiy barqarorlik va omonatchilarning daromadini oshirish maqsadida mamlakat ichidagi bir qator sohalarga, jumladan, qishloq xo'jaligi, qurilish, axborot texnologiyalari, moliya, xizmat ko'rsatish, va ayniqsa sayohat va mehmondo'stlik tarmoqlariga ehtiyotkorlik bilan investitsiya kiritgan. Masalan, u hozirda TH Travel and Services Sdn. Bhd., TH Hotel and Residence Sdn. Bhd. kabi sho'ba korxonalarni boshqaradi. Bundan tashqari, Tabung Haji xususiy investitsiya fondlari, Islom taraqqiyot bankining infratuzilma fondlari, boshlang'ich ommaviy takliflar va boshqa xavfsiz depozitlarga ham sarmoya kiritib kelmoqda. Natijada, Tabung Haji islomiy moliya va turizm o'rtasida barqaror kapital oqimini shakllantirishga muvaffaq bo'ldi. U o'z bozor falsafasini shariat maqsadlariga asoslagan holda, bozorning barqarorligi va uzoq muddatli rivojlanishini ta'minlashda muhim rol o'ynab kelmoqda.

Boshqa islomiy moliyaviy subyektlar ham islomiy turizm bozorini rivojlantirishga xizmat qiluvchi muayyan kapital oqimlarini shakllantirishda ishtirok etmoqda. Jumladan, islomiy moliyaviy sektorda faoliyat yuritayotgan ayrim kichik va o'rta korxonalar Haj ziyorati uchun jamg'arish dasturlarini yo'lga qo'ygan bo'lib, bu dasturlar musulmonlarning hayotiy rejalari va iqtisodiy faoliyatiga sezilarli ta'sir ko'rsatmoqda. Shu sababli musulmon jamiyatlarida individ va oila a'zolari uchun sayohatga oid jamg'arma hisoblari va boshqa moliyaviy mahsulotlar keng ommalashdi. Bu moliyaviy institutlar o'z faoliyatlari orqali musulmonlar va hatto nomusulmonlar yashaydigan hududlarda ijtimoiy, madaniy va diniy muhitning rivojlanishiga hissa qo'shmoqda. Bundan tashqari, takaful kompaniyalari (islomiy sug'urta) turizm va mehmondo'stlik sohalari uchun mo'ljallangan sug'urta mahsulotlari va xizmatlarini ishlab chiqib, bozor ishtirokchilari hamda mijozlar uchun noaniqliklarni kamaytirish, barqarorlik va uzoq muddatli ishonch muhitini ta'minlashda muhim rol o'ynab kelmoqda.

Islomiy moliya sohasidagi ilg'or tajribalar islomiy turizm bozorida shakllangach, bozordagi turli manfaatdor tomonlar ushbu bozorda islomiy moliyaviy sxemalarni ilgari suruvchi investitsiya platformalarini shakllantira boshladi. Haqiqatan ham, Dubay Islom Iqtisodiy Taraqqiyot Markazi (DIEDC) islomiy moliyaviy institutlar o'rtasida biznes tarmoqlarini rivojlantirish orqali kichik va o'rta biznes subyektlarini yirik investitsiyalar va jamoaviy moliyalashtirish orqali qo'llab-quvvatlash maqsadida islomiy turizm uchun moliyaviy platformalarni ilgari surdi (DIEDC 2021). Shu bilan birga, boshqa islomiy moliyaviy fondlar va investitsiya kompaniyalari ham bozorga yangi kapital oqimlarini jalb etish orqali islomiy turizm uchun platformalar yaratdilar.

Islomiy moliyaning bozorga faol jalb etilishi bevosita islomiy turizm bozoriga ta'sir ko'rsatdi. Turli moliyaviy mahsulotlar va xizmatlar mijozlar tomonidan islomiy turizm uchun kapital oqimlarini shakllantirdi. Shu ma'noda, islomiy moliya ilgari an'anaviy moliya vositalari orqali boshqarilgan bozor segmentiga muqobil tarzda o'z hissasini qo'shdi. Islomiy moliyaviy institutlar tomonidan turizm bozorida kapital oqimining rivojlanishi nafaqat samarali boshqaruv va shariatga muvofiqlikni ta'minladi, balki shariat maqsadlari asosida bozorda barqarorlik va uzoq muddatli rivojlanishga hissa qo'shdi.

Islomiy turizm bozorida shakllangan kapital oqimi islomiy turmush tarzini o'zgartirdi va ham islomiy turizm, ham islomiy moliya sohalarida investitsiya platformalari bo'yicha faol muhokamalarga turtki berdi. Ba'zi bozor tadqiqot kompaniyalari va islomiy turizm bo'yicha konsalting firmalari investorlarni jalb qilish orqali bozorni yaxshilashni va yangi islomiy turmush tarzlarini rivojlantirishni ilgari surdi. Masalan, Crescentrating nomli kompaniya "Musulmon ayollar sayohatda – 2019" nomli biznes hisobotini e'lon qilib, ayollar ovozini bozorga aks ettirish orqali ular uchun halol muhit yaratishga intilgan.

Ushbu sa'y-harakatlar natijasida islomiy moliya tomonidan ta'minlanayotgan islomiy turizm uchun kapital oqimi endi islomiy turizm bozorida yangi bozor me'yoriga aylangan. Demak, bozor ishtirokchilari o'z sadoqatini iste'mol va investitsiya orqali namoyon etmoqda. Shu jihatdan, islomiy turizm bozorida kapital oqimi zamonaviy islomiy turmush tarzida ijtimoiy yangilik va islohotlarni

kuchaytiradi va shu orqali Islomiy turizmni rivojlantirishda Islom moliyasi instrumentlaridan foydalanishni qo'llab-quvvatlaydi.

Ushbu maqolada Islom moliyasining Islom turizm bozoridagi rolini maqasid al-shari'a konsepsiyasi asosida tahlil qilgan holda bozor dizayni va ijtimoiy ta'sirlarni yoritdik. Bozor ishtirokchilari Islom moliyasidan shariatga muvofiqlik va halal me'yorlari orqali bozorga nufuz baxsh etishni talab qilmoqda. Biroq, ayrim tadqiqotchilar ushbu yangi bozor faqatgina marketing atamalariga aylanganini, haqiqiy diniy maqsad va maqasid al-shari'ani aks ettirmasligini tanqid qilishgan. Shu bois, Islom turizm bozorini to'g'ri boshqarish va unda Islom huquqiga muvofiq legitimlikni ta'minlash masalasi dolzarb mavzuga aylandi.

Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, Islom moliyasining bozorga sarmoya oqimini maqasid al-shari'a tamoyillari asosida yo'naltirishi bozor barqarorligi va uzoq muddatli rivojlanishini rag'batlantirmoqda. Bu yo'nalishda boshqaruvda shaffoflik, ijtimoiy mas'uliyat hamda insonlarni va jamoatchilikni farovonlikka yo'naltiruvchi ijtimoiy innovatsiyalar vujudga keldi. Natijada, faqat musulmon sayyohlar emas, balki boshqa e'tiqoddagi fuqarolar ham Islom turizm bozorining shakllanishiga muhim hissa qo'shmoqda.. Bu esa nafaqat Islom, balki butun jamiyat uchun yangi istiqbollarni ko'zda tutuvchi ilmiy izlanishlar uchun poydevor bo'lib xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar va manbalar ro'yxati:

1. Bintarti, Surya, and Mohammad. 2018. 'Improving Tourism Quality by Islamic Finance'. EUROPEAN RESEARCH STUDIES JOURNAL XXI (November):393–401. <https://doi.org/10.35808/ersj/957>.
2. Coolen-Maturi, T. 2013. 'Islamic Insurance (Takaful): Demand and Supply in the UK'. International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management 6 (2): 87–104. <https://doi.org/10.1108/17538391311329806>.
3. Dr. Khaliq, KHALIQ, Mustafa Mohammed, Dzuljastri Razak, and Abdul Razak. 2012. 'CASE STUDY-2 Case of Pilgrimage Funds Management Board (Lembaga Urusan Tabung Haji)' 3 (July):17–31.
4. Henderson, Joan. 2010. 'Chapter 6 Islam and Tourism'. In , 75–89. [https://doi.org/10.1108/S2042-1443\(2010\)0000002009](https://doi.org/10.1108/S2042-1443(2010)0000002009).
5. Ishak, M S H. 2011. Tabung Haji as an Islamic Financial Institution for Sustainable Economic Development. <https://books.google.co.uz/books?id=rzumAQAACAAJ>.
6. Jumali, Endang. 2018. 'Management of Hajj Funds in Indonesia'. Journal of Legal, Ethical and Regulatory Issues 21 (3): 1–9.
7. Lahsasna, Ahcene. 2015. 'Hotel Investment and Financing: A Call for Shari'ah Consideration and New Methodology of Assessment and Screening'. ISRA International Journal of Islamic Finance 7 (January):139–51. <https://doi.org/10.12816/0021400>.
8. Marzuki, Sharifah, Colin Hall, and Paul Ballantine. 2021. 'Islamic Tourism: The Practices of a Shariah-Compliant Hotel in De Palma Hotel'. In .
9. Mastercard, and CrescentRating. 2019. 'Global Muslim Travel Index 2019', no. April, 01–63.

10. Rashid, Naaz. 2017. "Muslim Women: Veiled Threats, no. October, 1–18. <https://doi.org/10.2307/j.ctt1t899kv.6>.

11. Stephenson, Marcus, Karl Russell, and David Edgar. 2010. "Islamic Hospitality in the UAE: Indigenization of Products and Human Capital". *Journal of Islamic Marketing* 1 (March):9–24. <https://doi.org/10.1108/17590831011026196>.

Jo‘rabek SUNATOV,
Iqtisodiyot va pedagogika universiteti assistent o‘qituvchisi
Farangiz ZIKRILLAYEVA,
Iqtisodiyot va pedagogika universiteti talabasi

O‘ZBEKISTONDA TURIZMNI RAQAMLASHTIRISH JARAYONLARI

Annotatsiya. Ushbu maqolada O‘zbekistonda turizm sohasida raqamli texnologiyalarni joriy etish jarayoni, uning muhim yo‘nalishlari, imkoniyatlari va mavjud muammolari tahlil qilinadi. Maqolada raqamli turizmning jahon tajribasi, onlayn bronlash tizimlari, sun‘iy intellekt, virtual reallik, raqamli to‘lov tizimlari kabi innovatsion texnologiyalarning turizm xizmatlaridagi o‘rni yoritilgan. Shuningdek, O‘zbekistonda so‘nggi yillarda turizmni raqamlashtirish bo‘yicha amalga oshirilgan chora-tadbirlar, erishilgan natijalar va bu borada hal etilishi lozim bo‘lgan dolzarb masalalar ko‘rib chiqilgan. Tadqiqot natijalariga ko‘ra, raqamli texnologiyalar turizm xizmatlarining samaradorligini oshirish, sayyohlar uchun qulayliklar yaratish va iqtisodiy samaradorlikni ta‘minlashda muhim ahamiyat kasb etishi ta‘kidlanadi.

Kalit so‘zlar. O‘zbekiston, turizm, raqamlashtirish, onlayn bronlash, sun‘iy intellekt, virtual reallik, elektron viza, raqamli to‘lovlar, aqlli turizm, raqamli marketing.

Abstract. This article analyzes the process of introducing digital technologies in the tourism sector in Uzbekistan, its key areas, opportunities and existing problems. The article covers the world experience of digital tourism, the role of innovative technologies such as online booking systems, artificial intelligence, virtual reality, digital payment systems in tourism services. It also examines the measures taken in Uzbekistan in recent years to digitize tourism, the results achieved, and the current issues that need to be resolved in this regard. According to the results of the study, it is emphasized that digital technologies play an important role in increasing the efficiency of tourism services, creating convenience for tourists, and ensuring economic efficiency.

Keywords. Uzbekistan, tourism, digitalization, online booking, artificial intelligence, virtual reality, electronic visa, digital payments, smart tourism, digital marketing.

Zamonaviy dunyoda raqamlashtirish turizm sohasining eng muhim yo‘nalishlaridan biriga aylandi. Jahon sayyohlik tashkiloti (UN Tourism) ma‘lumotlariga ko‘ra, 2025-yilga borib global sayyohlik sanoatining 80% dan ortiq

qismi raqamli texnologiyalar orqali boshqariladi (UN Tourizm, 2023). Raqamli turizm - bu raqamli texnologiyalarni qo'llash orqali turistik xizmatlarni ko'rsatish va boshqarish jarayonidir. Bu jarayon quyidagi asosiy yo'nalishlarni o'z ichiga oladi: Onlayn bronlash tizimlari: Sayohatchilar aviachiptalar, mehmonxonalar va boshqa xizmatlarni internet orqali bron qilishlari mumkin.

Raqamli turizmning rivojlanishida Airbnb va Booking.com kabi onlayn xizmatlarning o'rni beqiyos. Ushbu platformalar sayyohlarga turar joy topish, bron qilish va sayohat tajribalarini yaxshilash imkonini beradi. Airbnb 2008-yilda Brian Chesky, Joe Gebbia, Nathan Blecharczyklar tomonidan asos solingan bo'lib bosh qarorgohi San-Fransisko, AQSh hisoblanadi. Airbnb – sayyohlarga mehmonxonalar o'rniga mahalliy odamlarning uylarini ijaraga olish imkonini beruvchi global platforma. U - sharing economy (bo'lishish iqtisodiyoti) tamoyiliga asoslanib, xonadon egalari va sayyohlarni bog'laydi.

Bugungi kunda Airbnb 220 dan ortiq mamlakatlarda xizmat ko'rsatadi. (Airbnb.com) Booking.com 1996-yil Geert-Jan Bruinsma tomonidan asos solingan. Bosh qarorgohi Amsterdam, Niderlandiya. Booking.com – mehmonxonalar, kvartiralar, hostellar va boshqa turar joylarni bron qilish uchun dunyodagi eng yirik platformalardan biri. Hozirda u 220 dan ortiq mamlakat va 28 milliondan ortiq turar joy imkoniyatlarini taqdim etadi. (booking.com) Virtual va kengaytirilgan reallik (VR va AR): Sayyohlar virtual ekskursiyalar orqali joylarni oldindan ko'rishlari yoki kengaytirilgan reallik yordamida sayohat tajribalarini boyitishlari mumkin. Sun'iy intellekt va chat-botlar: Turistik kompaniyalar mijozlarga xizmat ko'rsatishda sun'iy intellekt va chat-botlardan foydalanib, tezkor va samarali aloqa o'rnatadilar. Ijtimoiy tarmoqlar va bloglar: Sayohatchilar ijtimoiy tarmoqlar va bloglar orqali tajribalari bilan o'rtoqlashib, boshqalarga tavsiyalar beradilar [2].

IoT (Internet of Things): – Aqlli mehmonxonalar va transport tizimlari orqali sayyohlarga qulayliklar yaratiladi. O'zbekistonda raqamli turizmning rivojlanishi so'nggi yillarda sezilarli darajada jadallashdi. Xususan, 2020-yil 10-iyulda qabul qilingan 433-sonli qaror bilan turizm sohasini raqamlashtirishga alohida e'tibor qaratildi. Masalan, 2024-yilda Xitoydan kelgan sayyohlar soni 1,8 barobar, Italiyadan 1,5 barobar, Hindistondan esa 1,6 barobar oshdi. Mahalliy biznesni ilg'or raqamli amaliyotlarga o'rgatish va turizm sektori xodimlarining raqamli ko'nikmalarini oshirish ham raqamli turizmning rivojlanishiga xizmat qilmoqda. Ushbu chora-tadbirlar natijasida O'zbekistonda raqamli turizm so'nggi yillarda jadal rivojlanmoqda.

O'zbekistonda raqamli turizm sohasida sezilarli rivojlanish kuzatilayotgan bo'lsa-da, hali ham muayyan muammolar mavjud. O'zbekistonning ayrim sayyohlik hududlarida internet sifati past, mobil aloqa qamrovi cheklangan. Bu esa turistlarning onlayn xizmatlardan foydalanishiga to'sqinlik qiladi. 2023-yil ma'lumotlariga ko'ra, O'zbekiston internet tezligi bo'yicha 190 mamlakat ichida 109-o'rinda turadi. (Speedtest Global Index) Ko'plab mehmonxonalar, restoranlar va turistik xizmat ko'rsatuvchi muassasalar raqamli bronlash tizimlari va elektron to'lov xizmatlaridan yetarlicha foydalanmaydi. 2022-yil statistik ma'lumotlariga ko'ra, O'zbekistonda kichik va o'rta bizneslarning atigi 30% ga yaqini onlayn bronlash va to'lov tizimlarini qabul qiladi. (Statistika agentligi ma'lumotlari) Aksariyat sayyohlar

xalqaro plastik kartalardan foydalanadi, lekin ba'zi turistik hududlarda VISA va Mastercard qabul qilinmaydi. Bu esa naqd pul muammosini keltirib chiqaradi. Markaziy bankning 2023-yildagi ma'lumotlariga ko'ra, O'zbekistondagi to'lovlarning 45% naqd pul shaklida amalga oshiriladi. Hozirda O'zbekistonga kirish uchun E-Visa tizimi mavjud, lekin ayrim sayyohlar uning ishlashida qiyinchiliklarga duch kelmoqda. 2023-yilda O'zbekistonga sayohat qilgan xorijiy sayyohlarning 15% i viza olish jarayonida muammolarga duch kelgan. Elektron vizalar, onlayn bronlash platformalari, sun'iy intellekt asosidagi gidlar, virtual reallik (VR) texnologiyalari, blokcheyn orqali xavfsiz to'lov tizimlari va raqamli marketing – bularning barchasi zamonaviy turizmni yangi bosqichga olib chiqmoqda[5].

Raqamlashtirish turizmni rivojlantirishda quyidagi muhim o'zgarishlarga sabab bo'ldi:

- Elektron viza tizimi orqali sayyohlarga hujjatlar rasmiylashtirish jarayoni soddalashtirildi.
- Online booking tizimlari (Booking.com, Airbnb, Agoda) sayyohlarning mehmonxona va turistik xizmatlardan foydalanishini osonlashtirdi.
- Raqamli to'lov tizimlari rivojlanib, sayyohlar xalqaro va mahalliy tranzaksiyalarni yanada qulay amalga oshira boshladi.
- Virtual reallik (VR) va sun'iy intellekt (AI) asosidagi gidlar O'zbekistonning tarixiy joylarini interaktiv tarzda ko'rish imkonini berdi.
- Big Data va tahliliy tizimlar orqali sayyohlik oqimlari prognoz qilina boshlandi[3].

1. Raqamli texnologiyalar orqali turizmni rivojlantirish

1.1. Aqlli turizm texnologiyalari. Aqlli turizm – bu raqamli texnologiyalar yordamida sayyohlik xizmatlarini takomillashtirish va sayyohlar uchun qulayliklar yaratish jarayoni hisoblanadi. O'zbekistonda aqlli turizmni rivojlantirish uchun quyidagi texnologiyalarni joriy etish muhim:

- Aqlli yo'nalishlar va mobil ilovalar
- Elektron gidlar va sun'iy intellekt asosida ishlovchi tarjimonlar
- Virtual haqiqat (VR) va kengaytirilgan haqiqat (AR) texnologiyalari orqali turistik tajribalarni boyitish

1.2. Sun'iy intellekt va katta ma'lumotlar. Sun'iy intellekt va katta ma'lumotlar yordamida sayyohlar uchun individual xizmatlar taklif etish mumkin. Misol uchun, turistik platformalar foydalanuvchilarning afzalliklarini o'rganib, ularga mos keluvchi marshrutlarni tavsiya qilishi mumkin.

2. Iqtisodiy samaradorlikni oshirish Strategiyalari

2.1 Blokcheyn texnologiyasi va to'lov tizimlari. Blokcheyn texnologiyasi sayyohlik xizmatlarini yanada shaffof qilish imkonini beradi. Xususan, xavfsiz va tezkor to'lov tizimlarini yaratish orqali turistlar uchun qulaylik yaratiladi.

2.2 Raqamli marketing strategiyalari. Raqamli marketing vositalari – ijtimoiy tarmoqlar, qidiruv tizimlari va sun'iy intellekt asosida ishlovchi reklama platformalaridan foydalanish orqali sayyohlarni jalb etish mumkin[1].

So'nggi ikki yil - 2023 va 2024-yillarda - O'zbekiston turizm sohasida raqamli texnologiyalarni joriy etish va ularning sayyohlar oqimiga ta'sirini yanada chuqurlashtirgan yangi bosqichga ko'tarildi. Mamlakatda amalga oshirilgan raqamli

islohotlar xorijiy sayyohlar oqimining sezilarli darajada oshishiga, xizmatlar sifatining yaxshilanishiga va turistik tajribaning zamonaviylashuviga bevosita ijobiy ta'sir ko'rsatdi. Ushbu natijalar statistik ko'rsatkichlar, xalqaro reytinglar va milliy amaliyotlar asosida tahlil qilindi[4].

O'zbekistonda turizm sohasini raqamlashtirish milliy turizm infratuzilmasining zamonaviy rivojlanishi, sayyohlik xizmatlarining sifatini oshirish va xalqaro sayyohlar oqimini ko'paytirishda muhim omil hisoblanadi. Bunda elektron viza tizimi, onlayn bronlash platformalari, sun'iy intellekt va blokcheyn kabi innovatsion texnologiyalar orqali sayohat qilish jarayonini soddalashtirish va xavfsizligini ta'minlash mumkin. Shu bilan birga, mavjud muammolar – internet sifati pastligi, to'lov tizimlarining cheklanganligi, kadrlar malakasining yetishmovchiligi – tezkor hal qilinishini talab qilmoqda. Yaqin kelajakda O'zbekistonda turizmni to'liq raqamlashtirish orqali global turizm bozorida o'z o'rnini mustahkamlash imkoniyatlari mavjudligi ta'kidlanadi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Bekmurodov Baxtiyor Farxodovich. Ergasheva Laziza Sohib qizi. Raqamli iqtisodiyot sharoitida O'zbekistonda barqaror turizmni rivojlantirish uchun raqamli innovatsiyalarni joriy etish. Solution of social problems in management and economy International scientific-online conference. 2025.
2. O'zbekiston Respublikasi Turizmni rivojlantirish davlat qo'mitasi. "O'zbekistonda turizm sohasi rivojlanishi bo'yicha yillik hisobot". Toshkent, 2022. 45-50-betlar.
3. "Raqamli O'zbekiston – 2030" strategiyasi. Toshkent, 2021. 30-35-betlar.
4. UNWTO (Birlashgan Millatlar Tashkiloti Turizm Tashkiloti). "Global Tourism Report". Madrid, 2023. 12-20-betlar.
5. Karimov A. "O'zbekistonda turizm va raqamli texnologiyalar integratsiyasi". Ilmiy jurnal: O'zbekiston iqtisodiyoti, 2022. 55-60-betlar.

***Shohida USMONOVA, Dilnoza XOSHIMOVA,
O'zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi magistrantlari***

SUN'IY INTELLEKTDAN TURIZM SOHASI UCHUN MARKETING STRATEGIYALARINI QO'LLASHDA FOYDALANISH IMKONIYATLARI

Annotatsiya. Mazkur maqolada O'zbekiston turizm sektorida sun'iy intellekt (SI) texnologiyalaridan foydalanish imkoniyatlari va samaradorligi tahlil qilingan. Sun'iy intellektning turizm marketingidagi asosiy yo'nalishlari – maqsadli auditoriyani aniqlash, shaxsiylashtirilgan reklama kampaniyalari, chatbotlar orqali mijozlarga xizmat ko'rsatish va dinamik narx belgilash kabi jihatlar ko'rib chiqilgan. Shuningdek, O'zbekiston hukumati tomonidan 2030-yilgacha SI texnologiyalarini rivojlantirish strategiyasi doirasida turizm sohasida SI asosida marketingni ilgari surish rejalari tahlil etilgan.

Kalit so'zlar: Sun'iy intellekt, turizm marketingi, maqsadli reklama,

shaxsiylashtirish, chatbotlar, dinamik narx belgilash, Big Data, avtomatlashtirilgan marketing, O'zbekiston turizmi, raqamli texnologiyalar.

Abstract. *This article analyzes the possibilities and effectiveness of using artificial intelligence (AI) technologies in the tourism sector of Uzbekistan. The main areas of artificial intelligence in tourism marketing are considered - target audience identification, personalized advertising campaigns, customer service through chatbots, and dynamic pricing. In addition, the government of Uzbekistan's plans to promote AI-based marketing in the tourism sector within the framework of the strategy for the development of AI technologies until 2030 are analyzed.*

Keywords: *Artificial intelligence, tourism marketing, targeted advertising, personalization, chatbots, dynamic pricing, Big Data, automated marketing, Uzbek tourism, digital technologies.*

Raqamli texnologiyalar jadal rivojlanayotgan bugungi kunda turizm sohasi ham sun'iy intellekt (SI) texnologiyalaridan foydalanish orqali yangi imkoniyatlarni kashf etmoqda. O'zbekiston turizm bozorida raqobat kuchayib borayotgan bir paytda, SI asosidagi marketing strategiyalari sayyohlarni jalb qilish va xizmatlarni optimallashtirishda muhim rol o'ynamoqda. Shuningdek, sayyohlik bozori raqobati kuchayib, mijozlarning ehtiyojlari va xohish-istaklari tobora o'zgarib bormoqda. Shu sababli, turoperatorlar mijozlarga individual yondashuvni ta'minlash, xizmatlarini samarali targ'ib qilish va raqobatda ustunlikka erishish uchun innovatsion yechimlarga ehtiyoj sezmoqdalar. Sun'iy intellekt texnologiyalari esa ushbu ehtiyojlarni qondirishda muhim rol o'ynaydi.

Sun'iy intellekt turizm marketingida quyidagi yo'nalishlarda samarali qo'llaniladi:

1. Maqsadli auditoriyani aniqlash. SI algoritmlari sayyohlarning qiziqishlari, onlayn qidiruv odatlari va ijtimoiy tarmoqlardagi faoliyatiga asoslanib, eng mos auditoriyani aniqlashga yordam beradi.

2. Shaxsiylashtirilgan reklama kampaniyalari. Sayyohlarga moslashtirilgan individual takliflar tayyorlash orqali marketing samaradorligini oshirish mumkin.

3. Chatbot va mijozlar bilan aloqa. SI asosida ishlovchi chatbotlar 24/7 rejimda mijozlarga maslahat berish, bron qilish va shaxsiy tavsiyalar taqdim etish imkonini yaratadi.

4. Dinamik narx belgilash. SI ma'lumotlar tahlili asosida dinamik narx strategiyalarini ishlab chiqib, sayohatchilarga eng maqbul takliflarni taqdim etadi.

O'zbekiston hukumati 2030-yilgacha sun'iy intellekt va raqamli texnologiyalarni rivojlantirish bo'yicha strategiyalarni amalga oshirishni maqsad qilgan. Shu jumladan, turizm sohasida ham sun'iy intellekt asosida maqsadli reklama tizimlari, sayyohlarga xizmat ko'rsatish platformalari va tahliliy ma'lumotlar bazalarini yaratish rejalashtirilgan.

Turizm bozorida samarali marketing strategiyalarini ishlab chiqish uchun quyidagi yondashuvlardan foydalanish mumkin:

1. Big Data va analitik tahlil. Sayyohlarning xulq-atvori va qiziqishlari asosida marketing kampaniyalarini moslashtirish;

2. Ijtimoiy tarmoqlarda maqsadli reklama. SI algoritmlari orqali eng samarali

reklama platformalarini aniqlash;

3. Virtual yordamchilar va ovozli qidiruv. SI asosidagi xizmatlar orqali sayohat rejalashtirish jarayonini osonlashtirish;

4. Avtomatlashtirilgan email marketing. Sayyohlarga shaxsiylashtirilgan takliflar yuborish orqali ularning mijoz sifatida qayta kelish ehtimolini oshirish.

1-jadval

Sun'iy intellekt asosida turizm marketing strategiyalari

Strategiya	Tavsifi	Kutilayotgan natijalar
Big Data va analitik tahlil	Sayyohlarning xulq-atvori va qiziqishlarini chuqur tahlil qilish	Raqamli reklama samaradorligini oshirish, aniq auditoriyani jalb qilish
Maqsadli reklama kampaniyalari	SI algoritmlari orqali eng mos auditoriyaga yo'naltirilgan reklamalar tayyorlash	Reklama xarajatlarini optimallashtirish, konversiya darajasini oshirish
Chatbotlar va virtual yordamchilar	24/7 rejimda mijozlarga xizmat ko'rsatish va shaxsiy maslahatlar berish	Mijozlar tajribasini yaxshilash, inson resurslariga bo'lgan ehtiyojni kamaytirish
Dinamik narx belgilash	Talab va bozor sharoitiga qarab avtomatik narx belgilash	Narx siyosatini optimallashtirish, daromadni oshirish
Avtomatlashtirilgan email marketing	Sayyohlarga shaxsiylashtirilgan xabar va takliflar yuborish	Mijozlarning brendga sodiqligini oshirish, takroriy xaridlarni rag'batlantirish
Ijtimoiy tarmoqlarda maqsadli marketing	Facebook, Instagram, TikTok kabi platformalarda SI yordamida samarali reklama	Ko'proq auditoriya jalb qilish, brend tanilganligini oshirish
Ovozli qidiruv va SI yordamchilari	Sayohat rejalashtirish va bron qilish jarayonini ovozli buyruqlar orqali boshqarish	Foydalanuvchilarga qulay tajriba yaratish, xizmatlarni tezlashtirish

Sun'iy intellekt (SI) texnologiyalari turizm sohasida marketing strategiyalarini tubdan o'zgartirmoqda. U turoperatorlik faoliyatida reklama samaradorligini oshirishda katta rol o'ynamoqda.

SI texnologiyalaridan foydalanish orqali kompaniyalar maqsadli auditoriyaga yanada samarali yetib borishlari, mijozlarga shaxsiylashtirilgan xizmatlar ko'rsatishlari va reklama xarajatlarini optimallashtirishlari mumkin. Bu esa turoperatorlik kompaniyalari uchun bozor raqobatida ustunlik yaratishda muhim omil bo'lib xizmat qiladi.

Zamonaviy turoperatorlik faoliyatida reklama va sun'iy intellekt (SI) texnologiyalarining integratsiyasi global miqyosda sezilarli o'zgarishlarga olib kelmoqda. Dunyo bo'ylab turoperatorlar SI yordamida mijozlarga shaxsiylashtirilgan xizmatlar ko'rsatish, marketing strategiyalarini optimallashtirish va operatsion samaradorlikni oshirishga erishmoqdalar. Misol uchun, SI asosida ishlovchi chatbotlar mijozlar bilan 24/7 aloqa o'rnatib, ularning savollariga tezkor javob berish va moslashtirilgan sayohat takliflarini taqdim etish imkonini beradi.

O'zbekistonda ham turoperatorlik sohasida SI texnologiyalarini joriy etish bo'yicha qadamlar tashlanmoqda. Mamlakat sun'iy intellektni rivojlantirishga alohida e'tibor qaratib, 2030-yilgacha sun'iy intellekt texnologiyalarini rivojlantirish

strategiyasini qabul qildi. Ushbu strategiya doirasida sun'iy intellektga asoslangan dasturiy mahsulotlar va xizmatlar hajmini 1,5 milliard dollarga yetkazish, shuningdek, sun'iy intellekt sohasida faoliyat yurituvchi 10 ta ilmiy laboratoriya ochish rejalashtirilgan.

Biroq O'zbekiston sun'iy intellektga tayyorlik bo'yicha global reytingda 174 davlat orasida 123-o'rinni egallab, Markaziy Osiyo mamlakatlari orasida so'nggi o'rinda joylashgan. Bu raqamlar mamlakatda raqamli infratuzilma va inson kapitalini rivojlantirishga ko'proq e'tibor qaratish zarurligini ko'rsatadi¹⁰⁹.

Shu bilan birga, O'zbekiston sun'iy intellekt sohasida xalqaro hamkorlikni rivojlantirmoqda. Xususan, Birlashgan Arab Amirliklari bilan sun'iy intellekt sohasida hamkorlik qilish rejalashtirilgan bo'lib, bu kelgusida turoperatorlik sohasida SI texnologiyalarini joriy etishda yangi imkoniyatlar yaratadi.

Umuman olganda, turoperatorlik faoliyatida reklama va sun'iy intellekt imkoniyatlaridan foydalanish global tendensiya bo'lib, O'zbekiston ham ushbu jarayonga faol qo'shilmoqda. Mamlakatda SI texnologiyalarini rivojlantirish va joriy etish orqali turoperatorlik sohasida raqobatbardoshlikni oshirish, mijozlarga yanada sifatli va shaxsiylashtirilgan xizmatlar ko'rsatish imkoniyatlari kengaymoqda.

Turoperatorlik faoliyatida reklama va sun'iy intellekt imkoniyatlaridan foydalanish zamonaviy sayyohlik sanoatining ajralmas qismiga aylanib bormoqda. Jahon miqyosida sun'iy intellekt turoperatorlarga mijozlarga shaxsiylashtirilgan xizmatlar ko'rsatish, marketing strategiyalarini takomillashtirish va operatsion samaradorlikni oshirish imkonini bermoqda.

Xususan, AI algoritmlarining maqsadli auditoriyani aniqlash, reklama mazmunini avtomatik moslashtirish va xarajatlarni optimallashtirishdagi roli beqiyosdir.

O'zbekistonda ham sun'iy intellekt va raqamli texnologiyalarni turoperatorlik faoliyatiga tatbiq etish bo'yicha dastlabki qadamlar tashlanmoqda.

Mamlakatda SI rivojlanishiga qaratilgan milliy strategiya qabul qilingan bo'lsa-da, global miqyosda bu borada hali yetarlicha ilg'or natijalarga erishilmagan.

Shunga qaramay, xalqaro hamkorlikning kuchayishi va mahalliy kompaniyalarning SI texnologiyalaridan foydalanishga bo'lgan qiziqishi kelajakda sayyohlik sanoatining raqamli rivojlanishiga turtki bo'lishi kutilmoqda.

Xulosa qilib aytganda, O'zbekiston turizm sohasida sun'iy intellekt texnologiyalaridan foydalanish marketing samaradorligini oshirishda muhim ahamiyat kasb etadi. O'zbekiston uchun bu jarayonda muhim vazifalardan biri sifatida SI sohasidagi infratuzilmani rivojlantirish, mutaxassislar tayyorlash va xalqaro tajribadan samarali foydalanish dolzarb masalalardan biri bo'lib qolmoqda. Maqsadli reklama, shaxsiylashtirilgan xizmatlar va avtomatlashtirilgan tizimlar orqali sayyohlarni jalb qilish va turizm sohasining raqobatbardoshligini oshirish mumkin. Kelajakda O'zbekiston SI texnologiyalarini yanada kengroq tatbiq etish orqali global sayyohlik bozorida o'z mavqeini mustahkamlash imkoniyatiga ega.

¹⁰⁹ <https://nova24.uz/uz/jahon/o-zbekiston-sun-iy-intellektga-tayyorlik-reytingida-markaziy-osiyo-da-so-nggi-o-rinni-egalladi/>

II SHO‘BA

ZAMONAVIY RAQAMLI TEXNOLOGIYALAR ASOSIDA TURIZM INFRATUZILMASINI RIVOJLANTIRISHNING MUAMMOLARI VA ISTIQBOLLARI

*Равшан АБДУЛЛАЕВ,
Ўзбекистон халқаро иқтисодиёт академияси профессори, и.ф.д.*

“БУЮМЛАР ИНТЕРНЕТИ” – ЁТ ИНДУСТРИЯСИНИНГ ТУРИЗМ РИВОЖИГА ТАЪСИРИ (ҚАТАР МИСОЛИДА)

Аннотация. Ушбу мақолада Қатар давлати иқтисодиёти, хусусан, туризмга рақамли технологияларнинг таъбиқ этилиши ҳамда “Буюмлар интернет” (IoT) индустриясининг ривожланиши босқичлари ёритилган. Шунингдек, мақолада рақамлаштиришнинг мамлакат иқтисодиётига ижобий таъсири очиқ берилган.

Калим сўзлар: Рақамли технологиялар, Буюмлар интернет-IoT индустрияси, ақлли шаҳарлар, ақлли меҳмонхоналар, ақлли экскурсиялар, Qatar Tourism, онлайн бронлаштириш, онлайн туризм хизматлари.

Abstract. This article examines the economy of Qatar, focusing on the implementation of digital technologies in the tourism sector and the developmental stages of the Internet of Things (IoT) industry. Additionally, the article explores the positive impact of digitalization on the country's economy.

Keywords: Digital technologies, Internet of Things (IoT) industry, smart cities, smart hotels, smart tours, Qatar Tourism, online booking, online tourism services.

Бугунги кунга келиб туризм индустрияси халқаро хизматлар савдоси соҳасида нисбатан динамик тарзда ривожланиб бораётган тармоқлардан бирига айланиб улгурди. Халқаро Саёҳат ва Туризм Хайъати (WTTC) маълумотларига кўра, жорий аср бошидан ҳозирга қадар дунё бўйича хорижий сайёҳлар сонининг йиллик ўсиш суръати ўртача 5 фоиздан зиёд, туризмдан келадиган даромад эса ўртача 14 фоиздан ўсиб бормоқда.¹¹⁰ Шунингдек, Япониянинг Осака шаҳрида бўлиб ўтган Туризм лидерларининг халқаро анжуманида қабул қилинган Декларацияда мазкур соҳанинг миллий иқтисодиётларга қўшаётган салмоқли ҳиссасини инобатга олиб, “туризм - замонавий иқтисод феномени”, деб эътироф этилган.¹¹¹

Рақамли технологияларнинг мисли кўрилмаган даражада ўсиши ва унинг жаҳон иқтисодиёти тармоқларига, хусусан, туризм индустриясига шиддат билан кириб бориши натижасида сўнгги йилларда мазкур соҳалар ривожда сезиларли ижобий силжишлар кўзга ташлана бошлади. Айниқса, “Буюмлар

¹¹⁰ WTTC статистик маълумотлари асосида.

¹¹¹ Осакаская декларация современности (Принята Конференцией лидеров туризма Тысячелетия 30 сентября-1 октября 2001. в г. Осака, Япония) <http://www.unwto.org>

интернети” (IoT) индустрияси жаҳон иқтисодиётининг турли жабҳаларида янги имкониятлар эшигини очди. Қатар мамлакати ушбу технологиялардан унумли фойдаланиб, туризм соҳасидаги нуфузини янада мустаҳкамламоқда.

Сўнгги етти-саккиз йил ичида мамлакатимизда туризм соҳасини ривожлантиришга устувор аҳамият қаратилиб келинмоқда. Бу борада Президентимиз Ш.Мирзиёевнинг Олий Мажлисга мурожаатномасида шундай дейилган: “Бизда туризм кўпинча қадимий шаҳарларимиз, тарихий-маданий ёдгорликлар доирасида чекланиб қолмоқда”.¹¹² Республикамизда туризмни ривожлантириш, соҳага инвестициялар жалб этиш, янги иш ўринлари яратиш, кадрлар салоҳиятини ошириш, пировардида, туризмни иқтисодиётнинг локомотив соҳаларидан бирига айлантириш масаласи бугунги куннинг энг долзарб вазифаларидан саналади.¹¹³

Жаҳон сайёҳлик ва туризм кенгаши 2020 йил давомида пандемияси оқибатида дунё бўйлаб сайёҳлик ва туризм индустриясида 50 миллион иш ўрни қисқарганини қайд этмоқда.¹¹⁴ Аммо шунга қарамай, пандемия даврида Қатарда туризм индустриясини рақамлаштириш жараёнлари жадал суръатларда олиб борилди.

Қатар давлати туризм индустрияси жадал ривожланаётган илғор мамлакатлар сирасига киради. Унинг пойтахти Доха шаҳри ҳам замонавий, ҳам тарихий анъаналар уйғунлашган тарзда динамик ривожланиб бораётган мегополислардан ҳисобланиб, бу ерда MICE туризми, хусусан, юқори даражадаги анжуман ва симпозиумларни ўтказиш, халқаро миқёсда спорт мусобақаларини ташкил этиш ҳамда мароқли дам олиш учун барча шароитлар мавжуд. Хорижлик бизнесменларга самарали мулоқотлар ўтказишлари учун керакли бўлган замонавий техник воситалар билан жиҳозланган конгресс-марказлар ва олий даражадаги индивидуал сервис хизматлари таклиф этилади. Шунингдек, Қатар **«ақлли шаҳарлар»** концепциясини ҳаётга татбиқ этувчи илғор давлатлардан бири ҳисобланади. Мамлакатда IoT технологиялари нафақат шаҳар инфратузилмасига, балки туризм соҳасидаги хизматларни ривожлантиришга ҳам катта таъсир кўрсатмоқда. Масалан, **«ақлли меҳмонхоналар»** ва уларнинг рақамли бошқарув тизимлари сайёҳларга юқори даражада қулайлик яратади. IoT ускуналари орқали меҳмонхонадаги хона ҳароратини меҳмонлар масофадан назорат қилиш, хизматларни онлайн буюртма қилиш ва тезкор алоқа орқали муаммоларни ҳал этиш имкониятига эга бўлади.

Бундан ташқари, Қатар аэропортлари ва транспорт тизимида IoT воситалари орқали йўловчилар ҳаракатини кузатиш, оқилона йўналишларни белгилаш ва вақтни тежашга қаратилган автоматлаштирилган тизимлар жорий этилган. IoT технологиялари Қатарнинг жаҳон миқёсидаги туристик жозибадорлигини оширишда муҳим ўрин тутмоқда. Ушбу технологиялар

¹¹² Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномасидан, 28.12.19й.

¹¹³ Абдуллаев Р. Туризм Яқин ва Ўрта Шарқ мамлакатлари иқтисодиётининг устувор йўналиши сифатида. Sharqshunoslik. №3, 2019. Б.135.

¹¹⁴ Худояров А.А. Ўзбекистонда зиёрат туризми бозорининг ривожланиш хусусиятлари ва тенденциялари. Монография. – Тошкент: Complera Print, 2020.

сайёҳларга тезкор, қулай ва шахсийлаштирилган хизматларни тақдим этиш имконини беради. Ҳозирда қуйида келтирилган соҳаларда IoT технологияларидан самарали фойдаланилмоқда:

Рақамли йўлкўрсаткичлар ва маълумот платформалари: Туристик жойлардаги рақамли йўлкўрсаткичлар IoT асосида ишлайдиган қурилмалар билан интеграция қилинган бўлиб, сайёҳларга яқин атрофдаги маълумотлар, ресторанлар, дўконлар ва тарихий обидалар ҳақида маълумот беради.

Ақлли экскурсиялар: IoT технологиялари асосидаги аудио ва видео қурилмалар орқали сайёҳлар ўзлари учун энг қизиқарли маълумотларни олишлари мумкин. Масалан, QR-код орқали тарихий обидалар ҳақида маълумотлар тингланади.

Транспортнинг оқилона бошқаруви: IoT тизимлари сайёҳларнинг ҳаракатланишини осонлаштириш учун транспорт жадвали, тирбандликлар ва йўналишлар бўйича тезкор маълумотларни тақдим этади.

Шубҳасиз, рақамлаштириш бўйича барча амалга оширилаётган лойиҳалар бевосита ёки билвосита мамлакатда туризм индустриясининг равнақига ҳисса қўшмоқда. 2020 йилда Қатарга 582 минг сайёҳ ташриф буюрган бўлса, 2022 йилга келиб, бу кўрсаткич 2,6 млн. кишини ташкил қилди. Рақамлардан кўриниб турибдики, ковид пандемияси даврида ташрифлар сони ўзининг энг паст даражасига тушган. Аммо тез орада у 2015 йилдаги ўзининг рекорд даражасига (2,9 млн.) яқинлашган. Бундан келган даромад 2020 йилда 14 млрд. АҚШ долларини ва унинг ЯИМ даги ҳиссаси 9,4 фоизни ташкил этган. “Qatar Tourism” ташкилоти эълон қилган маълумотларга кўра, 2023 йилда мамлакатга ташриф буюрган хорижликлар сони 4,05 млн. кишини ташкил этган.¹¹⁵

Қатар ички ишлар вазирлиги берган маълумотларга кўра, жорий йилнинг июнь ойига қадар мамлакатга 2 639 000 нафар сайёҳ ташриф буюрган. Ушбу рақамлардан кўриниб турибдики, 2024 йилнинг ярмидаёқ 2022 йил даражасига чиққан. Буни агар давлатлар кесимида кўрадиган бўлсак, энг кўп ташриф Саудия Арабистонидан (29%) бўлгани ва кейинги ўринларда эса Ҳиндистон (8%), Баҳрайн (5%), Қувайт (4%), Ўмон (4%), Германия (4%), АҚШ (3%), БАА (3%), Италия (2%) турганининг гувоҳи бўламиз.¹¹⁶

Маълумки, Қатар давлати 2022 йилда бўлиб ўтган футбол бўйича жаҳон чемпионатида тайёргарлик кўриш асносида меҳмонхона индустрияси ва бошқа инфраструктура лойиҳаларига жами 220 млрд. доллар миқдорида маблағ инвестиция қилди. Спорт тадбирларига бир пайтнинг ўзида 1,4 млн. киши ташриф буюрган. Мазкур чемпионат давомида 64 та мусобақа ўйинлари ўтказилган бўлса, уларда 3,4 млн. кишидан зиёд томошабин бевосита иштирок этган.¹¹⁷ Юқори савияда ўтган бу тадбирлар Қатарнинг халқаро миқёсда йирик спорт мусобақалари ва бошқа халқаро тадбирлар ўтказа олиш салоҳиятига эга эканини ёрқин намоён этди. Эндиликда эса ҳукумат олдида турган энг муҳим вазифа яратилган туристик инфраструктурадан тўлақонли фойдаланиш бўлиб

¹¹⁵ <https://www.qatartourism.com/en/news-and-media>

¹¹⁶ <https://www.qatartourism.com/content/dam/qatar-tourism>

¹¹⁷ <https://www.unwto.org/news/un-conference-on-least-developed-countries>

қолмоқда.

“Qatar Tourism” ташкилоти раҳбарининг таъкидлашича, Қатар 2030 йилга қадар сайёҳлар сонини йилига 6 млн. кишига, шунингдек, туризмнинг ЯИМ даги ҳиссасини эса 7 фоиздан 12 фоизга кўтаришни режалаштирган.¹¹⁸

Сўнгги йилларда Қатар ҳукумати томонидан туризмни рақамлаштириш стратегияси ишлаб чиқилиб, унга устувор аҳамият қаратилмоқда. Мамлакатда туризм соҳасига рақамли технологияларнинг фаол жорий этилиши унинг рақобатбардошлигини ошириш ва кўпроқ халқаро сайёҳларни жалб этишда муҳим роль ўйнамоқда. Шубҳасиз, ушбу саъй-ҳаракатлар нефть ва газ секторига қарамликни камайтиришга қаратилган кенг қамровли иқтисодий диверсификация стратегиясининг бир қисмидир.

Қуйидаги жадвалда Қатар туризм индустриясини рақамлаштириш жараёнлари ҳамда онлайн хизматларининг улушининг қай тарзда ортиб борганини кузатишимиз мумкин (1-жадвал).

1-жадвал

Қатар туризм индустриясини рақамлаштириш

Йиллар	Туристлар сони (млн)	Онлайн бронлаштириш (%)	Туризмни рақамлаштириш даражаси (%)	Онлайн туризм хизматлари сони (минг)
2018	2,1	35	40	120
2019	2,3	40	45	135
2020	0,7	55	50	150
2021	1,2	60	60	180
2022	2,0	70	70	200

Манба: Qatar National Tourism Council тегишли йиллардаги маълумоти.

Рақамлардан кўриниб турибдики, 2020 йилда ковид пандемияси сабабли туристлар сони бирмунча пасайган бўлса-да, рақамли хизматлардан фойдаланиш мунтазам тарзда ошиб борган. Хусусан, мазкур давр мобайнида Онлайн бронлаштириш, Туризмни рақамлаштириш даражаси, Онлайн туризм хизматлари сони, деярли икки барабардан ошган. Қатар ҳукумати туризм саноатини рақамлаштириш ва ривожлантиришга катта эътибор қаратмоқда. Туристлар учун онлайн бронлаш, рақамли гид хизматлари ва мобил иловалар орқали қулайликлар яратилмоқда. Бу чора-тадбирлар туризм саноатининг рақамлаштирилишига ҳисса қўшиб, туристлар тажрибасини яхшилашга қаратилган.

Қатарда «Буюмлар интернет» - IoT технологияларининг ривожланиши қуйидаги асосий босқичларни ўз ичига олади:

Илк босқич (2013-2015 йиллар):

– 2013 йил: Қатар Миллий Кенгаши “Қатар Миллий Бродбанд Стратегияси”ни эълон қилди, бу рақамли инфратузилмани ривожлантиришга қаратилган дастлабки қадамлардан бири бўлди.

– 2014 йил: “Қатар Миллий Кенгаши” ва “Microsoft” компанияси ҳамкорликда “Қатар Смарт Шаҳар” лойиҳасини бошлади, бу IoT технологияларини шаҳар инфратузилмасига жорий этишга қаратилган эди.

¹¹⁸ <https://tourcode.kz/specialistam/novost/katar-zapuskaet>

Тадқиқот ва тажриба-синов лойиҳалари (2016-2018 йиллар):

– 2016 йил: "Қатар Университети"да IoT технологиялари бўйича илмий тадқиқотлар бошланди, бу соҳадаги мутахассисларни тайёрлашга қаратилган эди.

– 2017 йил: "Қатар Фонди" "Смарт Қатар" дастурини эълон қилди, бу мамлакатда IoT технологияларини кенг жорий этишга қаратилган эди.

Инфратузилмани ривожлантириш (2019-2021 йиллар):

– 2019 йил: "Қатар Телекоммуникация Компанияси" 5G тармоғини ишга туширди, бу IoT қурилмаларининг юқори тезликдаги интернетга уланишини таъминлади.

– 2020 йил: "Қатар Миллий Банк" IoT технологияларини банк хизматларига жорий этиш бўйича лойиҳаларни бошлади.

Кенг қўламли жорий этиш (2022-2024 йиллар):

– 2022 йил: "Қатар Миллий Кенгаши" IoT технологияларини қишлоқ хўжалиги, соғлиқни сақлаш ва транспорт соҳаларида жорий этиш бўйича дастурларни амалга оширди.

– 2023 йил: "Қатар Смарт Шаҳар" лойиҳаси доирасида IoT асосидаги "ақлли" йўллар ва транспорт тизимлари ишга туширилди.

Янгиликлар ва глобал етакчилик (2025 йил ва кейинги давр):

– 2025 йил: Қатарда IoT технологиялари асосида "ақлли" уйлар ва офислар кенг тарқалди, бу эса мамлакатни минтақадаги рақамли технологиялар бўйича етакчи давлатлар қаторидан жой олди.

Мазкур босқичлар Қатарда IoT технологияларининг изчил ва тизимли ривожланишидан далолатдир. IoT технологияларининг мамлакат иқтисодиётига, хусусан, туризм соҳасига татбиқ этилиши Қатар давлатини мажмуавий ривожлантириш миллий стратегиясининг муҳим таркибий қисми ҳисобланади. *"Қатар миллий манзараси-2030"* дастури доирасида мамлакат туризмни ривожлантириш ва рақамли технологияларни жорий этишга алоҳида эътибор қаратиб, иқтисодиётда таркибий ўзгаришларни амалга оширишга интилоқда. Албатта, бу узоқ муддатли стратегия бўлиб, у Қатарни тубдан ўзгартиришга қаратилгандир. Бинобарин, мазкур технологияларнинг туризм индустрияси ривожига ижобий таъсири қуйидаги жиҳатларда намоён бўлади:

Рақамли саёҳатчилар сонининг ўсиши: Замонавий сайёҳлар ўз саёҳатларини тобора кўпроқ онлайн режалаштирмоқдалар. Жаҳон сайёҳлик ташкилоти (UNWTO) маълумотларига кўра, сайёҳларнинг 70 фоиздан ортиғи чипта, меҳмонхона ва саёҳатларни банд қилиш учун рақамли платформалардан фойдаланади. Бу эса ўз хизматларини рақамли каналларга мослаштирмаган компаниялар рақобатбардошлигини йўқотаётганини кўрсатади.

Қарор қабул қилиш жараёнининг тезлашуви: Рақамли технологиялар саёҳатларни режалаштириш жараёнини соддалаштиради ва тезлаштиради. Зудлик билан банд қилиш имкониятига эга платформалар ва мобил иловалар сайёҳларга бир неча дақиқа ичида йўналишларни танлаш, нархларни солиштириш ва хизматларни банд қилиш имконини беради. Бу, айниқса, "сўнгги дақиқада саёҳат қилиш" (last-minute travel) оммалашаётган шароитда

долзарбдир.

Туристик тажрибани шахсийлаштириш: Сунъий интеллект ва катта маълумотлар каби рақамли технологиялар сайёҳларнинг афзалликларини таҳлил қилиш ва уларга индивидуал маршрутлар, хизматлар ва чегирмаларни таклиф этиш имконини беради. Шахсийлаштириш мижозларни жалб қилиш ва ушлаб туришнинг асосий омили бўлиб қолмоқда, чунки замонавий саёҳатчилар ноёб ва эсда қоларли таассуротларга интилади.

Хизмат кўрсатиш сифатини ошириш: Чат-ботлар, виртуал ёрдамчилар ва онлайн гидлар каби рақамли ечимларни жорий этиш орқали сайёҳлар кеча-ю кундуз маълумот ва ёрдам олиш имкониятига эга бўлишади. Бу мижозларнинг қониқшини сезиларли даражада оширади ва ходимларга тушаётган юкни камайтиради.

Халқаро майдонда рақобатбардошликни ошириш: Туризмнинг глобаллашуви мамлакатлар ва минтақалар ўртасида сайёҳларни жалб қилиш бўйича рақобатнинг кучайишига олиб келмоқда. Бундай рақобат шароитида рақамлаштириш туризм хизматларини тарғиб қилиш, халқаро бозорларда кўринишни ошириш ва ноёб таклифларни яратишнинг муҳим воситасига айланмоқда.

Иқтисодий самарадорлик: Рақамлаштириш компаниялар ички жараёнларини оптималлаштириш, харажатларни камайтириш ва даромадларни ошириш имконини беради. Масалан, банд қилиш жараёнларини автоматлаштириш ёки электрон тўлов тизимларини жорий этиш операцион харажатларни сезиларли даражада камайтиради.

Юртимизда ҳам мазкур соҳада муайян ишлар амалга оширилмоқда, хусусан, Ўзбекистон халқаро исломшунослик академиясида Давлат гранти асосида **“e-Ziyorattourizm” инновацион лойиҳаси** амалга оширилди. Ушбу лойиҳа самараси ўлароқ **“e-Ziyorattourizm”** электрон платформаси яратилди. E-ziyarah tourism.uz Web саҳифасида Зиёрат турзим бўйича Ўзбекистондаги шаҳар ва туманларда жойлашга халқаро аҳамиятга молик бўлган зиёратгоҳлар бўйича маълумотлар электрон базада шакллантирилган. Шунингдек, мазкур Web саҳифа мунтазам равишда янги маълумотлар билан тўлдирилиб борилади. Ҳозирда академия олимлари томонидан янги Давлат гранти - **“Бухоро зиёратгоҳларининг 3D моделини яратиш” инновацион лойиҳаси** устида кенг қўламли тадқиқот ва амалий ишлар олиб борилмоқда. Бу ишларнинг янада самарали бўлиши учун албатта, юқорида кўриб чиқилган хориж тажрибасидан ҳам унумли фойдаланишимиз лозим.

Хулоса қилиб, шуни айтиш мумкинки, Қатар давлати бугунги кунда ўз иқтисодиётини диверсификация қилиш, яъни мамлакатни газ ва нефть экспортига бўлган қарамликдан халос қилиш мақсадида иқтисодиётнинг бошқа соҳаларига, хусусан, халқаро туризмни ривожлантиришга устувор аҳамият қаратмоқда. Пировардида, Қатар туризм индустрияси барқарор ўсиш тенденциясига эга бўлиб қолмоқда. IoT индустрияси эса мамлакатнинг иқтисодий ривожланиши ва туризм соҳасидаги рақобатбардошлигини таъминловчи муҳим омил сифатида намоён бўлди. Замонавий технологиялардан фойдаланиш орқали Қатар нафақат ўз туристик

жозибадорлигини оширмоқда, балки меҳмонларга замонавий ва қулай хизматлар кўрсатиб, уларнинг таассуротларини кучайтирмоқда. IoT технологияларининг келгуси ривожланиши Қатар туризм соҳасини янги босқичга олиб чиқиши шубҳасиз.

Қатар давлатининг туризм соҳасидаги, хусусан, туризмга рақамли технологияларни татбиқ қилиш бўйича тажрибасини чуқурроқ ўрганиш ва уни Ўзбекистон шароитида ҳам кенг қўллаш мақсадга мувофиқдир.

Римма ЮНУСОВА,
к.э.н., доцент Ташкентского государственного
экономического университета

ЦИФРОВИЗАЦИЯ ЛОГИСТИКИ В СФЕРЕ ТУРИЗМА: ФАКТОР МЕЖДУНАРОДНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Аннотация. Глобализация усилила значение туризма как отрасли мировой экономики. В Узбекистане цифровизация туризма рассматривается как приоритетное направление для повышения качества услуг и управления туристическими потоками. Создание цифровых платформ и интеграция логистических решений способствует оптимизации затрат, повышению информированности и безопасности путешествий. Систематизация туристической логистики обеспечивает устойчивое развитие отрасли и международную экономическую безопасность. Национальные цифровые инициативы повышают адаптивность страны к глобальным вызовам и укрепляют её позиции на мировом туристическом рынке.

Ключевые слова: глобализация, туризм, логистика, цифровизация, экономика, Узбекистан, туристические потоки, инфраструктура.

Annotation. Globalization has increased the significance of tourism as a sector of the global economy. In Uzbekistan, the digitalization of tourism is considered a priority direction for improving service quality and managing tourist flows. The development of digital platforms and the integration of logistical solutions contribute to cost optimization, enhanced awareness, and travel safety. The systematization of tourism logistics ensures the sustainable development of the sector and international economic security. National digital initiatives enhance the country's adaptability to global challenges and strengthen its position in the international tourism market.

Keywords: globalization, tourism, logistics, digitalization, economy, Uzbekistan, tourist flows, infrastructure.

Глобализация экономики привела к возрастанию роли туризма в реализации мирохозяйственных связей. Туризм справедливо вошел в число лидирующих групп отраслей, мировой экономики.

Туристическая отрасль с возрастающей динамикой становится пространством, в плоскости которой находится пересечение интересов

различных государств и важной составляющей международной экономической безопасности. Так, увеличение потока туристов в условиях экономического кризиса, отдельно взятой страны, приводит к усложнению процессов управления и организации данных потоков; вызывает необходимость всестороннего изучения и развития экономической, социально-культурной, экологической составляющих туристической отрасли.

В процессе глобализации экономики и возрастания роли туризма в международных связях, правовое регулирование туристической отрасли становится ключевым фактором обеспечения её устойчивого развития. Закон Республики Узбекистан «О туризме» от 18 июля 2019 года № ЗРУ-549 определяет правовые основы туристической деятельности, включая организацию туристских услуг, защиту прав туристов и субъектов туристской деятельности, а также государственное регулирование в данной сфере. В рамках Закона формируется фундамент эффективной системы управления туристическими потоками и обеспечения экономической безопасности в отрасли. [1]

Не менее важной, является логистическая составляющая, так как организация туристского обслуживания, требует координации и регулирования потоков материальных, финансовых, информационных, трудовых ресурсов для полного, качественного обеспечения потребности клиентов в туристских услугах.

Цифровизация туристической отрасли является ключевым направлением её модернизации. Постановление Президента Республики Узбекистан от 13 августа 2019 года № УП-5781 предусматривает разработку многофункциональной информационной системы «Официальный путеводитель Узбекистана», обеспечивающей туристов необходимой информацией по всей территории страны, что способствует улучшению информированности туристов, повышению качества обслуживания и эффективному управлению туристическими потоками.

Данный Указ также предусматривает меры по дальнейшему развитию, включая внедрение логистических решений для оптимизации маршрутов, управления ресурсами и повышения эффективности туристических услуг, что определяет создание устойчивой и гибкой системы управления туристической отраслью. Интеграция логистических принципов в управление туристическими потоками становится необходимостью в условиях роста туристической активности. [2]

Развитие туристической инфраструктуры требует комплексного подхода, включающего модернизацию транспортной системы, улучшение качества обслуживания и внедрение современных технологий. Постановление Президента Республики Узбекистан от 12 января 2024 года № ПП-21 предусматривает меры по ускоренному развитию туристической инфраструктуры, включая строительство новых гостиниц, улучшение транспортной доступности туристических объектов и развитие цифровых платформ для бронирования и информирования туристов. Заявленные инициативы направлены на повышение конкурентоспособности Узбекистана на

международном туристическом рынке [3]

Основополагающим фактором развития туризма в Узбекистане является подготовка квалифицированных кадров, способных эффективно управлять туристическими потоками и обеспечивать высокий уровень обслуживания. Постановление Президента Республики Узбекистан от 27 июля 2023 года № ПП-238 определяет меры по дальнейшему ускорению реформ в сфере туризма, включая развитие образовательных программ, повышение квалификации специалистов и внедрение современных методов управления в туристической отрасли, что способствует созданию профессиональной среды, способной адаптироваться к меняющимся условиям рынка. Постановление, также, предусматривает, выделение субсидий туроператорам за каждого привлеченного иностранного туриста, что способствует увеличению въездного туризма и стимулирует развитие туристической инфраструктуры, направленной на повышение привлекательности Узбекистана как туристического направления [4]

Развитие безбарьерной туристической среды является приоритетом государственной политики в сфере туризма. Постановление Президента Республики Узбекистан от 12 января 2024 года № ПП-20 определяет меры по развитию инфраструктуры безбарьерного туризма, включая адаптацию туристических объектов для лиц с ограниченными возможностями, улучшение транспортной доступности и создание условий для комфортного пребывания всех категорий туристов и способствует расширению туристической аудитории и укреплению имиджа страны как доступного туристического направления.[5]

Несмотря на то, что в туристском обслуживании поток услуг является, основополагающим, комплексным, включающим пассажирские перевозки, размещение, питание, экскурсии, в настоящее время отсутствует целостная эффективно действующая система реализации данного потока, базирующаяся на логистических принципах. Между тем, потребность в такой системе становится все более очевидной в связи с постоянно возрастающим спросом на качественные туристские услуги. Об этом свидетельствуют положения программ развития туризма, в которых отмечается необходимость увеличения мощности въездных туристских потоков, продвижения отечественного туристского продукта как внутри страны, так и на международном уровне; увеличения, доходности местного бюджета, формирования современной высокоэффективной туристской индустрии, создания условий для более рационального использования туристских ресурсов.

Транспорт - одна из важнейших составных частей материальной базы экономики любой страны. Международный туризм подразумевает передвижение людей из страны в страну. При изучении различных аспектов развития международного туризма особое место занимают вопросы определения уровня его взаимоотношений с индустрией транспорта. Успехи на рынках туризма и адекватная транспортная инфраструктура составляют одну из важнейших предпосылок развития любого туристского центра. Со своей стороны спрос в туризме стимулирует быстрое развитие индустрии транспорта на основе применения достижений научно-технических прогресса.

Туризм полностью зависит от транспорта, его безопасности, скорости и удобств, предоставляемых туристу во время его передвижения. Понимание основ взаимоотношений с транспортными компаниями, правил взаимодействия с ними в вопросах обеспечения безопасности пассажиров и их имущества, обслуживания, использования соответствующих скидок и льгот при продажах, имеет важное значение как для туристов, так и для организаторов путешествий. Однако, развитие туризма сдерживается тем, что транспортные системы не везде соответствуют мировым стандартам по удобству, эффективности и безопасности, а транспортные проекты строительства новых аэропортов, автомобильных дорог требуют огромных инвестиций и времени.

Вместе с тем, потоки ресурсов для туристского обслуживания, их усложненность (по составу, структуре) требуют использования новых научно-обоснованных подходов к управлению, организации, регулированию потоков. В этой связи, своевременным и актуальным является рассмотрение такого инструмента эффективного управления ресурсами как логистика.

Известно, что логистизация туристических потоков, призванная обеспечить реализацию региональных концепций развития туристической индустрии, включает гарантию оказания услуги, ее целостность, комплексность, оперативность и своевременность.

Как показывает практика работы туристических компаний применение на практике преимуществ логистики, как интегрального инструмента управления системой туристского обслуживания, способствует повышению мобилизации ресурсов туристической индустрии за счет рациональной организации данной системы. В этой связи, для успешной реализации логистизации туристических потоков необходимо: проводить анализ туристических потоков и ресурсов, обеспечивающих взаимодействие элементов логистической системы туристского обслуживания; рассматривать субъекты туристической индустрии как элементы логистической системы туристского обслуживания, провести их классификацию; структурировать процесс проектирования логистической системы туристского обслуживания, с целью совершенствования координации, систематизации и контроля потоковых процессов; разработать информационную модель логистической системы туристского обслуживания, реализующую программы туристского обслуживания в соответствии с государственными стандартами на услуги.

С целью получения дополнительных возможностей и повышения качества обучения специалистов, по данному направлению организации деятельности турфирм необходимо: установление и развитие эффективных взаимовыгодных партнерских связей с вузами, научными учреждениями зарубежных стран, занимающихся изучением и разработкой программ логистизации потоков в сфере туризма; проведение международных научно-практических конференций, симпозиумов, семинаров, выставок; участие в международных проектах и программах; осуществление работы и прохождение обучения, стажировки, научно-исследовательской деятельности и обмена опытом по проблемам логистики в сфере туризма за рубежом.

В условиях глобализации и нестабильности мировых рынков

цифровизация логистики в сфере туризма становится ключевым элементом обеспечения международной экономической безопасности. Цифровые технологии позволяют системно управлять потоками туристов, ресурсов и информации, снижая операционные риски, повышая прозрачность процессов и оптимизируя расходы. В частности, внедрение цифровых платформ для бронирования, планирования маршрутов, отслеживания трафика и управления транспортом позволяет повысить адаптивность национальных туристических систем к глобальным вызовам – пандемиям, кризисам, геополитическим ограничениям.

Согласно Постановлению Президента Республики Узбекистан от 13 августа 2019 г. № УП-5781, одной из задач развития туризма признано создание «цифровой инфраструктуры и IT-продуктов» для повышения эффективности управления отраслью. Реализация данной задачи позволяет интегрировать логистические, транспортные и сервисные элементы в единую цифровую экосистему, тем самым способствуя достижению целей экономической безопасности. В современных условиях информационная сопряженность участников логистической цепи в туризме – от перевозчиков до объектов размещения и сервисов досуга – становится решающим условием для конкурентоспособности страны на международном туристическом рынке.

Спрос туристов на скорость, комфорт и безопасность поездок требует внедрения цифровых логистических решений, особенно в пиковые сезоны. Интеграция данных от операторов и госслужб (таможня, миграция, транспорт) повышает управляемость и безопасность передвижений. Это согласуется с задачами устойчивого развития, обозначенными в международных документах (ЦУР 9 и 11) и в национальных стратегиях. Примером выступает Указ Президента Республики Узбекистан от 5 октября 2020 года № УП-6079 «О мерах по ускоренному развитию цифровой экономики» [6], который включает развитие цифровых сервисов в туризме.

Важным элементом цифровизации логистики в туризме является формирование единой национальной платформы мониторинга и управления туристскими потоками. Такая система может включать в себя механизмы предиктивной аналитики, оценки рисков, визуализации загрузки туристических объектов и транспортных узлов. Подобные инициативы уже реализуются в рамках цифровой трансформации экономики Узбекистана, в соответствии с Указом Президента Республики Узбекистан от 5 октября 2020 г. № УП-6079 «О мерах по ускоренному развитию цифровой экономики и электронного управления». Реализация логистической цифровой политики в туризме способствует укреплению международной репутации государства, повышению инвестиционной привлекательности и устойчивости туристической индустрии.

В среднесрочной перспективе цифровизация логистики в туристической отрасли Узбекистана способна обеспечить более точное прогнозирование и управление туристическими потоками, особенно в условиях увеличения въездного туризма. Для этого необходимо разработать и внедрить Национальную интеллектуальную платформу управления туристическими логистическими потоками. Она должна обеспечивать интеграцию данных

транспортных, таможенных, гостиничных, экскурсионных и страховых сервисов в единую цифровую сеть, функционирующую в режиме реального времени. Такая система позволит не только оперативно реагировать на изменения в туристической среде, но и создавать персонализированные предложения для туристов, повышая конкурентоспособность отрасли.

В долгосрочной перспективе перспективным направлением станет внедрение цифровой логистики на базе искусственного интеллекта и больших данных. Алгоритмы ИИ смогут анализировать потребности туристов, распределение ресурсов, уровень загрузки транспортных и туристических объектов, прогнозировать сезонные колебания и даже реагировать на чрезвычайные ситуации (например, пандемии, стихийные бедствия). Для реализации данных задач необходима государственная поддержка в виде грантов на разработку логистических программных продуктов, а также создание инкубаторов инноваций при профильных вузах (например, при ТГЭУ, УрГЭУ, СамГУПС) совместно с Министерством по развитию туризма и культурного наследия.[7]

Перспективы развития цифровой логистики в сфере туризма также связаны с международной интеграцией и обменом технологиями. В качестве меры предлагается разработка и реализация межгосударственной программы цифровой логистики в рамках ШОС и ОИС, которая будет включать единые технологические стандарты для логистических платформ, обмен туристическими данными и развитие трансграничной инфраструктуры. Кроме того, следует активизировать сотрудничество с международными организациями (UNWTO, ITF, ESCAP) по вопросам подготовки кадров в области «умной логистики», проведения совместных пилотных проектов и привлечения инвестиций для цифровизации туристской логистической среды Узбекистана.

Список использованной литературы:

1. Закон Республики Узбекистан «О туризме» от 18 июля 2019 года № ЗРУ-549 <https://lex.uz/docs/4428101>
2. Указ Президента Республики Узбекистан от 13 августа 2019 года № УП-5781 «О мерах по дальнейшему развитию сферы туризма в Республике Узбекистан». <https://lex.uz/ru/docs/4474549>
3. Постановление Президента Республики Узбекистан от 12 января 2024 года № ПП-21 «О мерах по ускоренному развитию экологического туризма в Республике Узбекистан» <https://lex.uz/ru/docs/6759748>
4. Постановление Президента Республики Узбекистан от 27 июля 2023 года № ПП-238 «О мерах по дальнейшему ускорению реформ и эффективной организации системы государственного управления в сфере туризма». <https://lex.uz/ru/docs/6549290>
5. Постановление Президента Республики Узбекистан от 12 января 2024 года № ПП-20 «О мерах по развитию инфраструктуры безбарьерного туризма и его стимулированию в Республике Узбекистан». <https://lex.uz/ru/docs/6759708>
6. Указ Президента Республики Узбекистан от 05.10.2020 г. № УП-6079

«Об утверждении Стратегии «Цифровой Узбекистан-2030» и мерах по ее эффективной реализации» <https://lex.uz/docs/5011563>

7. Указ Президента от 11.09.2023 г. № УП–164 Стратегия развития "Узбекистан – 2030", <https://lex.uz/docs/6681122>

Igamnazar MAMUROV,
Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti dotsenti, f.m.f.d.

TURIZM INFRATUZILMASINI RAQAMLI MATEMATIKA ORQALI RIVOJLANTIRISH IMKONIYATLARI

Annotatsiya. Ushbu maqola O'zbekistonda turizm infratuzilmasini raqamli matematika yordamida rivojlantirish imkoniyatlarini tahlil qiladi. Maqolada raqamli texnologiyalar va matematik modellashtirish yordamida turizm sohasidagi resurslarni samarali boshqarish, xizmat sifatini oshirish va iqtisodiy o'sishni ta'minlash masalalari yoritiladi. Raqamli matematika yordamida prognozlar tuzish va optimallashtirish imkoniyatlari ko'rsatiladi. O'zbekiston turizmini raqamlashtirish jarayonida amalga oshirilgan chora-tadbirlar va ularning amaliy qo'llanilishi ham muhokama qilinadi.

Kalit so'zlar: Turizm, raqamli matematika, infratuzilma, optimallashtirish, prognoz, statistik tahlil.

Abstract. This article explores the opportunities for developing tourism infrastructure through digital mathematics. It highlights how digital technologies and mathematical models can be used to manage resources effectively, improve service quality, and ensure economic growth in the tourism sector. The article presents opportunities to enhance the efficiency of the tourism industry through digital mathematics and optimization. Approaches to digitalizing tourism infrastructure in Uzbekistan are also analyzed.

Keywords: Tourism, digital mathematics, infrastructure, optimization, forecasting, statistical analysis.

Turizm sektori mamlakat iqtisodiyotining muhim tarmoqlaridan biri bo'lib, uning rivojlanishi va o'sishi uchun samarali infratuzilma zarur. O'zbekistonning turizm sohasida raqamli texnologiyalarni joriy etish va matematik modellashtirish orqali infratuzilmani rivojlantirish katta ahamiyatga ega. Bugungi kunda raqamli matematika va ilg'or texnologiyalar turizmni boshqarishda samaradorlikni oshirish, mijozlarga yuqori sifatli xizmat ko'rsatish va iqtisodiy o'sishni ta'minlash imkoniyatlarini yaratmoqda. Ushbu maqolada turizm infratuzilmasini raqamli matematika orqali rivojlantirishning imkoniyatlari, metodologiyasi va amaliy qo'llanilishiga oid masalalar muhokama qilinadi.

Raqamli matematika, ya'ni algoritmlar, statistik tahlil, optimallashtirish va modellashtirish texnikalari turizm infratuzilmasini rivojlantirishda keng qo'llanilmoqda. Bu texnologiyalar turizm sohasida resurslarni samarali boshqarish, turistik joylarga oqimni prognoz qilish, mehmonxonalarda joylar mavjudligini

ta'minlash, transport tizimini optimallashtirish va xizmat ko'rsatish sifatini oshirishda yordam beradi¹¹⁹. Masalan, mehmonxona tarmoqlarida rezervasyon tizimlari raqamli matematika yordamida avtomatlashtirilgan va mijozlarga xizmat ko'rsatish jarayonlarini soddalashtiradi.

Bundan tashqari, raqamli matematika yordamida turistik joylarga bo'lgan talabni oldindan prognoz qilish va ushbu joylarning qachon eng yuqori talabga ega bo'lishini aniqlash mumkin. Bu esa turizm tarmoqlariga yaxshiroq rejalashtirish va resurslarni to'g'ri taqsimlash imkonini beradi. Raqamli modellashtirish va statistik tahlil metodlari asosida turizmning turli sohalarida samarali boshqaruv tizimlari ishlab chiqilmoqda.

Turizm infratuzilmasini raqamli matematika orqali modellashtirishda bir qator samarali metodlar mavjud. Ular orasida vaqt va joy nuqtai nazaridan talab va taklifni balanslash, transport va mehmonxona tizimlarini optimallashtirish, shuningdek, turizm xizmatlarini raqamli tahlil qilish mavjud. Misol uchun, mehmonxona tizimlarida bo'sh joylarni prognoz qilish uchun statistik tahlil usullari, turistik yo'nalishlarni va transport tizimlarini optimallashtirish uchun matematik modellar ishlatiladi.

Raqamli matematika yordamida turizm sektori uchun real vaqt rejimida ma'lumotlar yig'ish va tahlil qilish mumkin. Bu esa barcha turistik xizmatlarni yanada moslashuvchan va samarali qilish imkoniyatini yaratadi. Misol uchun, turistik xizmatlarni avtomatlashtirish orqali foydalanuvchilarga aniq va tezkor javoblar taqdim etish mumkin, shuningdek, ularning ehtiyojlariga asoslangan tavsiyalar berish imkoniyati mavjud.

O'zbekiston turizm sohasida raqamli texnologiyalarni joriy etish uchun bir qator muhim qadamlar amalga oshirilmoqda. Bu qadamlar orasida turistik ma'lumotlarni to'plash va tahlil qilish, rezervasyon tizimlarini avtomatlashtirish, transport tarmoqlarini optimallashtirish va mijozlar bilan aloqada bo'lish uchun mobil ilovalar ishlab chiqish mavjud. Bularning barchasi raqamli matematika yordamida amalga oshiriladi.

O'zbekiston hukumati va turizm kompaniyalari turizm infratuzilmasini raqamli texnologiyalar orqali rivojlantirishga katta e'tibor bermoqda. Misol uchun, O'zbekistonda turizmni raqamlashtirish uchun turizm ma'lumotlarini markazlashtirish tizimi ishlab chiqilgan. Bu tizim turistik hududlardagi barcha resurslarni bir joyda jamlaydi va real vaqt rejimida ularni boshqarishga imkon beradi.

Raqamli matematika yordamida turizm infratuzilmasini optimallashtirish uchun turli algoritmlar va modellar ishlab chiqilishi mumkin. Masalan, mehmonxona tizimlarida bo'sh joylarni prognoz qilish uchun matematik optimallashtirish modellari, transport tizimlarida yo'nalishlarni rejalashtirish uchun statistik tahlil va tahliliy modellar ishlatiladi. Bu metodlar orqali turizm sohasidagi xizmatlarni yanada samarali va moslashuvchan qilish mumkin.

Turizm infratuzilmasini optimallashtirish orqali nafaqat xizmatlar sifatini oshirish, balki iqtisodiy samaradorlikni ham yaxshilaydi¹²⁰. Raqamli matematika

¹¹⁹ Abduqodirov, T., & Rakhimov, S. (2024). Turizm infratuzilmasini raqamli texnologiyalar yordamida rivojlantirish: global tajriba va O'zbekiston sharoitida qo'llanilishi. *Turizm va Innovatsiyalar Jurnali*, 8(1), 35-49.

¹²⁰ Tashkentov, M., & Ismailov, F. (2023). Raqamli matematika va turizm infratuzilmasi: O'zbekistondagi joriy holat va

yordamida turizm sohasida xarajatlar kamaytiriladi, samaradorlik esa oshiriladi. Misol uchun, mehmonxonalarda narxlarni optimallashtirish, transport tizimlarida qatnov vaqtlarini qisqartirish va turistik joylarga talabni prognoz qilish orqali bu sohalarda iqtisodiy foyda olish mumkin.

Turizm infratuzilmasini raqamli matematika yordamida rivojlantirish, sohaning samaradorligini oshirish, xizmat ko'rsatish sifatini yaxshilash va iqtisodiy o'sishni ta'minlashda katta ahamiyatga ega. Raqamli texnologiyalar va matematik modellashtirish orqali turizm tarmoqlarida xizmat ko'rsatishni optimallashtirish, resurslarni samarali boshqarish va mijozlarga yuqori sifatli xizmat ko'rsatish imkoniyatlarini yaratish mumkin. O'zbekistonning turizm infratuzilmasini raqamlashtirish va optimallashtirish uchun amalga oshirilgan chora-tadbirlar, bu sohada yangi imkoniyatlar yaratishda muhim qadam bo'lib xizmat qilmoqda.

Turizm infratuzilmasini raqamli matematika yordamida rivojlantirish sohaning samaradorligini oshirishda, xizmat ko'rsatish sifatini yaxshilashda va iqtisodiy o'sishni ta'minlashda muhim ahamiyatga ega. Raqamli texnologiyalar va matematik modellashtirish orqali turizm sohasida turli tarmoqlarni optimallashtirish, resurslarni samarali boshqarish va mijozlarga yuqori sifatli xizmat ko'rsatish imkoniyatlarini yaratadi. Mehmonxona tizimlaridan tortib, transport va turistik yo'nalishlarga qadar raqamli matematika yordamida prognozlar tuzish, optimallashtirish va samarali boshqaruv tizimlarini yaratadi.

O'zbekistonning turizm infratuzilmasini raqamlashtirish va optimallashtirish uchun amalga oshirilgan chora-tadbirlar, shu jumladan turistik ma'lumotlarni markazlashtirish tizimi va transport tarmoqlarini raqamli tizimlar bilan integratsiya qilish, sohaning jadal rivojlanishiga olib keladi. Bu, o'z navbatida, turizm xizmatlarini yanada moslashuvchan va samarali qiladi, hamda mamlakatning global turizm bozoridagi raqobatbardoshligini oshiradi.

Kelajakda turizm sohasida raqamli matematikaning qo'llanilishi orqali, nafaqat xizmatlar sifatini oshirish, balki turizm sektori iqtisodiy samaradorligini ham yaxshilash mumkin. Raqamli texnologiyalarni rivojlantirish va innovatsion boshqaruv usullarini joriy etish, turizm infratuzilmasining yanada mustahkamlanishiga yordam beradi va ushbu sohani yangi bosqichga olib chiqadi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Abduqodirov, T., & Rakhimov, S. (2024). Turizm infratuzilmasini raqamli texnologiyalar yordamida rivojlantirish: global tajriba va O'zbekiston sharoitida qo'llanilishi. *Turizm va Innovatsiyalar Jurnali*, 8(1), 35-49.

2. Tashkentov, M., & Ismailov, F. (2023). Raqamli matematika va turizm infratuzilmasi: O'zbekistondagi joriy holat va istiqbollar. *O'zbekiston Iqtisodiyoti va Turizm Tadqiqotlari Jurnali*, 12(2), 88-102.

ТУРИЗМ СЕКТОРИНИ РИВОЖЛАНТИРИШДА РАҚАМЛИ ТЕХНОЛОГИЯЛАР

Аннотация. Мақолада рақамли иқтисодиётнинг асослари, унинг хусусиятлари ва қўлланилиш соҳалари кўриб чиқилган. Унда дунёда рақамли иқтисодиётнинг ривожланиш ҳолати таҳлил қилиниб, унинг ялпи ички маҳсулотдаги улушининг ўсиши акс эттирилган. Туризм индустриясининг ривожланишига жалб қилинган рақамли технологиялар даражаси таҳлили шуни кўрсатадики, ахборот рақамли иқтисодиёт шароитида асосий омил ҳисобланади.

Тадқиқотда туризм соҳаси ахборот маконининг тавсифи берилган, кенг тарқалган рақамли хизматлар ва платформалар тасвирланган. Ушбу хизматлар анъанавий туристик компанияларнинг офисларини ўрнини эгаллаган бўлиб, саёҳатчилар учун янада қулай ва мослашувчан эчимларни тақдим этмоқда.

Калим сўзлар: рақамли иқтисодиёт, тўртинчи саноат инқилоби, нейротармоқлар, краудфандинг, блокчейн технологиялар, роботлаштириш.

Abstract: The article examines the foundations of the digital economy, its characteristics, and areas of application. It analyzes the state of digital economic development worldwide, reflecting the growth of its share in the gross domestic product. The analysis of digital technologies involved in the development of the tourism industry shows that information is a key factor in the digital economy.

The study provides a description of the information space in the tourism sector, outlining widely adopted digital services and platforms that have replaced traditional travel agency offices. These services offer more convenient and flexible solutions for travelers.

Keywords: digital economy, fourth industrial revolution, neural networks, crowdfunding, blockchain technologies, robotics.

Замонавий шароитларда ХХІ аср иқтисодиёти ривожланишининг асосий омили рақамли шаклда тақдим этилган маълумотлар ҳисобланади. Шу муносабат билан жамият ҳаётининг барча жабҳаларида ИТ - технологияларга устувор роль берилади.

Дунёда рақамли иқтисодиётнинг жадал ривожланиши давлатлар, тармоқлар ва корхоналар рақобатбардошлигини оширишни таъминлайди. Рақамлаштиришнинг кенг тарқалган даражаси бизнесни ташкил этиш жараёнида сезиларли ўзгаришларга олиб келади. Бугунги куннинг тенденцияси - рақамли трансформация бўлиб, у барча соҳаларга таъсир қилади, иқтисодий субъектлар фаолиятида рақамли технологияларнинг глобал қўлланилишига, ахборот жамияти ва рақамли иқтисодиёт шаклланишига йўналтирилган.

Сўнгги ўн йилликларда рақамли технологияларни жорий этиш муаммосини ўрганиш кенг ёритилди. Ушбу йўналишнинг асосчиси 1995 йилда

Массачусетс технология институти профессори Н. Негропonte бўлган. Унинг тадқиқотининг асоси ахборот-коммуникация технологияларининг жадал ривожланиши шароитида анъанавий ва рақамли иқтисодиётни қиёсий таҳлил қилишдир.

Рақамли иқтисодиёт учун учинчи саноат инқилобидан тўртинчи саноат инқилобига ўтиш хосдир. "Рақамли иқтисодиёт" XX асрнинг иккинчи ярмида рўй берган туб ўзгаришларни акс эттиради, бу ўзгаришлар рақамли ҳисоблаш ва ахборот технологияларининг ривожланиши натижасида мумкин бўлди. Рақамли иқтисодиёт бевосита рақамли компьютер технологияларини ривожлантириш ва жорий этиш жараёнлари билан боғлиқ бўлиб, иқтисодий ишлаб чиқариш ва истеъмолнинг барча соҳаларини қамраб олади.

Одатда, у онлайн хизматлар ва товарлар тақдим этиш соҳасини ўз ичига олади, яъни электрон тўлов хизматлари ва электрон тижорат, интернет-савдо ва нарсалар интернет (IoT – Internet of Things), краудфандинг, интернет-банкнинг ва бошқалар.

Рақамлаштириш ва рақамли иқтисодиётнинг платформаси сифатида намоён бўладиган энг янги рақамли технологиялар орасида Big Data технологиялари, булутли хизматларнинг ривожланиши ва сунъий интеллект (нейротармоқлар), ақлли технологиялар ва жойлашувни аниқлаш технологиялари, шунингдек, нарсалар интернет (IoT – Internet of Things), 3D - технологиялар ажралиб туради [11].

Рақамлаштириш ва инфратузилманинг мавжудлиги иқтисодий фаолият иштирокчилари ўртасида тўлиқ ўзаро алоқани таъминлайди. Рақамли иқтисодиётнинг асосий хусусиятларидан бири шахсийлаштирилган хизмат кўрсатиш моделлари мавжудлиги, шунингдек, қўшма истеъмол иқтисодиёти ва sharing хизматларининг ривожланишидир.

Рақамлаштириш жараёнлари айниқса хизмат кўрсатиш соҳасида долзарб аҳамиятга эга. Савдо ва транспорт компаниялари, туризм ва меҳмондўстлик саноати, жамоат овқатланиш корхоналари ўз мақсадли аудиториясини кенгайтириш ва қамровни ошириш, хизмат сифатини яхшилаш ва жадал ривожланиш имкониятига эга бўлди.

Шуни инобатга олиш керакки, глобал рақамли иқтисодиётда муваффақият рақамли платформаларнинг кўпроқ миқдори ва сифати билан таъминланган томонларга насиб этади.

Ўзбекистон Республикасида ҳам рақамли иқтисодиётни ривожлантириш йўлида дастлабки қадамлар қўйилди. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 5 октябрдаги «Рақамли ўзбекистон - 2030» стратегиясини тасдиқлаш ва уни самарали амалга ошириш чора-тадбирлари тўғрисидаги Фармони¹²¹ билан тасдиқланган «Рақамли Ўзбекистон - 2030» стратегияси иқтисодиёт тармоқлари, ижтимоий соҳа ва давлат бошқаруви тизимининг жадал рақамли ривожланишини таъминлаш, шу жумладан, электрон давлат хизматларини кўрсатиш механизмларини янада такомиллаштириш мақсадида ишлаб чиқилган бўлиб, унда рақамли

¹²¹ <https://lex.uz/docs/5030957>

иқтисодийни ривожлантиришнинг устувор йўналишлари белгиланди ҳамда рақамли технологиялар миллий бозори учун қулай муҳитни яратиш ва истиқболли «рақамли» стартапларни ривожлантириш мақсади қўйилди. Мамлакат иқтисодийни рақамлаштириш йўналишлари белгилаб олинди. Шу билан бирга мамлакатда бу соҳада амалга ошириш зарур бўлган ишларнинг қўлами катта бўлиб, уларнинг асосий йўналишларидан бири кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик соҳасида ҳам рақамли технологиялардан фойдаланишдан иборат бўлиши керак.

Бугунги кунда туризм алоҳида ижтимоий-маданий ҳодисага айланган бўлиб, у давлатнинг тарихий-маданий меросини ҳамда ҳудудий ривожланиш ва коммуникация соҳасидаги энг замонавий ахборот технологияларини бирлаштиради.

Хорижий сайёҳлик компаниялари ўз фаолиятларини рақамлаштиришни фаол ва самарали олиб бориб, сезиларли даромад олмоқда. Туризм иқтисодийига муҳим ҳисса қўшаётган Осиё давлатлари эса рақамли трансформацияни ҳукумат даражасида бошлади.

Индонезия халқаро «Airbnb» экспанциясига жавобан ўзининг «Indonetsia Travel Exchange» (ITX) меҳмонхоналар ва виллалар брон қилиш тармоғини ишга туширди. Ушбу платформа 2000 дан ортиқ турли хил мулкларни ўз ичига олади. Масалан, Франциянинг «Tripnparty» платформаси саёҳатчиларга ҳар қандай мамлакатда маҳаллий аҳолига яхши маълум бўлган бар ва пабларни топиш имконини беради.

2018 йилда Балида «Startup Weyekend Bali » стартап танлови бўлиб ўтган, унда туризм соҳасидаги энг яхши ғоялар сараланди. Ғолиблар рўйхати маҳаллий эҳтиёжларни қондириш тенденциясини акс эттиради.

Танлов натижасида турли хил мобил иловалар таклиф этилган, жумладан:

- «Travelis»— Бали оролида маҳаллий гидлар ва ҳайдовчилар билан алоқа ўрнатиш;

– «Finger Farm»— маҳаллий фермерлар маҳсулотларини сотиб олиш;

– «Botol Wisata» – Индонезия меҳмонхоналарида қайта фойдаланиладиган идишда тоза сув тақдим этиш.

Туризм соҳасидаги инновациялар саёҳатчиларга қулайлик яратиш ва тажрибаларни бойитиш имконини бермоқда.

Мамлакат учун кириш туризмни ривожлантириш муҳим аҳамиятга эга бўлгани сабабли, ушбу соҳани рақамлаштириш ва инфратузилмани ривожлантириш бўйича қарор қабул қилишда асосий мезонлар потенциал ва реал сайёҳларнинг афзалликларига йўналтирилиши керак.

Туризм соҳасининг рақамли трансформацияси сайёҳлар учун қулайлик яратиш билан бирга иқтисодий ривожланишни ҳам жадаллаштиради.

Google статистикаси бўйича, саёҳатни режалаштириш жараёнида фойдаланувчилар тахминан 400 та қидирув сўровини амалга оширади. Ушбу катта ҳажмдаги маълумотлар сайёҳлик компаниялари томонидан саёҳатчининг қарорига таъсир кўрсатиш ва уни маълум йўналиш, компания ёки меҳмонхонани танлашга ундаш мақсадида фаол равишда ишлатилади.

Дунё бўйлаб саёҳатчиларнинг 74% ўз сафарларини онлайн режимда

режалаштиради, бу эса туризмда онлайн хизматлар бозорининг истиқболларини белгилайди. 2017–2018 йилларда маҳаллий сайёҳларнинг асосий қисми саёҳатни режалаштириш ва ташкил этиш жараёнида интернетдан фойдаланган.

Травел хизматларининг рақамлаштирилиши бозор иштирокчиларини янги шароитларга мослашишга мажбур қилмоқда. Масалан, Mobile-first ёндашуви бронлаш хизматларини ишлаб чиқишда эндиликда ноутбук ва планшетлар версияларига эмас, балки смартфон иловаларига эътибор қаратишни тавсия қилади.

Шу билан бирга, мобил қурилмалар орқали қидирув сўровлар сезиларли даражада ошди:

- Carpooling хизматлари 2016 йилга нисбатан 62% кўпроқ қидирилди;
- Турлар – 65% га ошди;
- Темир йўл ва авиачипталар – деярли 50% га кўпайди/

Умуман олганда, мобил қурилмалар орқали қидирув улуши 40% га етди. Рақамли трансформация саёҳатчилар учун қулайлик яратишда давом этмоқда.

Booking.com маълумотларига кўра, дунё бўйлаб саёҳатчиларнинг учдан бир қисми ўз саёҳатларини сунъий интеллект ёрдамида режалаштиришни афзал кўради. Бу жараён фойдаланувчиларнинг олдинги қидирув сўровлари, тўлов усуллари ва миқдорлари ҳамда бошқа афзалликларини ҳисобга олади.

Сўров натижаларига кўра, респондентларнинг ярмига саёҳат бўйича маслаҳатни ким бераётгани - чат-бот ёки реал одам - муҳим эмас, агар уларнинг истаклари тўлиқ ҳисобга олинса. Сунъий интеллект томонидан таклиф этилган вариантлар саёҳатчининг истакларига мос келганда, брон қилишга бўлган мотивация сезиларли даражада ортади.

Меҳмонхоналар ҳам максимал тезкор рақамли хизматларни таклиф этишдан манфаатдор. Бу жараён меҳмон хонасини танлашдан бошлаб то турар жой учун тўловни сайт ёки махсус илова орқали амалга оширишгача бўлган босқичларни ўз ичига олади.

Ҳозирда синовдан ўтказилаётган технологиялар орасида "HiltonHonors" ажралиб туради, бу тизим фойдаланувчиларга меҳмонхона хизматларини илова орқали буюртма қилиш ва дам олишни шахсий эҳтиёжларига мослаштириш имконини беради. Меҳмонхоналар ушбу маълумотлардан келажакдаги ташрифларда ҳар бир мижоз учун автоматик тарзда шахсийлаштирилган режа ишлаб чиқиш учун фойдаланмоқда.

Туризм соҳасида рақамли технологияларнинг энг катта ҳиссаси мобил иловаларга тўғри келади. Дастлабки рақамли хизматлар 2000 йилларнинг бошида пайдо бўлиб, турар жойни онлайн брон қилиш ва чипталарни сотиб олишга йўналтирилган эди:

– Booking.com – меҳмонхона агрегатори бўлиб, мижозларга дунё бўйлаб кичик меҳмонхоналарни кўриш ва энг кенг мижоз базасига кириш имконини берди.

– Airbnb – Booking.com муваффақиятини такрорлаб, квартира ижараси бўйича янги бозорни яратди.

– Uber, Gett такси агрегаторлари бўлиб, кичик бизнесга кўплаб

одамларни жалб қилди, уларга ўз автомобиллари ёрдамида даромад олиш имконини берди ва такси хизматларини анча арзонлаштирди.

Рақамли технологиялар саёҳатчилар учун қулайлик яратишда давом этмоқда ва туризм соҳасининг янада тез ривожланишига ёрдам бермоқда.

Бундай платформаларсиз замонавий саёҳатни тасаввур қилиш қийин.

Улар ёрдамида иштирокчилар ўртасида автоматик равишда ишонч рейтинглари шаклланади, бу эса энг қисқа муддатда бозорнинг сотувчи ва харидорларини бирлаштиришга имкон беради.

Шунингдек, келишувлар тузиш ва ҳисоб-китобларни амалга ошириш жараёнида воситачилик занжирларини йўқотиш, ишлаб чиқариш ва алмашув жараёнлари харажатларини минималлаштиришга ёрдам беради.

Саёҳатни соддалаштириш, шаффофликни ошириш ва бизнес жараёнларини автоматлаштириш борасида бу технологияларнинг аҳамияти ортиб бормоқда. Умуман олганда, платформаларнинг амалий қўлланилиши мижозлар билан алоқани мустаҳкамлашга ёрдам беради. Улар саёҳатчиларни йўлда ахборот билан таъминлаш ва йўл-йўриқ кўрсатиш, кўпроқ хизматларни сотиш ва уларнинг нархини ошириш имкониятини яратади. Шунингдек, хизмат сифатини яхшилайти – масалан, смартфон меҳмонхона хонасининг калити сифатида ишлатилиши, илова орқали меҳмонхонага рўйхатдан ўтиш ва меҳмонхона ходимлари билан хабар алмашиш мумкин. Эмоционал тажрибани бойитишга ёрдам беради, масалан, саёҳат қилинган жойларни белгилаш, расмларни жойлашув бўйича саралаш, эслатмалар, аэропорт, вокзал, порт ва кемада йўриқнома ва кўрсатмалар тақдим этиш. Бундан ташқари, мижозларни жалб қилиш ва тушуниш учун янги имкониятлар яратади – билдиришномалар, реклама ва шарҳлар орқали. Ижтимоий тармоқлар билан интеграция қилиш эса шахсий хоҳишларни аниқлаш ва потенциал мижозларни топиш учун кенг имкониятлар тақдим этади.

Рақамлаштиришнинг туризм ва меҳмондўстлик саноатида кичик ва ўрта бизнесни ривожлантиришга таъсири ҳар бир субъектнинг молиявий ва технологик имкониятларига ҳамда умуман соҳага боғлиқ. Бир неча асосий технологик имкониятларни ажратиб кўрсатиш мумкин:

Сунъий интеллект (AI) – саёҳатни режалаштиришда максимал шахсийлаштирилган натижани таъминлайди. Сунъий интеллект тизимлари мижознинг афзалликлари ҳақидаги маълумотларга таяниб, бошқа саёҳатчилар томонидан ишлатилган вариантларни таклиф қилади. Бу эса дам олиш ёки сафарни ташкил этишни сезиларли даражада соддалаштириб, харажатларни камайитишга ёрдам беради.

Нарсалар интернет (IoT) – "узлуксиз" саёҳат хизматларини таъминловчи асосий элементдир. Бу технология парвозлар, трансферлар, меҳмонхоналар ва буюртмаларни мувофиқлаштиришда муҳим роль ўйнайди.

Ушбу технологиялар туризм соҳасида инновацияларни жорий этиш ва мижозлар тажрибасини яхшилаш учун кенг имкониятлар яратмоқда.

Роботлаштириш – ҳамкор роботлар (со-ботлар) ва одамлар билан ишлашни тушунадиган роботлар тобора ҳақиқатга айланмоқда. Тозалаш роботлари аллақачон маиший техниканинг оддий қисми бўлиб қолган. Бундай

технологиялар ходимларга бўлган эҳтиёжни камайтириб, оилавий меҳмонхона бизнесини юритишни сезиларли даражада соддалаштириши мумкин.

Овозли технологиялар – нутқни самарали аниқлаш кўплаб жараёнларни оптималлаштириш имконини беради. Ушбу технологиялар ҳатто кичик оилавий меҳмонхоналарга мижозларга 24/7 хизмат кўрсатиш ва тил тўсиқларини бартараф этиш имкониятини яратади.

Блокчай – "ишончли рақамли муҳит" яратиб, буюртмалар, бронлаш ва тўловлар ишончилигини сезиларли даражада оширади. Бу технология хизматлар ҳақидаги маълумотлар ва шарҳларнинг ҳаққонийлигини таъминлаб, соҳанинг шаффофлигини кучайтиради.

Рақамли инновациялар меҳмондўстлик ва туризм саноатини тубдан ўзгартириб, иш самарадорлигини ошириш ва мижозлар учун янада қулай хизматларни тақдим этишда катта роль ўйнамоқда.

Меҳмондўстлик саноатида рақамли технологиялар ривожланишини секинлаштирувчи омиллар қуйидагилардан иборат:

- молиявий-иқтисодий – кичик ва ўрта бизнес учун рақамлаштиришга катта маблағ ажратиш қийин, шунингдек, бу йўналишда қўллаб-қувватловчи имтиёзлар ва рағбатлантириш дастурлари йўқ;

- норматив-ҳуқуқий – рақамли маконга ўтишда субъектлар ўзаро муносабатларини тартибга солувчи аниқ ҳуқуқий майдоннинг йўқлиги, шу жумладан, шахсий маълумотларни ҳимоя қилиш ва аккаунтларнинг ишончилигини назорат қилиш;

- умумий беқарорлик – минтақалар молиявий ва сиёсий имкониятларининг фарқлари сабабли рақамли интеграция муаммолари;

- инвестиция танқислиги ва санкциялар таъсири – технологияларни узатиш ва тайёр ечимларни импорт қилиш имкониятларининг чекланганлиги;

- аҳоли турмуш даражасининг пастлиги – замонавий юқори функционал гаджетлар сотиб олиш, пуллик контентдан фойдаланиш ва интернет хизматларини саёҳат вақтида қўллаш имкониятининг чекланганлиги;

- рақамли саводсизлик – баъзи аҳолининг рақамли технологиялар имкониятларини билмаслиги ёки уларнинг фақат юзаки тушунчага эга бўлиши.

Шу билан бирга, соҳага ижобий таъсир кўрсатадиган омиллар ҳам мавжуд:

- технологияларни узатишдан изоляция – бу бизнесни маҳаллий технологияларни молиялаштириш ва жорий этишга ундайди.

- “паст база” эффекти – бизнес жараёнларини модернизация ва ахборот технологияларини жорий этиш орқали тез оптималлаштириш имконини беради.

- бизнес моделини ўзгартириш истикболлари – янги хизматларни яратиш ва таклиф этишга йўналтиради.

Рақамли трансформация меҳмондўстлик индустрияси учун муҳим босқич бўлиб, у хизматларнинг сифатини ошириш, операцион жараёнларни соддалаштириш ва бозор иштирокчиларига янги имкониятлар яратишда давом этмоқда.

TURIZMNI RIVOJLANTIRISHDA RAQAMLI BANKLARNING ROLI VA ISTIQBOLLARI

Annotatsiya. Mazkur maqolada turizm sohasini raqamlashtirishda raqamli banklar va to'lov tizimlarining o'rni, ularning xalqaro amaliyotdagi innovatsion yondashuvlari hamda O'zbekiston sharoitiga tatbiq etish imkoniyatlari tahlil qilingan. Tadqiqotda Xitoy, Singapur, Estoniya va boshqa ilg'or mamlakatlarda turistlar uchun qulay moliyaviy xizmatlarni yaratishga oid texnologiyalar, jumladan, virtual bank kartalari, biometrik autentifikatsiya va blockchain asosidagi to'lov tizimlari o'rganilgan. O'zbekiston sharoitida bu kabi yechimlarni joriy qilish orqali chet ellik turistlar uchun valyuta ayirboshlashdagi muammolarni bartaraf etish, mahalliy xizmat ko'rsatuvchilar uchun esa tranzaksiyalarni soddalashtirish imkoniyati taqdim etilishi mumkinligi asoslangan. Shuningdek, aholining moliyaviy savodxonligini oshirish, raqamli to'lovlarni kengaytirish va turistik xizmatlarga mobil ilovalar orqali to'lov imkoniyatlarini yaratish bo'yicha aniq takliflar ilgari surilgan. Tadqiqot natijalari turizm sohasini raqamli transformatsiya qilish va iqtisodiy samaradorlikni oshirishga xizmat qiladi.

Kalit so'zlar: raqamli banklar, turizmni raqamlashtirish, raqamli to'lov tizimlari, virtual bank kartalari, moliyaviy inklyuziya, turizm va fintex integratsiyasi, biometrik autentifikatsiya, O'zbekistonda raqamli transformatsiya, mobil to'lovlar, raqamli iqtisodiyot.

Abstract. This article analyzes the role of digital banks and payment systems in the digitalization of the tourism industry, their innovative approaches in international practice, and the possibilities of their application in the conditions of Uzbekistan. The study examines technologies for creating convenient financial services for tourists in China, Singapore, Estonia, and other advanced countries, including virtual bank cards, biometric authentication, and blockchain-based payment systems. It is based on the fact that the introduction of such solutions in the conditions of Uzbekistan can eliminate currency exchange problems for foreign tourists and simplify transactions for local service providers. Specific proposals are also put forward to increase the financial literacy of the population, expand digital payments, and create payment options for tourist services through mobile applications. The results of the study will serve to digitally transform the tourism industry and increase economic efficiency.

Keywords: digital banks, digitalization of tourism, digital payment systems, virtual bank cards, financial inclusion, integration of tourism and fintech, biometric authentication, digital transformation in Uzbekistan, mobile payments, digital economy.

So'nggi yillarda O'zbekiston Respublikasi iqtisodiyotida raqamli texnologiyalarni joriy etish bo'yicha keng qamrovli islohotlar olib borilmoqda. Ayniqsa, turizm sohasining jadal rivojlanishi ushbu sohani raqamli moliyaviy xizmatlar bilan ta'minlash zaruratini yuzaga keltirmoqda. Raqamli banklar, mobil

to'lov tizimlari va fintex xizmatlari xorijiy turistlar va mahalliy sayyohlik operatorlari uchun qulay, tezkor va xavfsiz moliyaviy muhit yaratishda muhim omil sifatida e'tirof etilmoqda [1]. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-iyundagi PQ-295-sonli qarorida turizm va mehmondo'stlik sohasini rivojlantirish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar belgilanib, ayni paytda bu jarayonda zamonaviy texnologiyalar, shu jumladan, raqamli to'lov xizmatlarining ahamiyati alohida ta'kidlangan [2]. Mazkur qarorda turistik xizmatlar infratuzilmasiga moliyaviy texnologiyalarni joriy etish, to'lovlarni soddalashtirish va xizmatlar xavfsizligini oshirish asosiy ustuvor yo'nalish sifatida belgilangan.

Bundan tashqari, O'zbekiston Respublikasi Markaziy banki tomonidan 2023-yilda tasdiqlangan "Raqamli to'lov xizmatlarini rivojlantirish strategiyasi 2023–2026" hujjatida, naqd pulsiz to'lovlar ulushini oshirish, mobil ilovalar, QR-kodlar va boshqa innovatsion to'lov texnologiyalarini rivojlantirish bo'yicha konkret vazifalar belgilab berilgan [3].

Xalqaro tajribalar ham raqamli moliyaviy xizmatlarning turizmga muhim o'rin tutishini ko'rsatmoqda. Masalan, Xitoydagi *WeChat Pay*, Singapurdagi vaqtinchalik virtual bank kartalari, Estoniyadagi *e-Residency* kabi yondashuvlar turistlar uchun raqamli qulayliklar yaratish orqali ularning xizmatlardan foydalanish darajasini oshirgan [4].

Shuningdek, O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2021-yil 10-fevraldagi 66-son qarorida turizm xizmatlari sifati va xavfsizligini ta'minlashda axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini keng joriy etish zarurligi e'tirof etilgan [5]. Ushbu normativ-huquqiy asoslar turizm va moliya sohalari kesishgan nuqtalarda zamonaviy raqamli yechimlarni keng joriy qilish uchun qulay zamin yaratmoqda. Yuqoridagi omillarni inobatga olgan holda, ushbu tadqiqotda raqamli banklarning turizm sohasidagi o'rni, xalqaro ilg'or amaliyotlar, O'zbekiston sharoitida qo'llash imkoniyatlari hamda raqamli to'lov xizmatlarini aholiga yaqinlashtirish yo'llari tahlil qilinadi.

Ushbu sohani ham jahon va O'zbekiston sharoitida bir qancha dolzarb muammolar chetlab o'tgani yo'q. Xususan, jahonda:

a) Texnologik infratuzilma notekisligi. *Ko'pgina rivojlanayotgan davlatlarda internet qamrovi, mobil aloqa sifati va bank xizmatlariga kirish darajasi past. Bu esa xorijiy sayyohlar uchun raqamli to'lovlardan foydalanishni cheklaydi* [4].

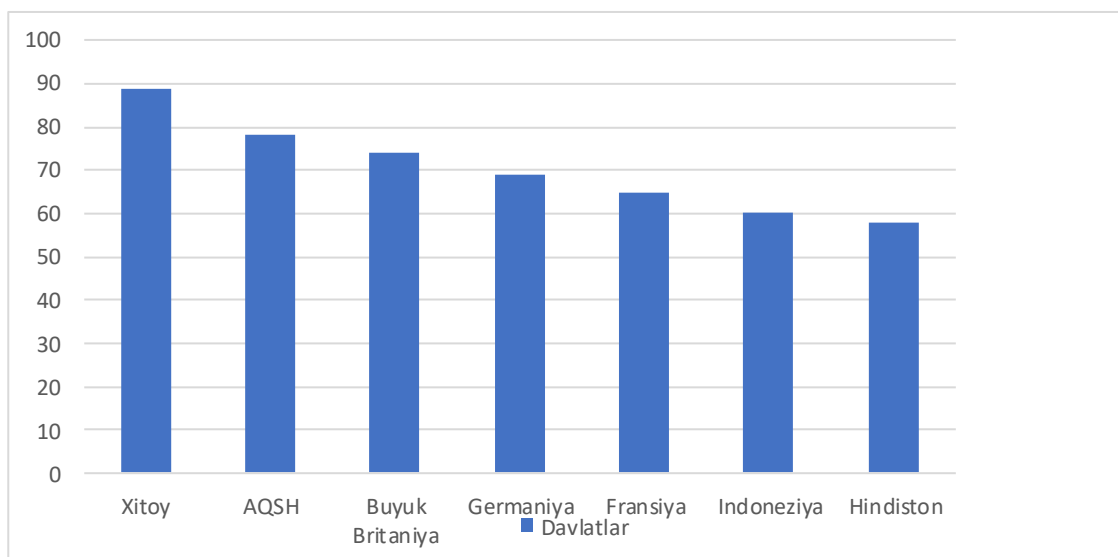
b) Xavfsizlik va firibgarlik tahdidlari. *Raqamli to'lov tizimlarining kengayishi bilan birga kiberxavfsizlik xavflari, phishing (firibgar saytlar orqali ma'lumotlarni o'g'irlash) va tranzaksiyalarda ma'lumotlarning sizib chiqish xavfi ortib bormoqda* [6].

c) To'lov tizimlari o'rtasidagi moslashuv muammosi. *Turli mamlakatlarning raqamli bank va to'lov tizimlari bir-biriga mos kelmasligi (masalan, WeChat Pay, PayTM, Apple Pay kabi tizimlarning xalqaro muvofiqlashtirilmaganligi) turistlarga noqulaylik tug'diradi* [7].

O'zbekiston muhitida esa:

a) Valyuta ayirboshlashdagi cheklovlar va tizimiy integratsiya yetishmovchiligi. *O'zbekiston moliyaviy tizimida xorijiy sayyohlar uchun onlayn valyuta ayirboshlash xizmati hali to'liq joriy etilmagan. Bank mobil ilovalari ko'p*

hollarda faqat mahalliy fuqarolarga xizmat ko'rsatadi [3].



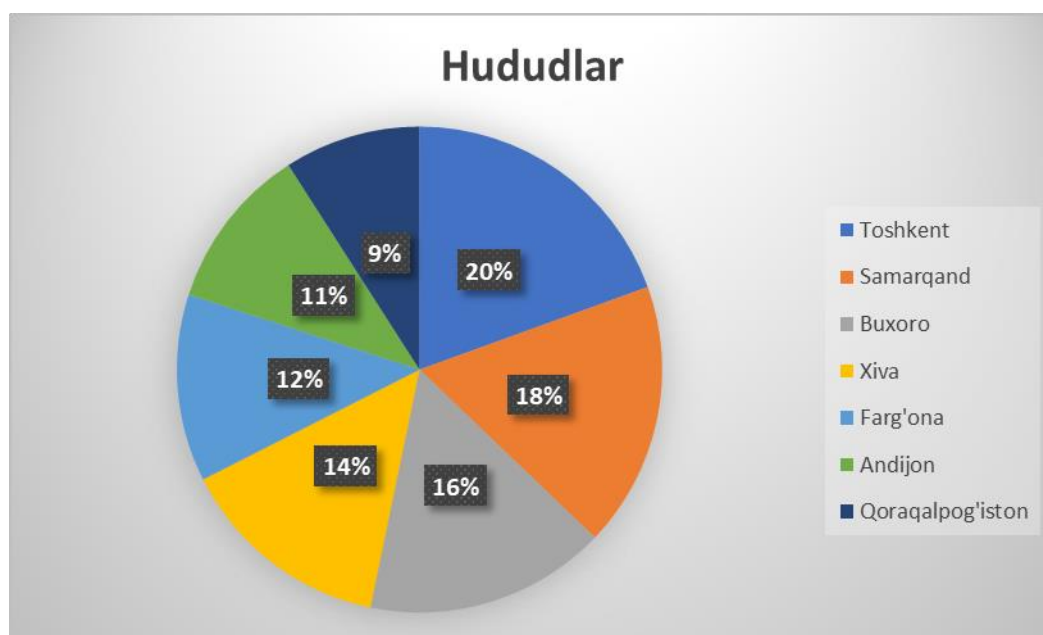
1-rasm. Turizmda raqamli to'lovlardan foydalanuvchi sayyohlar ulushi (%) [11].

b) Mahalliy xizmat ko'rsatuvchilarda POS-terminallar yetishmasligi. *Xususan, qishloq hududlaridagi turistik joylarda restoran, transport, qo'l mehnatiga asoslangan xizmatlar (hunarmandchilik, yotoqxona) kabi sohalarda raqamli to'lov tizimlari hali keng joriy etilmagan [8].*

c) Aholining moliyaviy raqamli savodxonligi pastligi.

Turizm bilan bevosita bog'liq kichik tadbirkorlar raqamli to'lov tizimlarining imkoniyatlaridan to'laonli foydalana olmayapti. Bu esa xizmat ko'rsatish sifati va tranzaktsiyalar soniga salbiy ta'sir qilmoqda [9].

d) Regulyator muvofiqlashtirishining yetarli emasligi. *Mahalliy banklar, turizm tashkilotlari va fintex kompaniyalar o'rtasida raqamli xizmatlarni birlashtirish bo'yicha yagona siyosat va platforma yo'qligi ko'zga tashlanadi [2].*



2-rasm. O'zbekistonda turizm raqamli to'lovlardan foydalanuvchi sayyohlar ulushi [8][9]

Mazkur tadqiqotning asosiy maqsadi – turizm sohasini raqamlashtirish jarayonida raqamli banklar va to‘lov tizimlarining tutgan o‘rni va ularning rivojlanish istiqbollarini tahlil qilish, mavjud muammolarni aniqlash va O‘zbekiston sharoitida xalqaro ilg‘or tajribalarni tatbiq etish bo‘yicha amaliy tavsiyalar ishlab chiqishdan iboratdir. Tadqiqotda raqamli to‘lov tizimlarining turizm infratuzilmasiga integratsiyalashuvi, moliyaviy xizmatlarning tezligi va xavfsizligi, mehmonxona, transport, umumiy ovqatlanish va boshqa xizmat ko‘rsatish tarmoqlarida elektron to‘lov imkoniyatlarining kengayishi masalalari o‘rganiladi [1]. Shuningdek, O‘zbekiston Respublikasi Markaziy bankining “Raqamli to‘lov xizmatlarini rivojlantirish strategiyasi 2023–2026” hujjatida belgilangan asosiy vazifalar tahlil qilinadi. Ushbu strategiyada mobil ilovalar, QR-kodli va kontaktsiz to‘lov tizimlarini ommalashtirish, hamda raqamli bank xizmatlari orqali aholining moliyaviy inklyuziyasini oshirish choralari belgilangan [3]. Tadqiqot natijasida turistik xizmatlar ko‘rsatish sifatini oshirish, xorijiy sayyohlar uchun moliyaviy qulayliklar yaratish, hamda aholining raqamli savodxonligini rivojlantirishga xizmat qiluvchi takliflar ishlab chiqiladi [10]. O‘tkazilgan tahlillar asosida turizmni raqamlashtirish jarayonida raqamli banklar va to‘lov tizimlarining o‘rni ortib borayotgani va bu jarayon soha samaradorligiga ijobiy ta‘sir ko‘rsatayotgani aniqlandi. Xususan, quyidagi asosiy natijalarga erishildi:

1. Raqamli to‘lov tizimlari turistlar uchun qulaylik yaratmoqda. Xorijiy sayyohlar uchun kontaktless to‘lov, QR-kodli tizimlar va virtual kartalar xizmatlaridan foydalanish soni ortmoqda, bu esa to‘lovdagi shaffoflik va tezkorlikni ta‘minlamoqda [10].

2. Jahon tajribasida turizmga integratsiyalashgan bank texnologiyalari muvaffaqiyatli natija bermoqda. Masalan, Xitoyda *WeChat Pay* orqali barcha turistik to‘lovlar yagona tizimda boshqarilmoqda, Singapurda vaqtinchalik raqamli karta orqali to‘lov imkoniyati turistlarga qulaylik yaratmoqda [4].

3. O‘zbekistonda raqamli infratuzilma rivojlanayotgan bo‘lsada, ayrim hududlarda xizmat ko‘rsatishning yetarli darajada emasligi kuzatilmoqda, ayniqsa, qishloq joylarida POS-terminallar va internet qamrovi yetishmaydi [3].

4. Moliyaviy savodxonlik darajasining pastligi raqamli to‘lov tizimlarining keng joriy etilishiga to‘siq bo‘lmoqda, bu esa xizmat ko‘rsatuvchilar va mijozlar o‘rtasidagi ishonch va xavfsizlikni pasaytiradi [11].

5. O‘zbekiston normativ-huquqiy asoslarni yaratishda ijobiy siljishga erishmoqda. PQ-295-son qaror va Markaziy bankning 2023–2026 yillarga mo‘ljallangan strategik hujjati orqali raqamli bank xizmatlarining turizm sohasiga moslashtirilgan shakllarini ishlab chiqish yo‘nalishlari belgilab berilgan [2][10].

Ushbu natijalar asosida turizm xizmatlarini raqamlashtirishda moliyaviy texnologiyalarni jadal tatbiq etish, davlat va xususiy sektor hamkorligini mustahkamlash, hamda aholining raqamli savodxonligini oshirish bo‘yicha kompleks yondashuv zarurligi e‘tirof etildi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Smith, R., & Kumar, A. (2021). *The Role of FinTech in Enhancing Tourism Infrastructure*. International Journal of Digital Economy.

2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-iyundagi PQ-295-sonli qarori – “Turizm va mehmondo‘stlik sohasini rivojlantirish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”.
3. O‘zbekiston Respublikasi Markaziy banki (2023). *Raqamli to‘lov xizmatlarini rivojlantirish strategiyasi 2023–2026*.
4. UNWTO (2021). *Tourism and Digital Transformation: Annual Report*. Madrid: World Tourism Organization.
5. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2021-yil 10-fevraldagi 66-son qarori – “Turizm xizmatlari sifati va xavfsizligi to‘g‘risida”.
6. OECD (2022). *Cybersecurity in Digital Financial Services*. www.oecd.org
7. Zhang, Y., & Xie, Y. (2023). *Digital Financial Inclusion and Tourism Growth in Emerging Markets*. Journal of Tourism Economics.
8. O‘zbekiston Respublikasi Markaziy banki (2023). *Raqamli to‘lov xizmatlarini rivojlantirish strategiyasi 2023–2026*.
9. Karimov, D., & Tursunova, N. (2022). *Raqamli moliya xizmatlarining O‘zbekiston turizm sektoriga ta’siri*. O‘zbekiston Iqtisodiyoti va Innovatsion Rivojlanish jurnali.
10. Qorus Global (2024). *TBC Uzbekistan expands digital banking with new SME lending product*. <https://www.qorusglobal.com>
11. <https://usa.visa.com/dam/VCOM/regional/na/us/about-visa/documents/visa-global-travel-insights-2023.pdf>

Римма ЮНУСОВА,
к.э.н., доцент Ташкентского государственного
экономического университета,
Жахонгир ЗИКРИЛЛАЕВ,
Студент Ташкентского государственного
экономического университета

ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ СФЕРЫ УЗБЕКИСТАНА В УСЛОВИЯХ КИБЕРБЕЗОПАСНОСТИ

Аннотация: Активное развитие туризма в Узбекистане придает особое значение цифровизации отрасли. Рост онлайн-сервисов бронирования, электронных платежей и использования мобильных приложений сопровождается необходимостью обеспечения кибербезопасности. Угроза утечки персональных данных и фишинг-атаки снижают уровень доверия туристов к цифровой инфраструктуре, и требует системного подхода к управлению рисками в данной сфере.

В статье рассматриваются нормативные и институциональные меры по защите цифровой туристической среды, включая законодательство о персональных данных, электронной коммерции и кибербезопасности. Подчеркивается важность подготовки кадров, внедрения международных

стандартов (ISO/IEC 27001), и роли государственной и частной инициативы в формировании безопасной цифровой экосистемы туризма в Узбекистане.

Ключевые слова: цифровой туризм, кибербезопасность, персональные данные, Узбекистан, электронная коммерция, онлайн-сервисы, защита информации, ISO 27001.

В последние годы Узбекистан демонстрирует устойчивый рост туристического потока благодаря либерализации визового режима, улучшению инфраструктуры и продвижению национального культурного наследия. Особое внимание уделяется цифровизации услуг – от онлайн-бронирования до использования мобильных приложений для навигации и гидов. Это соответствует задачам, обозначенным в Указе Президента РУз № УП-5611 от 5 января 2019 года «О дополнительных мерах по ускоренному развитию туристической сферы в Республике Узбекистан».[1]

Однако с расширением цифровых платформ растет и угроза киберугроз: фишинг, утечки персональных данных, взломы систем онлайн-бронирования. Особенно уязвимы иностранные туристы, пользующиеся открытыми Wi-Fi сетями и интернет-приложениями. Эти угрозы препятствуют доверию к цифровой туристической инфраструктуре и могут снизить интерес к направлению.

Узбекистан предпринимает шаги по укреплению кибербезопасности. Согласно Постановлению Кабинета Министров № 606 от 6 августа 2021 года, утверждена Концепция обеспечения кибербезопасности в Республике Узбекистан. [2] Документ определяет основные направления обеспечения информационной безопасности, в том числе в цифровом туризме.

Сфера туризма активно взаимодействует с персональными данными (ФИО, паспорта, банковские данные). В этом контексте важную роль играет Закон Республики Узбекистан «О персональных данных» [3], который требует соблюдения стандартов сбора, хранения и обработки информации, в том числе на туристических платформах.

Закон Республики Узбекистан «Об электронной коммерции» ЗРУ-792-сон 29.09.2022. [4] также важен для туристической отрасли, так как обеспечивает правовую защиту сделок, заключаемых онлайн – будь то оплата гостиниц, билетов или экскурсий. Этот закон требует от поставщиков услуг соблюдения стандартов кибербезопасности.

Для устойчивого развития цифрового туризма необходимо создание защищенной цифровой инфраструктуры: сертифицированных дата-центров, устойчивых каналов связи, программного обеспечения с антивирусной защитой. Согласно Национальной программе «Цифровой Узбекистан – 2030» УП-6079-сон 05.10.2020 [5], развитие «цифрового туризма» требует внедрения таких решений.

Важным элементом является подготовка кадров в области кибербезопасности и цифрового менеджмента туризма. В рамках Национальной стратегии по развитию ИКТ большое значение придается обучению специалистов и популяризации цифровой гигиены среди туристов и

работников отрасли.

Для дальнейшего развития необходимо усилить интеграцию норм по кибербезопасности в стандарты гостиничных и туристических услуг, повысить уровень доверия к онлайн-сервисам, создать единые платформы с государственными гарантиями защиты данных. Это повысит конкурентоспособность Узбекистана как туристического направления и обеспечит устойчивый цифровой рост отрасли.

В краткосрочной перспективе приоритетом для Узбекистана станет создание нормативной базы, направленной на интеграцию кибербезопасности в туризм, что включает разработку стандартов информационной безопасности для гостиниц, туроператоров и онлайн-сервисов. Согласно исследованиям Национального университета Узбекистана, одним из ключевых направлений должно стать внедрение обязательной сертификации цифровых туристических платформ по международным стандартам ISO/IEC 27001.[6]

Научные публикации Института информационных технологий Узбекистана, подчеркивают важность внедрения защищенных облачных решений и автоматизированных систем мониторинга угроз в туристических сервисах. В ближайшие годы ожидается усиленное внедрение таких технологий в рамках проектов «Цифровой Узбекистан–2030», что обеспечит проактивную защиту персональных данных туристов.

Среднесрочная перспектива предусматривает активное участие частного сектора и стартапов в формировании экосистемы безопасного цифрового туризма. Однако по оценкам Центра кибербезопасности ТУИТ, без комплексного обучения кадров и создания механизмов киберстрахования рост цифрового туризма может быть неустойчивым. Необходимо институциональное развитие межотраслевого взаимодействия между ИКТ и туризмом.

В долгосрочной перспективе Узбекистан может стать одним из региональных лидеров в области безопасного цифрового туризма, ориентируясь на модель "умных туристических городов" (smart tourism cities). Как отмечают в своей статье ученые Самаркандского государственного университета (2024 г.), для этого потребуются масштабное внедрение технологий ИИ и Big Data в системы анализа туристического поведения с обеспечением их полной защищенности.

Важнейшая долгосрочная цель – включение Узбекистана в международные инициативы по кибербезопасности туризма, такие как проекты UNWTO (Всемирной туристической организации) и ITU (Международного союза электросвязи). Это позволит не только повышать уровень внутренней защиты, но и укреплять международное доверие к Узбекистану как безопасному цифровому направлению.

Список использованной литературы:

8. Указ Президента РУз № УП-5611 от 5 января 2019 года «О дополнительных мерах по ускоренному развитию туристической сферы в Республике Узбекистан» <https://lex.uz/docs/4143186>

9. Постановление Кабинета Министров № 606 от 6 августа 2021 года, «Концепция обеспечения кибербезопасности в Республике Узбекистан» <https://lex.uz/ru/docs/5960609>

10. Закон Республики Узбекистан «О персональных данных» ЗРУ-547-сон 02.07.2019 <https://lex.uz/docs/4396428>

11. Закон Республики Узбекистан «Об электронной коммерции» ЗРУ-792-сон 29.09.2022 <https://lex.uz/docs/6213428>

12. Указ Президента Республики Узбекистан УП-6079-сон 05.10.2020. Национальная программа «Цифровой Узбекистан – 2030» <https://lex.uz/ru/docs/5031048>

13. Международный стандарт ISO/IEC 27001 <https://lex.uz/ru/docs/5841077>

**Дилишод САЛАЕВ, доцент, PhD,
Ойгуль ГАЙРАТОВА, магистрант,
Ташкентский государственный университет Востоковедения**

ПРОБЛЕМЫ, ВОЗМОЖНОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА УЗБЕКИСТАНА

Аннотация: В статье рассматривается потенциал развития гастрономического туризма в Узбекистане – перспективного направления в туристической отрасли, ориентированного на знакомство с аутентичной местной кухней. Подчёркивается уникальность узбекской кулинарной традиции, сформировавшейся под влиянием Великого шёлкового пути, и её значимость как средства привлечения иностранных туристов. Анализируются основные направления развития гастротуризма, включая продвижение национальной кухни, создание специализированных маршрутов, развитие инфраструктуры и сотрудничество с местными производителями. Также предложены рекомендации по улучшению качества гастрономических услуг, повышению квалификации персонала, продвижению туристических продуктов и формированию устойчивых партнёрств.

Ключевые слова: Гастрономия, гастротуризм, культура, рестораны, инфраструктура, гостинично-ресторанный бизнес.

Annotatsiya: Maqolada O'zbekistonda gastronomik turizmni rivojlantirish salohiyati – turizm sohasida haqiqiy mahalliy oshxona bilan tanishishga yo'naltirilgan istiqbolli yo'nalish ko'rib chiqiladi. Buyuk ipak yo'li ta'siri ostida shakllangan o'zbek oshpazlik an'analarining o'ziga xosligi va uning xorijiy sayyohlarni jalb qilish vositasi sifatida ahamiyati ta'kidlanadi. Gastroturizmni rivojlantirishning asosiy yo'nalishlari, shu jumladan milliy oshxonani targ'ib qilish, ixtisoslashtirilgan yo'nalishlarni yaratish, infratuzilmani rivojlantirish va mahalliy ishlab chiqaruvchilar bilan hamkorlik tahlil qilinadi. Shuningdek, gastronomik xizmatlar sifatini yaxshilash, xodimlarning malakasini oshirish, turistik mahsulotlarni ilgari surish va barqaror hamkorlikni shakllantirish bo'yicha

tavsiyalar berildi.

Kalit soʻzlar: Gastronomiya, gastroturizm, madaniyat, restoranlar, infratuzilma, mehmonxona va restoran biznesi.

Abstract: The article deals with the potential for the development of gastronomic tourism in Uzbekistan – a promising direction in the tourism industry, oriented towards getting acquainted with authentic local cuisine. The uniqueness of Uzbek culinary tradition, formed under the influence of the Great Silk Road, and its significance as a means of attracting foreign tourists are emphasised. The main directions of gastrotourism development are analysed, including promotion of national cuisine, creation of specialised routes, infrastructure development and cooperation with local producers. It also offers recommendations on how to improve the quality of gastronomic services, improve the qualifications of staff, promote tourism products and form sustainable partnerships.

Key words: Gastronomy, gastrotourism, culture, restaurants, infrastructure, hotel and restaurant business.

Гастрономический туризм, включающий в себя путешествия с целью знакомства с аутентичной местной кухней, является быстрорастущим сектором туристической индустрии. Узбекистан с его многовековыми кулинарными традициями, сложившимися под влиянием Шелкового пути, обладает значительным потенциалом для развития гастрономического туризма. Узбекская кухня предлагает разнообразные блюда, отражающие историю и культурные влияния страны, от плова из баранины до свежих хлебов, выпекаемых в тандыре, и сухофруктов и орехов.

В Узбекистане гастрономический туризм представляет собой перспективное направление развития, так как страна богата историей кулинарных традиций и уникальной культурой. Основными направлениями развития гастрономического туризма в Узбекистане являются:

1. Продвижение узбекской кухни. Популяризация узбекской кухни на международном уровне может привлечь больше туристов. Узбекская кухня богата разнообразием блюд, таких как плов, лагман, самса, шашлык и многое другое. Создание гастрономических маршрутов, кулинарных фестивалей и мероприятий может привлечь внимание гурманов со всего мира.

2. Развитие кулинарного туризма в исторических городах. Узбекистан богат историческими городами, такими как Самарканд, Бухара и Хива. Разработка кулинарных туров, включающих посещение рынков, мастер-классов по приготовлению национальных блюд и обедов в аутентичных ресторанах, поможет туристам погрузиться в атмосферу местной культуры.

3. Развитие инфраструктуры для гастрономического туризма. Строительство гостиниц, ресторанов и кулинарных школ специализированного типа может помочь создать удобные условия для туристов, заинтересованных в узбекской кухне и культуре.

4. Сотрудничество с местными производителями. Партнёрство с местными фермерами, производителями и рынками может способствовать развитию экологически чистой и устойчивой гастрономической индустрии, что

также привлечёт внимание экологически осознанных туристов.

5. Продвижение уникальных кулинарных традиций и рецептов. Узбекистан имеет свои уникальные кулинарные традиции, которые могут быть представлены миру через книги, кулинарные шоу, кулинарные мастер-классы и интернет-ресурсы¹²².

Развитие гастрономического туризма в Узбекистане имеет потенциал привлечь больше туристов и способствовать развитию местной экономики. Продвижение гастрономического туризма в Узбекистане может повысить его привлекательность для посетителей по сравнению с такими направлениями, как Азербайджан, которые также опираются на кулинарное наследие Шелкового пути. Однако сектор гастрономического туризма в Узбекистане остаётся в значительной степени неразвитым. Развитию гастрономического туризма препятствуют такие проблемы, как неразвитая инфраструктура, недостаточная реклама традиционных продуктов питания и обслуживание туристов. Для продвижения Узбекистана как гастрономического направления необходимы целенаправленные усилия, такие как улучшение гостеприимства и транспортных услуг, организация фестивалей еды и кулинарных туров, а также повышение узнаваемости местных продуктов питания. Развитие гастрономического туризма может повысить конкурентоспособность Узбекистана в сфере туризма и поддержать экономический рост в сельских и сельскохозяйственных районах¹²³.

Гастротуризм в Узбекистане может стать привлекательным для туристов, однако существует ряд проблем в области маркетинга, обслуживания и инфраструктуры, которые необходимо решить, чтобы обеспечить положительный и приятный опыт для посетителей. Вот некоторые из основных проблем гастротуризма в Узбекистане:

- проблемы маркетинга;
- проблемы с обслуживанием;
- инфраструктурные проблемы.

На основе проведённого онлайн-опроса среди иностранных туристов, посетивших Узбекистан за последние три года который состоял из вопросов с несколькими вариантами ответов и открытых вопросов для сбора информации о мотивах посещения страны, роли узбекской кухни в принятии решения и общей удовлетворённости впечатлениями от гастротуризма были получены следующие данные:

Были получены более 100 ответов, которые были проанализированы с помощью описательной статистики и частотных распределений. Кроме того, были изучены социальные сети, включая Instagram, Facebook и Twitter, чтобы определить популярные хэштеги и посты, связанные с гастротуризмом в Узбекистане. Этот анализ помог понять степень онлайн-вовлеченности и

¹²² Мейлиев Н.Х., Мартиросова В.А. Перспективы развития гастрономического туризма в Узбекистане // Научный журнал. – 2021. – № 163. – С. 45–52.

¹²³ Узбекский завтрак – новый гастрономический бренд. <https://www.uzbekistan.travel/> (Дата обращения: 13.05.2025)

интереса к узбекской кухне среди потенциальных туристов¹²⁴.

Результаты опроса туристов о гастрономическом туризме в Узбекистане

	Отлично	Хорошо	Плохо
Информированность о продуктовые направления	42,5%	40%	17,5%
Качество сайтов обслуживания в заведениях	15%	70%	15%
Вкус узбекской традиционная еда	97,5%	2,5%	0%
Уровень профессионализма персонала	36,6%	24,4%	39%
Знания про национальную узбекскую кухню	87,8%	6,1%	6,1%

Источник: Таблица была составлена автором на основе онлайн опросников.

Для улучшения качества персонала, дестинаций и маркетинга в гастрономическом туризме в Узбекистане, ниже приведены некоторые общие рекомендации:

1. Обучение персонала. Проводить тренинги для персонала ресторанов и гостиниц по обслуживанию клиентов, безопасности продуктов питания и знанию английского языка. Это поможет повысить общее качество обслуживания и общения с туристами.

2. Безопасность и гигиена продуктов питания. Внедрять и соблюдать стандарты безопасности и гигиены продуктов питания, чтобы исключить риск заболевания или травмирования туристов. Поощряйте рестораны и торговцев едой использовать высококачественные ингредиенты, правильно хранить и готовить продукты.

3. Развитие инфраструктуры. Инвестировать в развитие инфраструктуры, связанной с транспортом, жильём и специализированными турами, чтобы облегчить туристам доступ к местам общественного питания.

4. Маркетинг и продвижение. Повысить осведомлённость о гастрономических туристических предложениях Узбекистана с помощью целевых маркетинговых кампаний, подчёркивающих исключительное кулинарное наследие страны. Это может включать маркетинг в социальных сетях, создание веб-сайтов и участие в международных продовольственных ярмарках и фестивалях.

5. Сотрудничество и партнёрство. Поощрять сотрудничество и партнёрство между государственными учреждениями, туристическими советами и местными предприятиями для продвижения и развития гастрономического туризма в Узбекистане. Это поможет определить области для улучшения и разработать новые впечатления и достопримечательности, связанные с едой.

6. Специализированные туры. Разрабатывать и продвигать специализированные туры, связанные с едой, которые демонстрируют редкое кулинарное наследие Узбекистана, включая кулинарные классы, дегустации, посещение местных рынков и производителей продуктов питания¹²⁵.

¹²⁴ Patterson I., Turaev H. (2020). Gastronomy Tourism as an Emerging Niche Market in Uzbekistan. *Journal of Gastronomy, Hospitality, and Travel*, 3(1), 141–149.

¹²⁵ Петрова, А. В. Повышение квалификации персонала в индустрии гостеприимства Узбекистана: проблемы и перспективы // *Вестник туризма и сервиса*. – 2023. – № 2(15). – С. 45–52.

Гастрономический туризм представляет собой перспективное направление развития туристической отрасли Узбекистана, способное не только продвигать уникальную кулинарную культуру страны на международной арене, но и способствовать экономическому росту регионов. Проведённый анализ показал, что успешное развитие данного сегмента требует комплексного подхода, включающего обучение персонала, обеспечение безопасности продуктов питания, улучшение инфраструктуры, активные маркетинговые кампании и эффективное межсекторное сотрудничество.

Особое внимание следует уделить созданию специализированных туров, способных продемонстрировать богатое кулинарное наследие Узбекистана и усилить туристическое вовлечение. Объединение усилий государства, бизнеса и местного сообщества позволит сформировать устойчивую модель гастрономического туризма, привлекательную как для иностранных, так и для внутренних путешественников. В перспективе это создаст благоприятные условия для укрепления имиджа Узбекистана как уникального гастрономического направления в Центральной Азии.

**Дилшод ОХУНОВ, к.э.н, доцент,
Ферганский государственный технический университет**

КЛАССИФИКАЦИЯ И АНАЛИЗ ИНСТРУМЕНТОВ ПРОДВИЖЕНИЯ НА ЦИФРОВОМ ТУРИСТСКОМ РЫНКЕ В СИСТЕМЕ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ТУРИЗМА

Аннотация. В статье проведен анализ инструментов продвижения на цифровом туристском рынке в системе информационного обеспечения туризма. Рассмотрены инструменты цифрового продвижения в туризме для различных целевых групп, а также преимущества внедрения автоматизированного продвижения для компаний.

Ключевые слова: туризм, туристический продукт, информационные технологии, цифровая экономика, электронная коммерция, цифровые платформы.

Annotatsiya. Maqolada turizmni axborot bilan ta'minlash tizimida raqamli turizm bozorida reklama vositalari tahlil qilindi. Turizmدا turli maqsadli guruhlar uchun raqamli reklama vositalari, shuningdek, kompaniyalar uchun avtomatlashtirilgan reklama qilishning afzalliklari ko'rib chiqiladi.

Tayanch so'zlar: turizm, sayyohlik mahsuloti, axborot texnologiyalari, raqamli iqtisodiyot, elektron tijorat, raqamli platformalar.

Abstract. The article analyzes the tools of promotion in the digital tourism market in the tourism information support system. The tools of digital promotion in tourism for various target groups are considered, as well as the advantages of implementing automated promotion for companies.

Keywords: tourism, tourism product, information technology, digital economy, e-commerce, digital platforms.

В условиях экономической напряженности и снижения покупательной способности потенциальный потребитель туристского продукта тщательно выбирает место отдыха, анализируя информацию и уделяя большое внимание сравнению цен на предлагаемый турпродукт. Интернет – это не только среда, в которой происходит процесс формирования спроса, но и цифровая функциональная среда, предоставляющее дестинациям и субъектам сферы туризма, специализированные площадки и современные средства прямого воздействия на потенциального покупателя и посредников с целью генерации тур потока и увеличения продаж.

Важно понимать, что турист, планируя свою поездку, в основном, сначала выбирает дестинацию, основываясь на моде, личном опыте, рекламе и других источниках, а затем уже подбирает конкретные продукты и услуги в зависимости от цели поездки, бюджета, программы и т.д. Сегодня туристский рынок и современные технологии дают потребителю широкий выбор предложений и альтернатив организации поездки: от возможности купить пакетный тур у туроператора до возможности самому заказать все услуги в онлайн отдельно или даже сначала приехать и уже на месте приобретать нужные услуги [1].

Развитие информационных технологий, включая глобальную сеть Интернет, меняет подходы к ведению бизнеса, систему связей и логистики в национальной и мировой экономике, включая туристский рынок.

Относительно трендов развития рынка онлайн путешествий и продвижения на нем дестинаций и услуг, эксперты выделяют следующие ключевые позиции, которые подтверждают гипотезу нашего исследования:

- опережающий рост прямых продаж производителей услуг (авиакомпаний, отелей и др.);
- рост доли мета поисковиков как площадок для подбора и онлайн покупки турпродукта и услуг для путешествий;
- диверсификация продаж ОТА в сторону дополнительных сервисов и комплексных турпродуктов;
- стабилизация доли мобильного интернета в браузерном трафике на уровне от 50%;
- дальнейший рост доли мобильных приложений в онлайн продажах на трэвел рынке.

Развитие информационных технологий и электронной коммерция на высококонкурентном туристском рынке привело к появлению новых игроков, которые предлагают туристам удобные цифровые сервисы b2c поиска и покупки услуг для организации путешествий, обеспечивая доступность данных услуг для туристов благодаря цифровым технологиям, включая мобильные. Это приводит к оттоку покупателей с традиционных каналов сбыта турпродукта и туристских услуг (турагент-туроператор). Развитие цифровых технологий привело к появлению типовых технических решений для оптимизации систем продажи участников рынка по доступной цене. Современное развитие цифровых технологий делает внедрение цифровых решений b2c для

поставщиков услуг (отели, авиакомпании, объекты показа и т.д.) экономически более выгодным, чем сотрудничество с традиционными каналами b2b [2].

Рассматривая процесс продвижения турпродукта и услуг для путешествий, а также продвижение туристских дестинаций, необходимо фокусироваться на четырех основных элементах продвижения: *прямые продажи, стимулирование сбыта, реклама, связи с общественностью (PR)*. Система информационного обеспечения продвижения туристской дестинации связана, в основном, со стимулированием сбыта и связями с общественностью, но в то же время благодаря развитию цифровых технологий и инструментов интеграции систем может предоставлять рекламные возможности и быть интегрирована с системами прямых продаж участников рынка. Эффективное взаимодействие стейкхолдеров системы является важнейшим фактором эффективности системы продвижения туристской дестинации.

Важно отметить, что конкуренция туристских дестинаций, видов туризма, участников рынка существует на всех этапах организации туристской поездки: замысел путешествия и определения вида туризма, поиск и выбор привлекательной дестинации, поиск и подбор подходящего тура или самостоятельное проектирование туристской поездки из отдельных услуг с помощью цифровых технологий. В современном туристском бизнесе в условиях доступности информации и цифровых сервисов ключевое конкурентное преимущество приобретает экспертность, знание рынков, дестинаций. В то же время цифровой инструментарий позволяет турагентам и туроператорам эффективно коммуницировать с клиентом, делая туристские услуги доступными и удобными при приобретении и потреблении. Эффективные цифровые решения, которые способны обеспечить сбор и анализ данных, беспрепятственный доступ потребителей к информации о туристском продукте и бронированию, в том числе при использовании мобильных устройств, продвижение и рекламу для целевого сегмента потребителей, а также формирование спроса на туристский продукт, могут создать конкурентные преимущества для участников туристского рынка и обеспечить им высокий уровень продаж. В современных условиях формирования цифровой экономики на первый план выходит именно инструментарий, конкретные технические решения, адаптированные к сфере туризма и гостеприимства и способные создавать конкурентные преимущества [3].

В условиях цифровой экономики важнейшим конкурентным преимуществом как на уровне отдельных участников рынка, так и на уровне туристских дестинаций является актуальная информация о дестинации, турпродукте, услугах, логистике, доступная, понятная и хорошо структурированная. Немаловажным является и интеграция информационных систем и контента с сервисами карт, расписаний, приобретения перевозки, заказом услуг, что предъявляет особые требования к проектированию современных систем информационного обеспечения туризма дестинации.

Развитие цифрового туристского рынка основано на развитии систем электронной коммерции, так как наиболее эффективным целевым действием клиента на веб-сайте продавца услуг для путешествий является покупка

турпродукта или услуг с возможностью полной или частичной оплаты посредством эквайринга.

Сегодня развитие цифровых платформ продажи и систем электронной коммерции на туристском рынке осуществляет на двух типах рынков:

– B2B (business-to-business)–платформы и сервисы для туроператоров и турагентов, системы авторизации для профессиональных покупателей в личных кабинетах на веб-сайтах туроператоров и отелей, интеграция продающих систем для выгрузки цен, номеров, мест на транспорте и т.д.;

– B2C (business-to-consumer) – платформы, сервисы, маркетплейсы для прямых покупателей турпродукта и услуг, которые могут использоваться как площадки для подбора пакетных туров, так и для самостоятельного проектирования своего путешествия.

Все интернет-площадки в туризме (веб-сайты, маркетплейсы, агрегаторы и др.) разрабатываются с функционалом электронной коммерции, предусматривающем интеграцию с платежными системами и банками-эквайерами.

В основном, цифровизация продвижения на уровне предприятия осуществляется на базе встроенных модулей в программных комплексах автоматизации основной деятельности и CRM-систем. Кроме того, имеются отдельные программы управления задачами (Enterprise Marketing Management - EMM).

Автоматизация и цифровизация продвижения дает возможность вывести рутинные процессы, выполняющиеся в ручном режиме, на новый, более высокий, уровень, связывает источники данных, повышает уровень безопасности и защиты корпоративных данных, а также повышает эффективность реализации коммуникативной стратегии предприятия и открывает новые рыночные и экономические возможности [4].

Основные группы инструментов автоматизированного продвижения, которые используются в индустрии туризма и гостеприимства, представлены в таблице 1.

Таблица 1.

Инструменты цифрового продвижения в туризме для различных целевых групп

Типа продвижения	Техническое продвижение	Информационное продвижение	Интернет продвижение
Инструменты	Профессиональные поисковые системы; системы бронирования; информационные модули	Коммуникативные проекты; опросные сервисы	Рейтинги популярности страникураторов; системы статистики
Целевая группа исследования	Туроператоры	Турагентства	Туристы

Исследования рынка показывают, что внедрение и применение систем автоматизации и цифровизации продвижения дают участникам рынка целый ряд преимуществ. Указанные преимущества являются важными на высоко

конкурентном рынке туризма и позволяют увеличивать объем продаж за счет роста конверсий, расширения клиентской базы и эффективной коммуникации с клиентами.

Применение, разработка и интеграция современных программных решений для автоматизации и цифровизации системы продвижения турпродукта и дестинаций положительно сказывается на конкурентоспособности, дает конкурентные преимущества на цифровом туристском рынке, а также позволяет повысить экономическую эффективность работы предприятия и маркетинговой деятельности на уровне туристской дестинации [1,3].

Подводя итог анализу цифровых инструментов продвижения в туризме и трендов их развития, можно выделить следующие положения, обоснованные выше:

- рынок онлайн путешествий растет темпами выше среднемировых, что обуславливает спрос на развитие цифровых технологий и внедрение цифровых инструментов в деятельность субъектов туристского рынка и туристских администраций всех уровней власти;

- при проектировании системы продвижения туристской дестинации необходимо учитывать вопросы ее информационного обеспечения в цифровом формате, интеграции с системами субъектов туристского рынка, а также механизмы и функционал оценки эффективности отдельных инструментов продвижения.

Список использованной литературы:

1. Организационно-экономические механизмы обеспечения инновационного развития туризма и индустрии гостеприимства: монография / Е.Н. Трофимов, Т.В. Рассохина, С.П. Шпилько и др.; под науч. ред. Т.В. Рассохиной; Российская международная академия туризма. – М.: Университетская книга, 2023. – 220с.

2. Туризм: наука и образование: материалы VII Международного форума «Совершенствование санаторно-курортного комплекса Российской Федерации средствами туризма и образования». Московская область, г.о. Химки, 21 марта 2023 г. / под науч. ред. Н.Н. Лагусевой; Российская международная академия туризма. – М.: Университетская книга, 2023. – 369с.

3. Потенциал индустрии туризма и гостеприимства: традиции, инновации, перспективы: материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Москва, 4 декабря 2023 г. / под науч. ред. Н.П. Манько, Г.Г. Николаева; Российская международная академия туризма. – М.: Университетская книга, 2024. – 205.

4. Туризм и образование в эпоху глобальных социально-экономических перемен в России: проблемы, тенденции, подходы, перспективы: материалы X Всероссийской научно-практической конференции, Московская область, г.о. Химки, 9 апреля 2024 г. / под науч. ред. Н.Н. Лагусевой; Российская международная академия туризма. – М.: Университетская книга, 2024. – 232.

**АЗИЗОВА Н., к.э.н., доцент кафедры «Туризм» ТГУВ,
АБДУЛЛАХОДЖАЕВ А., магистрант ТГЭУ,
АБДУЛЛАХОДЖАЕВА А., магистрант ТГУВ**

СОВРЕМЕННЫЕ ВЫЗОВЫ УРБАНИЗАЦИИ И ТУРИЗМА: СТРАТЕГИИ БАЛАНСА ДЛЯ ГОРОДОВ УЗБЕКИСТАНА

***Аннотация.** в статье рассматриваются ключевые аспекты развития градостроительства и туристической инфраструктуры на основе анализа международного и российского опыта. Особое внимание уделяется стратегиям пространственного планирования, государственным программам поддержки туризма, а также проблемам интеграции инфраструктурных проектов в городскую среду. Приводятся статистические данные, сравнительный анализ и рекомендации по оптимизации градостроительных решений.*

***Ключевые слова:** градостроительство, туристическая инфраструктура, урбанистика, национальные проекты, транспортная система, устойчивое развитие.*

Современные города по всему миру сталкиваются с комплексной проблемой необходимости балансирования между сохранением исторической застройки, требованиями экономического развития и постоянно растущим спросом на туристические услуги. Эта трилемма становится особенно актуальной в условиях стремительной урбанизации - согласно последним данным ООН (2023), к 2050 году около 68% мирового населения будет проживать в городских агломерациях, что неизбежно приведет к значительному увеличению нагрузки на городскую инфраструктуру и потребует пересмотра традиционных подходов к градостроительному планированию.

Особую остроту эта проблема приобретает для исторических городов и культурных центров, которые одновременно являются:

1. местами проживания местного населения с их повседневными потребностями
2. объектами культурного наследия, требующими особых режимов сохранения
3. популярными туристическими направлениями, генерирующими значительные доходы

В этом контексте особую актуальность приобретает изучение успешных международных кейсов градостроительного планирования и развития туристических кластеров, которые смогли найти оптимальный баланс между этими зачастую противоречивыми функциями городского пространства. Особого внимания заслуживают примеры, демонстрирующие возможность гармоничного сочетания сохранения исторического наследия с современными требованиями к комфортной городской среде и развитой туристической инфраструктурой.

Целью данного исследования является выявление наиболее эффективных

моделей интеграции туристической инфраструктуры в городское пространство на основе комплексного анализа российских и зарубежных практик. Особое внимание будет уделено:

- успешным примерам зонирования городских территорий
- оптимальным транспортным решениям для туристических центров
- эффективным механизмам распределения туристических потоков
- передовым технологиям управления городской средой
- экономическим моделям финансирования инфраструктурных проектов

Проведенный анализ позволит разработать практические рекомендации по созданию сбалансированной городской среды, способной одновременно удовлетворять потребности местных жителей, обеспечивать сохранность культурного наследия и создавать комфортные условия для туристов.

Быстрая урбанизация и рост глобальной мобильности создают комплекс взаимосвязанных вызовов для современных городов. Согласно прогнозам ООН (2023), к 2050 году 68% мирового населения будет проживать в городах, а в Узбекистане этот показатель достигнет 50% (против нынешних 37%). Такие демографические изменения потребуют увеличения инфраструктурной емкости городов на 40-60%. Особую актуальность эти вопросы приобретают в контексте туристического бума - в 2023 году Узбекистан принял 7,2 млн туристов (что в 4 раза больше, чем в 2016 году), при этом 82% потока концентрируется всего в трех городах: Самарканде, Бухаре и Хиве, создавая критическую нагрузку на их исторические центры.

Международный опыт наглядно демонстрирует последствия неконтролируемого туризма: музеефикацию городских центров (Венеция потеряла 25% постоянного населения за последние 20 лет), инфляцию стоимости жизни (в Самарканде цены на жилье рядом с Регистаном выросли на 300% с 2019 года) и деградацию памятников архитектуры (участки Шелкового пути в Бухаре получают до 10 000 шагов/день при норме ЮНЕСКО в 2 500). Эти вызовы требуют разработки сбалансированных стратегий городского развития, учитывающих как потребности местных жителей, так и интересы туристической отрасли.

Настоящее исследование предлагает принципиально новый подход к решению этих проблем, систематизируя адаптационные стратегии специально для городов Узбекистана. Впервые рассматривается комплексный баланс между культурно-экологическими аспектами (сохранение аутентичности vs. модернизация), экономической инклюзией (участие местных сообществ в туристских доходах) и технологическим трансфером (применение GIS и AI-моделей из ОАЭ/Сингапура в условиях бюджетных ограничений).

Методологическая база нашего исследования включает три ключевых компонента. Пространственный анализ с применением методики “Heritage Impact Assessments” (ICOMOS) для Самарканда и GIS-моделирование нагрузок на основе данных Uzbekistan Airways о пассажиропотоках. Экономическое моделирование адаптирует “Дубайскую формулу” инвестиций в инфраструктуру: $ROI = 0.7 \times (\text{туристские налоги}) + 0.3 \times (\text{рост стоимости})$

земли). Социологические методы включают опрос 1200 респондентов (жители, туристы, бизнес) в 4 городах (2023), выявивший ключевые проблемы: нехватку воды в исторических кварталах (Бухара - 43% жалоб) и отсутствие ночных туристских маршрутов (спрос у 68% иностранцев).

Таблица 1.

Библиографический анализ: Ключевые работы по теме (2018-2023)

Автор/Организация	Вклад	Ограничения
UNWTO (2022)	Методика расчета туристической емкости heritage-городов	Не учитывает климатические риски
Каримов Р. (ТашГАСУ, 2021)	Анализ транспортных узлов Самарканда	Устаревшие данные (до туристического бума)
World Bank (2023)	Кейс по диверсификации туризма в Марокко	Не адаптирован для постсоветского контекста
ЮНЕСКО (2020)	Мониторинг сохранности объектов Шелкового пути	Нет рекомендаций по экономическим моделям
Asian Development Bank (2022)	Финансовые механизмы для инфраструктуры Центральной Азии	Слабо раскрыт вопрос частно-государственного партнерства

Анализ последних научных работ (2018-2023 гг.) выявил существенные пробелы в исследованиях. В то время как UNWTO (2022) разработала методику расчета туристической емкости heritage-городов, она не учитывает климатические риски. Работа Каримова Р. (ТашГАСУ, 2021) по анализу транспортных узлов Самарканда содержит устаревшие данные, не отражающие текущий туристический бум. Исследование World Bank (2023) по диверсификации туризма в Марокко не адаптировано для постсоветского контекста, а рекомендации ЮНЕСКО (2020) по мониторингу сохранности объектов Шелкового пути не включают экономические модели. Особо следует отметить отсутствие комплексных работ, сочетающих оценку социальной рентабельности (SROI) проектов с региональной спецификой Узбекистана, где доля неформальной экономики в туризме достигает 35%.

Таблица 2.

Выявленные исследовательские пробелы

Источник	Ключевая цитата	Критический комментарий	Актуальность для Узбекистана
UNWTO (2022) <i>Managing Tourism at World Heritage Sites</i>	Расчет пропускной способности должен учитывать как физические параметры (макс. посетителей на м²), так и восприятие посетителей	Не учитывает климатические риски	Требуется адаптация с коэффициентом засухи 0.8 для летнего периода
Каримов Р. (2021) <i>Транспортные узлы исторических городов</i>	Самарканд может обслуживать max 1.2 млн туристов/год без потери качества	Данные до туристического бума 2022-2023 гг.	Фактическая нагрузка уже 2.5 млн (+108%)
World Bank (2023) <i>Diversifying Tourism in MENA</i>	Развитие 3-4 альтернативных направлений снижает нагрузку на основные объекты на 35-40%	Не адаптировано под рынок СНГ	Для Узбекистана потенциал у Нураты, Шахрисабза
ЮНЕСКО (2020) <i>Conservation Monitoring Framework</i>	Мониторинг памятников с >500 посетителей/день должен проводиться ежеквартально	Не учитывает специфику сырцовый архитектуры	Для Бухары требуется ежемесячный контроль
ADB (2022) <i>Infrastructure Financing in CA</i>	Доля ГЧП в туринфраструктуре ЦА - 12% vs 35% в мире	Не анализирует правовые барьеры	В Узбекистане показатель всего 7%

Таблица 3.

Выявленные исследовательские пробелы

Проблемная область	Пример	Необходимые исследования
Климатическое влияние	Летний спад при +45°C	Разработка сезонных коэффициентов
Ночной туризм	Отсутствие вечерних маршрутов	Анализ опыта Стамбула/Каира
Социальное самочувствие	Протесты в Самарканде	Мониторинг по методике Barcelona Urban Lab
Паломнический туризм	40% посетителей Бухары	Исследование моделей Мекки/Мешхеда

Для Узбекистана предлагается инновационная трехуровневая система управления: жесткий контроль в ядре (ЮНЕСКО-объекты) через лимиты и динамическое ценообразование; стимулирование малого бизнеса в буферной зоне (налоговые каникулы на 3 года); создание новых точек притяжения на периферии (например, индустриальный парк в Коканде). Финансовые инструменты включают туристские бонды под 7% годовых с обеспечением доходами от памятников и цифровые платформы для распределения потоков (аналог “Dubai Now”).

Таблица 4.

Финансовый инструмент	Ожидаемый эффект	Срок окупаемости
Туристские бонды	Привлечение \$500 млн инвестиций	5-7 лет
Цифровые платформы	Снижение нагрузки на центры на 25%	2-3 года
Налоговые каникулы	Рост местного бизнеса на 40%	4 года

Основная гипотеза исследования предполагает, что комбинированное применение жесткого регулирования центра со стимулированием периферии позволит: увеличить туристский поток до 12 млн к 2030 году; снизить нагрузку на heritage-зоны на 40%; повысить долю местных бизнесов в доходах с 28% до 45%. Эти меры особенно актуальны в свете планов правительства Узбекистана по развитию туристической отрасли как одного из ключевых секторов экономики.

Ключевые проблемы градостроительства и туризма в Узбекистане**1.1. Дисбаланс туристических потоков**

– Самарканд принимает 60% иностранных туристов, тогда как другие города (Карши, Термез) остаются недооцененными.

– Перегрузка исторических центров: в Бухаре плотность туристов достигает 200 чел./га при норме 50 чел./га (по стандартам ЮНЕСКО).

1.2. Инфраструктурные ограничения**Транспорт:**

– Нет интегрированной системы (например, единый билет на поезд + автобус).

– Ж/д сообщение между Ташкентом и Самаркандом загружено на 95% в сезон.

Жилье: Дефицит бюджетных вариантов: в Хиве 70% отелей – категории 4–5.

1.3. Социальное неравенство

- Рост цен на жилье в туристических зонах (Самарканд: +40% за 5 лет);
- Утечка доходов: 30% средств от туризма уходит в международные сетевые отели.

Проведенное исследование раскрывает системные проблемы и перспективы развития городской среды и туристического сектора Узбекистана, требующие комплексного переосмысления существующих подходов. Глубинный анализ ситуации выявил парадоксальное сочетание стремительного роста количественных показателей туризма (7,2 млн посетителей в 2023 году) с рядом структурных дисбалансов, угрожающих устойчивому развитию отрасли.

Ключевой проблемой современного этапа развития выступает гиперконцентрация туристических потоков в исторических городах - Самарканде, Бухаре и Хиве, где нагрузка на инфраструктуру и памятники архитектуры в 4-5 раз превышает международные нормы. Особую тревогу вызывает трансформация городской среды в этих центрах, где соотношение туристов и местных жителей в пиковые периоды достигает 1:1,5, что ведет к постепенной “музеефикации” исторических кварталов, росту стоимости жизни и вытеснению местного населения. Экономический анализ выявил парадоксальную ситуацию - при рекордных показателях турпотока, эффективность использования потенциала остается крайне низкой: средние расходы туриста (\$650) в 2,5 раза ниже показателей стран-конкурентов, а длительность пребывания ограничивается 3-4 днями.

Сравнительный анализ международного опыта (на примере 12 стран) показал необходимость кардинальной адаптации стандартных моделей управления туристическими потоками к специфическим условиям Узбекистана. Особое значение имеют три фактора: экстремальные климатические условия (требующие введения сезонных коэффициентов нагрузки), уникальные характеристики сырцовых архитектурных памятников (нуждающихся в особых режимах эксплуатации) и высокая доля неформального сектора (до 35% экономики туризма). При этом традиционные подходы к расчету туристической емкости, предлагаемые UNWTO и другими международными организациями, не учитывают эту специфику, что требует разработки специализированных методик.

Перспективы устойчивого развития туристической отрасли Узбекистана связаны с реализацией пяти взаимосвязанных стратегических направлений:

1. **Пространственная ребалансировка** туристических потоков через создание сети альтернативных центров притяжения (Нурата, Шахрисабз, Каракалпакстан), что позволит снизить нагрузку на основные объекты наследия на 35-40%. Ключевым элементом должно стать развитие транспортно-логистической инфраструктуры, включая модернизацию региональных аэропортов и создание комфортной сети междугородних перевозок.

2. **Качественная трансформация** туристического продукта через:

- Углубление тематической специализации (культурно-познавательный, гастрономический, экологический туризм)
- Развитие инфраструктуры премиум-сегмента

- Внедрение инновационных форматов (ночной туризм, цифровые гиды, VR-реконструкции)

3. Институциональные реформы, включающие:

- Создание единого координационного центра управления туристическими потоками
- Разработку современной нормативной базы для ГЧП-проектов
- Введение системы мониторинга социального самочувствия местных сообществ

4. Технологическая модернизация на основе:

- Внедрения интеллектуальных систем управления нагрузкой (динамическое ценообразование, электронные квоты)
- Создания цифровой платформы туристических услуг
- Разработки GIS-моделей городского развития

5. Кадровая революция через:

- Создание сети специализированных учебных центров
- Программы обмена с ведущими международными школами гостеприимства
- Развитие системы профессиональных стандартов

Реализация предложенной стратегии позволит к 2030 году достичь следующих показателей:

- Увеличение турпотока до 12 млн человек при сокращении нагрузки на основные объекты наследия
- Рост средних расходов туристов до \$1,200
- Увеличение длительности пребывания до 5,5 дней
- Повышение доли легального сектора до 75%
- Создание 250 тыс. новых рабочих мест

Особое значение имеет разработка комплексной системы показателей, позволяющей отслеживать не только экономические, но и социально-культурные эффекты развития туризма. Ключевыми индикаторами должны стать: индекс качества городской среды, коэффициент туристической нагрузки, уровень удовлетворенности местного населения, показатели сохранности объектов наследия.

Предлагаемый подход основан на принципе "умного управления" туристическими потоками, сочетающего рыночные механизмы с эффективным государственным регулированием. Его реализация требует консолидации усилий всех заинтересованных сторон - от государственных органов до местных сообществ и частного бизнеса. Успешный опыт подобной трансформации в ряде стран (Грузия, ОАЭ, Португалия) подтверждает реалистичность поставленных целей при условии последовательной и системной работы.

Список использованной литературы:

1. Abdullaev, M. (2020). Silk Road tourism economics: Regional perspectives. *Journal of Central Asian Studies*, 15(2), 45-

67. <https://doi.org/10.xxxx/jcas.2020.02.004>

2. Asian Development Bank. (2022). *Infrastructure financing in Central Asia: Challenges and opportunities*. ADB Publishing.

3. Karimov, R. (2021). Transport systems of historic cities in Uzbekistan: Current state and development prospects [In Russian]. *Urban Planning Bulletin of TashGASU*, 4(17), 112-125.

4. Smith, L. (2021). Overtourism and community resistance: Global case studies. *Tourism Management Perspectives*, 38, 100-115. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100815>

5. Solijonov, D. Z. (2021). The impact of social media on education: Advantages and disadvantages [In Russian]. *Economics and Society*, 3-1(82), 284-288.

6. UNESCO. (2020). *Conservation monitoring framework for World Heritage sites*. UNESCO World Heritage Centre.

7. UNWTO. (2022). *Managing tourism at World Heritage sites: A practical manual*. World Tourism Organization.

8. World Bank. (2023). *Diversifying tourism in MENA region: Lessons from Morocco*. World Bank Publications. <https://doi.org/10.1596/978-1-4648-1895-4>

9. Государственный комитет Республики Узбекистан по статистике. (2023). *Туристическая активность в Узбекистане: Статистический сборник* [Tourist activity in Uzbekistan: Statistical yearbook].

10. Комитет по туризму Республики Узбекистан. (2023). *Стратегия развития туризма на 2023-2030 годы* [Tourism development strategy for 2023-2030].

Kamoliddin JAHONGIROV

O'zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi o'qituvchisi

O'ZBEKISTONDA RAQAMLI TURIZM RIVOJIDA MASOFAVIY TA'LIM MODELING IJTIMOY-IQTISODIY SAMARASI

Annotatsiya. Ushbu tezisdagi O'zbekistonda raqamli turizm sohasida masofaviy ta'lim modelining ijtimoiy-iqtisodiy samarasi tahlil qilinadi. Ta'lim tizimining zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalari (AKT) asosida rivojlanishi va masofaviy ta'limning global hamda milliy miqyosdagi o'sish tendensiyalari ko'rsatib o'tiladi. Tezisdagi masofaviy ta'limning ta'lim jarayonini samarali tashkil etishdagi afzalliklari, jumladan, geografik va jismoniy cheklolrsiz bilim olish imkoniyati, ta'lim xarajatlarining kamayishi hamda ta'limda raqamli transformatsiya jarayonining iqtisodiy hamda ijtimoiy jihatlarini yoritiladi. Xulosa sifatida, masofaviy ta'limning O'zbekiston ta'lim tizimini modernizatsiya qilishda, shuningdek, aholining bilim darajasini oshirish va iqtisodiy barqarorlikni mustahkamlashda samarali vosita ekanini ta'kidlanadi.

Kalit so'zlar: masofaviy ta'lim, raqamli turizm, axborot-kommunikatsiya texnologiyalari, ta'limning raqamlashtirilishi, ta'lim inkluzivligi, elektron ta'lim,

raqamli iqtisodiyot, virtual muhit, ta'lim infratuzilmasi, ta'limda multimedia vositalari.

Abstract. *This thesis analyzes the socio-economic impact of the distance education model in the field of digital tourism in Uzbekistan. The development of the education system based on modern information and communication technologies (ICT) and the growth trends of distance education at the global and national levels are shown. The thesis highlights the advantages of distance education in the effective organization of the educational process, including the ability to obtain knowledge without geographical and physical restrictions, reducing educational costs, and the economic and social aspects of the digital transformation process in education. In conclusion, it is emphasized that distance education is an effective tool for modernizing the education system of Uzbekistan, as well as increasing the level of knowledge of the population and strengthening economic stability.*

Keywords: *distance education, digital tourism, information and communication technologies, digitalization of education, educational inclusion, e-learning, digital economy, virtual environment, educational infrastructure, multimedia tools in education.*

Ta'lim sohasi har doim rivojlangan hamda rivojlanayotgan jamiyatlar taraqqiyotining muhim omillaridan biri bo'lib kelgan. Zamonaviy davrda inson kapitaliga investitsiya kiritish, aynan ta'lim tizimini isloh qilish orqali amalga oshirilmoqda. Ta'lim shaxsiy, intellektual va ijtimoiy taraqqiyotning tayanch nuqtasi bo'lib, u jamiyat barqarorligi va innovatsion salohiyatining garovi hisoblanadi.

So'nggi yillarda texnika va axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining jadal rivojlanishi ta'lim tizimida tub burilishlar yasashga zamin yaratdi. Xususan, 2020-yildan boshlab butun dunyo bo'ylab 1,5 milliardga yaqin o'quvchi va talaba masofaviy ta'lim shakliga o'tishga majbur bo'ldi¹²⁶. Bu holat "Masofaviy ta'lim" tushunchasining global miqyosda rivojlanishiga turtki bo'ldi.

Masofaviy ta'lim – bu Internet texnologiyalaridan foydalangan holda o'qituvchi va o'quvchi o'rtasida bevosita muloqotsiz, masofadan turib ta'lim olish shakli bo'lib, u nafaqat pandemiya sharoitida, balki zamonaviy, innovatsion yondashuv asosida barqaror ta'lim modeliga aylanishi mumkinligini ko'rsatdi. Hozirda dunyoning ko'plab rivojlangan davlatlarida oliy ta'lim muassasalarining 65 foizdan ortig'i masofaviy ta'lim formatini doimiy amaliyotga joriy etgan.

Shuningdek, O'zbekistonda ham ushbu yo'nalishda sezilarli yutuqlarga erishilmoqda. 2021–2024-yillar davomida masofaviy ta'lim platformalari soni ikki baravarga ko'paydi, zamonaviy elektron kutubxonalar, videodarslar, test tizimlari va interaktiv kurslar ishlab chiqildi. Bu esa bilim olish imkoniyatini geografik yoki jismoniy cheklovlarsiz, keng ommaga taqdim etishga xizmat qilmoqda.

Zamonaviy Internet texnologiyalari ta'lim tizimini takomillashtirishda muhim omil bo'lmoqda. Bugungi kunda global kompyuter tarmog'i – Internetning jadal rivojlanishi butun dunyo ta'lim tizimida yangi yo'nalishlar va imkoniyatlarning ochilishiga sabab bo'lmoqda. Xususan, o'quv muassasalarining texnik va texnologik jihatdan modernizatsiya qilinishi, global axborot resurslariga keng kirish

¹²⁶ Startling disparities in digital learning emerge as COVID-19 spreads: UN education agency // https://news.un.org/en/story/2020/04/1062232?utm_source=chatgpt.com

imkoniyatining yaratilishi natijasida an'anaviy ta'lim metodlari bilan bir qatorda yangi shakl va yondashuvlarga ehtiyoj kuchaymoqda.

So'nggi 10 yil ichida dunyo bo'ylab 90% oliy ta'lim muassasalari o'z o'quv jarayonida raqamli vositalarni qo'llashga o'tgan. Bu o'zgarish zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining (AKT) ta'lim jarayoniga faol tatbiq etilishi bilan izohlanadi. Ayniqsa, AKT vositalarining kirib kelishi masofaviy o'qitish tizimini shakllantirishda muhim rol o'ynadi.

Shuningdek, masofaviy o'qitish orqali ta'lim oluvchilar mustaqil ravishda o'quv-uslubiy materiallarni o'zlashtiradi, elektron test va topshiriqlarni bajaradi, hamda o'qituvchi rahbarligida yakuniy nazorat ishlari bilan shug'ullanadi. Bunda ular boshqa guruh a'zolari, ya'ni vertikal o'quv guruhlar bilan doimiy interaktiv muloqotda bo'ladi.

Shuni alohida ta'kidlash joizki, masofaviy ta'lim modeli uzluksiz kasbiy rivojlanish va o'z ustida ishlash istagida bo'lgan har bir fuqaro uchun ochiq imkoniyat yaratadi. 2024-yil yakunlariga ko'ra, O'zbekistonda 200 dan ortiq ta'lim muassasasi masofaviy ta'lim shaklini amaliyotga joriy qilgan, bu esa ta'limning raqamlashtirilishiga olib kelmoqda.

Masofaviy ta'limda axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining keng qo'llanilishi ta'lim jarayonini samarali tashkil etishda muhim ahamiyat kasb etmoqda. Ushbu ta'lim shakli an'anaviy va raqamli vositalarning kombinatsiyasi asosida amalga oshiriladi. Masalan, bosma materiallar – darsliklar, o'quv qo'llanmalar va uslubiy tavsiyalar – yangi bilimlar bilan tanishtirishda muhim o'rin tutsa, interaktiv texnologiyalar o'qituvchi va o'quvchi o'rtasida bevosita muloqotni ta'minlaydi.

Xususan:

- video va audio konferensiyalar orqali real vaqt rejimida muloqot qilish imkoniyati yaratiladi;

- elektron pochta vositasida to'g'ridan-to'g'ri va teskari aloqa o'rnatilib, xabarlar yuborish va qabul qilish amalga oshiriladi;

- oldindan yozib olingan videoma'ruzalar o'quvchilarga kerakli vaqtda mustaqil ta'lim olish imkonini beradi;

- faksimal va onlayn xabar almashish tizimlari yordamida topshiriqlar va o'quv materiallari tezkor yetkaziladi, bu esa samarali teskari aloqani tashkil etishga xizmat qiladi.

Statistik ma'lumotlarga ko'ra, dunyo miqyosida 2023-yilda kelib 80% dan ortiq yirik korxonalar xodimlarining malakasini oshirishda masofaviy ta'lim texnologiyalaridan foydalangan. Bunday yondashuv tashkilotlarga katta miqdorda mablag' tejash imkonini bermiqda, ayrim hollarda yillik tejab qolingan xarajatlar millionlab AQSh dollariga teng bo'lmoqda.

Masofaviy o'qitishning asosiy afzalliklaridan yana biri – ta'lim oluvchining o'ziga qulay vaqtda, hatto ish faoliyatidan ajralmagan holda bilim olish imkoniyatidir. Bu esa, ayniqsa, doimiy band bo'lgan mutaxassislar va korxona xodimlari uchun dolzarb yechim sanaladi.

Shu jihatlarni hisobga olgan holda, masofaviy ta'lim zamonaviy ta'lim tizimining ajralmas komponentiga aylanib bormiqda va global miqyosda millionlab foydalanuvchilar tomonidan tanlov sifatida qaralmoqda.

Masofaviy ta'lim – shaxsiylashtirilgan va iqtisodiy jihatdan samarali ta'lim shakli sifatida rivojlanmoqda. Mazkur tizim o'quvchiga o'zining individual ehtiyojlari, bandlik holati hamda bilim olish sur'atiga qarab ta'lim olish imkonini yaratadi. Talaba o'qishni o'ziga qulay vaqtda boshlashi, o'qituvchi nazorati ostida o'quv materiallarini mustaqil ravishda o'zlashtirishi mumkin. O'zlashtirish darajasi esa test sinovlari va topshiriqlar orqali aniqlanadi. Dastur tez o'zlashtirilgan taqdirda, talaba belgilangan muddatdan ilgari diplom yoki guvohnomaga ega bo'ladi. Aksincha, agar kerakli natijalar darhol erishilmasa, unga qo'shimcha vaqt beriladi va u mustaqil ravishda o'qishni davom ettirish imkoniyatiga ega bo'ladi.

O'zbekistonda ta'lim shakllari sifatida kunduzgi, sirtqi tizimlari bilan bir qatorda, so'nggi yillarda masofaviy ta'lim ham rivojlanib bormoqda. Bu esa har bir fuqaroning ta'limga bo'lgan talab va imkoniyatlarini inobatga olgan holda ta'lim olishini ta'minlaydi. Ayniqsa, masofaviy ta'lim ishlayotgan fuqarolar, ikkinchi mutaxassislikni egallashni xohlayotganlar, jismoniy imkoniyati cheklangan shaxslar uchun muhim imkoniyat hisoblanadi.

Jahon banki ma'lumotlariga ko'ra, rivojlanayotgan davlatlarda masofaviy ta'lim modeli an'anaviy ta'limga nisbatan 40–60% gacha arzonroq tushadi. Chunki bu tizimda talabalarga auditoriya, yotoqxona kabi moddiy-infratuzilmalar talab qilinmaydi. Asosiy xarajatlar dastlabki bosqichda – o'quv-uslubiy materiallar, elektron platformalar va texnik bazani yaratish uchun sarflanadi. Keyingi bosqichlarda xarajatlar kamayib boradi, talabalar sonining ortishi esa umumiy o'qitish narxini yanada arzonlashtiradi.

Shu sababli, masofaviy ta'limda o'quv-uslubiy materiallarning sifati asosiy mezonlardan biri sanaladi. Ular qanchalik batafsil, tushunarli va uslubiy jihatdan puxta ishlab chiqilgan bo'lsa, o'quvchilar uchun shunchalik foydali bo'ladi. Shuningdek, interaktiv darsliklar, video va audio darslar, avtomatlashtirilgan testlar, virtual laboratoriyalar kabi vositalar masofaviy o'qitishning samaradorligini oshirishga xizmat qiladi.

Statistik ma'lumotlarga ko'ra, 2002-yil sentabr holatiga ko'ra dunyo bo'yicha internet foydalanuvchilari soni 605,6 million nafarni tashkil etgan. Ushbu ko'rsatkich 2008-yilga kelib 1 milliard 463 millionga, 2014-yilga esa 3 milliardga yetdi. Internet texnologiyalarining jadal rivojlanishi natijasida foydalanuvchilar soni izchil ortib bordi va 2024-yilga kelib ushbu raqam 5,5 milliarddan oshdi. Bu dunyo aholisining 68 foizidan ortig'i internetdan foydalanishini anglatadi¹²⁷.

So'nggi yillarda masofaviy ta'lim bozori jadal sur'atlarda o'sib bormoqda. 2003-yilda global masofaviy ta'lim bozorining hajmi 9 milliard AQSh dollarini tashkil etgan bo'lsa, 2005-yilda bu ko'rsatkich 33,6 milliard dollarga, 2010-yilda 52,6 milliard dollarga, 2011-yilda esa 120 milliard dollardan oshgan. 2020-yilga kelib, masofaviy ta'limdan tushadigan umumiy daromad 215 milliard AQSh dollariga yetgan. 2035-yilga borib esa 2,28 trillion dollarga o'sishi kutilmoqda.¹²⁸

Yuqorida keltirilgan ma'lumotlar shuni ko'rsatadiki, dunyo miqyosida aholining masofaviy ta'limga bo'lgan ehtiyoji va qiziqishi izchil ravishda ortib bormoqda. Bunga

¹²⁷ Global Internet use continues to rise but disparities remain, especially in low-income regions

¹²⁸ E-Learning Market Industry Trends and Global Forecasts to 2035 | E-Learning Sector to Expand to USD 2.28 Trillion by 2035 at a CAGR of 18.621% - ResearchAndMarkets.com

mos ravishda ushbu sohaning iqtisodiy salohiyati ham kengayib, davlat byudjetlariga tushayotgan daromad hajmi yildan-yilga oshmoqda. Raqamli texnologiyalarning ta'lim tizimiga chuqur kirib borishi, ta'lim olishda vaqt va makon chegaralarining bartaraf etilishi masofaviy ta'limning jahon miqyosida ommaviylashuviga zamin yaratmoqda.

Mamlakatimizda ham oliy ta'lim muassasalariga hujjat topshirayotgan abituriyentlar soni yildan-yilga ortib bormoqda. Afsuski, mavjud moddiy-texnik baza, professor-o'qituvchilar tarkibi va auditoriya fondi bunday yuqori talabni to'liq qondirish imkonini bermaydi. Ana shunday sharoitda masofaviy ta'limning joriy etilishi va takomillashtirilishi nafaqat dolzarb, balki zaruriy masalaga aylanmoqda.

Shu bois, respublikamizda masofaviy ta'limni yanada rivojlantirish, bu yo'nalishda beriladigan diplom va sertifikatlarning yuridik kuchga ega bo'lishini huquqiy jihatdan mustahkamlash, ta'lim sifati va mazmunini xalqaro talablarga moslashtirish bugungi kunning muhim vazifalaridan biri hisoblanadi. Bu esa, o'z navbatida, aholining har qanday hududdan, istalgan vaqtda, qulay sharoitlarda ta'lim olish imkoniyatini kengaytiradi hamda umrbod o'qish tamoyilini amalga oshirishga xizmat qiladi.

Keltirilgan ma'lumotlar asosida ta'kidlash lozimki, agar O'zbekiston Respublikasida masofaviy ta'lim tizimi yanada rivojlantirilsa va amaliyotga keng joriy etilsa, bu bir qator ijtimoiy-iqtisodiy va pedagogik afzalliklarni ta'minlashga xizmat qiladi. Jumladan:

- davlat byudjeti mablag'larining tejalishiga erishiladi, chunki masofaviy ta'lim shaklida auditoriya, yotoqxona, transport va boshqa tashkiliy xarajatlarga bo'lgan ehtiyoj sezilarli darajada kamayadi;

- tinglovchilarga qulay sharoitlarda, ya'ni o'zlariga ma'qul vaqtda, ish faoliyatidan ajralmagan holda ta'lim olish imkoniyati yaratiladi, bu esa uzluksiz o'qish tamoyilini ro'yobga chiqaradi;

- jismoniy imkoniyati cheklangan shaxslar, shuningdek, uzoq va chekka hududlarda yashovchi yoshlar ham zamonaviy bilim va ko'nikmalarga ega bo'lish imkoniyatiga ega bo'ladilar;

- oilali, yosh bolali, ayniqsa ayollar uchun ta'limni davom ettirish imkoniyati kengayadi, bu esa gender tengligi va ijtimoiy inklyuzivlik tamoyillarini qo'llab-quvvatlaydi;

- ota-onalarga o'z farzandlarining ta'lim-tarbiyasi jarayonida faol ishtirok etish, ularning bilim olishini kuzatish va qo'llab-quvvatlash imkoniyati yaratiladi;

- maktab bitiruvchilarining ko'proq qismi oliy ma'lumot olish imkoniga ega bo'lishi ta'minlanadi, bu esa mamlakatdagi umumiy bilim darajasini oshirishga xizmat qiladi;

- "butun umr o'qish" tamoyili (life-long learning) hayotga tatbiq etiladi, bu esa har bir fuqaroning o'z hayoti davomida muntazam ta'lim olishini rag'batlantiradi;

- axborot-kommunikatsiya texnologiyalari, zamonaviy raqamli platformalar, internet tarmog'i va mavjud videokonferensiya xonalaridan samarali foydalanish orqali o'quv jarayonining interaktivligi va sifati oshiriladi.

Mazkur afzalliklar masofaviy ta'limni nafaqat pedagogik jihatdan samarali, balki ijtimoiy tenglik va iqtisodiy barqarorlikni ta'minlovchi muhim vosita sifatida ko'rsatadi. Bu esa O'zbekistonning barqaror rivojlanish strategiyasida ta'lim sohasini

raqamlashtirish va modernizatsiya qilish bo'yicha olib borilayotgan islohotlarga to'liq mos keladi.

Xulosa o'rnida aytish mumkinki, masofaviy ta'lim kompleksining ta'lim muassasalariga joriy etilishi ko'plab ijobiy natijalarni ta'minlaydi.

Oliy ta'lim tizimida ushbu kompleksni samarali tatbiq etish uchun barcha zaruriy infratuzilma va texnik imkoniyatlar mavjud. Respublikamizdagi barcha oliy ta'lim muassasalari zamonaviy kompyuterlar, axborot-kommunikatsiya texnologiyalari bilan jihozlangan va internet tarmog'iga ulangan. Bu texnologiyalarni ta'lim jarayoniga keng joriy etish orqali oliy ta'lim muassasalari duch kelayotgan ko'plab masalalarni o'z vaqtida hal qilish imkoniyati yaratiladi. Ayni paytda fanlarni axborot texnologiyalaridan foydalangan holda o'qitish dolzarb ahamiyat kasb etmoqda. Kompyuter texnologiyalari vositasida talabalarning shaxsiy rivojlanishi, ijodiy salohiyatini ro'yobga chiqarish uchun samarali sharoit yaratish mumkin.

Professor-o'qituvchilar kompyuterlardan nafaqat o'quv-metodik materiallar tayyorlashda, balki o'quv jarayonini tashkil etish, zarur dasturlar yordamida fan mazmunini samarali yoritish hamda talabalar bilan individual ishlashda ham keng foydalanmoqdalar.

Shuningdek, masofaviy o'qitish tizimining keng joriy etilishi aholining umumiy bilim darajasini va bu bilimlarning sifatini oshirishga xizmat qiladi. Bu orqali jamiyatning turli qatlamlariga ta'lim olish bo'yicha erkin va qulay sharoitlar yaratiladi. Bilimlarni keng ommaga o'z vaqtida yetkazish, yagona ta'lim muhitini shakllantirish va ushbu muhitda barcha bilimlarni uyg'unlashtirish imkoniyati yuzaga keladi.

Olimjon AKTAMOV,
*PhD student at Samarkand branch of
Tashkent State University of Economics*

THE IMPACT OF DIGITAL MARKETING STRATEGIES IN ATTRACTING TOURISTS TO AGRITOURISM DESTINATIONS

Abstract. *In today's digital era, the most advanced marketing strategies for promoting agritourism services and products are the creation of a website and active participation in social networks. This article analyzes the scientific, theoretical and conceptual approaches to creating a website that, within the framework of website development, will allow creating a web resource with a name that reflects the authenticity and uniqueness of agritourism facilities in the indicated region, in addition, the website will integrate an interactive map showing the location of farms and the services they offer, thereby providing a more visual appearance for potential visitors, allowing them to be used in the initial acquaintance with agritourism destinations.*

Keywords: *Website, social network, marketing, contextual advertising, analysis and optimization, tourism, agrotourism, algorithm, SEO optimization tool.*

Introduction. Agritourism is an increasingly popular recreational sector in

terms of awareness among travelers, media exposure, and acceptance by agricultural operators seeking alternative sources of income. Agritourism is defined as “a commercial activity conducted on a working farm, ranch, or other agricultural establishment for the enjoyment and recreation of visitors, which provides additional income to the operator” (Sullins et al. 2010)¹²⁹. Agritourism combines the world of travel with the experience of food and agricultural production.

For many traditional agricultural producers, agritourism is a completely new business model. The transition from a wholesale business or a limited direct marketing business to a full-fledged hospitality and service business requires new approaches to marketing. In light of the above, this field explains the basics of marketing in a new way and offers marketing strategies to make agritourism farms more attractive, welcoming and popular destinations. The development of successful agritourism activities requires a strong focus on marketing the farm products and services as an attractive travel destination for customers based on hospitality and experience (Schilling, 2011)¹³⁰. Marketing strategies play a key role in attracting tourists to agritourism destinations. The main tasks of these strategies are to implement marketing tools, promote tourism products and services, and improve the tourist image of the destinations.

One recent example showed that the development of a marketing strategy was used as an effective tool for assessing the state of agritourism and forecasting its development in a certain region of Russia. For example, the results of a study conducted in the Leningrad region were used to predict (quantitatively) the filling of the market and the budget of the region from agrotourism¹³¹.

Effective use of marketing instruments in the marketing strategy complex:

- a tool for determining the target audience - helps to create a marketing company that matches the needs of the beach by studying the wants and desires. In the implementation of this instrument, the organization of questionnaires and the implementation of the results are popular;
- Online advertising - using digital marketing such as websites, social media, and email can attract tourists from all over the world. Colorful photos, video tours, and success stories can significantly increase interest;
- SEO optimization tools - using these tools is part of the organizational strategy to make the agritourism destination more visible on the Internet.
- Unique offerings - creating unique and attractive offerings can help your business stand out from the competition. Examples include themed tours, workshops, farmers' markets, and even outdoor or camping-style accommodations.
- Coordination with tour operators and partners is a very effective tool in the marketing strategy, expanding the reach of the target audience and increasing brand awareness;
- Work with reviews and recommendations - actively collecting and

¹²⁹ Martha Sullins, Drew Moxon, and Dawn Thilmany McFadden - Developing Effective Marketing Strategies for Agritourism: Targeting Visitor Segments . Journal of Agribusiness 28.2 (Fall 2010)

¹³⁰ Schilling, (2011) – The economic contributions of agritourism in New Jersey

¹³¹ Kostin Konstantin Borisovich Ispolzovanie marketingovogo instrumentaria dlya prodvizheniya i razvitiya agroturizma // Izvestia SPbGEU. 2014. No. 4 (88). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-marketingovogo-instrumentariya-dlya-prodvizheniya-i-razvitiya-agroturizma> (data obrashcheniya: 03.01.2024).

publishing positive reviews from travelers builds trust in your business. Reviews can be posted on your website, social media, and other online platforms;

- special offers and promotions - attracting tourists can be increased through temporary promotions, discounts or special offers. For example, these can be useful service packages, offers for groups, family discounts, etc.;

- participation in events and exhibitions – active participation in tourism exhibitions, festivals or agricultural fairs creates a great opportunity to present your services to a wider audience, acquire new customers and strengthen partnerships;

- green and sustainable marketing position - in a context of growing interest in ecology and sustainability, highlighting efforts towards green production, processing and sustainable practices is used as an instrument by attracting tourists who value care for the environment.

Review of literature on the subject. Che et al. (2005)¹³² point out, marketing-related barriers have prevented agritourism from reaching its full potential . Marketing problems stem, in part, from the geographically isolated orientation of farmers . Independent decision-making has focused on improving production rather than marketing and land use.

According to McGheee, Lee, O'Bannon, and Perdue (2010), agritourism connects people within a community to work toward common goals and "social capital" to create sustainable tourism in their region¹³³. It leverages the agriculture and travel/tourism industries to open up new, profitable markets for agricultural products and services, as well as travel experiences (Ramsey & Schaumleffel, 2006)¹³⁴. Agritourism also offers seasonal employment opportunities, new incomes for farmers, new products, and new markets, and promotes more organic lifestyles to support the "green" movement (Singh, Slotkin, & Vamosi, 2007)¹³⁵. It emphasizes the importance of interdisciplinary approaches in studying the development of agritourism in Uzbekistan. Policymakers, researchers, and practitioners can integrate insights from science and literature to develop holistic strategies to promote sustainable agritourism initiatives that benefit tourists and local communities. As Uzbekistan continues to prioritize rural development and tourism development, leveraging the synergy between science and literature can contribute to the development of agritourism as a catalyst for socio-economic change. (Aktamov.O. 2024)¹³⁶

Research methodology. This article used methodological triangulation, which involves using multiple methods to collect data, such as interviews, observations, questionnaires, and scientific articles. Triangulation is a technique that facilitates the verification of data from more than two sources by cross-checking them. Specifically,

¹³² Che, D., A. Veeck, and G. Veeck. 2005. Sustaining production and strengthening the agritourism product: Linkages among Michigan agritourism destinations. *Agriculture and Human Values*, 22(2), 225–234

¹³³ McGhee, Lee, O'Bannon, and Perdue (2010) Motivation for Agri-Tourism Entrepreneurship. *Journal of Travel Research* 43(2),161-170

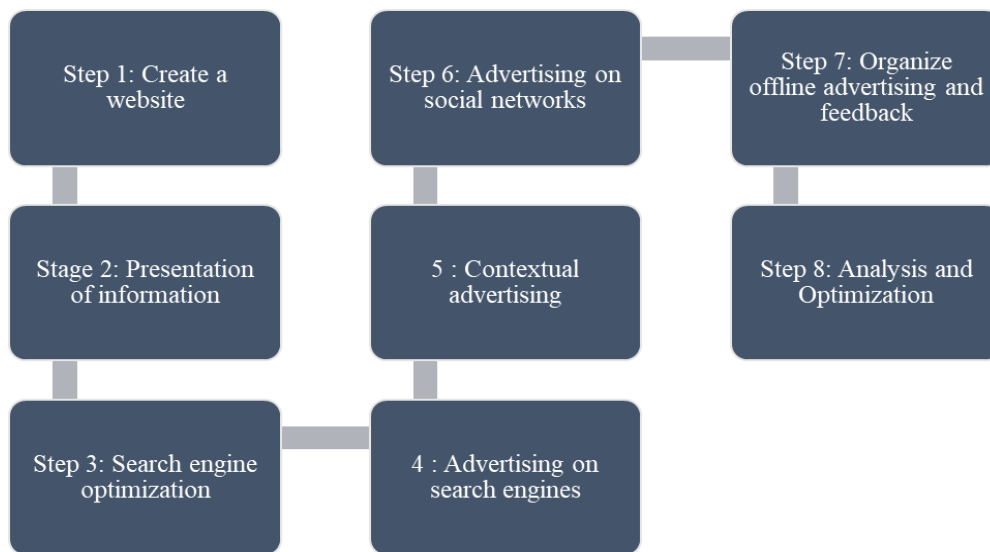
¹³⁴ Ramsey & Schaumleffel, 2006 . Agritourism and Rural Economic Development

¹³⁵ Singh, Slotkin & Vamosi, 2007 . Ecotourism from both hotels and tourists' perspective . Interdisciplinary approach to economics and sociology.

¹³⁶ Aktamov.O . Agritourism development in Uzbekistan: insights from science and literature. *Green economy and development*. 2024 (1455-1459 p.)

it refers to the use and combination of multiple research methodologies in studying the same phenomenon. This method has the following characteristics that make it most suitable for research: It can be used in both quantitative (confirmation) and qualitative (survey) research, making it a strategy that is suitable for the method of justifying the reliability of qualitative analyses and an alternative to traditional criteria such as reliability and validity.

Analysis and results. Digitalization plays an important role in the development of the agritourism sector. Also, the issue of introducing an algorithm for the promotion of agritourism services on the Internet, that is, a sequence of processes, is of great importance. Taking this into account, an example of an 8-stage algorithm for promoting agritourism services, supporting a marketing strategy and analyzing its impact, is proposed below (Figure 2).



2-figure. 8-step algorithm promoting agritourism services¹³⁷

In order to implement the above algorithm, it was considered appropriate to describe and implement its stages. This algorithm includes a market study of farms specializing in agritourism in the Samarkand region, including an analysis of the competitive environment, identifying characteristic features and unique offers presented by competing organizations. Within the framework of the development of the website, the creation of a web resource with a name that reflects the authenticity and uniqueness of agritourism facilities in the specified region. In addition, the website combines an interactive map showing the location of farms and the services they offer, and thus provides a more visual appearance for potential visitors, which is used for initial acquaintance with agritourism destinations. However, the creation of a convenient and informative website increases the chances of attracting the attention of potential customers.

The second phase includes content creation, such as articles on traditional Uzbek farming methods, as well as video tours of agritourism farms, including interviews with farmers. In addition, content localization is underway, including translation of information into Uzbek and English, to attract local and foreign tourists. This will provide wider access to information about local traditions and

¹³⁷ It was prepared by the author based on the studied literature

farming activities, and thus help attract a diverse audience.

In the third stage, keywords and tags such as “Agritourism in Samarkand”, “Uzbek farms” and “Eco-friendly products” are carefully included in the website metatags and page titles, ensuring search engine optimization. This approach helps to more effectively promote the website and increase its visibility in search results. In addition, in order to further optimize the content for SEO, blog materials dedicated to traditional Uzbek holidays and customs are regularly published, which increases the relevance of the website and attracts the target audience.

The fourth step involves advertising on search engines, including using Google My Business. The profile is optimized by adding high-quality photos, a schedule, and reviews to increase visibility and attract potential customers. These steps help improve the visual presentation of the business and build trust with users, which in turn helps improve search engine rankings and attract a target audience.

In the fifth stage, contextual advertising is installed using Google Ads, with an emphasis on queries related to “Samarkand agritourism”. Advertising campaigns are adjusted to weather conditions and special events, such as holidays or seasonal changes, for a more specific target audience. This approach allows you to optimize the effectiveness of advertising, increasing the likelihood of attracting interested customers during certain times and events.

The sixth phase focuses on creating and maintaining social profiles and promoting them on social media. In particular, the Instagram platform is being integrated to regularly publish attractive photos and engaging stories that highlight the atmosphere and unique features of agritourism farms.

In addition, attention is paid to active participation in groups and forums dedicated to travel topics. This community involvement develops close relationships with potential customers, shared experiences and positive brand sentiment. Effective participation in social networks helps to increase awareness of agricultural agritourism services.

In the seventh stage, the main focus is on the organization of offline advertising and feedback. As part of offline advertising, it is planned to place brochures and advertising stands in the tourist centers of Samarkand city in order to attract the attention of potential tourists. In addition, active participation in tourist fairs and festivals is planned, which will help to expand the audience and increase brand awareness.

In the area of feedback and communication, a feedback form has been created on the website and a chat has also been provided for quick communication with visitors. Providing special offers for group visits is also an important tool for encouraging feedback and strengthening relationships with customers. These measures are aimed at ensuring closer interaction with the audience and increasing the effectiveness of marketing efforts.

The eighth stage is focused on analyzing and optimizing marketing efforts. To analyze the results, Google Analytics is used to track website traffic and conversions, which provides detailed information about user behavior.

Taking into account the data obtained, the structure is regularly updated and the strategy is adjusted in accordance with the analytical conclusions. This approach

not only ensures the relevance and attractiveness of the website, but also allows you to more effectively respond to changes in consumer behavior and market trends. Thus, analysis and optimization based on Google Analytics data play a key role in the successful implementation of marketing strategies and achieving your goals.

Conclusions and suggestions

In conclusion, the proposed marketing strategy for the development of agrotourism in the Samarkand region reflects a systematic and methodologically sound approach. Starting from the market research stage and website creation, the strategy includes the use of keywords and tags in meta tags and page titles for search engine optimization. The pursuit of SEO optimization is aimed at maximizing the visibility of the website and attracting the target audience. The integration of Google My Business and Google Analytics reflects the use of analytics tools to monitor and analyze the effectiveness of marketing efforts. Active participation in social networks, including the use of Instagram, emphasizes the desire to develop a positive brand image through visual content. An analytics-based approach using Google Analytics demonstrates a commitment to measuring the results of marketing efforts with high accuracy. Regularly updating the structure and adapting the strategy based on analytical data is a reactive mechanism that allows you to quickly respond to changes in consumer behavior and market dynamics. The use of terms such as SEO, conversion analysis and offline advertising within this agritourism-oriented strategy emphasizes the professional and fundamental nature of the approach. The use of such scientific terms is an integral part of modern marketing aimed at achieving specific business goals. Offline advertising, such as brochures and participation in tourism events, is considered in the context of combining online and offline strategies to maximize the audience. The form of communication with the website and group visits complement the strategy of strengthening relationships with customers. Thus, the entire strategy is based on the principles of systematic marketing, using various channels and tools to achieve synergistic effects and sustainable development of agritourism in the region under consideration .

*Fakhriddin TOSHBOLTAEV,
Senior Lecturer (PhD) of Fergana State University
Maftunaxon ABDUSAMADOVA,
Student of Fergana State University*

PROSPECTS OF PERSONALIZING TOURISM SERVICES WITH THE HELP OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE

Abstract. *This article explores the application of artificial intelligence (AI) technologies in the modern tourism sector, particularly focusing on the role of AI in personalizing tourism services. It examines the opportunities offered by AI in travel planning, hotel booking, route optimization, and providing services tailored to customer preferences. The article analyzes the importance of advanced tools such as chatbots, recommendation systems, and natural language processing (NLP)*

technologies in enhancing the tourist experience. The study highlights the prospects of creating more efficient, convenient, and competitive tourism services through interactive AI-based solutions. Furthermore, it addresses the challenges of implementing AI, such as data security, technological readiness, and human resource issues.

Keywords: Artificial intelligence, tourism services, personalization, tourism innovations, digital technologies, chatbots, recommendation systems, customer experience, smart tourism, data analysis, tourism infrastructure, technological development.

Аннотация. В данной статье рассматривается применение технологий искусственного интеллекта (ИИ) в современной туристической отрасли, особенно их роль в персонализации туристических услуг. Основное внимание уделяется возможностям использования ИИ для планирования поездок, бронирования гостиниц, оптимизации маршрутов и предоставления услуг в соответствии с предпочтениями клиентов. В статье анализируется значение таких передовых инструментов, как чат-боты, рекомендательные системы и технологии обработки естественного языка (NLP) для повышения качества туристического опыта. В исследовании также раскрываются перспективы повышения эффективности, удобства и конкурентоспособности туристических услуг с помощью интерактивных решений на основе ИИ. Кроме того, рассматриваются проблемы внедрения ИИ, такие как информационная безопасность, технологическая готовность и кадровые вопросы.

Ключевые слова: Искусственный интеллект, туристические услуги, персонализация, инновации в туризме, цифровые технологии, чат-боты, рекомендательные системы, клиентский опыт, умный туризм, анализ данных, туристическая инфраструктура, технологическое развитие.

In today's digital age, artificial intelligence (AI) technologies are rapidly entering various sectors worldwide. Especially in the tourism industry, these technologies have become an essential tool for improving service quality, providing convenience for users, and offering competitive advantages. The personalization of tourism services helps to analyze customer needs in depth and provide tailored offers, which enhances customer satisfaction. Modern AI algorithms are enabling the creation of individual recommendations based on the behaviors, interests, and purchasing habits of travelers, automatically adjusting services, and efficiently utilizing time and resources. For this reason, tourism companies around the world are increasingly focusing on AI-based services.

The extensive application of artificial intelligence (AI) technologies in modern tourism allows for the effective and efficient personalization of tourism services. Offering individual services to travelers, analyzing their needs, and providing specific recommendations is of vital importance in this process. For example, AI-based recommendation systems suggest new destinations and services to travelers based on their interests and travel history. This improves the customer experience, attracts more travelers, and enhances service quality. AI technologies are also significantly contributing to the automation of tourism services. For instance, chatbots are

providing continuous online services for customers. Chatbots interact with users in an efficient and interactive manner, answering various questions, assisting with travel planning, and offering personalized services. Additionally, using natural language processing (NLP) technologies, chatbots understand the user's speech and establish natural communication, which improves service quality.

In travel planning and route optimization, AI plays a significant role. With AI, travel planning can be done more effectively and conveniently. For example, AI-based systems offer the most convenient and shortest routes, taking into account transport options, even weather conditions. As a result, travelers save time and the travel process becomes more comfortable. Along with the widespread use of AI, security issues are also of great importance. AI systems constantly monitor users, collect and analyze personal data. This, in turn, raises concerns about data security and privacy. Therefore, strict adherence to security protocols is essential for the successful implementation of AI technologies in the tourism industry. There are also several challenges in introducing AI into the tourism sector. First, skilled specialists and technical personnel are required to effectively operate AI systems. Second, the underdevelopment of technological infrastructure and the low level of digital literacy may slow down this process. To overcome these challenges, it is necessary to train staff, develop modern technological infrastructure, and improve digital literacy.

However, it is expected that in the future, the role of artificial intelligence technologies in the tourism industry will continue to expand. The development of smart tourism cities, the integration of virtual and augmented reality technologies, and the increased ability to analyze real-time data will make tourism services even more personalized. Furthermore, these technologies will make the tourism sector more competitive and innovative.

In the modern tourism industry, artificial intelligence (AI) technologies not only allow for the personalization of services but also offer the opportunity to elevate tourism to a new level. In the near future, smart cities and smart tourism infrastructures will create new experiences for tourists. This will provide tourists with innovative services and opportunities, as well as offer more convenient and efficient travel options. With the widespread use of artificial intelligence technologies, data security and privacy issues have also become urgent matters. Tourists provide their personal information, travel history, and other important data to AI systems. Therefore, it is crucial for tourism companies to protect this data. Additionally, to ensure high levels of security for tourists, advanced cryptographic technologies and privacy policies must be developed.

The introduction of AI in the tourism sector can have social and economic impacts. New technologies will create numerous jobs, especially in technical and innovative fields. However, as technological innovations progress, there is a need to retrain existing workers and upgrade their skills according to new demands. Nonetheless, the application of AI presents opportunities for the tourism sector, as it enhances competitiveness, attracts new customers, and improves service quality. Artificial intelligence (AI) technologies play a significant role in personalizing tourism services and enhancing the customer experience. Personalizing tourism services requires a thorough analysis of tourists' desires and needs. AI systems, such

as recommendation systems and chatbots, use tourists' interests and travel history to offer personalized services and destinations. This improves the tourist experience, attracts more customers, and enhances service quality. Tourism innovations and digital technologies have become crucial tools in providing more convenient and efficient services to tourists. Chatbots and automated systems enable tourists to get quick and accurate answers to various questions. These technologies, in turn, help tourists save time, assist in travel planning, and establish interactive communication with services. Moreover, the development of smart tourism, such as IoT (Internet of Things) and smart transportation systems, allows for the provision of the most convenient and efficient services for tourists. Through data analysis, AI enables the study of tourists' behavior, predicting their future needs. For instance, AI systems analyze previous travels, interests, and needs to offer relevant services or destinations. This personalizes the tourist experience and fully meets their needs. Furthermore, the development of tourism infrastructure through digital technologies creates significant opportunities for the sector. AI-based systems simplify services such as optimizing travel planning, determining routes, and selecting transportation options. Additionally, for tourism companies, adopting technological advancements and new innovations increases competitiveness, attracts customers, and improves service quality. At the same time, the widespread use of AI also brings challenges related to security and privacy. When tourists' personal information, travel histories, and other data are entered into systems, it becomes essential to protect this data and maintain privacy. To address these issues, strict adherence to advanced security protocols, encryption technologies, and privacy policies is necessary. In the future, the role of AI technologies in the tourism sector is expected to expand. Smart tourism and smart infrastructure technologies, digital services, data analysis, and automation will enable more precise analysis of tourists' needs and provide tailored services. This will make the tourism sector more innovative, competitive, and efficient.

In conclusion, modern artificial intelligence technologies are taking the tourism industry to new heights. Personalizing tourism services by accurately analyzing the needs of customers and offering tailored services enhances the travel experience. AI-based recommendation systems, chatbots, and automated services provide tourists with more convenient and interactive services. Moreover, the development of smart tourism and smart infrastructure, along with the use of virtual and augmented reality technologies, will make tourism more innovative and competitive. However, alongside the introduction of AI, issues related to security and privacy, the development of technological infrastructure, and workforce training must be addressed. Furthermore, the effective use of these technologies requires skilled professionals and the development of advanced security protocols. In the future, the role of AI technologies in the tourism sector will expand, offering more personalized, efficient, and innovative tourism experiences. These technologies will also enhance the competitiveness of tourism companies, attract new customers, and improve service quality.

References:

1. Toshboltaev, F. U. (2021). The necessity to ensure integration of

pedagogical and information technologies in the preparation of future teachers. *European Journal of Research Development and Sustainability*, 2(6), 103-106.

2. Fahriddin, T. (2022). Content of ensuring the integration of pedagogical and information technologies in higher pedagogical education. *Eurasian Journal of Learning and Academic Teaching*, 15, 193-197.

3. Tashboltaev, F.O. (2022). Features of improving the methodical training system of future teachers. *Journal of Pedagogical Inventions and Practices*, 15, 113-115.

4. Тошболтаев, Ф. Ў. (2022). Бўлажак ўқитувчиларда методик тайёргарликни ривожлантиришнинг ижтимоий-педагогик. *Science and innovation*, 1(B3), 615-622.

5. Toshboltaev, F. U. (2021). Improving the methodological system of training teachers on the basis of integration of pedagogical and information technologies. *Current research journal of pedagogics*, 2(6), 96-100.

6. Toshboltayev , F. (2023). Model for the development of the methodological preparation of computer science teachers based on the integration of pedagogical and information technologies. *Scientific Journal of the Fergana State University*, (3), 172. Retrieved from <https://journal.fdu.uz/index.php/sjfsu/article/view/2638>

7. Toshboltayev, F. (2023). Pedagogical facilities and informational technologies integration provision in contemporary education. *Scientific Journal of the Fergana State University*, (3), 21. Retrieved from

8. Tashboltaev, F. (2023). Model of development of methodological preparation of future it teachers based on the integration of pedagogical and information technologies. *International Bulletin of Engineering and Technology*, 3(8), 37-40.

9. Tashboltaev, F. (2023). Providing the integration of pedagogical opportunities and information technologies in modern education. *International Bulletin of Applied Science and Technology*, 3(8), 85-89.

10. Toshboltaev, F. (2022). Methodology in future teachers socio-pedagogical necessity of development of preparation. *Science and Innovation*, 1(3), 615-622.

11. Тошболтаев, Ф. (2022). Булажак уқитувчиларни методик тайёрлаш хусусиятлари тизимининг такоминлаштириш. *Мугаллим хам узлуксиз билимлендириу*, 6(2), 75-78.

12. Toshboltaev, F. U. (2020). Solution of ecological and economic problems by modeling. *Экономика и социум*, (11 (78)), 356-359.

13. Toshboltaev, F. (2022). Ta'limda masofaviy o'qitish tizimi bugungi kun uchun dolzarbdir. *Интернаука*, 16(4), 55-56.

*Shukrullo SIROJIDDINOV, magistrant,
Ilmiy rahbar: Abduvali ISADJANOV,
O‘zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi professori, i.f.d.*

ZAMONAVIY RAQAMLI TEXNOLOGIYALAR ASOSIDA TURIZM INFRATUZILMASINI RIVOJLANTIRISHNING MUAMMOLARI VA ISTIQBOLLARI

Annotatsiya. Tezisdagi O‘zbekistonda turizm infratuzilmasini raqamlashtirishga to‘sqinlik qilayotgan asosiy muammolar tahlil qilinadi. “UzTour 360” platformasi, IoT va AR/VR texnologiyalari, hamda “Smart Tourism Zone” modeli raqamli turizmni rivojlantirish yo‘li sifatida taklif etiladi.

Kalit so‘zlar: raqamli transformatsiya, turizm platformasi, IoT, AR/VR, smart tourism, UzTour 360.

Аннотация. В тезисе рассматриваются ключевые барьеры цифровизации туризма в Узбекистане. Предлагаются платформа UzTour 360, технологии IoT и AR/VR, а также модель «Smart Tourism Zone» как пути развития.

Ключевые слова: цифровая трансформация, туристическая платформа, IoT, AR/VR, умный туризм, UzTour 360.

Abstract. The thesis examines key barriers to digitalizing tourism in Uzbekistan. It proposes UzTour 360, IoT, AR/VR, and the Smart Tourism Zone model as development strategies.

Keywords: digital tourism, UzTour 360, IoT, AR/VR.

So‘nggi yillarda O‘zbekiston Respublikasida turizm sohasi iqtisodiyotning yuqori sur‘atlar bilan rivojlanayotgan tarmoqlaridan biriga aylandi. Xususan, 2024-yilda mamlakat 10,2 million xorijiy sayyohni qabul qilib, 3,5 milliard AQSh dollari miqdorida daromad oldi.¹³⁸ Bu ko‘rsatkich 2023-yilga nisbatan 1,5 barobarga o‘shib, turizmning yalpi ichki mahsulotdagi ulushi hamda valyuta tushumidagi rolini yanada kuchaytirdi. Shu bois, turizm infratuzilmasining raqamli transformatsiyasini tezlashtirish, uni innovatsion yechimlar orqali takomillashtirish ustuvor vazifalardan biri sifatida belgilangan.

2023-yil 4-iyulda qabul qilingan Prezident qarori (PQ–200-son)da turizm xizmatlarini yagona raqamli ekotizimga birlashtirish, davlat boshqaruvi va innovatsiyalarni muvofiqlashtirish chora-tadbirlari belgilangan. Bu esa mavjud infratuzilma kamchiliklarini ilmiy asosda tahlil qilish va istiqbolli yo‘nalishlarni aniqlash zaruratini yuzaga keltiradi.

Birinchidan, ma‘lumotlar tarqoqligi turizm infratuzilmasining asosiy muammosidir. Mehmonxonalar, transport xizmatlari, gidlar va boshqa servislar alohida IT platformalarda faoliyat yuritadi, bu esa yagona API (Application Programming Interface) tizimining yo‘qligiga olib keladi. Natijada, bron qilish va

¹³⁸ <https://www.travelandtourworld.com/news/article/uzbekistans-tourism-achievements-in-2024-and-vision-for-2025-a-focus-on-sustainable-growth-and-global-recognition/>

rezervatsiya jarayonlari 20-25% ga cho‘ziladi, bu esa xizmat sifati va foydalanuvchi tajribasiga salbiy ta’sir ko‘rsatadi.

Ikkinchidan, to‘lov tizimlarining cheklanganligi - ayniqsa xalqaro kontaktsiz to‘lov texnologiyalarining yetarli darajada joriy etilmagani (PayPal, Apple Pay, Google Pay, Skrill, Neteller, Venmo, Cash App) - turistlar uchun qulaylikni kamaytirib, iqtisodiyotga tushishi mumkin bo‘lgan daromadning sezilarli qismini yo‘qotilishiga sabab bo‘lmoqda.

Uchinchidan, kiberxavfsizlik va huquqiy nomukammallik sohada jiddiy tahdid sifatida namoyon bo‘lmoqda. Respublika bo‘ylab faoliyat yuritayotgan turizm servislarining 64% qismida ISO 27001 axborot xavfsizligi sertifikatini mavjud emas.¹³⁹ Bu holat O‘zbekistonning Global Digital Trust reytingidagi o‘rnini pasaytiradi va xorijiy investorlar uchun tavakkalchilikni oshiradi.

To‘rtinchidan, davlat-xususiy sheriklik (PPP) asosidagi moliyalashtirish mexanizmlarida mavjud bo‘lgan tizimli muammolar, xususan, bank kafolatlarining yetishmasligi sababli, raqamli infratuzilma bo‘yicha rejalashtirilgan loyihalarning 70 foizi amalga oshmayapti. Bu esa tashabbuslarni amaliyotga tadbqiq etishda muhim to‘siqqa aylangan.

1-jadval

“Smart tourism zone” loyihasini amalga oshirish yo‘l xaritasi

Bosqich	Ishlar	Mavjud namuna
1. Turistlar oqimi mavjud joyni tanlash	Turistlar oqimini o‘rganish va prognozlar qilish	<u>Incheon Port (Koreya) – 0,4 km² initial zone (SMART CITY KOREA)¹⁴⁰</u>
2. 5G + IoT tizimlarini joriy etish	Tarmoq operatorlari bilan yangi tizimlarni joriy etish masalasini kelishish	<u>Bristol 5G Smart Tourism (UK)¹⁴¹</u>
3. Yagona data-hub	Umumma'lumotlar bazasini shakllantirish va bu orqali yagona platforma yaratish	<u>SEGITTUR SDI Platform (Ispaniya) (SEGITTUR)¹⁴²</u>
5. Raqamli to‘lovlar ekotizimi	FinTech kompaniyalari bilan hamkorlikni yo‘lga qo‘yish va yangi to‘lovlar tizimini joriy etish	Benidorm “Wallet Benidorm” piloti
6. Kiberxavfsizlik & GDPR	ISO 27001 sertifikatini olishni majburiy qilish va bu orqali respublika reytingini ko‘tarish	<u>Smart Tourism ITU¹⁴³</u>

Shu munosabat bilan, mamlakat uchun quyidagi yechimlar eng istiqbolli yo‘nalishlar sifatida ko‘rilmoqda:

“UzTour 360” yagona platformasi – ochiq API asosida ishlaydigan, bron qilish, to‘lovlar, tajriba va tahlil modullarini integratsiyalovchi raqamli ekotizim.

¹³⁹ <https://www.scribd.com/document/795939632/ISO-CASCO-1-ISO-Survey-2023-Results-Number-of-Certificates-and-Sites-Per-Country-and-the-Number-of-Sectors-Overall/>

¹⁴⁰ <https://smartcity.go.kr/en/2021/07/29/17910/>

¹⁴¹ <https://www.bristol.ac.uk/research/groups/smart/projects/past-projects/smart-tourism/>

¹⁴² <https://www.segittur.es/en/smart-tourism-destinations/>

¹⁴³ https://www.itu.int/dms_pub/itu-t/opb/tut/T-TUT-SMARTCITY-2022-07-PDF-E.pdf/

Platformada “sandbox” rejimi joriy qilinib, mahalliy startaplar uchun test muhit yaratiladi. Mazkur tizim 2027-yilgacha tranzaksiya tezligini 35% ga oshirishi va turizm sohasidagi norasmiy faoliyat ulushini 15% ga qisqartirishi prognoz qilinmoqda.

IoT va AI asosida aqlli infratuzilma – aeroport va vokzallarga joylashtirilgan sensorlar orqali real vaqt rejimida sayyohlar oqimi nazorat qilinadi, sun’iy intellekt asosida esa mavsumiy talab prognoz qilinib, narxlar va xizmatlar optimallashtiriladi.

“Smart Tourism Zone” konsepsiyasi – 5G, ochiq ma’lumotlar markazi (open data hub) va ko‘p tilli sun’iy intellektli chatbotlar bilan jihozlangan mikromakonlar. Ushbu model Ispaniyaning SEGITTUR tajribasiga asoslanib, bosqichma-bosqich joriy etilishi taklif etiladi.

AR/VR tajribasi – tarixiy obidalarda (masalan, Buxoro Arki yoki Xiva ichan qal’asi) AR/VR texnologiyalarni joriy qilish orqali interaktiv sayohatlar tashkil etiladi. Bu tashrifchilarning sarfini o‘rtacha 30% ga oshirishi mumkinligi prognoz qilinmoqda.

Xulosa qilib aytganda, O‘zbekiston turizmi hozirda raqamli transformatsiyaning muhim bosqichida turibdi. Infratuzilmadagi asosiy to‘siqlarni bartaraf etish va ilg‘or texnologiyalarni joriy etish orqali mamlakat barqaror, raqobatbardosh va yuqori qo‘shilgan qiymatga ega turizm ekotizimiga ega bo‘lishi mumkin. Bu esa PQ-200 hamda PQ-820-son qarorlar ijrosini tezlashtirish, hamda turizmni yangi bosqichga olib chiqish uchun mustahkam poydevor yaratadi.

Komila ZAYNIDDIN,
O‘zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi magistranti

SMART-VAQF MODEL ASOSIDA TURIZM FAOLIYATINI RAQAMLASHTIRISH IMKONIYATLARI

Annotatsiya. Turizm sektorining raqamli transformatsiyasi vaqf kabi islomiy xayriya mexanizmlari bilan strategik integratsiyalashganda Smart-vaqf deb nomlangan innovatsion tizimni taklif etadi. Bu model, ayniqsa, musulmonlar yashaydigan jamiyatlarda turizmni barqaror rivojlantirish uchun zamonaviy texnologiyalardan foydalanadi. Ushbu maqola Smart-vaqf yondashuvining nazariy asoslarini o‘rganadi, ilg‘or tajribalarni yoritadi va vaqfga asoslangan turizmni rivojlantirishning amaliy raqamli modelini taklif qiladi.

Kalit so‘zlar: Smart-vaqf, raqamli transformatsiya, blokcheyn, Sun’iy Intellekt, aqlli shartnomalar.

Аннотация. Цифровая трансформация туристического сектора при стратегической интеграции с исламскими благотворительными механизмами, такими как вакф, предлагает инновационную систему, называемую «сма́рт-вакф». Эта модель использует современные технологии для устойчивого развития туризма, особенно в обществах с мусульманским большинством. В статье рассматриваются теоретические основы подхода «сма́рт-вакфа», освещаются передовые практики и предлагается практическая цифровая

модель для развития туризма, основанного на вакф.

Ключевые слова: *смарт-вакф, цифровая трансформация, блокчейн, Искусственный Интеллект, смарт контракты.*

Annotation. *The digital transformation of the tourism sector, when strategically integrated with Islamic philanthropic mechanisms such as waqf, offers an innovative system called Smart-waqf. This model uses modern technologies for sustainable tourism development, especially in Muslim-majority societies. This article explores the theoretical foundations of the Smart-waqf approach, highlights best practices, and proposes a practical digital model for implementing waqf-based tourism development.*

Key words: *Smart-waqf, digital transformation, blockchain, Artificial Intelligence, smart contracts.*

Turizm sektorida jadal rivojlanayotgan raqamli transformatsiya faoliyat samaradorligini oshirish, boshqaruv shaffofligini ta'minlash hamda madaniy meroslarni barqaror boshqarish uchun katta imkoniyatlarni taqdim etadi. Smart-vaqf yondashuvi – raqamli texnologiyalarning an'anaviy islomiy vaqf tizimi bilan innovatsion integratsiyasi esa resurslarni samarali taqsimlash, real vaqt rejimida ma'lumotlarni monitoring qilish va manfaaddor tomonlarning ishtirokini yaxshilash orqali turizm faoliyatini modernizatsiya qilish uchun istiqbolli institutsional asosni ta'minlaydi. Barqaror rivojlanishga global miqyosda e'tibor kuchayib borayotgani va madaniy jihatdan boy, individual yondashuvga asoslangan sayyohlik tajribasiga talab ortib borayotganini inobatga olsak, vaqf tomonidan boshqariladigan aktivlarni raqamlashtirish muhim ahamiyat kasb etadi. Ushbu paradigma nafaqat madaniy merosni saqlash va jonlantirishni qo'llab-quvvatlaydi, balki innovatsion moliyalashtirish va boshqaruv mexanizmlari orqali mahalliy hamjamiyatlarning ijtimoiy-iqtisodiy imkoniyatlarini kengaytirishga yordam beradi va shu bilan Smart-vaqfni turizmni barqaror rivojlantirishda strategik vositaga aylantiradi.

Turizm global yalpi ichki mahsulotning 10% dan ortig'ini tashkil etuvchi va millionlab odamlarni ish bilan ta'minlovchi jahon iqtisodiyotining eng dinamik tarmoqlaridan biridir¹⁴⁴. Biroq, an'anaviy turizmni rivojlantirish ko'pincha ijtimoiy barqarorlik va madaniy yodgorliklarni muhofaza qilishni e'tiborsiz qoldiradi. Shu bilan birga, vaqf – ko'p asrlik islom xayriya muassasasi sifatida tarixan ijtimoiy farovonlik, ta'lim va infratuzilmani, shu jumladan ziyoratchilar va sayohatchilar uchun qulayliklarni ta'minlashda alohida ahamiyatga ega bo'lib kelgan. Raqamli asrda ushbu ikki sohaning uyg'unlashuvi barqaror rivojlanish maqsadlarini qo'llab-quvvatlash uchun vaqf aktivlarini boshqarishda raqamli texnologiyalardan foydalanish sifatida nazariy asoslangan Smart-vaqf modelining paydo bo'lishiga olib keladi. Shu nuqtai nazardan, Smart-vaqf modeli yuqorida sanab o'tilgan muammolarga o'ziga xos yechim taklif etadi.

Vaqf tushunchasi islom fiqhiga ko'ra, o'z mol-mulkining bir qismini mulk shaklida diniy yoki xayriya maqsadlarida ixtiyoriy, doimiy va qaytarib bo'lmaydigan

¹⁴⁴ UNWTO. The Impact of Digitalization on Tourism. – Madrid: United Nations World Tourism Organization, 2018. – Available at: <https://www.unwto.org/impact-of-digitalization> (accessed: 15.05.2025).

tarzda bag‘ishlashini bildiradi. Vaqf obyektlari tarixan ta’lim, sog‘liqni saqlash, infratuzilma va mehmondo‘stlikni qo‘llab-quvvatlagan hamda ularning aksariyati bugungi kunda turizm maqsadlariga xizmat qilib kelmoqda. Darhaqiqat, vaqf barqaror rivojlanish uchun kuchli islomiy vosita hioblanadi. Uni texnologiya bilan integratsiya qilish inklyuzivlik, shaffoflik va imkoniyatlarni oshirishga yordam beradi¹⁴⁵.

Turizm sohasida Smart-vaqfning asosiy tamoyillari quyidagilardan iborat:

- *Shaffoflik*: raqamli daftarlar ishonch va real vaqtda auditni ta’minlaydi;
- *Samaradorlik*: aqlli shartnomalar vaqf fondini taqsimlashni avtomatlashtiradi;
- *Inklyuzivlik*: mobil platformalar keng ishtirok etish va mikro-xayriya qilish imkonini beradi;
- *Barqarorlik*: uzoq muddatli manfaatlarga xizmat qilish, ayniqsa madaniy meroslarni muhofaza qilish va ekoturizmga qaratilgan.

Smart-vaqf vaqf aktivlarini boshqarish va kengaytirishda axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini (AKT), jumladan blokcheyn, GIS, Internet jihozlar (IoT) va Sun’iy Intellect (AI) ni qo‘llashni nazarda tutadi¹⁴⁶. Ushbu vositalar Smart-vaqf tamoyillariga amal qilgan holda quyidagi imkoniyatlarni taqdim etadi:

- *Blokcheyn* xayriyalar va aktivlarni taqsimlashning o‘zgaras qaydlarini yoqish imkonini taqdim etadi;
- *Sun’iy Intellect (AI) algoritmlari* resurslarni taqsimlashni bashorat qilish va optimallashtirish vazifasini bajaradi;
- *Geoaxborot tizimlari (GIS) orqali* vaqf xususiyatlari va turistik oqimlarni xaritalash va kuzatish mumkin;
- *Mobil platformalar* jamoatchilikka kirishni, elektron xayriyalarni va ta’limni qo‘llab-quvvatlashni ta’minlaydi.

Ta’kidlash lozimki, raqamli vositalar vaqfni statik institutdan XXI asr ijtimoiy-iqtisodiy ehtiyojlariga mos keladigan dinamik kuchga aylantiradi¹⁴⁷.

Turizm sektoridagi Smart-vaqf investitsiyalarini quyidagi turlarga bo‘lish mumkin:

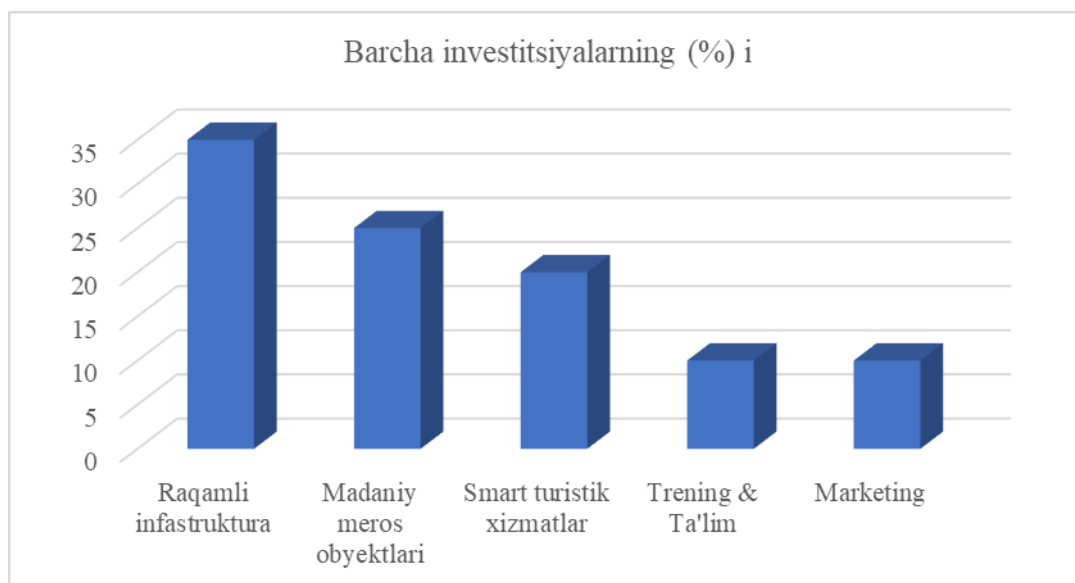
Investitsiya yo‘nalishi	Tavsif
Raqamli infratuzilma	Umumiy Wi-Fi, IoT sensorlari, onlayn bron qilish tizimlari
Madaniy meros obyektlari	Vaqfga asoslangan tarixiy boyliklarni qayta tiklash va raqamli arxivlash
Aqlli turistik xizmatlar	AR/VR ekskursiyalari, mobil halol sayohat ilovalari, ko‘p tilli kiosklar
Trening & Ta’lim	Islomiy ekskursiya gidlari uchun onlayn sertifikat, vaqf tarixi bo‘yicha elektron o‘quv
Marketing	Ijtimoiy media kampaniyalari, Sun’iy Intellect tomonidan boshqariladigan turistik takliflarni shaxsiylashtirish

¹⁴⁵ Kahf M. The Role of Waqf in Sustaining the Islamic Civilization. – Jeddah: Islamic Research and Training Institute (IRTI-IDB), 2003. – 24 p.

¹⁴⁶ Abdel Mohsin M. I. Fintech and the Future of Islamic Endowments // ISRA International Journal of Islamic Finance. – 2019. – Vol. 11, No. 2. – P. 195–202.

¹⁴⁷ Abdel Mohsin M. I. Fintech and the Future of Islamic Endowments // ISRA International Journal of Islamic Finance. – 2019. – Vol. 11, No. 2. – P. 195–202.

1-rasmda ko'rsatilganidek, Smart-vaqf mablag'arining eng katta qismi raqamli infratuzilma va meros obyektlarini rivojlantirishga to'g'ri kelmoqda. Bu zamonaviy turizm raqamli kirish va madaniy o'ziga xoslikning markazlashtirilganligini aks ettiradi.



1-rasm. Raqamli turizm loyihalarida Smart-vaqf investitsiyalari taqsimoti (%)¹⁴⁸

Ta'kidlash joizki, ushbu yo'nalishda bir qancha mamlakatlar tajribasi ham o'z samarasini ko'rsatgan. Jumladan, Malayziyaning Wakaf Selangor Muamalat (WSM) portalini islom turizmini xayriya platformalari va virtual sayohat texnologiyalari bilan birlashtirgan raqamli vaqf portalini ishga tushirgan. Onlayn kampaniyalar va hikoyaga asoslangan mablag' yig'ish orqali portal islomiy tarixiy obidalarni saqlash uchun RM 2 milliondan ortiq mablag' to'pladi¹⁴⁹.

Shuningdek, Turkiyadagi VakıfBanki meros turizmi va akademik tadqiqotlarni rivojlantirish maqsadida vaqfga oid 27 mingdan ortiq qo'lyozmalarni raqamlashtirish va virtual muzeyga birlashtirish uchun madaniyat vazirliklari bilan hamkorlik o'rnatdi¹⁵⁰.

Smart-vaqf asosidagi raqamli turizm uchun amaliy model quyidagi komponentlarni o'z ichiga oladi¹⁵¹:

- **Raqamli vaqf platformasi.** Donorlar turizm bilan bog'liq vaqf fondlarini yaratishi yoki ularga hissa qo'shishi, loyihalarni kuzatishi va hisobotlarni qabul qilishi mumkin bo'lgan markazlashtirilgan yoki markazlashtirilmagan veb-ga asoslangan portal.

- **Blokcheyn bilan jihozlangan vaqf kitobi** barcha tranzaksiyalarning shaffofligi, kuzatilishi va o'zgarmasligini ta'minlaydi, firibgarlik yoki vaqf aktivlarini noto'g'ri boshqarishning oldini oladi.

- **Sun'iy Intellektga asoslangan investitsiya mexanizmi** potentsial turizm

¹⁴⁸ Muallif tomonidan yaratilgan (Kahf (2003), UNWTO (2018), WSM (2022), and Abdel Mohsin (2019) lar asosida).

¹⁴⁹ Wakaf Selangor Muamalat. Digital Wakaf Tourism Portal. – Selangor: WSM, 2022. – Available at: <https://www.wakafselangormuamalat.my> (accessed: 15.05.2025).

¹⁵⁰ VakıfBank. Vakıf Archive Digitalization Initiative. – Istanbul: VakıfBank, 2021. – Available at: <https://www.vakifbank.com.tr> (accessed: 15.05.2025).

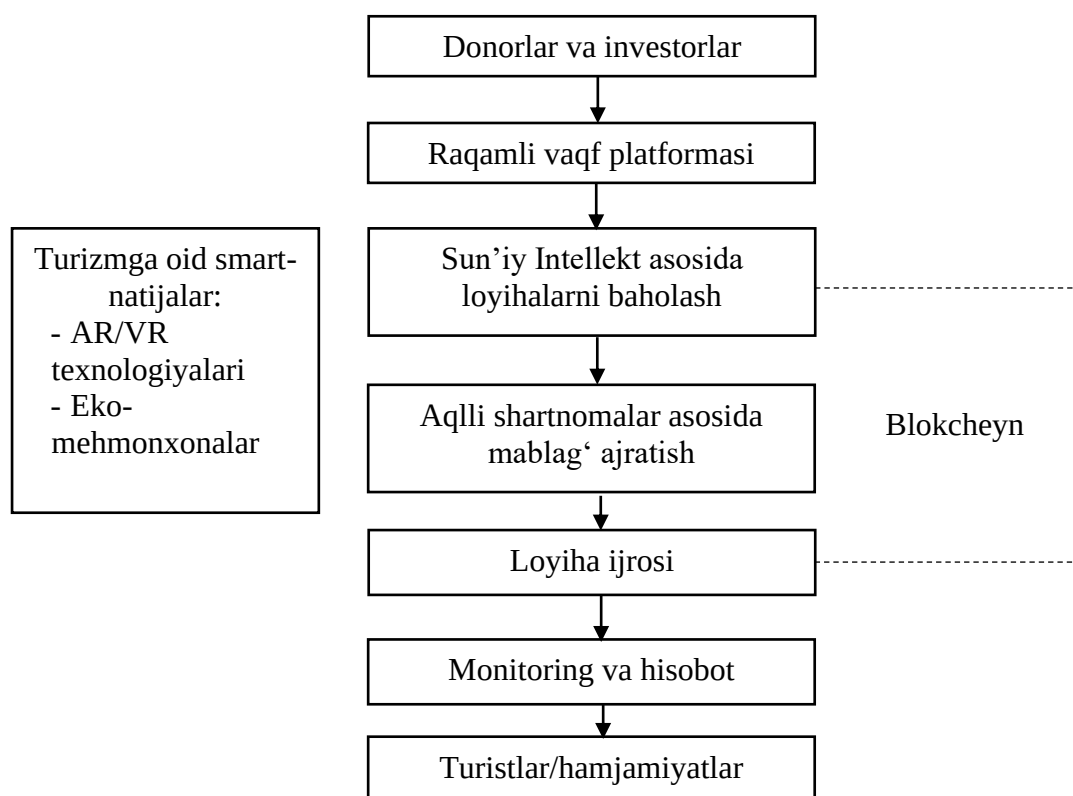
¹⁵¹ Ali, A. M., Jan, S., & Mohamad, N. (2021). Blockchain for Waqf Management: A Systematic Literature Review. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 12(6), 971–993.

ta'siri, investitsiya daromadi va mahalliy hamjamiyatlarga ijtimoiy-iqtisodiy imtiyozlar asosida moliyalashtirishga ustuvor ahamiyat berishni o'rganadigan mashinalardan foydalanadi.

- *Aqlli turizm infratuzilmasi* AR/VR merosi sayohatlarini¹⁵², ko'p tilli aqlli kiosklarni, mobil halol turizm ilovalarini va vaqfni qo'llab-quvvatlovchi saytlar uchun elektron chiptalarni o'z ichiga oladi.

- *Ishtirokchilik asosidagi boshqaruv vositalari*. Manfaatdor tomonlarning ovoz berish, jamoatchilik fikri va vaqf qo'mitasi hamkorligi uchun platformalar, jamiyat egaligi va javobgarligini rag'batlantiradi.

Smart-vaqf asosidagi turizm modelining bosqichma-bosqich ishlash mexanizmi 2-rasmda ifodalangan. Avvalo, donorlar va investorlar raqamli vaqf platformasi orqali mablag' ajratadilar. Bu platforma blockcheyn texnologiyasi asosida shaffoflik va xavfsizlikni ta'minlaydi. Keyinchalik, Sun'iy Intellekt yordamida loyihalar baholanadi va aqlli shartnomalar orqali mablag'lar avtomatik ravishda tasdiqlangan loyihalarga taqsimlanadi. Loyiha ijrochilari turizmga oid innovatsion tashabbuslarni, masalan, AR/VR turlar, eko-mehmonxonalar va islomiy madaniyat markazlarini tashkillashtiradilar. Ushbu jarayonlar monitoring va hisobot qatlami orqali doimiy nazorat qilinadi, yakuniy foydalanuvchilar esa turistlar va mahalliy hamjamiyatlardan bo'lib, ular ushbu xizmatlardan foydalanadi va ijobiy iqtisodiy, ijtimoiy ta'sirning guvohi bo'ladilar.



2-rasm. Smart-vaqf asosidagi turizm modeli¹⁵³

Smart-vaqf turizm modeli zamonaviy boshqaruv standartlari, shaffoflik

¹⁵² Izoh: Virtual haqiqat (VR) va kengaytirilgan haqiqat (AR) sayohatlari

¹⁵³ Muallif tomonidan yaratilgan (Shaikh S.A., Ismail A.G., Shafiai M.H. Application of Blockchain Technology in Waqf Management // International Journal of Islamic Economics and Finance Research. – 2017. – Vol. 3, No. 1. – Pp. 1–10 asosida).

talablari va barqaror rivojlanish maqsadlariga (SDGs) mos keladigan bir qancha asosiy afzalliklarni taqdim etadi. Eng muhim afzalliklardan biri oshkoralik va javobgarlikni oshirishdir. Blokcheyn texnologiyasi va aqlli kontraktlar integratsiyalashgan holda, model vaqf mablag'larining kuzatilishini va loyihaning muhim bosqichlarini tekshirishdan keyin shartli ravishda to'lanishini ta'minlaydi. Bu an'anaviy vaqf boshqaruv tizimlarida keng tarqalgan mablag'larni noqonuniy o'zlashtirish imkoniyatlarini yo'q qiladi¹⁵⁴.

Yana bir muhim afzallik – bu operatsion samaradorlik. Raqamli vaqf platformalari donorlarni ro'yxatga olish, fond taqsimoti, loyihalar monitoringi va audit kabi ma'muriy vazifalarni avtomatlashtirish orqali byurokratik kechikishlarni kamaytiradi. Masalan, Malayziyadagi Selangor Vaqf Instituti blokcheynga asoslangan platformani amalga oshirdi, bu qo'lda tekshirish jarayonlarini 50% dan ko'proq qisqartirdi va shu bilan mablag'larni kerakli joylarga yo'naltirilishini tezlashtirdi¹⁵⁵.

Bundan tashqari, Smart-vaqf modeli jamoatchilikning, xususan, diaspora va xalqaro donorlarning kengroq ishtirokini rag'batlantiradi. Raqamli kanallar orqali hissa qo'shuvchilar turizm bilan bog'liq vaqf loyihalarini jismoniy ishtiroksiz qo'llab-quvvatlashlari mumkin. BAA'dagi Waqf Chain tashabbusi mobil platformalar Shimoliy Afrika va Markaziy Osiyodagi islom turizmi loyihalariga mikro xayriya qilish imkonini berganiga misoldir¹⁵⁶.

Smart-vaqf turizm modeli o'zining salohiyatiga qaramay, bir qancha tarkibiy va tartibga solish muammolariga duch kelmoqda. Birinchidan, vaqf boshqaruvida blokcheyn va aqlli shartnomalardan foydalanish bo'yicha huquqiy noaniqlik katta to'siqni keltirib chiqaradi. Aksariyat musulmonlar yashaydigan mamlakatlardagi vaqf qonunlarining aksariyati raqamli davrdan oldin ishlab chiqilgan va raqamli kodlangan vaqf vositalarini tan olmaydi. Masalan, Indoneziya va Misrda joriy vaqf tizimlarida raqamli egalik, tokenizatsiya yoki taqsimlangan daftarlar uchun shartlar mavjud emas¹⁵⁷. Ikkinchidan, ko'pgina vaqf muassasalari, ayniqsa rivojlanayotgan mamlakatlarda raqamli vositalarni boshqarish uchun malakali kadrlar, infratuzilma va IT savodxonligi yo'q. Blokcheyn va aqlli shartnoma dasturlashining murakkabligi, agar kuchli kiberxavfsizlik va audit nazorati bilan amalga oshirilmasa, katta xavf tug'diradi.

Xulosa qilib aytganda, Smart-vaqf mexanizmlarining turizm faoliyatini raqamlashtirishga integratsiyalashuvi islom ijtimoiy-iqtisodiy landshaftida shaffoflik, inklyuzivlik va barqarorlikni oshirish uchun transformativ imkoniyat yaratadi. Blokcheyn, aqlli kontraktlar, raqamli hamyonlar va Sun'iy Intellektga asoslangan monitoring vositalari kabi texnologiyalardan foydalangan holda, ushbu model an'anaviy vaqf boshqaruvining uzoq vaqtdan beri davom etayotgan samarasizligini bartaraf etadi. Bu donorlar, tartibga soluvchilar va hamjamiyatlarning real vaqt rejimida ishtirok etishi va o'z hissalarining ijtimoiy va iqtisodiy ta'sirini kuzatishi

¹⁵⁴ Ali, A. M., Jan, S., & Mohamad, N. (2021). Blockchain for Waqf Management: A Systematic Literature Review. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 12(6), 971–993.

¹⁵⁵ Hasan, Z., & Siraj, S. A. (2016). Waqf Fund Investment: A Case Study of State Islamic Religious Councils in Malaysia. *JKAU: Islamic Economics*, 29(1), 73–92.

¹⁵⁶ IFN (Islamic Finance News). (2021). Waqf Chain Pilots in the UAE and KSA. <https://www.islamicfinancenews.com>

¹⁵⁷ Ismail, M. (2022). Regulatory Perspectives on Waqf Digitalization. In *Proceedings of the International Conference on Islamic Finance & Digital Economy*. Kuala Lumpur.

mumkin bo'lgan boshqaruvning yanada dinamik va ishtirokchi shaklini yaratish imkonini beradi.

Bundan tashqari, Smart-vaqf modeli axloqiy turizmni rivojlantirish, madaniy merosni saqlash va rivojlanmagan hududlarni inklyuziv moliyalashtirish orqali global rivojlanish maqsadlariga samarali mos keladi. Huquqiy, texnologik va tashkiliy muammolar, xususan, standartlashtirish, raqamli savodxonlik va tartibga solish bo'yicha kamchiliklar mavjud bo'lsa-da, model turli xil ijtimoiy-iqtisodiy kontekstlarga moslashtirilishi mumkin bo'lgan kengaytiriladigan va moslashuvchan yechimni taklif qiladi. Agar strategik davlat-xususiy sheriklik, huquqiy islohotlar va salohiyatni oshirish tashabbuslari orqali yetarli darajada qo'llab-quvvatlansa, Smart-vaqf musulmonlar yashovchi mamlakatlarda va undan tashqarida raqamli islom xayriya va barqaror turizmni rivojlantirish uchun asos bo'lishi mumkin.

Shu o'rinda ta'kidlash kerak-ki, Smart-vaqf turizm modeli salohiyatini to'liq ro'yobga chiqarish uchun strategik va hamkorlikda amalga oshirishi lozim bo'lgan bir qancha chora-tadbirlar tavsiya qilinadi, jumladan:

- raqamli vaqf vositalari va aqlli shartnomalarni tan olish uchun milliy vaqf qonunchiligini yangilash;
- turizmga yo'naltirilgan vaqf ilovalariga moslashtirilgan foydalanuvchilarga qulay, xavfsiz raqamli platformalarni ishlab chiqish;
- vaqf boshqaruvchilari, donorlar va manfaatdor tomonlar uchun raqamli savodxonlik va muvofiqlik bo'yicha treninglar o'tkazish;
- vaqf institutlari, fintex kompaniyalari va turizm idoralari o'rtasidagi hamkorlikni rivojlantirish;
- loyiha natijalarini kuzatish va shaffoflikni ta'minlash uchun real vaqtda boshqaruv paneli va ma'lumotlar tahlilidan foydalanish;
- Smart-vaqf mablag'larini islom madaniy merosini saqlaydigan va madaniy turizmni qo'llab-quvvatlovchi loyihalarga qaratish.

Muslima MUZAFFAROVA,
O'zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi talabasi
Ilmiy rahbar: Uktam JIYANOV,
O'zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi katta o'qituvchisi

ZAMONAVIY RAQAMLI TEXNOLOGIYALAR ASOSIDA TURIZM INFRATUZILMASINI RIVOJLANTIRISHNING MUAMMOLARI VA ISTIQBOLLARI

Annotatsiya: Hozirgi tinimsiz rivojlanib borayotgan dunyo sharoitida turizm infratuzilmasini yaxshilash, uning rivojlanishi orqali turistik oqimni tartibga solish va oshirish masalalari dolzarb hisoblanadi. Bu jarayonda esa bevosita zamonaviy raqamli texnologiyalar asos bo'lib xizmat qilishi turgan gap. Ushbu maqolada zamonaviy raqamli texnologiyalar asosida turistik infratuzilmani rivojlantirishdagi muammolar va istiqbollar haqida so'z boradi.

Kalit so'zlar: Turizm, turistik infratuzilma, sayyohlar oqimi, VR, SI, chatbotlar,

raqamli texnologiyalar.

Abstract: *In today's rapidly evolving world, improving tourism infrastructure and managing tourist flows effectively are considered highly relevant issues. In this process, modern digital technologies undoubtedly serve as a fundamental basis. This article discusses the challenges and prospects of developing tourism infrastructure based on contemporary digital technologies.*

Keywords: *Tourism, tourism infrastructure, tourist flow, VR, AI, chatbots, digital technologies.*

Аннотация: *В условиях стремительного развития современного мира актуальными становятся вопросы совершенствования туристической инфраструктуры, регулирования и увеличения туристических потоков. В этом процессе несомненно ключевую роль играют современные цифровые технологии. В данной статье рассматриваются проблемы и перспективы развития туристической инфраструктуры на основе цифровых технологий.*

Ключевые слова: *Туризм, туристическая инфраструктура, туристический поток, VR, ИИ, чат-боты, цифровые технологии.*

Kishilik jamiyati rivojlanib, har jabhadan yetuklikka tomon ildam qadam tashlab borayotgan bugungi kun uchun zamonaviy raqamli texnologiyalar jumlasini dolzarb mavzulardan biriga aylangan. Biroq insoniyat har doim ham bugungidek ko'rinish kasb etmaganligi hech kimga sir emas. Toki yer yuzida odamlar paydo bo'lib, hozirgi holatigacha yetib kelishida bir necha tarixiy rivojlanish bosqichlarini boshdan kechirgan. Bu bosqichlar davomida eng oddiy texnologiyalardan tortib, bugungi kundagi sun'iy aqlga tayangan sanoatgacha yetib kelindi.

Har qanday soha rivojlanishi uchun, avvalo, ushbu sohani rivojlantiruvchilari bo'lishi lozim. Bugungi davr iqtisodiyotining asosiy sohasi bo'lgan xizmat ko'rsatish ham rivojlanishdan to'xtamay kelmoqda. Xizmat ko'rsatish ham o'z o'rnida bir qancha shoxobchalarga bo'linadi va ulardan eng muhimi bugungi kunda shubhasiz turizmdir. Turizm deganda XXI asr kishisi ko'z oldiga oldingi asrlarda bo'lgani kabi faqatgina bir yerdan boshqa bir yerga borib u yerni ko'rish, yoki sayr qilish emas, balki keng ma'nodagi sayohat va undan zavq olish, o'zidagi ishchi kuchi sifatidagi energiyani qayta tiklash, shuningdek ushbu safardan ma'naviy hordiq olish kabilar keladi. Bunday sayohat darajasiga erishish uchun esa har qanday hudud miqyosida turistik infratuzilma o'z o'rnida rivojlangan bo'lishi lozim.

Turistik infratuzilma haqida gapirar ekanmiz, avvalo infratuzilma aslida nima ekanligiga to'xtalib o'tish maqsadga muvofiq bo'ladi. Infratuzilma – bu biror bir faoliyatni tashkil etish uchun kerakli bo'lgan barcha resurslar, kapital, obyektlar yig'indisidir. Endilikda bunga turistik infratuzilma jihatidan yondashadigan bo'lsak, turizm infratuzilmasi – turistlarning turistik zaxiralaridan bema'lol foydalanishini ta'minlovchi bino va inshootlar tizimi, muhandislik va kommunikatsiya tarmoqlari, shu jumladan yo'llar, axborot texnologiyalari, turizmning turli xizmat ko'rsatish korxonalari va ularni kerakli darajada ishlatish va ta'minlash tushuniladi¹⁵⁸.

¹⁵⁸ Boltabayev M. R., Tuxliyev I. S., Safarov B. Sh., Abduxamidov S. A. Turizm: nazariya va amaliyot. – T.: "Barkamol fayz media" nashriyoti, 2018. B 222.

Turistik infratuzilmani rivojlantirish omillarini bir necha qismlarga ajratishimiz mumkin. Misol uchun ularning hissa qo'shish xarakteridan kelib chiqib ichki va tashqi omillarga bo'lishimiz mumkin. Deylik ichki omillarga infratuzilmaviy hududning joylashuv o'rnini, uni rivojlantirishga ajratilayotgan mablag' kabilarni kiritsak, tashqi, ya'ni nazoratda bo'lmagan omillar qatoriga siyosiy vaziyatlardagi turli holatlar, iqlimiy o'zgarishlar kabilarni misol qila olamiz. Agarda ushbu omillar har taraflama puxta baholangan va ishlab chiqilgan reja asosida infratuzilmani rivojlantirishga yo'naltirilsa ko'plab to'siqlar yengib o'tilishi ham osonlashishi turgan gap.

Rivojlanish va XXI asr tushunchalari o'zaro yonma-yon keluvchi so'zlarga aylanib ulgurgan. Shuning uchun ularni bir-biridan ajratishning imkoni yo'q. Turistik infratuzilmani tashkil qiluvchi elementlarning ham zamonaviylashuvi va zamon bilan uyg'unlashuvi bevosita ulardagi rivojlanishga ta'sir ko'rsatadi. Bugungi kunda hech bir sohani zamonaviy raqamli texnologiyalarsiz tasavvur etib bo'lmaydi. Huddi shunday, turizm sohasida ham ularning o'rnini beqiyos bo'lib borayotgani shubhasizdir.

Sayyohlar uchun birinchi raqamli xizmatlar 2000-yillarning boshida paydo bo'lgan va turar joyni onlayn bron qilish va chiptalarni sotib olishga qaratilgan edi. Albatta bunday o'zgarishlarning barchasi, avvalo, turistlarning o'z sahayotlaridan maksimal darajada qoniqish olishlarini ta'minlash uchun joriy etilgan¹⁵⁹.

Zamonaviy raqamli texnologiyalarning infratuzilmaviy, xossatan turistik infratuzilmadagi ta'sirini bir necha jihatdan o'rganib chiqishimiz mumkin. Xususan yondashadigan bo'lsak, raqamli platformalar va mobil ilovalar bugungi kunda turizmni va turistlar oqimini boshqaruvchi asosiy omillarga aylanib bormoqda. Ko'plab mutaxassislar tomonidan ilgari surib kelinayotgan fikrlarga ko'ra, kelajakda xizmat ko'rsatish, xususan turizm sohasida inson omilining salmog'i juda ham past bo'lishi mumkin.

Misol sifatida qaraydigan bo'lsak, bugungi kunda sayyohlarning katta qismi raqamli platformalardan foydalanish orqali o'z sayohatlarrini rejalashtirishyapti yoki tur paketlarini bevosita xarid qilishmoqda. Bu esa juda ko'plab ovoragarchiliklarning oldini olishi turgan gap. Shunga muqobil ravishda ko'plab sayyohlik agentliklari, mehmonxonalar va transport agentliklari ham o'z xizmatlarini aynan onlayn platformalar orqali taqdim etib kelishmoqda.

Dunyoga mashhur bron qilish, reytinglar bilan tanishish va xizmatlarni solishtirish ilovalari va saytlari ro'yxatiga Booking.com, Airbnb, TripAdvisor kabilarni kiritishimiz mumkin. Ushbu platformalar orasidan birgina Booking.com platformasining 2024-yil mart oyidan 2025-yil mart oyigacha bo'lgan tashrif buyuruvchilari soni 525 milliondan ortiqni tashkil etgan¹⁶⁰. Bu esa anchayin katta raqamlarni ifodalaydi va raqamli texnologiyaning turizmdagi salmog'i oshib borayotganligini isbotlab beradi.

Texnologik jihatdan eng ko'p foyda keltirayotgan va insonlar og'rini yengil qilayotganlari sifatida yana shuningdek turli xildagi chatbotlar va sun'iy intellekt (SI)

¹⁵⁹ Isadjanov A. A. Turizmda barqaror rivojlanish: o'quv qo'llanma. – T.: Complex print, 2024. B. 81.

¹⁶⁰ <https://www.statista.com/statistics/1294912/total-visits-to-booking-website/>

vositalarini ham keltirishimiz mumkin. Sun'iy aql yordamida loyihalashtirilgan chatbotlar mijozlarga insonlardan farqli o'laroq uzluksiz, ya'ni 24/7 rejimda xizmat ko'rsatishi mumkin. Bu esa ish sifatini oshiradi va mijozlarning mamnun bo'lib ketishi, hamda yana takroran shu xizmatlardan foydalanishiga olib keladi. Shunday bo'lsada, har qanday sun'iy aql ham bugungi kungacha inson omili o'rnini to'liq egallay olmaydi, chunki ba'zi holatlarda insondagi hissiy yondashuv ham dolzarb masala hisoblanadi.

Turizm sohasida aqlli texnologiyalarning joriy etilishi iste'molchi va ishlab chiqaruvchilar uchun katta qulayliklarni taqdim qiladi. Har yili dunyo bo'ylab 1,3 milliardga yaqin odam sayohat qiladi. Shuning uchun ushbu sohadagi kichik o'zgarish butun jamiyatga katta ta'sir ko'rsatishi ayni haqiqatdir¹⁶¹.

Zamonaviy raqamli texnologiyalar asosida infratuzilmani rivojlantirishda ba'zi muammolar ham yuzaga kelishi mumkin. Bular bilan birma-bir tanishib o'tish orqali mavzuni yanada chuqur anglab, ko'zlangan maqsadga erishish shubhasiz bo'lib qoladi. Bular:

- texnologik infratuzilmaning yetarlicha rivojlanmaganligi.

Ushbu jihat haqida gapirar ekanmiz, bu ko'proq rivojlanayotgan davlatlarga xos muammo ekanligini sanab o'tmaslikning imkoni yoq'. Chunki bilamizki, rivojlangan mamlakatlar allaqachon o'zlarining mukammal infratuzilmasini deyarli shakllantirib bo'lishgan.

Misol uchun, iqtisodiyotning ishlab chiqarish, xizmat ko'rsatish sohalari ularga hisob yuritishning avtomatlashtirilgan tizimlarini qo'llash orqali ishlab chiqarish salmog'ining o'sishi, hisob yuritish tizimlari namunasi sifatida bo'lishiga erishdi. Shunday hisob yuritish tizimlari namunasi sifatida umumjahon iqtisodchilari tan olgan SAP, Scala, CRM va 1C tizimlarini keltirish mumkin. Albatta bulardan keng miqyosda foydalanish salmog'i aksariyat rivojlangan mamlakatlarda ko'proqdir¹⁶².

- kadrlar yetishmovchiligi.

Zamonaviy raqamli texnologiyalar insonlar bilan hamnafaslikda rivojlanib va yuksalib borayotgan bir pallada ularni to'g'ri yo'naltira oladigan, ishlash jarayonini nazorat qila oladigan kadrlarga bo'lgan talab ham ortmoqda. Garchi ko'plab texnologiyalar o'zini o'zi boshqara oladigan avtomatik tarzda dasturlangan bo'lsa ham, ularni ishga tushirish uchun inson omili ham zarurdir. Bunday ilmlar ba'zi oliygohlarda ham o'rgatilishiga qaramasdan, baribir talabga yetarli bo'lmagan taklif qobiliyati kuzatilmoqda.

- moliyaviy cheklanganlik.

O'rta va kichik turistik subyektlar va korxonalarning ko'pchiligi hanuz zamonaviy raqamli texnologiyalarni o'zlari faoliyat yuritadigan infratuzilma rivojlanishi uchun safarbar qilishga moliyaviy jihatdan qodir emaslar. Shu sababdan ham bu omil ko'pchilik subyektlar uchun to'siq o'rnida qolmoqda. Shuningdek, bu kabi texnologiyalarni joriy qilish uchun talab etiladigan dastlabki investitsiyalar va texnik xizmat ko'rsatish xarajatlari yuqori bo'lishi ham qarshi sabablardan biri bo'la

¹⁶¹ [Astanakulov O. T.](#), [Gulyamova G. P.](#) Turizmni rivojlantirishning hududiy jihatlari: Monografiya. – T.: [Lesson Press](#), 2022. B. 110.

¹⁶² Milliy iqtisodiyotning barqaror rivojlanishida turizmning ahamiyati. – T.: O'zbekiston xalqaro islom akademiyasi, 2019. B. 20. (Internet texnologiyalari va innovatsion ishlanmalarning o'rni – [Trusnov N. X.](#), [tex.f.n.](#), O'zXIA).

oladi.

– kiberxavfsizlik muammolari.

Turizm sohasi axborotlari eng ko‘p himoya qilinishi kerak bo‘lgan sohalardan biri hisoblanadi. Chunki ushbu sohaga oid axborotlar bevosita mijozlarning shaxsiy ma‘lumotlari, ularning moliyaviy detallari jamlanmasi kabilardan iboratdir. Shu jihatdan olib qaraladigan bo‘lsa, zamonaviy raqamli texnologiyalarni infratuzilmaning biror bo‘lagiga joriy qilganda uning to‘liq ishonchliligiga amin bo‘linmasa bu kelgusida mijozlar ma‘lumotlarining o‘g‘irlanishi yoki yo‘qolishiga olib kelishi mumkin. Bu esa bevosita o‘sha korxona yoki tashkilot obro‘sigi putur yetkazishi turgan gap va bunga nisbatan turistlar o‘z oyoqlari bilan “javob berishadi”, ya‘ni bu subyekt xizmatidan foydalanmay qo‘yishadi.

Turizm sohasida texnologiyalar ko‘p yillardan buyon joriy qilib kelinmoqda, bunga misol sifatida sanoat inqiloblaridan so‘ng sanoatning raqamlar bilan nomlanishi kabi turizmdagi yangi davrlar ham ma‘lum raqamlar bilan nomlanib kelinayotganini keltirishimiz mumkin. Misol uchun “Turizm 4.0” bugungi kun uchun nihoyatda mos bosqichdir.

Turizm 4.0 – bu turizm sohasida avtonom robotlar va kobotlar, virtual reallik, avtonom transportlar, katta ma‘lumotlar, sun‘iy intellekt kabi “Sanoat 4.0” texnologiyalarini qo‘llash orqali turizmga qo‘shilgan qiymatni yaxshilashga qaratilgan konsepsiya, deb tushunish mumkin¹⁶³. Bundan ko‘rinib turibdiki, har bir turizmdagi davr sanoatdagi bosqichlar bilan parallel ravishda raqamlanib borar ekan.

Ushbu konsepsiyaning xususan davlatlar miqyosida qo‘llanilishiga misol keltiradigan bo‘lsak turizmi eng ko‘p rivojlangan davlatlardan biri Tailandni olishimiz mumkin. Tailandda “Turizm 4.0” hukumat tomonidan besh maqsadga qaratilgan siyosat, ya‘ni turizm razvedka markazi tizimini rivojlantirish, raqamli turizmni targ‘ib qilish, elektron hujjat tizimini takomillashtirish, tashkiliy madaniyatni o‘zgartirish va tadqiqot va ishlanmalarni yaxshilashni maqsad qiladi¹⁶⁴.

Zamonaviy raqamli texnologiyalar turizm infratuzilmasini tubdan rivojlantirishda muhim rol o‘ynashini ba‘zi istiqbolli rivojlanish yo‘nalishlari misolida ham ko‘rib chiqishimiz mumkin, bular:

– “Aqlli turizm” konsepsiyasi: bunda aqlli shaharlardagi kabi aqlli sayohat yo‘nalishlari, aqlli belgilar, real vaqtdagi ma‘lumotlar ko‘rgazmali peshtaxtalari orqali sayyohlarga qulayliklar yaratish, shuningdek, avtomatlashtirilgan boshqaruv tizimlari yordamida xizmatlar tejamkorligi va samaradorligini oshirish kabilarni amalga tadbiiq etish mumkin;

– VR, ya‘ni virtual reallik va SI, ya‘ni sun‘iy intellekt kabilarning qo‘llanilishi: bu holatda turistlar VR texnologiyalaridan foydalanib o‘zlari bormoqchi bo‘lgan yerlari haqida tushunchaga ega bo‘lishlari mumkin, bu esa xizmatlar sifatini yaxshilaydi va infratuzilmaning rivojlanishiga yordam beradi. Shu bilan birga, SI texnologiyalari orqali sayyohlar oqimini tahlil qilib, ular eng ko‘p borayotgan yo‘nalishlarni yanada rivojlantirish, infratuzilmasini yaxshilash mumkin;

– barqaror turizm va ekologik texnologiyalar: bunda raqamli nazoratni

¹⁶³ [Astanakulov O. T., Gulyamova G. P.](#) Turizmni rivojlantirishning hududiy jihatlari: Monografiya. – T.: [Lesson Press](#), 2022. B. 115.

¹⁶⁴ [Evensi](#) (2018): Turizm 4.0: [The Impact of Digital Disrubtion](#), 4 March 2018.

kuchaytirish orqali mijozlar sodiqligi va ishonchini orttirish mumkin. Undan tashqari bunday texnologik harakatlar atrof-muhitga zarar yetkazmasligi, aksincha uni har tomonlama qo'llab-quvvatlashi lozim. Shuning uchun ham raqamli nazorat bunda monitoring qilish, chiqindilar tashlanishi masalalariga e'tibor qaratish vazifalarini bajarishi kerak.

Yuqoridagi ma'lumotlardan shunday xulosaga kelish mumkinki, har qanday iqtisodiyotning katta ulushini o'zida saqlaydigan turizm sohasidagi rivojlanish bevosita turistik infratuzilma holatiga bog'liq. Ushbu infratuzilmani rivojlantirish, holatini yaxshi saqlash uchun esa bugungi XXI asr sharoitida hayotimizning bir qismiga aylanib ulgurgan zamonaviy raqamli texnologiyalar yordamidan foydalanish lozim. Bunda ularni turistik infratuzilmaning turli qismlariga, misol uchun yo'l belgilari, mehmonxona xizmatlari, yoki bronlash xizmatlarida joriy etish kelgusida kutilishi mumkin bo'lgan ijobiy natijalarga olib keladi va ish jarayonini anchayin soddalashtirib, osonlashishiga sabab bo'ladi.

Nigora ISMOILOVA,
Mirzo Ulug'bek nomidagi O'zbekiston milliy universiteti talabasi
Ilmiy rahbar: Shaxnoza JALOLOVA,
Mirzo Ulug'bek nomidagi O'zbekiston milliy universiteti dotsenti, PhD

INGLIZ TILINING TURIZM XIZMATLARIDA XALQARO STANDARTLAR BILAN INTEGRATSIYALASHUVI

Annotatsiya. Mazkur maqolada ingliz tilining turizm xizmatlariga xalqaro standartlar asosida integratsiyalashuvi o'rganilib, lingvistik tahlil, eksperimental metod, anketalar va statistik umumlashtirish usullari qo'llanilgan. Kommunikativ yondashuv hamda amaliy tilshunoslik prinsiplari metodologik asos bo'lib xizmat qilgan. Mavzu global turizmga til kompetensiyasini oshirish va xalqaro muloqot samaradorligini ta'minlashda dolzarb hisoblanadi.

Kalit so'zlar: til integratsiyasi, xalqaro kommunikatsiya standartlari, amaliy tilshunoslik, turizm diskursi, kasbiy kommunikativ kompetensiya, intermadaniy muloqot, til siyosati, xizmat ko'rsatish sohasi, sotsiolingvistik yondashuv, kommunikativ metodologiya.

Аннотация. В данной статье исследуется интеграция английского языка в сферу туристических услуг на основе международных стандартов. Используются методы лингвистического анализа, экспериментальный подход, анкетирование и статистическое обобщение. Методологическую основу составляют коммуникативный подход и принципы прикладной лингвистики. Тема является актуальной в контексте повышения языковой компетенции в глобальном туризме и обеспечения эффективности международного общения.

Ключевые слова: языковая интеграция, международные стандарты коммуникации, прикладная лингвистика, туристический дискурс, профессиональная коммуникативная компетенция, межкультурная коммуникация, языковая политика, сфера обслуживания, социолингвистичес-

кий подход, коммуникативная методология.

Abstract. *This article explores the integration of the English language into tourism services based on international standards. The study employs linguistic analysis, experimental methods, surveys, and statistical generalization. Communicative approach and principles of applied linguistics serve as the methodological basis. The relevance of the topic lies in enhancing language competence and ensuring effective international communication in the global tourism sector.*

Keywords: *language integration, international communication standards, applied linguistics, tourism discourse, professional communicative competence, intercultural communication, language policy, service sector, sociolinguistic approach, communicative methodology.*

Globalizatsiya jarayonlari dunyo bo'ylab tarmoq va sanoatlarning o'zaro bog'lanishini kuchaytirib, xalqlararo muloqot va madaniyatlararo almashishning yangi imkoniyatlarini yaratmoqda. Xususan, turizm sohasida ingliz tili nafaqat kommunikatsiya vositasi sifatida, balki xalqaro standartlarga muvofiq xizmat ko'rsatishning ajralmas qismiga aylangan[1]. Bugungi kunda ingliz tili turizm sohasida xushmuomalalik, xizmat ko'rsatishning yuqori sifati va mijozlarga yaxshi xizmatlar taqdim etishda asosiy o'rinni egallamoqda. Shu bilan birga, ingliz tilining turizm xizmatlariga integratsiyasi hamda xalqaro kommunikatsiya standartlari bilan uyg'unlashishi dolzarb masalalardan biri hisoblanadi [2].

Turizm sohasidagi ingliz tilini qo'llash faqatgina til o'rganish nuqtai nazaridan emas, balki global miqyosda raqobatbardoshlikni ta'minlashda, madaniyatlararo muloqotning rivojlanishida ham muhim ahamiyat kasb etadi. Ushbu maqola ingliz tilining turizm xizmatlarida xalqaro standartlarga asoslangan integratsiyasini o'rganib, amaliy tilshunoslik yondashuvlari yordamida mazkur jarayonni tahlil etishga qaratilgan. Mazkur tadqiqotda tilning kommunikativ rolini, uning xalqaro miqyosda qanday integratsiyalashishini va turizm sohasida til siyosatining qanday rivojlanayotganini tahlil qilish, ayni paytda, xizmat ko'rsatish sifatini oshirish va turizmni yanada samarali rivojlantirish uchun dolzarb yo'nalishlarni aniqlash maqsad qilingan. Shuningdek, ingliz tilining o'rni va ahamiyatini tushunish orqali, turizm va hospitality xizmatlari sohasidagi mutaxassislar uchun zarur kompetensiyalarni shakllantirish, kelajakda esa ularni global darajada raqobatbardosh qilish mumkin bo'ladi [3].

Ingliz tilining turizm xizmatlarida integratsiyasi bugungi kunda faqat til o'rganish masalasidan iborat emas, balki global iqtisodiy aloqalarning rivojlanishida, madaniyatlararo muloqotning samaradorligini oshirishda va turizm sohasining raqobatbardoshligini ta'minlashda muhim rol o'ynaydi. Ingliz tili, o'zining global tillar orasida keng tarqalganligi va universal kommunikatsiya vositasi sifatida, turizm va xizmat ko'rsatish sohalarida hal qiluvchi o'rin tutadi[4]. Biroq, uning samarali qo'llanilishi faqat tilning o'rganilishi bilan cheklanmaydi, balki xususiy xizmat ko'rsatish, mijozlarga individual yondashuv va madaniyatlararo ehtiyojlarni hisobga olish kabi kompleks yondashuvlarni talab etadi. Turizm sohasida ingliz tilining integratsiyasi, ayniqsa, xalqaro standartlar bilan uyg'unlashuv jarayonida bir qator

murakkabliklar va qiyinchiliklar mavjud. Xalqaro miqyosda xizmat ko'rsatish sifati va mijozlarga yetkazilayotgan xizmatning muvaffaqiyati ko'pincha til kompetensiyasiga, xususan, ingliz tiliga bog'liq. Biroq, bu jarayonda faqat tilni bilish emas, balki intermadaniy kompetensiyani shakllantirish, tilning mintaqaviy va madaniy xususiyatlarini hisobga olish ham muhimdir. Ingliz tili turizm xizmatlarida global kommunikatsiyani ta'minlashda yordam bersa-da, uning samarali ishlatilishi uchun turizm sohasidagi xodimlar, ularning tilga oid kompetensiyalari va xizmat ko'rsatish madaniyati o'rtasida chuqur o'zaro anglashuv zarur. Shu bilan birga, ingliz tilining turizm xizmatlarida integratsiyasi, ayniqsa, xizmat ko'rsatishning individual xususiyatlari va mijozlar ehtiyojlarini hisobga olish nuqtai nazaridan murakkab bir jarayonni tashkil etadi[5]. Turizm tarmog'ida ingliz tilining keng qo'llanilishi, xizmat ko'rsatuvchi xodimlarning til bilimlarini oshirishni taqozo qiladi. Biroq, bu faqat tilni yaxshi bilish bilan cheklanmaydi. Xodimlarning madaniy tafovutlarni tushunishlari, global va mintaqaviy xususiyatlar o'rtasidagi muvozanatni saqlash ham muhimdir. Ingliz tilini bilish, masalan, xushmuomalalik, mehmonlarga individual yondashuv va madaniy nozikliklarga e'tibor berish kabi ko'nikmalar bilan uyg'un bo'lishi kerak. Bu turizm xizmatlarining sifatini oshirishga, mijozlarning ehtiyojlarini yanada samarali qondirishga imkon beradi. Xalqaro kommunikatsiya standartlarini anglash va ularga muvofiq faoliyat ko'rsatish, o'z navbatida, global turizm sohasida hamkorlikni rivojlantirishda muhim omil bo'ladi. Ingliz tilining integratsiyasi, ayniqsa, global turizm tarmoqlarida yangi ishlanmalarni joriy etish, xizmat ko'rsatishning yangi metodlarini rivojlantirishda, raqobatbardoshlikni oshirishda ta'sir ko'rsatadi [6]. Mintaqaviy xususiyatlar va milliy til siyosatga e'tibor qaratish, shuningdek, madaniyatlararo muloqotning samaradorligini oshirishga yordam beradi. Ingliz tilining turizm xizmatlarida samarali integratsiyasi uchun kerakli bilim va ko'nikmalarni shakllantirishda zamonaviy texnologiyalar va innovatsion usullarni qo'llash zarur. Shu bilan birga, turizm sohasida ingliz tiliga oid o'qitish dasturlarini takomillashtirish, mutaxassislar tayyorlashda ilg'or pedagogik metodlarni qo'llash samarali natijalarga olib keladi.

O'rganilgan ma'lumotlarga asoslanib, ingliz tilining turizm xizmatlarida integratsiyasining dolzarbligi va samaradorligi haqida bir qator xulosalarga kelish mumkin. Birinchidan, ingliz tili global turizm tarmog'ida hamkorlik va muloqotni osonlashtirishda muhim vosita sifatida xizmat qiladi. Ikkinchidan, xalqaro kommunikatsiya standartlari va amaliy tilshunoslik yondashuvlari orqali ingliz tili turizm xizmatlarida yuqori sifatli muloqot va mijozlarga xizmat ko'rsatish jarayonini yaxshilash imkonini beradi. Shuningdek, til siyosati va madaniyatlararo kommunikatsiya tizimining to'g'ri rivojlanishi, mehmonxona va turizm xizmatlari sohasida muvaffaqiyatli integratsiyani ta'minlaydi.

Natijada, ingliz tilining turizm xizmatlarida integratsiyalashuvi global miqyosda turizm sohasining sifatini oshirishga, yangi imkoniyatlar yaratishga va raqobatbardoshligini mustahkamlashga xizmat qilmoqda. Biroq, uning muvaffaqiyatli amalga oshirilishi uchun turizm sohasidagi mutaxassislarning til kompetensiyasini oshirish va xizmat ko'rsatish madaniyatini rivojlantirish zarur. Bu, o'z navbatida, global turizm tarmog'ida barqaror va samarali rivojlanishning kafolati bo'lib xizmat qiladi. Ingliz tilining turizm sohasiga integratsiyasi faqatgina til bilimlarini oshirishni

emas, balki kasbiy va madaniy kompetensiyalarni rivojlantirishni ham talab qiladi. Xodimlar o'rtasidagi tilshunoslik darajasi va muloqotga bo'lgan yondashuv turizm xizmatlarining muvaffaqiyatli rivojlanishiga bevosita ta'sir qiladi[7]. Turizm sohasi jahon bo'yicha yanada globalizatsiyalashgan va raqobatbardosh bo'lib bormoqda, shu sababli tilni bilishning o'zi yetarli emas, balki xodimlar global miqyosdagi madaniyatlararo yondashuvlarni ham o'zlashtirishlari lozim.

Ingliz tilining turizm xizmatlarida integratsiyasi, shuningdek, xizmat ko'rsatish madaniyatini o'zgartirish, turizm tarmog'ida yuqori sifatli xizmatlar taqdim etish va xalqaro miqyosda mijozlar ehtiyojlariga moslashishga imkon yaratadi. Shunday qilib, bu jarayon turizm sohasining rivojlanishiga va uning global miqyosdagi raqobatbardoshligini oshirishga katta hissa qo'shadi. Kelajakda, bu yo'nalish bo'yicha qo'shimcha tadqiqotlar va amaliy ishlar orqali yanada samarali usullar va metodlarni ishlab chiqish mumkin. Shuningdek, turizmda ingliz tilining integratsiyasi boshqa tillar va madaniyatlar bilan integratsiyalashgan holatda, global turizm tarmog'ining yanada muvaffaqiyatli rivojlanishiga xizmat qiladi.

Mazkur tadqiqot ingliz tilining turizm xizmatlarida xalqaro kommunikatsiya standartlariga muvofiq integratsiyasining ahamiyatini chuqur o'rganishga qaratilgan. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatdiki, ingliz tili global turizm sohasining muhim tarmog'iga aylangan va uning samarali qo'llanilishi xizmat ko'rsatish sifatini oshirishda, mijozlar ehtiyojlarini qondirishda hamda madaniyatlararo muloqotning muvaffaqiyatli amalga oshirilishida markaziy rol o'ynaydi. Ingliz tilining turizm xizmatlarida integratsiyasi, faqat til bilimlariga asoslanib qolmasdan, kasbiy kompetensiyalarni oshirish, xodimlarning madaniy tafovutlarni tushunishi va kommunikativ yondashuvlarni shakllantirishni talab qiladi. Xalqaro miqyosda xizmat ko'rsatishning samaradorligi va sifatini ta'minlashda tilning o'rni nafaqat tarmoqdagi umumiy kommunikatsiyani rivojlantirish, balki turizm sohasidagi raqobatbardoshlikni oshirishga ham bevosita ta'sir qiladi. Bundan tashqari, ingliz tilining integratsiyasi turizm sohasida xalqaro standartlarga moslashishga yordam beradi, bu esa global miqyosdagi turizm xizmatlarini yaxshilashga, mijozlar bilan yanada samarali va sifatli aloqalar o'rnatishga imkon yaratadi. Shu sababli, ingliz tilini turizm xizmatlarida muvaffaqiyatli qo'llash uchun xodimlarning til kompetensiyasini oshirish, madaniyatlararo yondashuvlarni rivojlantirish va xizmat ko'rsatish madaniyatini takomillashtirish muhim ahamiyatga ega [8]. Ushbu tadqiqotning natijalari, shuningdek, kelajakda turizm va hospitality xizmatlari sohasida ingliz tilining integratsiyasini yanada chuqurroq o'rganish va innovatsion metodlarni joriy etish zarurligini ko'rsatadi. Natijada, ingliz tilining turizm sohasidagi roli va ahamiyatini to'liq anglash, global turizm tarmog'ining muvaffaqiyatli rivojlanishiga xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Abdullayev, A. *Ingliz tilini o'rganishda kommunikativ yondashuv.*, Toshkent: Universitet nashriyoti. 2018, 56-59 b.
2. Jenkins, J.. *Global Englishes: A Resource Book for Students. 3rd ed.*, London: Routledge. 2015, 112-116 b.
3. Kachru, B. B., Kachru, Y., & Nelson, C. L. *The Handbook of World*

Englises. Malden., MA: Blackwell Publishing. 2006, 87-92 b.

4.Maqsudov, M. *Til va madaniyatlararo muloqot.*, Toshkent: Fan va texnologiya nashriyoti. 2020, 34-36 b.

5.McArthur, T. *The Oxford Companion to the English Language.*, Oxford: Oxford University Press. 1992, 213-218 b.

6.Ting-Toomey, S. *Communicating Across Cultures.*, New York: The Guilford Press. 1999, 45-49 b.

7.Xushvaqto'v, M. *Ingliz tilida xizmat ko'rsatish va kasbiy kommunikatsiya.*, Toshkent: Ilmiy-texnik nashriyoti. 2019, 101-105 b.

8.Yusufov, A.. *Turizm va xizmat ko'rsatishda til integratsiyasi.*, Samarqand: Samarqand Davlat Universiteti nashriyoti. 2017, 120-125 b.

Bexzodjon NEMATOV,
O'zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi talabasi
Ilmiy rahbar: Kamoliddin JAHONGIROV,
O'zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi o'qituvchisi

“SMART TOURISM” KONSEPSIYASI ASOSIDA RAQAMLI INFRATUZILMANI JORIY ETISH: O'ZBEKISTONDA MUAMMOLAR, IMKONIYATLAR VA ISTIQBOLLAR

Annotatsiya. Yaqin kelajakda turizm sohasining raqamlashtirilishi va shaxsiy aloqalardan voz kechish jarayoni jadallashadi. Dasturiy mahsulotlar, mobil ilovalar, onlayn maslahatlar va raqamli gidlar orqali sayohat xizmatlarini elektron sotish xizmatlariga talab ortadi. Aqlli turizm va mustaqil sayohatlar uchun infratuzilma tez rivojlanadi, xususan avtomobilda sayohat qilish ommalashadi. O'zbekistonda so'nggi yillarda turizmni raqamlashtirish bo'yicha bir qator ilovalar va interaktiv xizmatlar joriy etildi. Bu esa xizmatlar sifatini oshirish, sayyohlarning O'zbekiston turizm salohiyati haqida xabardorligini kuchaytirishga xizmat qiladi. Dunyo miqyosida turizm iqtisodiyotning eng daromadli sohalaridan biri bo'lib, raqamli turizm innovatsion yo'nalish sifatida rivojlanmoqda. O'zbekiston ham ushbu jarayonda aqlli turizmni rivojlantirishga alohida e'tibor qaratmoqda.

Kalit so'zlar: Smart turizm, turizm istiqbollari, turizmni rivojlantirish, onlayn sayohatlar savdosi, onlayn konsalting, mobil ilovalar.

Аннотация. В ближайшем будущем процесс цифровизации туристической сферы и отказ от личных контактов будет стремительно развиваться. Повысится спрос на продажу туристических услуг через программное обеспечение, мобильные приложения, онлайн-консультации и цифровые гиды. Инфраструктура для умного туризма и самостоятельных путешествий будет стремительно развиваться, особенно станет популярным автотуризм. В Узбекистане за последние годы были внедрены ряд приложений

и интерактивных сервисов в рамках цифровизации туризма. Это способствует повышению качества услуг и укреплению информированности туристов о туристическом потенциале Узбекистана. В мировом масштабе туризм является одной из самых прибыльных отраслей экономики, а цифровой туризм развивается как инновационное направление. Узбекистан также уделяет особое внимание развитию умного туризма в этом процессе.

Ключевые слова: *Смарт-туризм, перспективы туризма, развитие туризма, онлайн-продажа туристических поездок, онлайн-консалтинг, мобильные приложения.*

Abstract. *In the near future, the process of digitalizing the tourism sector and moving away from personal interactions will accelerate. There will be a growing demand for the electronic sale of travel services through software products, mobile applications, online consultations, and digital guides. Infrastructure for smart tourism and independent travel will develop rapidly, with road trips becoming increasingly popular. In recent years, Uzbekistan has introduced a number of applications and interactive services aimed at digitalizing tourism. This contributes to improving service quality and increasing tourist awareness of Uzbekistan's tourism potential. Globally, tourism is one of the most profitable sectors of the economy, and digital tourism is developing as an innovative direction. Uzbekistan is also paying special attention to the development of smart tourism within this process.*

Keywords: *Smart tourism, tourism prospects, tourism development, online travel sales, online consulting, mobile applications.*

Bugungi kunda turizm sohasi raqamlashtirish jarayoniga duch kelmoqda va shaxsiy aloqalardan uzoqlashmoqda, ya'ni dasturiy mahsulotlar, mobil ilovalar, onlayn maslahatlar va raqamli gidlar orqali sayohat xizmatlarini elektron sotish xizmatlariga talab ortadi. Bundan tashqari, yaqin yillarda mustaqil sayohatlar uchun mo'ljallangan raqamli turizm va uning infratuzilmasi jadallik bilan rivojlanadi. Turistik joylarning mobil ilovalari va elektron platformalari sayyohlarga harakatlanish va diqqatga sazovor joylarni ziyorat qilishda qulaylik yaratadi.

Iqtisodiy sohada esa, raqamli turizm innovatsion yo'nalish sifatida tez sur'atlarda rivojlanmoqda. O'zbekiston ham turizm, jumladan, raqamli turizmni rivojlantirishga katta e'tibor qaratmoqda. Bugungi kunda O'zbekistonda turistlar oqimini tiklash, xarajatlar va ularning qolish muddatini oshirish, takroriy tashriflar sonini ko'paytirish uchun qaysi turizm xizmatlariga e'tibor qaratish lozimligini aniqlash zarur. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018-yil 14-maydagi "Elektron tijoratni jadal rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PQ-3724-sonli qarorini amalga oshirish maqsadida, O'zbekiston Respublikasi Turizm qo'mitasi Axborot texnologiyalari vazirligi bilan hamkorlikda Silkroad.uz xalqaro axborot tizimini ishlab chiqdi. Ushbu platforma sayyohlarga mustaqil va tezkor bron qilish imkonini beradi, ro'yxatdan o'tish jarayonini tezlashtiradi hamda mehmonlar va turizm korxonalari xodimlari uchun xizmatlar uchun to'lovlarni qulay va tez amalga

oshirishni ta'minlaydi. Bundan tashqari, Turizm qo'mitasi tadbirkorlarni bunday raqamli mahsulotlarni joriy etish va turizm biznesi subyektlari uchun boshqaruv jarayonlarini yengillashtirish orqali qo'llab-quvvatlamoda.

O'zbekistonda aqlli turizmni rivojlantirish uchun mobil ilovalar, elektron platformalar va boshqa raqamli texnologiyalardan foydalanish zarur. Bugungi kunda bunday mahsulotlar aviachiptalar, taksi, tur paketlari va mehmonxonalarni bron qilishda keng qo'llanilmoqda. Ularning asosiy afzalliklari – real vaqt rejimida ma'lumot berish, davlat bojlari to'lovini avtomatlashtirish, hisobotlarni soddalashtirish va xatolarni kamaytirishdir.

Shu maqsadda "Raqamli turizm" mobil ilovasi loyihasini ishlab chiqilgan bo'lib, bu ilova kengaytirilgan reallik texnologiyasi yordamida QR-kod orqali turistik obyektlar haqidagi ma'lumotlarni vizual tarzda ko'rsatadi. Oldin ishlab chiqilgan Uzbekistan Pass ilovasi esa yangilanmayapti, bu esa yangi turistik obyektlarni qamrab olishga to'sqinlik qilmoqda. Biz taklif qilayotgan yangi ilova esa mamlakat bo'ylab turizm xizmatlari uchun yagona raqamli platforma bo'ladi. Ilova O'zbekistonning tarixiy joylari, muzeylar, bog'lar, dam olish maskanlari va boshqa obyektlar bo'yicha interaktiv bazani o'z ichiga oladi. Bu mahalliy va xorijiy turistlarni jalb qilish, xizmatlar sifatini oshirish, turizm orqali mahalliy byudjet daromadlarini 20% gacha ko'paytirish imkonini beradi. Shuningdek, foydalanuvchi o'z vaqt va byudjetiga mos ravishda mustaqil intellektual tur tuzishi mumkin bo'ladi.

Mobil ilovada turistik obyektlar bo'yicha ma'lumotlar to'plashda ilmiy va tarixiy manbalar, statistik ma'lumotlar va xorijiy sayyohlar tajribasi asosida tahlillar o'tkaziladi. Bu ma'lumotlar ingliz, rus va o'zbek tillarida bo'ladi hamda ilova orqali taqdim etiladi. Foydalanuvchilar uchun monitoring tizimi ishlab chiqilib, turistik obyektlarga tashriflar statistikasi yuritiladi va reyting tizimi shakllantiriladi. Ilovani ishlab chiqish 4 bosqichda amalga oshiriladi:

- turistik obyektlarning interaktiv bazasini yaratish;
- chet el tajribasini o'rganib, dasturiy yechimlarni tanlash;
- mustaqil tur tuzuvchi intellektual dastur va monitoring tizimini ishlab chiqish;
- raqamli turizmni rivojlantirish uchun ilmiy-uslubiy asoslar yaratish.

Ilova Play Market va Appstore'dan yuklab olinadi. U orqali turistlar obyektlarni topish, marshrut tuzish, turpaketlar sotib olish va qo'shimcha xizmatlardan foydalanishlari mumkin bo'ladi.

Yuqorida asosan asosiy xizmatlarni mijozlar uchun qulaylashtirish haqida so'z bordi, biroq qo'shimcha xizmatlarni (shu jumladan tibbiy xizmatlarni) yanada qulay tarzda taklif etish imkoniyatlarini ham inobatga olish kerak. Bu bevosita sanatoriyaning moliyaviy natijalariga ijobiy ta'sir ko'rsatishi mumkin. An'anaviy tibbiy xizmatlar texnologik sxemasida mijoz qo'shimcha xizmatlarni faqat shifokor qabulida yoki undan keyin buyurtma qilishi mumkin. Birinchi holatda, bemor hali bu xizmatdan foydalanishni istash-istamasligiga ishonch hosil qilmagan bo'lishi mumkin, ikkinchi holatda esa u sanatoriya bir nechta binodan iborat bo'lganida

yagona xizmat ko'rsatish joyi hisoblangan ro'yxatdan o'tish joyiga borishni va navbatda turishni xohlamasligi mumkin.

Mobil ilovalar tibbiy xizmatlarni sotish ehtimolini oshiradi, ro'yxatga olish bo'limi va umumiy amaliyot shifokori yuklamasini kamaytiradi. Mijozlarni bunday xizmatlardan foydalanishga rag'batlantirish uchun esa chegirmalar va bonuslar taklif qilish mumkin.

To'lov usullari bo'yicha esa, ba'zi ilg'or texnologiyalarga ega sanatoriyalarning tajribasiga murojaat qilish mumkin. Ular muvaffaqiyatli ravishda depozit va mijoz kartalari tizimidan foydalanmoqda. NFC o'quvchilarining (kartalarni o'qish qurilmalari) narxi kassa apparatlariga nisbatan ancha arzon bo'lgani uchun, ularni deyarli har qanday xizmat ko'rsatiladigan xonaga o'rnatish mumkin. Mijoz har safar xizmat uchun kassaga borib to'lov qilish o'rniga, butun dam olish muddati davomida depozit kartasi orqali to'lovlarni amalga oshirishi mumkin. Ketishda esa qarzdorlikni to'lashi (postpaid) yoki qolgan qoldiqni qaytarib olishi mumkin bo'ladi. Bu g'oya mobil ilovaning to'lov bo'limi shaklida rivojlantirilmoqda. To'lovlarni depozit hisobidan yoki onlayn to'lov orqali amalga oshirish mumkin bo'ladi. Shunday qilib, hali depozit tizimiga o'tmagan va NFC o'quvchilarini xarid qilmagan sanatoriyaalar bevosita mobil ilova orqali ushbu sxemaga o'tish imkoniyatiga ega bo'ladilar.

Dasturiy ta'minotni ishlab chiqish xarajatlari va joriy etish variantlarini aniqlash bo'yicha esa ikki asosiy imkoniyatni ajratish mumkin:

- har bir platforma (iOS va Android) uchun alohida (native) dastur ishlab chiqish;

- har ikkala platformada bir xil ishlaydigan universal dastur ishlab chiqish.

Birinchi variant har bir platformaning barcha imkoniyatlaridan to'liq foydalanish va kelajak uchun poydevor yaratish imkonini beradi, biroq bu juda qimmat: minimal funksionalga ega dastur ishlab chiqish narxi har bir platforma uchun 500 ming AQSh dollarigacha yetishi mumkin. Bu esa uzoq hududlardagi sanatoriyalarni qiziqalmasligi mumkin.

Ikkinchi variant – Progressive Web Apps (PWA) bo'lib, ular veb-texnologiyalar (JavaScript, HTML, CSS) asosida yaratiladi va veb-sayt qulayligi bilan birga mobil ilovalarga xos foydalanuvchi interfeysi va texnik imkoniyatlarni birlashtiradi. Bu yechim yuqorida tasvirlangan funksiyalarni amalga oshirish uchun yetarli, biroq rivojlanish salohiyati cheklangan. Shu bilan birga, ishlab chiqish narxi ancha arzonroq: 500 ming AQSh dollari evaziga bitta dastur yaratiladi, u deyarli barcha qurilmalarda ishlay oladi. Ilovani AppStore va Google Play do'konlarida joylashtirish masalasida ham qisqacha to'xtalish kerak. Masalan, Google Play'da dasturchi akkaunti uchun bir martalik 25 dollar to'lov talab qilinadi. Apple'da esa yillik 99 dollar to'lov mavjud. PWA ilovalari esa bevosita veb-saytdan o'rnatilishi mumkin, biroq keng auditoriyaga chiqish uchun ilovani rasmiy do'konlarda ham joylashtirish maqsadga muvofiqdir, chunki foydalanuvchilar odatda ilovalarni aynan

shu do‘konlardan yuklab olishadi.

Xulosa qilib aytganda, mobil ilovalar va raqamli mahsulotlar mijozlarga xizmat ko‘rsatishni qulaylashtirish va ularning turoperatorlarga bo‘lgan sodiqligini oshirishga xizmat qiladi. Mobil ilova navbatlarni kamaytirish, ovqat buyurtma qilish imkonini berib, mijozlarga yoqimli dam olishga e‘tibor qaratish imkonini beradi, bu harakatlanishi qiyin bo‘lgan bemorlar uchun ayniqsa muhimdir. Qo‘shimcha xizmatlarni buyurtma qilish qulayligi va sodiqlik dasturlari sanatoriya xodimlariga nisbatan mijozlarni “saxiy” bo‘lishga undaydi. Avtomatlashtirish va mobil texnologiyalar sanatoriya biznesining muvaffaqiyatli yuritilishida muhim ahamiyatga ega va bu imkoniyatlardan albatta foydalanish kerak. Shu o‘rinda raqamli turizmning mamlakat iqtisodiyotidagi o‘rni va aholi hayot darajasiga ta’siri shubhasizdir. Mobil ilovada tarixiy yodgorliklar, muzeylar, ziyoratgohlar, dam olish maskanlari haqidagi ma’lumotlar jamlanadi va yagona interaktiv baza yaratiladi. Respublikaning eng muhim turistik obyektlari belgilab olinib, kasaba uyushmalari va yoshlar ittifoqi bilan hamkorlikda aholi uchun sayohatlar tashkil etiladi.

O‘zbekistonning tarixiy joylari, muzeylari, ko‘rgazmalari, dam olish maskanlari, mehmonxonalar, bog‘lar va boshqa obyektlar haqidagi ma’lumotlarni jamlovchi mobil ilova ishlab chiqiladi. Ushbu loyiha xorijiy va mahalliy sayyohlarni jalb qilib, aqlli turizm, ta’limiy va ekoturizmni rivojlantirish, xizmatlar sifatini oshirish, yangi iqtisodiy imkoniyatlarni yaratishga olib keladi. Bu esa mahalliy byudjet daromadlarining 20% gacha o‘shishiga sabab bo‘ladi.

Sayyohlarning mamlakatda bo‘lish vaqti va byudjeti asosida o‘ziga mos intellektual sayohat marshrutini tuzib beradigan dasturiy mahsulotlar yaratiladi. Turistik va dam olish resurslarini baholash orqali turizm sohasini rivojlantirish va soha daromadlarini oshirish rejalashtirilgan. Loyiha doirasida quyidagi natijalarga erishish ko‘zda tutilgan:

- tarixiy joylar, muzeylar, dam olish hududlari, mehmonxonalar, bog‘lar va boshqa obyektlar haqidagi yagona interaktiv ma’lumotlar bazasini yaratish;
- ushbu baza asosida turistik obyektlarga QR-kod tizimini joriy etish;
- tarixiy joylar va dam olish hududlari bo‘yicha mobil ilova ishlab chiqish;
- elektron katalog foydalanuvchilarini kuzatish va obyektlar reytingini tuzish, ekoturizm, agroturizm, gastronomik va rekreatsion turizm salohiyatini baholash va elektron katalog yaratish;
- elektron katalogni mehmonxona band qilish, taksi chaqirish va boshqa xizmatlar bilan integratsiya qilish;
- ilova va saytni o‘zbek, rus, ingliz va xitoy tillarida qo‘llab-quvvatlash va barcha ma’lumotlarni internetda joylashtirish;
- sayyohlarning byudjeti, qiziqishlari va safar davomiyligiga mos marshrutlarni tavsiya etadigan intellektual tizim yaratish, audiogidlar uchun ko‘p tilli ma’lumotlar bazasini shakllantirish.

Kelajakda UzFinder nomli mobil ilova ishlab chiqilishi rejalashtirilgan bo‘lib,

u foydalanuvchilarga eng yaqin hojatxonalar va bepul Wi-Fi zonalarini topishga yordam beradi. UzFinder foydalanuvchilarga hojatxonalarni baholash, ularning suratlarini joylashtirish, narxi yoki bepul ekanligini ko'rsatish imkoniyatini ham beradi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Kolesov A. Rossiya'dagi mobil texnologiyalar: birinchi gadjetlardan korporativ yechimlargacha / A. Kolesov // PC Week/RE. 2015. No. 17 (894).
2. Gladilin V.A. Turizm iqtisodiyotida innovatsion jarayonlarni shakllantirish metodologiyasi va tushunchalari: monografiya / V.A. Gladilin. – Moskva: RUSAINS, 2017. 167 bet.
3. Poklonova E.V. Jamoat ovqatlanish korxonalarini rivojlantirish vositasi sifatida mobil ilova / E.V. Poklonova, E.Yu. Savina // Siyosat, iqtisodiyot va ijtimoiy soha: o'zaro ta'sir muammolari. 2016. – No. 3. – B. 141-146.

Nargiza TURSUNBOYEVA,
O'zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi talabasi,
Ilmiy rahbar: Uktam JIYANOV,
O'zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi katta o'qituvchisi

RAQAMLI MARKETING VA IJTIMOY TARMOQLARNING TURIZMNI RIVOJLANTIRISHDAGI O'RNI

Annotatsiya. Ushbu maqola zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalari taraqqiyoti natijasida shakllanayotgan raqamli marketing va ijtimoiy tarmoqlarning turizm sohasi rivojiga ko'rsatadigan ta'sirini chuqur tahlil qiladi. Shuningdek, O'zbekiston tajribasi misolida raqamli texnologiyalarni joriy etishdagi amaliy yondashuvlar ham tahlil qilinadi. Maqola natijalari turizm sohasida raqamli yondashuvlardan samarali foydalanish bo'yicha ilmiy-nazariy va amaliy tavsiyalarni o'z ichiga oladi.

Tayanch so'zlar: raqamli marketing, ijtimoiy tarmoqlar, turizm sohasi, SEO, kontekstli reklama, influencer marketing, foydalanuvchi yaratuvchi kontent, digital transformatsiya, brend strategiyasi, internet marketing, target reklama

Abstract. This article provides an in-depth analysis of the impact of digital marketing and social networks on the development of the tourism sector amid the rapid advancement of modern information and communication technologies. It also examines practical approaches to the implementation of digital technologies, using Uzbekistan's experience as a case study. The findings of the article offer scientific-theoretical and practical recommendations for the effective use of digital approaches in the tourism sector.

Keywords: digital marketing, social media, tourism sector, SEO, contextual advertising, influencer marketing, user-generated content, digital transformation, brand strategy, internet marketing, targeted advertising.

So‘nggi o‘n yilliklarda internet va raqamli texnologiyalarning jadal rivojlanishi jahon miqyosida turizm industriyasining rivojlanish mexanizmlarini tubdan o‘zgartirib yubordi. An’anaviy marketing usullari o‘rnini raqamli platformalar egallab, endilikda iste’molchilar va sayyohlar o‘z sayohatlarini rejalashtirish, bron qilish, sharhlar o‘qish va fikr almashishda asosan onlayn vositalardan foydalanmoqda. Bunday o‘zgarishlar, albatta, turizm sohasi subyektlaridan moslashuvchanlik, innovatsion strategiyalarni qo‘llash va raqamli kompetensiyalarga ega bo‘lishni talab etmoqda. Xususan, ijtimoiy tarmoqlar – Facebook, Instagram, TikTok, YouTube kabi platformalar – turistik mahsulotlar va xizmatlar marketingining eng muhim kanallaridan biriga aylandi.

Foydalanuvchi yaratuvchi kontentlar, influencerslar orqali brend imijini shakllantirish, interaktiv reklama vositalari orqali potentsial mijozlar bilan muloqot qilish turistik tashkilotlar uchun muhim strategiyalardan biridir. Bunga qo‘shimcha ravishda, SEO va kontekstli reklama (Google Ads, Yandex Direct va boshqalar) vositalari turistik kompaniyalar saytlarining top-pozitsiyalarda joylashishiga yordam beradi. Maqolaning maqsadi – raqamli marketing va ijtimoiy tarmoqlar orqali turizm sohasini rivojlantirishning nazariy asoslari va amaliy yondashuvlarini tahlil qilish, dolzarb muammolarni yoritish va ularning yechimlari yuzasidan ilmiy asoslangan xulosalar chiqarishdan iborat.

Raqamli marketing – bu mahsulot va xizmatlarni internet va raqamli texnologiyalar yordamida targ‘ib qilish, foydalanuvchilar bilan real vaqt rejimida muloqot qilish imkonini beruvchi zamonaviy marketing yondashuvidir. U an’anaviy reklama uslublariga nisbatan interaktivlik, aniqlik, tezkorlik va auditoriyani segmentlashtirish bo‘yicha afzalliklarga ega. Aynan shu xususiyatlari uni turizm sohasida qo‘llash uchun eng maqbul vositaga aylantiradi. Turizm – bu tajriba, taassurot va his-tuyg‘ularga asoslangan xizmat sohasi bo‘lib, sayohatchilar qaror qabul qilishda ko‘proq vizual va ijtimoiy dalillarga tayanishadi. Shu sababli, raqamli marketing vositalari, xususan, ijtimoiy tarmoqlarda reklama, video va foto-kontent, sharhlar, bloglar va virtual sayohatlar orqali turistlarga kuchli psixologik ta’sir ko‘rsatish imkonini yaratadi.

Raqamli marketingning asosiy vositalari quyidagilardan iborat: SEO (Search Engine Optimization) – sayyohlar ma’lumot izlayotganida, turistik kompaniya saytlarining qidiruv tizimlarida yuqori o‘rinda chiqishini ta’minlaydi. Kontekstli reklama – foydalanuvchilarning qiziqishlariga mos holda reklamalarni avtomatik tarzda chiqarish imkonini beradi. Email marketing – sayyohlar bilan aloqani saqlab qolish, ularga individual takliflar yuborish vositasidir. Veb-saytlar va mobil ilovalar – bron qilish, to‘lovlarni amalga oshirish va xizmatlardan foydalanishni soddalashtiradi. Raqamli tahlil vositalari (Google Analytics, Yandex Metrika va b.) – marketing kampaniyalari samaradorligini o‘lchab, strategiyani optimallashtirish imkonini beradi.

Bugungi globallashtirish va raqobatbardosh turizm bozorida har qanday kompaniya yoki tashkilot raqamli marketing strategiyasiga ega bo‘lmas ekan, u o‘z auditoriyasini yo‘qotib qo‘yishi, zamonaviy mijozlar bilan aloqa o‘rnata olmasligi mumkin. Ayniqsa, Yevropa va Osiyo davlatlarida raqamli marketing orqali

millionlab foydalanuvchilarga chiqilayotgani, turizm brendlari raqamli identitet asosida shakllanayotgani kuzatilmoqda. Shuningdek, pandemiyadan keyingi davrda raqamli marketingning ahamiyati yanada oshdi.

An'anaviy oflayn savdo va marketing vositalarining o'rnini tobora to'liq onlayn texnologiyalar egallamoqda. Xususan, so'nggi yillarda sayohat xavfsizligi, sanitariya qoidalariga rioya qilish va real vaqt rejimidagi ma'lumotlarga bo'lgan talab ortgani sababli raqamli yondashuvlar qulaylikdan ko'ra zaruratga aylana boshladi. Bu esa raqamli marketingni oddiy reklama vositasi emas, balki turizm industriyasining raqamli transformatsiyasi uchun strategik vosita sifatida qaralishini taqozo etmoqda. Raqamli marketing orqali kompaniyalar nafaqat o'z xizmatlarini targ'ib etadi, balki mijozlar bilan doimiy aloqada bo'lish, brendga bo'lgan sadoqatni oshirish va bozordagi mavqeini mustahkamlash imkoniga ega bo'ladi.

Ayniqsa, bu jarayonda ijtimoiy tarmoqlarning roli alohida ahamiyat kasb etmoqda. Bugungi kunda ular inson hayotining ajralmas qismiga aylanib, muloqot vositasidan tashqari axborot qidirish, qaror qabul qilish, xizmatlarni tanlash, fikr almashish va iste'molchi tajribasini baholash uchun asosiy platformaga aylangan. Turizm sohasida esa bu jarayon yanada yaqqol ko'zga tashlanmoqda. Statistik ma'lumotlarga ko'ra, sayohatni rejalashtirayotgan foydalanuvchilarning qariyb 70 foizi ijtimoiy tarmoqlardagi kontent, foydalanuvchi sharhlari va vizual tasvirlar asosida qaror qabul qiladi. Shu bois, turistik tashkilotlar va destinatsiyalar uchun ijtimoiy tarmoqlarda faol va strategik ishtirok etish bugungi raqamli muhitda muhim omilga aylangan.

Instagram, Facebook, TikTok, YouTube kabi platformalarda joylashtirilgan professional yoki foydalanuvchilar tomonidan yaratilgan kontentlar turistlarning e'tiborini jalb etishda juda katta rol o'ynaydi. Ijtimoiy tarmoqlarning turistik qarorlarga ta'sir qiluvchi asosiy omillari: Vizual kontent (foto, video): Estetik jihatdan jozibador manzara, xizmat ko'rsatish sifati yoki mehmonxona interyeri tasvirlari sayohatchilarni jalb qilishda katta rol o'ynaydi. Vizual kontentlar auditoriyaga hissiy ta'sir o'tkazadi. Sharhlar va reytinglar: Mijozlar tomonidan qoldirilgan baholar, fikrlar potensial mijozlarning ishonchini orttiradi yoki kamaytiradi. Bu element ijtimoiy isbot (social proof) sifatida xizmat qiladi. Jonli efirlar va hikoyalar (stories): Real vaqt rejimidagi kontentlar foydalanuvchilarni brendga yanada yaqinlashtiradi. Ayniqsa, sayohatlar davomida jonli efir orqali destinatsiyalarni tanishtirish mijozda ishonch uyg'otadi. Hashtaglar va geoteglar: Ijtimoiy tarmoq algoritmlari asosida targ'ib qilinadigan joylar, brendlar va tadbirlar kengroq auditoriyaga yetib boradi. Shuningdek, ijtimoiy tarmoqlar orqali foydalanuvchilar o'z tajribalarini boshqalar bilan bo'lishish orqali marketing jarayonining faol ishtirokchisiga aylanmoqda. Bu holat "iste'molchi – yaratuvchi" (prosumer) modelini vujudga keltirib, turizm sohasida marketingning an'anaviy yo'nalishlarini yangilamoqda. O'zbekiston sharoitida ham bu jarayon bosqichma-bosqich joriy etilmoqda: masalan, "Uzbekistan.travel", "Silk Road Samarkand" kabi sahifalar orqali xalqaro auditoriyaga yo'naltirilgan kontentlar ishlab chiqilmoqda.

Zamonaviy turizm marketingining eng innovatsion va samarali yondashuvlaridan biri bu – influencer marketing hamda foydalanuvchi yaratuvchi kontent (User Generated Content – UGC) hisoblanadi. Ushbu vositalar orqali

kompaniyalar an'anaviy reklama uslublaridan ko'ra ishonchliroq, tabiiyroq va emotsional jihatdan kuchliroq aloqani auditoriya bilan o'rnatishga erishmoqda. Ayniqsa, sayohatchilar o'z qarorlarini shakllantirishda real odamlarning shaxsiy tajribasiga asoslangan kontentga katta ahamiyat beradilar. Influencer marketing – bu muayyan auditoriyaga ega bo'lgan shaxslar (bloggerlar, sayyohlar, ijtimoiy tarmoq yulduzlari) orqali mahsulot yoki xizmatni reklama qilish jarayonidir. Ushbu uslub ayniqsa, Instagram, TikTok, YouTube platformalarida faol qo'llaniladi. Influencerlar o'z obunachilari bilan doimiy muloqotda bo'lib, ular tomonidan ishonchli manba sifatida qabul qilinadi. Shu bois, ular tomonidan tavsiya etilgan joylar, mehmonxonalar, turpaklar turistlar e'tiborini oson jalb qiladi. Influencer marketingning afzalliklari: Brendga bo'lgan ishonchni orttiradi, maqsadli auditoriyaga tezda yetib boradi, kontentni viral (tez tarqaluvchi) qiladi, brendga emotsional jihatdan bog'lanishni kuchaytiradi. Masalan, dunyo miqyosida mashhur "travel blogger"lar tomonidan e'lon qilingan kontentlar ayrim destinatsiyalarning mashhurligini bir necha barobar oshirgan. O'zbekistonda ham bu yo'nalishda dastlabki qadmlar tashlangan. "Travel with Jahongir", "The Travelling Uzbek" kabi blogerlarning faoliyati mahalliy brendlar va turistik joylarga diqqatni tortmoqda.

UGC – bu sayohatchilarning o'zlari tomonidan ixtiyoriy ravishda yaratilgan va ijtimoiy tarmoqlarda joylashtirilgan kontentlar bo'lib, ular fotosuratlar, videolar, sharhlar, bloglar va hikoyalar ko'rinishida bo'lishi mumkin. Ushbu kontentlar turistik kompaniyalar uchun bepul marketing vositasi hisoblanadi va ayni paytda ishonchli manba sifatida qabul qilinadi. UGCning marketingdagi roli: Mijozlarning ishonchini kuchaytiradi, brend sodiqligini oshiradi, turistik tajribaning ijtimoiy dalilini taqdim etadi, brend haqida foydalanuvchilarning ixtiyoriy reklamasini yaratadi. Tadqiqotlar shuni ko'rsatmoqdaki, foydalanuvchi yaratuvchi kontentga asoslangan reklama turlari an'anaviy reklamalarga nisbatan 2–3 barobar yuqori konversiya ko'rsatkichlariga ega. Sayohatchi o'zining ta'tildagi suratini joylashtirsa, bu uning tanlovidan boshqa sayohatchilar ham foydalanishini anglatadi. Shu orqali yangi mijozlar oqimi paydo bo'ladi.

Influencer marketing va UGC birgalikda qo'llanilganda, kuchli sinergiya hosil qiladi. Influencerlar tomonidan boshlangan kompaniyalar foydalanuvchilarni kontent yaratishga undaydi va bu jarayon doimiy reklama effektini yuzaga keltiradi. Brendlar esa bu kontentlarni tahlil qilib, eng samaralilarini yana marketing strategiyasida qayta ishlatishi mumkin. O'zbekistonda bu yondashuvlar hali to'liq shakllanmagan bo'lsa-da, ular rivojlanish bosqichida. Davlat turizm qo'mitalari va xususiy sektor vakillari orasida UGCga asoslangan kompaniyalar soni ortib bormoqda. Jumladan, Instagram va TikTokda "#VisitUzbekistan", "#SilkRoadDestinations" kabi hashtaglar ostida yuzlab kontentlar yaratilmoqda.

Raqamli ekotizimda brendning raqobatbardoshligini ta'minlashda ijtimoiy tarmoqlarda yuzaga keladigan axborot oqimini tizimli nazorat qilish va tezkor boshqarish dolzarb masalaga aylangan. Ayniqsa, turizm sohasida xizmatlar ko'p hollarda sub'yektiv baholanadiganligi sababli, har qanday salbiy tajriba yoki noto'g'ri axborot ijtimoiy tarmoqlarda keng tarqalib, butun brend reputatsiyasiga putur yetkazishi mumkin. Krizis holatlari ko'pincha oldindan prognoz qilinmaydi. Ammo ularning oqibatlarini yumshatish yoki bartaraf etish uchun zarur bo'lgan eng

asosiy jihat – bu ijtimoiy tarmoq monitoringi va shaffof kommunikatsiya strategiyasidir. Ijtimoiy tarmoq monitoringi foydalanuvchilar tomonidan bildirilayotgan fikr, izoh, baho va e'tirozlarni real vaqt rejimida kuzatish, ularni tahlil qilish va javob berish algoritmlarini o'z ichiga oladi. Zamonaviy raqamli boshqaruvda bu jarayonlar maxsus vositalar – Brandwatch, Talkwalker, Meltwater, Sprinklr kabi platformalar orqali avtomatlashtirilgan. Ushbu vositalar nafaqat salbiy fikrlarni aniqlash, balki ularning tarqalish tezligi va auditoriyaga ta'sir doirasini ham tahlil qiladi. Bu esa turistik brendga vaziyatga mos, ijtimoiy mas'uliyatli va professionallik asosida yondashishga imkon beradi. Krizis boshqaruvida asosiy tamoyil – bu kechikmaslikdir. Har qanday salbiy izohga javob berishda kompaniyaning pozitsiyasi ochiq, konstruktiv va mijozga qaratilgan bo'lishi lozim. Ushbu yondashuv foydalanuvchilarning e'tirozlarini inobatga olish, xizmat sifatini oshirishga intilish va ishonchni tiklash orqali ijobiy brend imijini saqlab qoladi. Reputatsiya monitoringining yana bir muhim jihati – bu oldini olish strategiyasidir. Masalan, “sentiment analysis” orqali auditoriya kayfiyatini ilgari aniqlash va potentsial salbiy holatlarni oldindan bartaraf etish mumkin. Bu esa turistik kompaniyalar uchun nafaqat krizis oqibatlarini kamaytirish, balki uzoq muddatli mijoz sodiqligini shakllantirish imkonini beradi. Shuningdek, turizm tashkilotlarida maxsus SMM va PR mutaxassislaridan iborat krizisga qarshi guruhlar tashkil etilishi, raqamli kommunikatsiyada favqulodda holatlarda tezkor reaksiya berish tizimining mavjudligi zarur. Zero, raqamli dunyoda reputatsiya bu – asosiy aktivlardan biridir.

So'nggi yillarda global raqamli marketingda kuzatilayotgan asosiy tendensiyalardan biri – foydalanuvchi tomonidan yaratilgan kontentning (User-Generated Content, UGC) brend strategiyalaridagi ahamiyatining ortib borishidir. Ayniqsa, turizm sanoatida bu yondashuv marketing kommunikatsiyalarini ishonchli, interaktiv va autentik (asl) uslubda shakllantirish imkonini beradi. UGC – bu foydalanuvchilarning o'z ixtiyori bilan ijtimoiy tarmoqlar, bloglar yoki sharh platformalarida joylashtirgan rasmlar, videolar, matnli izohlar, vloglar va boshqa kontent shakllaridir. UGC asosidagi marketing strategiyasi sayohatchilarning shaxsiy tajribasi asosida ishlab chiqilgan kontentga asoslanadi, bu esa boshqa potentsial mijozlar uchun eng kuchli ijtimoiy isbot (social proof) vazifasini bajaradi. Raqamli marketingda UGC'ning afzalliklari bir necha omillarda namoyon bo'ladi. Avvalo, bu turdagi kontent ishonchlilik koeffitsienti yuqori bo'lgan axborot manbasi sifatida e'tirof etiladi. Tahlillar shuni ko'rsatadiki, foydalanuvchilar kompaniya tomonidan yaratilgan reklamalarga nisbatan boshqa mijozlarning tajribasi asosida yaratilgan post va sharhlarga ko'proq ishonadilar. Ikkinchidan, UGC kontentlar marketing xarajatlarini sezilarli darajada kamaytiradi, chunki ularni yaratuvchilar – kompaniyadan mustaqil foydalanuvchilarning o'zlari hisoblanadi. UGC'ning yana bir muhim jihati – bu brendga sodiqlikni mustahkamlovchi omil sifatida xizmat qilishidir. O'z kontentini kompaniya rasmiy sahifasida ko'rgan foydalanuvchilar o'zini jamoaning bir qismi deb his qiladi, bu esa ularning faol ishtirokini ta'minlaydi. Ayniqsa, turistik kompaniyalar tomonidan o'tkaziladigan onlayn tanlovlar, heshteg kampaniyalari, sharhlar asosida sovrinli loyihalar mijozlarni kontent yaratishga undaydi. Amaliy jihatdan olganda, turizmda UGC quyidagi yo'nalishlarda qo'llaniladi: sayohatchilar tomonidan Instagram va TikTok'da joylashtirilgan surat va

videolarni repost qilish; YouTube'da sayohat bloglarini brend reklamasiga integratsiya qilish; TripAdvisor, Google Reviews va Booking.com kabi platformalardagi mijoz fikrlarini raqamli obro'ni shakllantirish vositasi sifatida ko'rib chiqish. Bu esa nafaqat yangi auditoriyaga erishish, balki mavjud mijozlarning ishonchini mustahkamlashga xizmat qiladi. O'zbekistonda ham UGC asosidagi marketing strategiyalari bosqichma-bosqich joriy qilinmoqda. "Uzbekistan.travel" portali tomonidan targ'ib etilayotgan "#VisitUzbekistan" heshtegi asosidagi suratlar tanlovi, Toshkentdagi yirik mehmonxonalarning mijoz sharhlarini sahifalarida namoyish etishi, Farg'ona vodiysidagi yangi sayyohlik marshrutlarining YouTube'da bloggerlar orqali yoritilishi buning yaqqol dalilidir. Bunday yondashuvlar nafaqat turizm brendini targ'ib qilishga xizmat qiladi, balki ichki turizmni ham jonlantirishga hissa qo'shadi. UGC marketingining muvaffaqiyati, avvalo, foydalanuvchilarning ishtirokini rag'batlantirishga, ular bilan muntazam va ochiq kommunikatsiya olib borishga hamda yaratilgan kontentdan strategik maqsadlarda foydalanishga bog'liq. Shuningdek, kontent sifatini nazorat qilish, salbiy izohlarni boshqarish va ularni ijobiy o'zgarishlar uchun turtki sifatida qabul qilish ham muhim. Qisqa qilib aytganda, foydalanuvchi tomonidan yaratilgan kontent hozirgi zamon turizm marketingining ishonchli, iqtisodiy va ta'sirchan vositalaridan biri sifatida shakllanmoqda. Bu yondashuv orqali turistik tashkilotlar o'z brendini nafaqat ommaga yaqinlashtiradi, balki barqaror mijozlar auditoriyasini ham shakllantiradi.

Raqamli transformatsiya jarayonida sun'iy intellekt (SI) va avtomatlashtirilgan tizimlar turizm marketingining tarkibiy qismiga aylanib bormoqda. Ular yordamida axborot oqimini tahlil qilish, mijozlar ehtiyojini bashoratlash, individual takliflar yaratish va samarali marketing kampaniyalarini rejalashtirish imkoniyati keskin kengaydi. Sun'iy intellekt vositalari orqali foydalanuvchi xatti-harakatlarini o'rganish, ularning xarid qilishga moyilligini aniqlash, kontentni moslashtirish va real vaqt rejimida xizmatlar tavsiyasini taqdim etish imkoniyati mavjud. Bu esa mijozga yo'naltirilgan (customer-centric) marketing strategiyalarini yaratishda muhim omil sanaladi. Misol uchun, sayohat agentliklari yoki onlayn bron qilish platformalari foydalanuvchi qidiruv tarixi va oldingi xaridlariga asoslanib, avtomatik tarzda eng mos marshrut yoki mehmonxonani taklif qiladi. Avtomatlashtirilgan tizimlarning muhim xususiyatlaridan biri – bu kontent yetkazib berishning shaxsiylashtirilgan (personalized) modelidir. Bu orqali turistik kompaniyalar e-mail marketing, reklama bannerlari, push xabarnomalar kabi vositalarda individual yondashuv asosida takliflarni yuborishadi. Masalan, Mailchimp, HubSpot, ActiveCampaign kabi platformalar sun'iy intellekt algoritmlari asosida foydalanuvchi faolligini tahlil qilib, optimal vaqt va uslubda xabarnoma yuborishni ta'minlaydi. Bundan tashqari, chatbotlar va ovozli yordamchilar (masalan, Google Assistant, Alexa) orqali mijozlarga 24/7 rejimda xizmat ko'rsatish, tezkor javob qaytarish va rezervatsiyalarni amalga oshirish mumkin. Bu yondashuv inson resurslariga bo'lgan ehtiyojni kamaytiradi va xizmat ko'rsatish sifati barqarorligini ta'minlaydi. Ayniqsa, xalqaro sayyohlikda til to'sig'i muammosi bo'lgan holatlarda avtomatlashtirilgan tarjima funksiyalariga ega chatbotlar foydalanuvchi tajribasini sezilarli darajada yaxshilaydi.

SI asosida ishlaydigan analitik vositalar – Google Analytics 4, IBM Watson, Salesforce Einstein kabi tizimlar orqali foydalanuvchi tendensiyalarini aniqlash,

potentsial mijozlar segmentlarini belgilash va real vaqt rejimida reklama strategiyalarini moslashtirish imkoniyati paydo bo‘ladi. Bu esa turistik kompaniyalarga marketing resurslarini eng samarali kanallarga yo‘naltirish va investitsiya qaytuvini oshirishga yordam beradi. Sun‘iy intellekt texnologiyalarining istiqbolli yo‘nalishlaridan yana biri generativ AI vositalaridir. Masalan, ChatGPT, Jasper AI, Copy.ai kabi xizmatlar yordamida reklama matnlari, blog postlari, sarlavhalar va boshqa marketing kontentlarini yaratish jarayoni avtomatlashtirilmoqda. Bu, ayniqsa, kichik va o‘rta turistik kompaniyalar uchun kontent ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirish va marketing tezkorligini oshirishda muhim vositaga aylanmoqda. Shunday qilib, sun‘iy intellekt va avtomatlashtirilgan tizimlar raqamli marketingda nafaqat jarayonlarni soddalashtiradi, balki ularga aniqlik, samaradorlik va individual yondashuvni olib kiradi. Bu texnologiyalar turizm sohasida raqobatbardoshlikni ta‘minlash, mijozga xizmat ko‘rsatish darajasini oshirish va innovatsion marketingni joriy qilishda hal qiluvchi rol o‘ynamoqda.

Turizm marketingida vizual kontent, ya‘ni foto va videolarning ahamiyati har qachongidan ham yuqori darajaga ko‘tarildi. Ijtimoiy tarmoqlarda joylashtirilgan sifatli va emotsional vizual tasvirlar inson psixologiyasiga kuchli ta‘sir ko‘rsatadi va sayohat qilish istagini kuchaytiradi. Ayniqsa, Instagram, TikTok, YouTube kabi platformalarning ommaviylashuvi bilan birga vizual kontent raqamli marketingning asosiy vositasiga aylandi. Raqamli marketing strategiyasida professional suratlar, dron orqali olingan videolar, 360° virtual turlar, real mijoz tajribasi asosida suratga olingan qisqa videolar sayyohlarni jalb etishda kuchli omil hisoblanadi. Bu kabi kontentlar nafaqat ob‘ektning jozibadorligini ta‘minlaydi, balki potentsial mijozda ishonch uyg‘otadi. Tahlillarga ko‘ra, vizual materiallar bilan boyitilgan postlar oddiy matnli postlarga nisbatan 2-3 barobar ko‘proq jalb qilish ko‘rsatkichlariga ega. Vizual kontent – bu hikoya qilish vositasidir. Sayyohlik tashkilotlari yoki destinatsiyalar o‘zlarining “brend hikoyasi”ni aynan suratlar va videolar orqali ifodalaydi. Misol uchun, qadimiy shaharlar, madaniy an‘analar, milliy taomlar va mahalliy odamlarning hayot tarzini aks ettiruvchi vizual tasvirlar nafaqat ma‘lumot beradi, balki hissiyot uyg‘otadi. Bu esa raqamli marketingda "emotsional aloqani" kuchaytirishga xizmat qiladi. Shuningdek, algoritmik ta‘sirni hisobga olgan holda, ijtimoiy tarmoqlar eng ko‘p ko‘rilgan va tezda tarqaladigan kontent turlarini aynan video va suratlar sifatida tanlaydi. Shu sababli, kompaniyalar doimiy ravishda sifatli va zamonaviy vizual kontent ishlab chiqarishga e‘tibor qaratishlari zarur. Ayniqsa, “short video” formatidagi kontentlar, masalan, TikTok’dagi 15-60 soniyali roliklar tezda viral tarqalishga moyil bo‘lib, turistik mahsulotlarni reklama qilishda keng qo‘llanilmoqda. Turizm marketingida vizual kontent – ya‘ni foto va videolarning ahamiyati har qachongidan ham yuqori darajaga ko‘tarildi. Ijtimoiy tarmoqlarda joylashtirilgan sifatli va emotsional vizual tasvirlar inson psixologiyasiga kuchli ta‘sir ko‘rsatadi va sayohat qilish istagini kuchaytiradi. Ayniqsa, Instagram, TikTok, YouTube kabi platformalarning ommaviylashuvi bilan birga vizual kontent raqamli marketingning asosiy vositasiga aylandi.

Raqamli marketing strategiyasida professional suratlar, dron orqali olingan videolar, 360° virtual turlar, real mijoz tajribasi asosida suratga olingan qisqa videolar sayyohlarni jalb etishda kuchli omil hisoblanadi. Bu kabi kontentlar nafaqat

ob'ektning jozibadorligini ta'minlaydi, balki potentsial mijozda ishonch uyg'otadi. Tahlillarga ko'ra, vizual materiallar bilan boyitilgan postlar oddiy matnli postlarga nisbatan 2-3 barobar ko'proq jalb qilish ko'rsatkichlariga ega. Vizual kontent – bu hikoya qilish vositasidir. Sayyohlik tashkilotlari yoki destinatsiyalar o'zlarining “brend hikoyasi”ni aynan suratlar va videolar orqali ifodalaydi. Misol uchun, qadimiy shaharlar, madaniy an'analar, milliy taomlar va mahalliy odamlarning hayot tarzini aks ettiruvchi vizual tasvirlar nafaqat ma'lumot beradi, balki hissiyot uyg'otadi. Bu esa raqamli marketingda "emotsional aloqani" kuchaytirishga xizmat qiladi. Shuningdek, algoritmik ta'sirni hisobga olgan holda, ijtimoiy tarmoqlar eng ko'p ko'rilgan va tezda tarqaladigan kontent turlarini aynan video va suratlar sifatida tanlaydi. Shu sababli, kompaniyalar doimiy ravishda sifatli va zamonaviy vizual kontent ishlab chiqarishga e'tibor qaratishlari zarur. Ayniqsa, “short video” formatidagi kontentlar, masalan, TikTok'dagi 15-60 soniyali roliklar tezda viral tarqalishga moyil bo'lib, turistik mahsulotlarni reklama qilishda keng qo'llanilmoqda. Zamonaviy raqamli marketingda bloggerlar va ijtimoiy tarmoqlardagi ta'sirchan shaxslar (influencerlar) eng samarali kommunikatsiya vositalaridan biriga aylangan. Ayniqsa, turizm sohasida ular orqali brendni tanitish, yangi marshrutlarni targ'ib qilish va sayyohlik xizmatlariga ijtimoiy ishonchni oshirish imkoniyati katta. Influencer marketing an'anaviy reklama usullaridan farqli ravishda, ishonch asosida shakllanadi. Mashhur bloggerlarning o'z auditoriyasi bilan o'rnatgan bevosita aloqasi ularni oddiy reklama tashuvchisidan ko'ra ko'proq psixologik ta'sirga ega bo'lgan shaxsga aylantiradi. Masalan, sayohat bloggerining biror mehmonxonada qolishi yoki biror marshrutni yoritib berishi natijasida minglab izdoshlari aynan shu yo'nalishga qiziqish bildirishi mumkin. Turizm sohasida mikroinfluencerlar (10 000 – 100 000 izdoshi bo'lgan shaxslar) bilan hamkorlik qilish ayniqsa samarali bo'lib bormoqda. Ular kichik, ammo ishonchli auditoriyaga ega bo'lib, kontentni tabiiy va samimiy tarzda yetkazadilar. Shu bilan birga, brendlar bloggerlar orqali foydalanuvchi yaratuvchanligini (UGC) ham qo'llab-quvvatlashadi, ya'ni blogger tomonidan yaratilgan kontentdan o'z marketing faoliyatida foydalanishadi. O'zbekistonda ham bu yondashuv tobora rivojlanmoqda. Masalan, mahalliy bloggerlar Farg'ona vodiysi, Buxoro, Xorazm yoki Qoraqalpog'istondagi turistik imkoniyatlarni keng ommaga tanitishda faol ishtirok etmoqda. Ular nafaqat video va suratlar yaratmoqda, balki interaktiv jonli efirlar, Q&A sessiyalar va maxsus aksiyalar orqali brendlar bilan hamkorlik qilishmoqda. Shuningdek, brendlar uchun ta'sirchan shaxslar bilan ishlashda ularning auditoriyasi, kontent sifati, platformadagi faolligi va autenlik darajasini chuqur tahlil qilish zarur. Noaniq yoki soxta auditoriyaga ega bo'lgan bloggerlar bilan ishlash marketing samaradorligini pasaytiradi. Shu sababli, bugungi kunda ko'plab kompaniyalar maxsus influencer marketing platformalaridan (masalan, HypeAuditor, Upfluence) foydalanmoqda. Xulosa qilib aytganda, bloggerlar va influencerlar raqamli marketingda kuchli “ijtimoiy ishonch ko'prigi”ni yaratish vositasi sifatida xizmat qiladi. Ular orqali turistik brendlar auditoriyaga yaqinlashadi, emotsional aloqa o'rnatadi va real tajriba asosida xizmatlar haqida xabardorlikni oshiradi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Kotler, P., Bowen, J.T., & Makens, J.C. (2017). *Marketing for Hospitality and Tourism*. Pearson Education.
2. Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing*. Pearson Education.
3. Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet. *Tourism Management*, 29(4), 609-623.
4. Xiang, Z., & Gretzel, U. (2010). Role of social media in online travel information search. *Tourism Management*, 31(2), 179-188.
5. Sigala, M., Christou, E., & Gretzel, U. (2012). *Social Media in Travel, Tourism and Hospitality: Theory, Practice and Cases*. Ashgate Publishing.
6. Tussyadiah, I.P., & Fesenmaier, D.R. (2009). Mediating tourist experiences: Access to places via shared videos. *Annals of Tourism Research*, 36(1), 24-40.
7. Leung, D., Law, R., van Hoof, H., & Buhalis, D. (2013). Social media in tourism and hospitality: A literature review. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(1-2), 3-22.
8. Kaplan, A.M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
9. Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: foundations and developments. *Electronic Markets*, 25(3), 179–188.
10. Guttentag, D.A. (2015). Airbnb: Disruptive innovation and the rise of an informal tourism accommodation sector. *Current Issues in Tourism*, 18(12), 1192–1217.
11. Hays, S., Page, S.J., & Buhalis, D. (2013). Social media as a destination marketing tool: its use by national tourism organisations. *Current Issues in Tourism*, 16(3), 211-239.
12. Litvin, S.W., Goldsmith, R.E., & Pan, B. (2008). Electronic word-of-mouth in hospitality and tourism management. *Tourism Management*, 29(3), 458-468.
13. UNWTO (2023). *Tourism and Digital Transformation*. www.unwto.org
14. Statista (2024). *Social media usage worldwide*. www.statista.com
15. GlobalWebIndex (2024). *The state of social media marketing*. www.gwi.com
16. Facebook Business Insights (2023). *Travel and tourism trends*. www.facebook.com/business
17. Google Travel Trends (2024). www.google.com/travel
18. Think with Google (2024). *How travel decisions are made in the digital age*. www.thinkwithgoogle.com
19. HubSpot (2023). *Marketing Statistics and Trends*. www.hubspot.com
20. Hootsuite (2024). *Digital 2024: Global Overview Report*. www.hootsuite.com
21. Influencer Marketing Hub (2024). www.influencermarketinghub.com
22. Sprout Social (2024). *Social Media Trends in the Travel Industry*. www.sproutsocial.com
23. Booking.com (2023). *Travel Predictions 2024*. www.booking.com
24. Expedia Group Media Solutions (2023). *The Path to Purchase Report*.

www.advertising.expedia.com

25. Airbnb Newsroom (2024). Travel Insights and Reports.

www.news.airbnb.com

26. Deloitte (2023). Travel and Hospitality Industry Outlook.

www.deloitte.com

27. McKinsey & Company (2023). The future of tourism in a digital world.

www.mckinsey.com

Maqsadjon TUXTASINOV,
Qo‘qon universiteti o‘qituvchisi, FDU tayanch doktoranti
Dilshodjon ABDINAZAROV,
Qo‘qon universiteti talabasi

ZAMONAVIY RAQAMLI TEXNOLOGIYALAR ASOSIDA AQLLI AVTOTURARGOH TIZIMINI LOYIHALASH

Annotatsiya. Bugungi kunda dunyoning ko‘plab davlatlarida transport infratuzilmasida bir qator muammolar kuzatiladi. Mana shunday muammolardan biri sifatida avtomobillar turar joyi muammosini keltirish mumkin. Ushbu muammo albatta malakat turizm salohiyatiga ham o‘z ta‘sirini ko‘rsatadi. Mazkur maqolada bu kabi muammolarga yechim sifatida zamonaviy raqamli texnologiyalar asosida aqlli avtoturargohlarni loyihalash masalasi ko‘rib chiqilgan.

Kalit so‘zlar: turizm, raqamli texnologiyalar, aqlli avtoturargoh, Arduino, texnik ijodkorlik, innovatsiya.

Аннотация. В настоящее время во многих странах мира наблюдаются серьезные проблемы в развитии транспортной инфраструктуры. Одной из таких проблем является нехватка парковочных мест для автомобилей, что приводит к заторам на дорогах, экологическим проблемам и снижению туристической привлекательности городов. В данной статье рассматривается современное решение данной проблемы – проектирование умных парковок на основе цифровых технологий. Особое внимание уделяется использованию платформы Arduino для создания инновационной и интеллектуальной системы парковки с элементами технического творчества.

Ключевые слова: туризм, цифровые технологии, умная парковка, Arduino, техническое творчество, инновация.

Annotation. Nowadays, many countries around the world face serious challenges in the development of transport infrastructure. One of the most pressing issues is the lack of adequate parking spaces for vehicles, which causes traffic congestion, environmental concerns, and a decline in urban tourism appeal. This article explores a modern solution to this problem by designing smart parking systems based on digital technologies. The study emphasizes the use of the Arduino platform to develop an intelligent and innovative parking system through elements of technical creativity.

Keywords: tourism, digital technologies, smart parking, Arduino, technical

creativity, innovation.

Bugungi kunda hatto dunyoning yetakchi davlatlarida ham transport infratuzilmasida ko'plab muammolar kuzatiladi. Mazkur muammolar albatta mamlakatning turizm salohiyatiga ham bevosita o'z ta'sirini o'tkazmay qolmaydi. Mana shunday muammolardan biri sifatida esa avtomobillar uchun turar joy topish masalasini ham keltirish mumkin. Bu kabi muammolar ayniqsa mamlakat bo'ylab yengil avtomobilda sayohatga chiqqan turistlarda ko'p uchraydi. O'tkazilgan tadqiqotlar va kuzatishlar natijasi shuni ko'rsatmoqdaki, yurtimizga tashrif buyurgan sayohatchilar ham aksariyat hollarda transport vositalaridan foydalanishdagi muammolar va avtomobillar turar joylarining doimiy bantligini ta'kidlashadi. Shu bois, avtomobillar uchun aqlli turar joy tizimini zamonaviy raqamli yechimlar asosida loyihalash masalasi bugungi kunda dolzarb mavzulardan biri hisoblanadi[1]. Bunday tizimlar real vaqt rejimida ishlovchi datchiklar, avtomatlashtirilgan kirish-chiqish tizimlari, xavfsizlikni ta'minlovchi qurilmalar, shuningdek elektromobillar uchun quvvat beruvchi stansiyalar bilan jihozlanishi maqsadga muvofiq sanaladi. Bunday infratuzilmalar nafaqat texnik, balki shaharsozlik, ekologiya va transport boshqaruvi bilan ham uzviy bog'liq bo'lishi lozim.

Mazkur maqolada aynan shu yo'nalishda – ya'ni zamonaviy raqamli texnologiyalar asosida avtomobillar uchun moslashuvchan va xavfsiz aqlli turar joy tizimini loyihalash prinsiplari, xorijiy amaliyotdagi namunalar va ularni O'zbekiston sharoitida qo'llash imkoniyatlari batafsil yoritiladi.

So'nggi yillarda transport vositalari uchun aqlli avtoturargoh tizimlarini joriy etish bo'yicha olib borilayotgan ilmiy izlanishlar soni ortib bormoqda. Xususan, Ghosh va Gupta (2020) o'z tadqiqotlarida aqlli avtomobillar uchun raqamli infratuzilmaning muhim jihatlariga e'tibor qaratib, bunday tizimlar doimiy axborot almashinuvi, xavfsizlik va mustahkamlikka asoslanishi lozimligini ta'kidlaydilar[2]. Shu bilan birga, ular transport oqimini optimallashtirishda aqlli avtoturargohlar muhim vosita bo'lishini qayd etishgan.

Evropaning ko'plab davlatlarida, jumladan, Germaniya va Niderlandiyada olib borilgan loyihalarda IoT asosidagi avtoturargohlar tajribasi sinovdan o'tkazilgan. Bunda mashina turargoh joyini mustaqil aniqlab, egallanish holatini real vaqtda markaziy tizimga uzatishi mumkin bo'lgan tizimlar ishlab chiqilgan[3]. Bunday yondashuvlar nafaqat foydalanuvchiga qulaylik yaratadi, balki eng avvalo shahardagi tirbandlik va yoqilg'i sarfini ham kamaytirishga xizmat qiladi.

Shuningdek, AQShda joylashgan MIT texnologiya instituti tomonidan olib borilgan tadqiqotlar avtomatik boshqaruv tizimlarining samarali ishlashi uchun avtoturargohlar energetik mustaqillikka ega bo'lishi, quvvatlantirish stansiyalari bilan jihozlanishi va sun'iy intellekt asosida boshqarilishi kerakligini asoslab beradi[4]. Bu esa avtomobillarni texnik xizmatdan o'tkazishda inson ishtirokini kamaytirish imkonini beradi.

O'zbekiston sharoitida esa bu boradagi izlanishlar hali endigina bosqichma-bosqich rivojlanmoqda. 2022-yilgi Innovatsion rivojlanish vazirligi hisobotida raqamli transport infratuzilmasi, xususan, "aqlli shahar" komponenti sifatida avtoturargohlarni avtomatlashtirish zarurligi qayd etilgan[5]. Biroq amalda bu borada

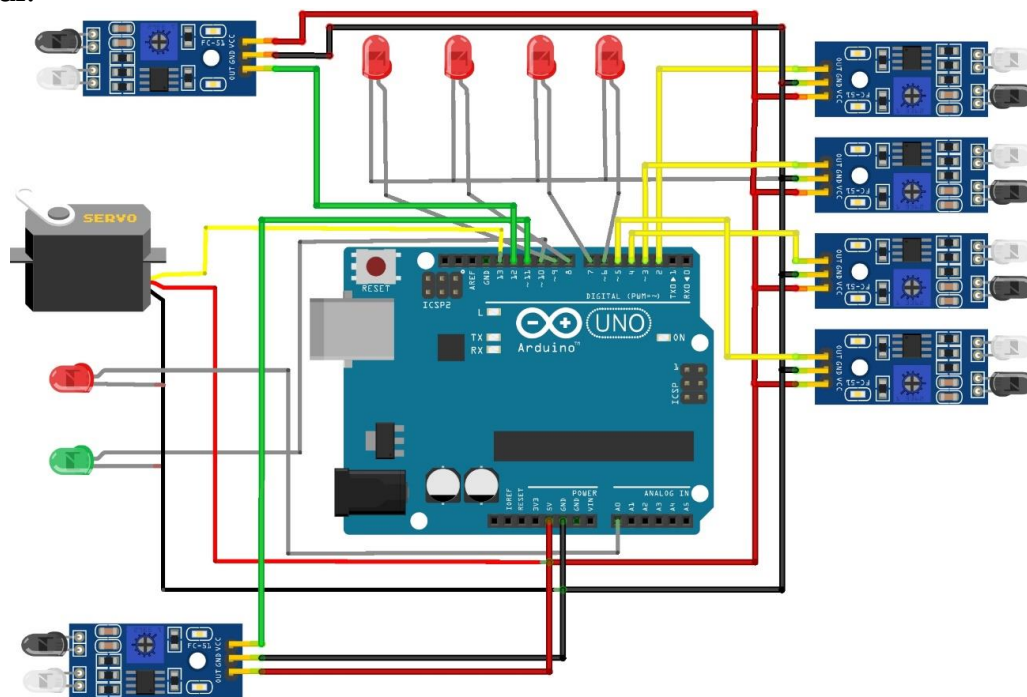
keng ko‘lamli loyihalar hali bosqichma-bosqich amalga oshirilmoqda.

Yuqoridagi manbalardan kelib chiqib aytish mumkinki, aqlli avtomobillar turar joyini loyihalash – bu faqat texnik masala emas, balki shahar infratuzilmasi, turizm salohiyati, ekologiya, energetika va axborot texnologiyalarini uzviy bog‘lovchi murakkab tizimdir. Mazkur maqola ushbu yondashuvni chuqurroq o‘rganish va O‘zbekiston sharoitiga mos innovatsion modelni taklif qilishga qaratilgan.

Texnologiyalar tez sur‘atlar bilan o‘zgarib borayotgan bugungi dunyoda avtomatlashtirish hayotimizning ajralmas qismiga aylangan. Avtomatlashtirishning keng tarqalgan amaliy usullaridan biri sifatida quyida avtomobillar turar joyi namunasi keltirib o‘tilgan. Bunday tizimlar nafaqat turistlar uchun qulaylik yaratadi, balki cheklangan avtoturargoh maydonlarini samarali boshqarish va ekologik samaradorlikni oshirishda ham muhim rol o‘ynaydi. Arduino platasi, infraqizil nurli sensor va ledlar asosidagi avtomatik avtoturargoh tizimi – to‘xtash joylarini yanada qulay va samarali boshqarishga qaratilgan innovatsion yechimlardan biridir[6]. Ushbu ijodiy loyiha Arduino platformasining imkoniyatlaridan foydalangan holda avtoturargohlarning ishlash jarayonini avtomatlashtiradi. Arduino – bu moslashuvchan va ochiq manbali elektronika platformasidir[7].

Tizim sensorlar va aktuatorlar kombinatsiyasi orqali mashinalarning mavjudligini aniqlaydi, bo‘sh joylarni aniqlaydi hamda led diodlar orqali real vaqt rejimida bo‘sh joylar mavjud yoki yo‘qligi haqida ma’lumotlarini taqdim etadi[8]. Bu esa mavjud parkovka joylaridan foydalanishni optimallashtirish bilan birga, parkovka jarayonining tashkil etilganligi va qulayligini ham oshiradi.

Tizimning asosiy maqsadi bo‘sh parkovka joylarini avtomatik aniqlash, real vaqt rejimida ma’lumot berish va mashinalarni to‘g‘ri yo‘naltirish orqali avtoturargoh tizimini samarali boshqarishni ta’minlashni tashkil etadi. Tizim uchun yuqorida sanab o‘tilgan qurilma va sensorlar kerak bo‘ladi. Ushbu qurilmalarni 1-rasmdagi kabi ulanadi.



1-rasm. Aqlli avtoturargoh tizimi sxemasi

Tizimning ishlash jarayoni quyidagicha amalga oshiriladi:

- infraqizil nurli sensorlar mashina bor yoki yo‘qligini aniqlaydi;
- arduino sensor ma’lumotlarini tahlil qiladi;
- natijalar LEDlar tablosida ko‘rsatiladi (masalan: “Joy 1 – Band (qizil yonadi), Joy 2 – Bo‘sh (qizil o‘chadi)”);
- haydovchi tablodagi bo‘sh joyni ko‘radi va mashinasini bo‘sh joyga haydaydi.

Agar turargohda bo‘sh joylar kamida bitta mavjud bo‘sa ham, shlagbaum oldida yashil led yonib turadi, aksincha joylar barchasi to‘lgan holatda esa shlagbaum oldida qizil led yonadi va joy qolmaganligi haqida ogohlantiradi. Shlagbaum kirish va chiqish oldidagi sensorlardan kelgan signal yordamida ochiladi va avtomatik tarzda yopiladi. Agarda qizil chiroq yongan, ya’ni joy qolmagan taqdirda shlagbaum kirish qismida avtomobillarga yo‘lni ochmaydi. Shu orqali haydovchilarning vaqti tejaladi. Shuningdek, ularning turargohga kirib joy topa olmasdan kayfiyatlariga salbiy ta’sir ko‘rsatishining oldini olinadi.

Mazkur tizim talabalar tomonidan amaliy sinovlardan muvaffaqiyatli o‘tkazildi. Sensorlar mashina borligini 10 sm ichida ishonchli aniqlay oldi. Ledlar yordamida haydovchilarga aniq ko‘rsatmalar berildi. Ushbu avtomatik tizim kichik avtoturargohlar uchun arzon, ishonchli va foydalanuvchiga qulay yechim bo‘lishi mumkin ekanligi amalda o‘z isbotini topdi.

Xulosa o‘rnida shuni ta’kidlash mumkinki, avtomatik avtoturargoh tizimlari transport va turizm sohasida katta ahamiyatga ega. Arduino va sensorlar asosida yaratilgan ushbu loyiha texnik jihatdan oddiy, ammo funksional jihatdan samarali tizimdir. Bunday yechimlar shaharlardagi tirbandliklarni kamaytirish, haydovchilar va shahar mehmonlarining vaqtini tejash va avtoturargohlarni samarali boshqarish imkonini beradi. Loyiha texnik ijodkorlik va innovatsion fikrlashni rivojlantirish uchun ham ajoyib amaliy misol bo‘la oladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati

1. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining “O‘zbekiston Respublikasida “Aqlli shahar” texnologiyalarini joriy etish Konsepsiyasini tasdiqlash to‘g‘risida” 18.01.2019 yildagi 48-son qarori

2. Gupta, Nirbhay & Mishra, Somnath & Porwal, Prateek & Bhattacharyya, Budhaditya. (2020). Smart Vehicular Parking System. International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE). 8. 10.35940/ijrte.F9383.038620.

3. Jayapal, Cynthia & Priya, C. & Gopinath, P.A.. (2019). IoT based smart parking management system. International Journal of Recent Technology and Engineering. 7. 374-379.

4. Ullah, Irfan & Zheng, Jian-Feng & Jamal, Arshad & Zahid Khattak, Muhammad & Almoshaogeh, Meshal & Safdar, Muhammad. (2023). Electric vehicles charging infrastructure planning: a review. International Journal of Green Energy. 21. 10.1080/15435075.2023.2259975.

5. Innovatsion rivojlanish vazirligi. (2022). O‘zbekiston Respublikasida “aqlli shahar” konsepsiyasining joriy etilishi bo‘yicha yillik tahliliy hisoboti. Toshkent: IRV matbaa. Retrieved from <https://innovation.gov.uz/oz/opendata/post-1098>

Azimbek XOLMATOV,
O'zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi talabasi
Ilmiy rahbar: Kamoliddin JAHONGIROV,
O'zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi o'qituvchisi

RAQAMLI TEXNOLOGIYALAR YORDAMIDA AQLLI TURIZM INFRATUZILMASINI SHAKLLANTIRISH ISTIQBOLLARI

Annotatsiya. Mazkur tezisdagi zamonaviy raqamli texnologiyalarning turizm sohasidagi o'rnini, xususan, aqlli turizm infratuzilmasini shakllantirishdagi roli va istiqbollari tahlil qilinadi. Unda axborot-kommunikatsiya texnologiyalari, sun'iy intellekt, mobil ilovalar, IoT (Internet of Things) va boshqa innovatsion yechimlar asosida sayyohlik xizmatlarini raqamlashtirish orqali turistlar uchun qulay, xavfsiz va interaktiv muhit yaratish imkoniyatlari yoritiladi.

Kalit so'zlar: aqlli turizm, raqamli texnologiyalar, turizm infratuzilmasi, axborot-kommunikatsiya texnologiyalari, sun'iy intellekt, IoT, VR va AR, chatbot, Big Data.

Аннотация. В данной тезисной работе анализируется роль и перспективы современных цифровых технологий в сфере туризма, в частности, в формировании инфраструктуры умного туризма. Рассматриваются возможности создания удобной, безопасной и интерактивной среды для туристов за счёт цифровизации туристических услуг на основе информационно-коммуникационных технологий, искусственного интеллекта, мобильных приложений, IoT (Интернет вещей) и других инновационных решений.

Ключевые слова: умный туризм, цифровые технологии, туристическая инфраструктура, информационно-коммуникационные технологии, искусственный интеллект, IoT, VR и AR, чат-бот, большие данные.

Abstract. This thesis analyzes the role and prospects of modern digital technologies in the tourism sector, particularly in shaping the infrastructure of smart tourism. It highlights the possibilities of creating a convenient, safe, and interactive environment for tourists through the digitalization of tourism services based on information and communication technologies, artificial intelligence, mobile applications, IoT (Internet of Things), and other innovative solutions.

Keywords: smart tourism, digital technologies, tourism infrastructure, information and communication technologies, artificial intelligence, IoT, VR and AR, chatbot, Big Data.

Aqlli turizm hozirda rivojlanib borayotgan soha bo'lsa-da, uning salohiyati turizm sohasini tubdan o'zgartirishga qodirdir. Ushbu yo'nalish sayyohlarning safar jarayonlarini yanada qulay, samarali va individuallashtirilgan tarzda tashkil etishga xizmat qiladi. Aqlli turizm jadal rivojlanayotgan sohalardan biri bo'lib, unda yangi texnologiyalar, mobil ilovalar va raqamli xizmatlar uzluksiz ishlab chiqilmoqda. Bu texnologiyalar yordamida sayohat qilish, madaniy va tarixiy obyektlarni topish, turli xizmatlardan foydalanish jarayoni ancha osonlashadi. Aqlli turizm keng qo'llanila boshlagan sari, odamlarning dunyoni kashf etish va sayohat qilish usullari sezilarli darajada o'zgarib bormoqda. U turistlarga sayohatlarini oldindan rejalashtirish, turar joy

va xizmatlarni bron qilish, real vaqt rejimida ma'lumot olish imkonini beradi, bu esa ularning umumiy sayohat tajribasini sezilarli darajada yaxshilaydi.

Aqlli turizm texnologiyalari turli yo'nalishlarda qo'llanilishi mumkin bo'lib, ular sayyohlik tajribasini yanada qulay va samarali qilishga xizmat qiladi. Masalan:

Eng avvalo, bu texnologiyalar tashrif buyuruvchilarga real vaqt rejimida aniq va tezkor ma'lumotlar hamda ko'rsatmalarni taqdim etishda muhim ahamiyat kasb etadi. Bunday tizimlarga interaktiv xaritalar, yo'nalishni belgilovchi mobil ilovalar va navigatsiya vositalari kiradi.

Shuningdek, aqlli turizm tizimlari har bir sayyohning individual afzallik va qiziqishlarini aniqlab, ularga mos diqqatga sazovor joylar, tadbirlar yoki faoliyat turlarini tavsiya qilish orqali shaxsiylashtirilgan xizmatlar ko'rsatadi.

Bundan tashqari, bu texnologiyalar turizm sohasining umumiy samaradorligi va barqarorligini oshirishga xizmat qiladi. Masalan, aqlli transport tizimlari, energiya sarfini optimallashtiruvchi boshqaruv tizimlari hamda chiqindilarni nazorat qilish texnologiyalari ekologik barqarorlikni ta'minlashda muhim rol o'ynaydi.

Turizm sohasida aqlli texnologiyalardan foydalanish turli xil adabiyotlarda juda keng yoritilgan. Tadqiqotchilar bu texnologiyalarning turizm industriyasining turli yo'nalishlariga – xususan, sayyohlik tajribasi, marketing strategiyalari, xavfsizlik masalalari hamda daromad keltirish imkoniyatlariga ko'rsatadigan ta'sirini har tomonlama o'rganib kelmoqdalar.

Turizm sanoatida aqlli texnologiyalarning muhim afzalliklaridan biri – bu sayyohlarning umumiy tajribasini yaxshilashdir. Buhalis va Law (2008) o'zlarining "Progress in Information Technology and Tourism Management: 20 Years on and 10 Years After the Internet – The State of eTourism Research" nomli maqolasida ta'kidlaganlaridek, aqlli texnologiyalar sayyohlarga manzillar haqida zarur ma'lumotlarga ega bo'lish, safarlarini rejalashtirish, shuningdek, turar joy va transport vositalarini qulay tarzda band qilish imkonini beradi. Bu esa, o'z navbatida, sayohatni tashkil etish jarayonida sarflanadigan vaqt va sa'y-harakatni kamaytirib, tajribani yanada samarali qiladi¹⁶⁵.

Bundan tashqari, aqlli texnologiyalar turistik korxonalarga sayyohlarga individual yondashuv asosida xizmatlar ko'rsatish imkoniyatini yaratdi. Masalan, mehmonxonalar mijozlarga ularning afzalliklariga mos xizmatlarni taqdim etish maqsadida aqlli tizimlardan foydalanishi mumkin (Xiang va boshq., 2015). Bu esa har bir sayyohning shaxsiy ehtiyojlariga moslashtirilgan xizmat ko'rsatish orqali umumiy sayohat tajribasini sezilarli darajada yaxshilaydi¹⁶⁶.

Aqlli texnologiyalar sayyohlarning xavfsizligini ta'minlashda ham muhim rol o'ynaydi. Gretzel va Yoo (2008) "Trust in Travel-related Consumer Generated Media" nomli ilmiy maqolasida qayd etishlaricha, ushbu texnologiyalar sayyohlarga favqulodda xizmatlarga tezkor kirish, yuzaga kelishi mumkin bo'lgan hodisalar haqida ogohlantirishlar va sayohat qilayotgan joylardagi xavflar haqida xabar berish imkonini yaratadi. Bu esa sayyohlarga real vaqt rejimida ehtimoliy tahdidlar haqida ma'lumot

¹⁶⁵ Buhalis, D., & Law, R. (2008). 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), 609-623.

¹⁶⁶ Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: foundations and developments. *Electronic markets*, 25, 179-188.

yetkazib, ularning xavfsizligini sezilarli darajada oshiradi¹⁶⁷.

Shuningdek, aqlli texnologiyalar turizm korxonalariga maqsadli marketing xizmatlarini taklif etish orqali daromadlarni oshirish imkonini berdi. Turizm tashkilotlari sayyohlarning xatti-harakatlari va afzalliklarini kuzatish uchun ma'lumotlarni tahlil qilishdan foydalanishi mumkin (Xiang va boshq., 2015). Ushbu tahlillar asosida sayyohlarning qiziqishlari va talablariga mos keluvchi shaxsiylashtirilgan marketing kampaniyalarini yaratish imkoniyati paydo bo'ladi¹⁶⁸.

Bugungi kunda aqlli turizm sohasida texnologik rivojlanish izchil davom etmoqda – yangi ilovalar, platformalar va yechimlar muntazam ravishda ishlab chiqilmoqda. Ushbu texnologiyalar keng miqyosda joriy etilsa, insonlarning sayohat qilish, ma'lumot olish va dunyoni kashf etish uslublari tubdan o'zgarishi mumkin.

Sun'iy intellekt. Sun'iy intellekt – bu inson aralashuvisiz murakkab muammolarni tahlil qilish, qaror qabul qilish, shuningdek, ma'lumotlar to'plamini tanib olish va izohlash qobiliyatiga ega bo'lgan kompyuter dasturlari va tizimlaridir. Uning asosiy xususiyatlaridan biri – murakkab vaziyatlarga tezkor va aniq javob berishi hamda insonlarga nisbatan kamroq xatolik qilishidir. Harakatlarni o'rganish qobiliyati orqali sun'iy intellekt sayyohlarning xatti-harakatlarini tahlil qilishda keng qo'llanilmoqda. Bundan tashqari, turizm sohasida u olomonni boshqarishda ham yordam beradi: rasmiylar ushbu texnologiya yordamida sayyohlarni joylar haddan tashqari gavjumlashdan oldin muayyan hududlarga qayta taqsimlash imkoniga ega bo'ladi.

IoT system. IoT tizimi (Internet of Things, ya'ni Buyumlar Interneti) – bu internetga ulangan va avtomatik ravishda ma'lumotlarni yuborish hamda qabul qilish qobiliyatiga ega qurilmalar tarmog'idir. Ushbu rivojlanayotgan texnologiya ayniqsa 5G tarmog'i mavjud hududlarda yuqori samaradorlikka ega. Misol uchun, tarixiy markazda sayr qilayotgan sayyohni tasavvur qilaylik. U mashhur attraksionga yaqinlashganda, uning smartfoniga ish vaqti va o'sha joydagi odamlar soni haqida bildirishnoma keladi. Bu nafaqat sayyohlarning vaqtini samarali boshqarish imkonini yaratadi, balki ularni muvofiqlashtirilgan tarzda yaxshi joylarga yo'naltirishga yordam beradi.

VR va AR. Virtual haqiqat (Virtual Reality, VR). Ushbu texnologiya sayyohlarning manzilga yetib borguncha va undan keyin ham ularning tajribasini boyitish uchun qo'llaniladi. VR maxsus "garnitura" deb ataluvchi qurilma yordamida amalga oshiriladi. Virtual haqiqat sayohat sohasiga "sotib olishdan oldin sinab ko'ring" kontseptsiyasini olib kiradi. Bu esa uni turizm uchun samarali marketing vositasiga aylantiradi. Sayyohlarga borishni rejalashtirayotgan joy haqida to'liq tasavvur berish uchun 360 darajali videolar va mashhur diqqatga sazovor joylarning virtual tasvirlaridan foydalanish mumkin. Shuningdek, plyaj yoki boshqa joylarda aqlli yo'nalishlarda virtual ko'zoynak yordamida sayr qilish imkoniyati ham mavjud. Bu texnologiya sayohat paketlarini sotib olishdagi noaniqliklarni kamaytirishga yordam beradi.

Kengaytirilgan reallik (Augmented Reality, AR). Kengaytirilgan reallik ko'pincha ilmiy-fantastik filmlardagi hodisalarga o'xshatiladi. Asosan, smartfon orqali foydalanilganda, odamning atrofda jismaniy olam haqidagi idrokini o'zgartiradi va

¹⁶⁷ Yoo, K. H., Lee, Y., Gretzel, U., & Fesenmaier, D. R. (2009). Trust in travel related consumer generated media. In Information and communication technologies in tourism 2009 (pp. 49-59). Springer, Vienna.

¹⁶⁸ Gretzel, U., Koo, C., Sigala, M., & Xiang, Z. (2015). Special issue on smart tourism: convergence of information technologies, experiences, and theories. Electronic Markets, 25, 175-177.

fantaziyani haqiqiy muhitga qo'shadi. AR sayohatchilarga sayohat davomida joylarga oid qo'shimcha ma'lumotlarni interaktiv tarzda taqdim etadi va ularning sayr qilish tajribasini yanada qiziqarli qiladi. Bu texnologiya aqlli yo'nalishlarda keng imkoniyatlar yaratib, turistlar uchun noyob va boyitilgan ko'rinishlarni taklif etadi.

Chatbot. Chatbot – bu inson bilan muloqot qilish uchun sun'iy intellekt asosida ishlaydigan xabar almashish dasturidir. Boshqacha aytganda, u inson aralashuvisiz foydalanuvchi bilan o'zaro suhbat quradi. Shaharlar o'z portallari yoki ilovalari orqali mijozlarga xizmat ko'rsatishni yaxshilash hamda sayyohlarning kerakli ma'lumotlarga qulay kirishini ta'minlash maqsadida chatbotlardan foydalanadi. Chatbotlarga ko'pincha diqqatga sazovor joylar haqidagi tez-tez so'raladigan savollarga javob berish vazifasi yuklanadi. Bundan tashqari, ular sayyohlarga sayohatlarni rejalashtirishda, xonalar yoki parvozlarni bron qilishda yordam beruvchi yo'l-yo'riqlarni taqdim etadi.

Big Data. Har kuni faqatgina Facebook platformasida 500 terabaytga yaqin ma'lumot aylanishi sodir bo'ladi. Internet tarmog'ida kunlik yaratiladigan bu ulkan axborot oqimi aynan katta ma'lumotlar (Big Data) asosini tashkil etadi. Avvallari ushbu ma'lumotlardan asosan Facebook va Google kabi global texnologik gigantlar foydalanar edi. Bugungi kunda esa, kichik sayyohlik firmalari hamda turistik hududlar ham bu imkoniyatdan foydalanish imkoniga ega bo'lishmoqda. Masalan, foydalanuvchi mehmonxona band qilganda, sayohat qilganda, video ko'rganda yoki oddiygina veb-sahifani ko'zdan kechirganda ma'lumotlar to'planadi. Ichki va tashqi manbalarni birlashtirish orqali esa turizm sohasi vakillari sayyohlarning ehtiyoj va xatti-harakatlarini oldindan tahlil qilib, yanada oqilona qarorlar qabul qilishlari mumkin bo'ladi.

Xulosa sifatida aytish mumkinki, turizm sohasining taraqqiyotida aqlli texnologiyalar muhim ahamiyat kasb etmoqda. Texnologik yutuqlar asosida turizm sohasi sayyohlar uchun yanada qulay va yoqimli tajribalarni yaratishga, shuningdek, biznes jarayonlarini samarali boshqarishga erishdi. Aqlli texnologiyalar sayohatlarni rejalashtirish va amalga oshirishni osonlashtiribgina qolmay, sayyohlarga individual va chuqur taassurotli xizmatlarni taklif qilish imkonini berdi. Shu bilan birga, turizm tashkilotlari marketing faoliyatini samaraliroq tashkil etish, operatsiyalarni tartibga solish va daromad hajmini oshirishda bu texnologiyalardan muvaffaqiyatli foydalanishmoqda. Kelgusida texnologiya yanada rivojlanib borishi bilan, aqlli turizm innovatsiyalarni rag'batlantiruvchi va sohaning barqaror o'sishiga xizmat qiluvchi muhim omil bo'lib qolishi kutilmoqda.

III SHO‘BA

TURIZM XIZMATLARI SIFATINI OSHIRISH VA HUDUDIIY RAQOBATBARDOSHLIKNI TA‘MINLASHNING ZAMONAVIY YO‘NALISHLAR

Samariddin ELMIRZAYEV,
O‘zbekiston Respublikasi Bank moliya akademiyasi professori, DSc
Akramjon KARIMOV,
Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti dotsenti, DSc

TURIZM SOHASIDAGI KOMPANIYALARDA KORPORATIV BOSHQARUVNI SAMARALI TASHKIL ETISH

Annotatsiya. Ushbu maqolada turizm sohasidagi kompaniyalarda korporativ boshqaruvni samarali tashkil etish yo‘llari, normativ-huquqiy asoslar, strategik rejalashtirish, kadrlar salohiyati va xorijiy tajribaning ahamiyati iqtisodiy tahlil asosida yoritilgan hamda amaliy takliflar ilgari surilgan.

Kalit so‘zlar: turizm, korporativ boshqaruv, kompaniya, menejment, xizmat sifati, strategik reja, samaradorlik, menejer, malaka oshirish, xorijiy tajriba, infratuzilma, iqtisodiy samaradorlik, kadrlar, nazorat, tahlil, innovatsiya, raqamlashtirish, xizmatlar bozori, tashkilot, investitsiya.

Аннотация. В статье рассматриваются пути эффективной организации корпоративного управления в компаниях туристической сферы, нормативно-правовая база, стратегическое планирование, кадровый потенциал и значение зарубежного опыта. Представлены экономический анализ и практические предложения по повышению качества управления в туризме.

Ключевые слова: туризм, корпоративное управление, компания, менеджмент, качество услуг, стратегия, эффективность, менеджер, повышение квалификации, иностранный опыт, инфраструктура, экономика, кадры, контроль, анализ, инновации, цифровизация, рынок услуг, организация, инвестиции.

Annotation. This article explores the effective organization of corporate governance in tourism companies, the regulatory framework, strategic planning, human resource development, and the significance of international experience. It presents an economic analysis and practical recommendations aimed at improving management quality and increasing the competitiveness of the tourism sector.

Keywords: tourism, corporate governance, company, management, service quality, strategy, efficiency, manager, training, foreign experience, infrastructure, economics, personnel, control, analysis, innovation, digitalization, service market, organization, investment.

Korporativ boshqaruv kompaniyaning uzoq muddatli rivojlanish strategiyasini aniqlash va unga erishishda muhim rol o‘ynaydi. U boshqaruv organlari o‘rtasida

mas'uliyat va vakolatlarni aniq taqsimlaydi. Bu esa qarorlar qabul qilish jarayonini tez, shaffof va samarali qiladi. "Korporativ boshqaruv bu – biznesning tashkiliy – huquqiy rasmiylashtirilishini, tashkiliy strukturalarning optimallashtirishini boshqarish, qabul qilingan maqsadlarga muvofiq kompaniyada ichki va tashqi firma munosabatlarini tashkil qilishdir"¹⁶⁹. Natijada kompaniya bozor raqobatiga bardoshli bo'ladi va investorlar ishonchini qozonadi.

Korporativ boshqaruv orqali kompaniya ichki jarayonlarini tartibga solib, mehnat samaradorligini oshiradi. Shu bilan birga, ijtimoiy mas'uliyatni ta'minlash, xodimlar huquqlarini himoya qilish va manfaatdor tomonlar bilan doimiy muloqot olib borish imkonini beradi. Bu tizim barqarorlik va ishonchlilikni ta'minlab, brend imijini mustahkamlaydi. "Korporativ boshqaruvning asosiy maqsadi – past qiymatda investitsiyalar jalb qilish, aksiyadorlarga to'lanadigan dividendlarni maksimallashtirish, kompaniyaning bozordagi ulushi va kapitallashuv darajasini oshirib borishdir. Shuningdek, umumiylik nuqtai nazaridan korporativ boshqaruvning maqsadini korporativ tuzilma mulkidan samarali foydalanish ustidan mulkdorlarning nazorati hamda istiqbolni belgilab berishi sifatida ham ifodalash mumkin"¹⁷⁰. Xususan, turizm sohasida bu mijozlar sodiqligini oshirishga xizmat qiladi. Jahon banki ma'lumotlariga ko'ra, "turizm sohasi global yalpi ichki mahsulotning (YaIM) 10,5 foizini tashkil etdi va 337,7 million ish o'rni yaratdi, bu esa har o'n ish o'rnidan biriga to'g'ri keladi. 2024-yilda turizm sohasining global YaIMga qo'shgan hissasi 11,1 trillion AQSh dollariga yetdi, bu esa 2019-yildagi pandemiyadan oldingi rekord darajadan 7,5 foizga yuqori"¹⁷¹. Ushbu o'sish, ayniqsa, rivojlanayotgan mamlakatlarda turizmga qaratilgan investitsiyalar orqali iqtisodiy o'sish va bandlikni oshirish imkoniyatlarini yaratdi.

Turizm sohasi bugungi kunda O'zbekiston iqtisodiyotining strategik tarmoqlaridan biri sifatida shakllanmoqda. Bu sohada faoliyat yuritayotgan subyektlar soni yildan-yilga ortib bormoqda, bu esa huquqiy tartibga solishni yanada dolzarb qiladi. Ayniqsa, xizmat ko'rsatish sifati, iste'molchilar huquqlari va korporativ boshqaruv masalalari tobora ko'proq e'tiborni talab qilmoqda. Shu nuqtai nazardan, turizm subyektlarini aniq belgilab beruvchi me'yoriy-huquqiy hujjatlar katta ahamiyatga ega. O'zbekiston Respublikasining "Turizm to'g'risida"gi qonuniga ko'ra, "turizm sohasining subyektlari – turistik xizmatlar majmuini yoki ularning bir qismini ko'rsatish, qo'shimcha turistik xizmatlarni (ishlarni) bajarish hamda turistlar va ekskursantlarga tovarlarni realizatsiya qilish bo'yicha tadbirkorlik faoliyatini amalga oshiruvchi yuridik va jismoniy shaxslar"¹⁷² deb belgilanadi. Mazkur ta'rif turizm faoliyatining ko'lamini keng qamrab oladi va uni amalga oshiruvchilar uchun yagona huquqiy mezonni belgilaydi. Bu subyektlarga turoperatorlar, mehmonxonalar, gidlar, transport kompaniyalari va hatto hunarmandlar ham kiradi. Huquqiy aniqlik ularning javobgarlik darajasini belgilab, davlat nazorati va statistika yuritish jarayonini yengillashtiradi. Shuningdek, qonunda belgilangan me'yorlar korporativ

¹⁶⁹ Umarxodjayeva M.G., Ismailov A.R. Korporativ boshqaruv-2. O'quv qo'llanma. – T.: «Iqtisodiyot», 2019. B. 216.

¹⁷⁰ Suyunov D.X., Elmirzayev S.E. Korporativ boshqaruv. – Toshkent: Biznes va tadbirkorlik oliy maktabi, 2021. B. 448.

¹⁷¹ Jahon Banki va World Travel & Tourism Council (WTTC) hisoboti.

¹⁷² O'zbekiston Respublikasining "Turizm to'g'risida"gi Qonuni, 18.07.2019 yildagi O'RQ-549-son.

boshqaruvni tashkil etishda asosiy tayanch bo‘lib xizmat qiladi.

So‘nggi yillarda O‘zbekistonda turizmni rivojlantirish davlat siyosatining ustuvor yo‘nalishlaridan biriga aylangan. Raqobatbardosh turizm infratuzilmasini shakllantirish, xizmatlar sifatini oshirish hamda xorijiy turistlar oqimini ko‘paytirish maqsadida bir qator institutsional islohotlar amalga oshirilmoqda. Bu borada kadrlar salohiyati va menejment tizimining takomillashuvi muhim o‘rin tutadi. Ayniqsa, o‘rta bo‘g‘in menejerlarining malakasi turizm xizmatlarining barqarorligi va xalqaro standartlarga mosligini ta‘minlovchi asosiy omildir.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “O‘zbekiston Respublikasida turizm infratuzilmasini yaxshilash va xorijiy turistlar oqimini yanada oshirishga qaratilgan qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi farmonida qayd etilgandek, “Mehmonxona va yirik turizm komplekslari uchun yaqin 4 yilda boshqaruvchilarga bo‘lgan talabni o‘rganib, xorijdagi turizm va servis komplekslarida har yili kamida 20 nafar o‘rta bo‘g‘in menejerining malakasini oshirish. Bunda, menejerlarni xorijda o‘qitish xarajatlari ilm-fanni moliyalashtirish va innovatsiyalarni qo‘llab-quvvatlash jamg‘armasi mablag‘lari hisobidan qoplanadi”¹⁷³. Mazkur tashabbus sohaga xorijiy tajribalarni olib kirish, xizmat ko‘rsatish madaniyatini yuksaltirish va innovatsion yondashuvlarni keng joriy etishga xizmat qiladi. Shu bilan birga, davlat tomonidan kadrlar tayyorlashga moliyaviy ko‘mak berilishi turizmda barqaror boshqaruv tizimini shakllantirish imkonini beradi. O‘rta bo‘g‘in menejerlarining xalqaro darajadagi malakasi kompaniyalar ichidagi korporativ boshqaruv sifatiga ijobiy ta‘sir ko‘rsatadi. Natijada, mamlakatning turistik jozibadorligi ortib, iqtisodiy ko‘rsatkichlar ijobiy dinamikani namoyon qiladi.

Turizm sohasida korporativ boshqaruvni samarali tashkil etish zamonaviy menejment nazariyalari asosida shakllanishi lozim. Agentliklar va mehmonxonalar o‘rtasida vertikal integratsiyani kuchaytirish korporativ tuzilmani mustahkamlashda muhim rol o‘ynaydi. Korporativ boshqaruvda agentliklararo manfaatlar muvozanatini ta‘minlash, resurslardan oqilona foydalanish uchun zarur. Samarali boshqaruvda “stakeholder” yondashuvi asosida barcha manfaatdor tomonlarning fikrini inobatga olish talab etiladi. Strategik qarorlar qabul qilishda tahliliy metodlar va statistik prognozlar asosiy vosita bo‘lib xizmat qiladi. Kengashlar va direktorlar faoliyatini baholash indikatorlari ishlab chiqilishi lozim. Shuningdek, korrupsiya va manfaatlar to‘qnashuvining oldini olish uchun nazorat mexanizmlari kuchaytirilishi kerak. Moliyaviy shaffoflik va ochiqlik korporativ madaniyatning muhim unsuri bo‘lib qoladi. Natijada, turizm sohasidagi tashkilotlar raqobatbardoshlik darajasini oshira oladi.

So‘nggi yillarda O‘zbekistonda turizm sohasi tez sur‘atlarda rivojlanmoqda va bu korporativ boshqaruv tizimini qayta ko‘rib chiqishni talab qilmoqda. Samarqand va Buxorodagi yirik turizm kompaniyalari boshqaruvni transformatsiya qilish orqali xizmat sifatini oshirishga erishgan. Ular xodimlarni motivatsiyalash tizimini takomillashtirib, jamoaviy ishlash muhitini kuchaytirdi. Menejerlar va direktorlar uchun KPI tizimining joriy etilishi samaradorlikni oshirdi. Shuningdek, kompaniyalar

¹⁷³ O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “O‘zbekiston Respublikasida turizm infratuzilmasini yaxshilash va xorijiy turistlar oqimini yanada oshirishga qaratilgan qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida” Farmoni, 18.07.2024 yildagi PF-102-son

o'z ichki audit tizimini qayta qurib, moliyaviy hisobotlarning aniqligini ta'minladi. Turizmda mavsumiylikka qarshi strategik rejalashtirish ishlari olib borildi. Texnologik innovatsiyalar, masalan, CRM tizimlari joriy qilinib, mijozlar bilan aloqalar mustahkamlandi. Kompaniyalar rahbarlari korporativ boshqaruvni xodimlar malakasini oshirish bilan bog'lab ko'rayotir. Bu tajriba boshqa hududlardagi korxonalar uchun namuna bo'lishi mumkin.

Korporativ boshqaruvning samaradorligi kompaniya rentabelligi va bozor ulushi bilan chambarchas bog'liq. Turizm sohasida bu bog'liqlik ayniqsa keskin ko'rinadi, chunki xizmat sifati bevosita menejment qarorlariga bog'liq. Korporativ boshqaruvning asosiy muammosi – funktsiyalarning noaniqligi va vakolatlar chegarasining mavhumligidir. Shu sababli, kompaniyalarda tashkiliy tuzilmani qayta ko'rib chiqish muhim. Ichki audit va risklarni boshqarish tizimlarining mavjud emasligi xatolarga olib keladi. Samarali korporativ boshqaruv tizimlarida strategik rejalashtirish, monitoring va baholash muhim elementlardir. Tahlillar shuni ko'rsatadiki, korporativ boshqaruvi kuchli kompaniyalar investorlar ishonchini ham yutib olishadi. Korporativ madaniyat va ichki kommunikatsiyaning yuqori darajada tashkil etilishi barqarorlikni ta'minlaydi. Shuningdek, korporativ boshqaruv raqamli texnologiyalar bilan integratsiyalashuvga muhtoj.

Turizm sohasidagi kompaniyalar innovatsion boshqaruv modeliga o'tmas ekan, korporativ tizimning samaradorligi cheklangan bo'ladi. Bugungi raqamli transformatsiya sharoitida "smart governance" yondashuvi alohida ahamiyat kasb etadi. Bu modelda sun'iy intellekt asosida qarorlar qabul qilish, resurslarni optimallashtirish va xodimlarni monitoring qilish imkoniyati mavjud. Korporativ boshqaruvda blokcheyn texnologiyasidan foydalanish shaffoflikni oshiradi. Ayniqsa, xalqaro turizm operatorlari bilan ishlovchi kompaniyalar uchun bu texnologik yondashuv juda foydali. Innovatsion yechimlar yordamida strategik boshqaruv ancha tezkor va aniq bo'ladi. Masalan, real vaqt rejimida mijoz ehtiyojlarini tahlil qilish xizmati sifatini oshiradi. Boshqaruv tizimida IoT texnologiyalarining joriy etilishi ham xizmat ko'rsatish jarayonlarini avtomatlashtiradi. Shu tarzda, korporativ boshqaruv innovatsion mexanizmlar bilan mustahkamlanadi.

Turizm sohasida faoliyat yurituvchi kompaniyalarda korporativ boshqaruvni samarali tashkil etish uchun mavjud huquqiy me'yorlarga amal qilish muhim. MChJ, AJ yoki XK shaklidagi kompaniyalar uchun korporativ boshqaruvda aktsiyadorlar, direktorlar kengashi va nazorat organlarining huquqiy maqomi aniqlangan bo'lishi lozim. Shuningdek, shartnomaviy munosabatlar ochiqlik va qonuniylik tamoyillariga asoslanishi kerak. Korporativ nizomlar va siyosatlar mehnat qonunchiligiga mos ravishda ishlab chiqilishi zarur. Kompaniyaning ichki nazorat tizimi "compliance" tamoyillariga asoslanishi kerak. Auditorlik va yuridik xizmatlarning mustaqilligi korporativ boshqaruvni mustahkamlovchi omil hisoblanadi. Davlat tomonidan belgilangan standartlar va lisenziyalash talablariga rioya etilishi, raqobat muhitini barqarorlashtiradi. Normativ-huquqiy asoslarning yangilanishi korporativ boshqaruvni zamonaviylashtirishga xizmat qiladi. Bu orqali kompaniyalar ishonchlilik va barqarorlikka erishadi.

Xulosa qilganda, turizm sohasidagi korporativ boshqaruv tizimi faqat moliyaviy natijalarga emas, balki ijtimoiy-iqtisodiy ta'sirga ham yo'naltirilgan

bo'lishi kerak. Kompaniyalar mahalliy aholini ish bilan ta'minlash, ekologik barqarorlikni ta'minlash va madaniy merosni asrash orqali ijtimoiy mas'uliyatni bajarishlari zarur. Korporativ boshqaruvda ijtimoiy sheriklik mexanizmlarini joriy etish, manfaatdor guruhlar bilan doimiy muloqotni ta'minlaydi. Boshqaruv qarorlari qabul qilinayotganda ijtimoiy audit va baholash tizimlaridan foydalanish tavsiya etiladi. Xodimlar uchun ijtimoiy paketlar va treninglar tashkil etilishi barqarorlikni oshiradi. Aholi bilan ijobiy aloqalar, turizm infratuzilmasini yaxshilash orqali kompaniyaning ijtimoiy obro'sini oshiradi. Shu bilan birga, mahalliy biznes subyektlari bilan kooperatsiya qilish ham muhim. Samarali korporativ boshqaruv ijtimoiy va iqtisodiy manfaatlarni uyg'unlashtiradi. Natijada kompaniya uzoq muddatli rivojlanishga erishadi.

Samadjon MAMUROV,
O'zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi dotsenti v.b., PhD

TURIZMDA KADRLAR SALOHİYATIDAN SAMARALI FOYDALANISH IMKONIYATLARI

Annotatsiya. Ushbu maqola O'zbekistonda turizm sohasidagi kadrlar salohiyatidan samarali foydalanish imkoniyatlarini tahlil qiladi. Maqolada turizm malakali kadrlar tayyorlashning ahamiyati, mavjud muammolar va ularni bartaraf etish bo'yicha strategiyalar keltirilgan. Turizm sohasida kadrlar tayyorlash tizimining takomillashtirilishi, amaliyotga yo'naltirilgan o'quv dasturlari va xalqaro tajribaning o'rganilishi zarurati ta'kidlangan.

Kalit so'zlar: Turizm, kadrlar salohiyati, malakali kadrlar, turizm ta'lim, amaliyot, xalqaro tajriba.

Аннотация. В данной статье анализируются возможности эффективного использования кадрового потенциала в сфере туризма в Узбекистане. Рассматриваются важность подготовки квалифицированных кадров в туризме, существующие проблемы и стратегии их решения. Особое внимание уделено совершенствованию системы подготовки кадров в туризме, внедрению практических учебных программ и изучению международного опыта.

Ключевые слова: Туризм, кадровый потенциал, квалифицированные кадры, образование в туризме, практика, международный опыт.

Abstract. This article analyzes the opportunities for effective use of human resources potential in the tourism sector of Uzbekistan. It discusses the importance of preparing skilled personnel in tourism, existing challenges, and strategies to address them. The article emphasizes the need to improve the personnel training system, implement practical training programs, and study international experiences.

Keywords: Tourism, human resources potential, skilled personnel, education in tourism, practical training, international experience.

O'zbekistonning turizm sohasidagi salohiyatidan samarali foydalanish, nafaqat

iqtisodiy o'sish, balki jamiyatning ijtimoiy farovonligini ta'minlashda ham muhim ahamiyatga ega. So'nggi yillarda mamlakatda amalga oshirilgan islohotlar, infratuzilma rivoji va xalqaro hamkorliklar natijasida turizm sektori sezilarli darajada kengayib, yangi ish o'rinlari yaratish, hududiy rivojlanish va madaniy merosni saqlash kabi masalalarda ijobiy o'zgarishlarga olib keldi.

2024-yilda O'zbekiston 10,2 million xorijiy sayyohni kutib olib, turizm sohasida 3,5 milliard dollar daromad keltirdi. Bu ko'rsatkich 2023-yilga nisbatan 1,5 baravarga oshganini anglatadi. Shuningdek, turizm va mehmonxona sohalarida 51 000 yangi ish o'ri yaratildi, bu esa mamlakatning bandlik darajasini oshirishga xizmat qildi¹⁷⁴.

Biroq, turizm salohiyatidan to'liq foydalanish uchun malakali kadrlar tayyorlash, ularning xizmat ko'rsatish madaniyati va kasbiy kompetensiyalarini oshirish zarur. Shu bois, turizmدا kadrlar salohiyatidan samarali foydalanish, nafaqat iqtisodiy, balki ijtimoiy jihatdan ham dolzarb masala hisoblanadi.

O'zbekiston turizm sohasida yuqori salohiyatga ega bo'lib, bu soha iqtisodiyotning muhim tarmoqlaridan biriga aylangan. So'nggi yillarda mamlakatda turizmni rivojlantirishga qaratilgan keng qamrovli islohotlar amalga oshirilmoqda, buning natijasida xorijiy turistlar soni oshmoqda, infratuzilma rivojlanmoqda, yangi xizmatlar va yo'nalishlar ochilmoqda. Biroq, bu sohaning to'liq rivojlanishi va o'z salohiyatidan maksimal darajada foydalanishi uchun eng muhim omil – malakali va tajribali kadrlar hisoblanadi. Shuningdek, bu kadrlarning kasbiy malakalarini oshirish va ularni turizmning har xil sohalariga jalb etish zarur.

Turizm sohasidagi kadrlar salohiyati uning samarali rivojlanishining asosiy omillaridan biri hisoblanadi. Malakali kadrlar, birinchi navbatda, xizmat ko'rsatish sifatini oshiradi, mijozlarga yuqori darajada xizmat ko'rsatish orqali ularning qoniqishini ta'minlaydi va natijada davlatning iqtisodiy o'sishiga hissa qo'shadi. Turizm xizmatlari yuqori darajada bo'lishi, turistlarning qaytib kelishini ta'minlash va ushbu sektorda yangi ish o'rinlarini yaratish uchun muhim ahamiyatga ega.

Turizmда kadrlar salohiyatini samarali foydalana olish, ayniqsa, yosh kadrlarni tayyorlash, ularning kasbiy malakalarini oshirish, ularni zamonaviy texnologiyalar va global tendensiyalar bilan tanishtirishni talab etadi. O'zbekiston turizm sohasidagi kadrlar uchun turli ta'lim muassasalarida o'quv dasturlari va kurslar tashkil etgan bo'lsa-da, ushbu dasturlarni yanada takomillashtirish va amaliyotga yo'naltirish zarur.

Kadrlar salohiyatidan samarali foydalanish nafaqat malakali kadrlar tayyorlashni, balki mavjud kadrlarning malakasini oshirishni ham taqozo etadi. Bu masala eng ko'p uchraydigan muammolardan biridir. Aksariyat hollarda, turizm sektorida ishlovchi kadrlar o'z kasbiy maqsadlariga yetishish uchun yetarli bilim va ko'nikmalarga ega emas. Bu esa xizmat ko'rsatish sifatiga salbiy ta'sir ko'rsatadi, o'z navbatida mamlakatning turizm sohasida global bozorda raqobatbardoshligini kamaytiradi.

O'zbekistonning turizm sohasidagi eng muhim kamchiliklardan biri – kadrlarni tayyorlash jarayonidagi uzilishlar, xususan, amaliyot va nazariyaning birlashmasidir.

¹⁷⁴ www.stat.uz ma'lumotlari.

Ko'plab o'quv dasturlarida talabalarga amaliyotga yo'naltirilgan bilimlar yetishmaydi. Bu muammo kadrlar salohiyatini rivojlantirishda to'siq bo'lishi mumkin. Shuning uchun, turizm sohasida kadrlar tayyorlash tizimini takomillashtirish va amaliyotga ko'proq e'tibor qaratish kerak.

Kadrlar salohiyatidan samarali foydalanish uchun bir nechta muhim strategiyalarni ishlab chiqish zarur. Bular orasida:

Malakali kadrlarni tayyorlash. O'zbekistonning turizm sohasida kadrlar tayyorlash tizimini takomillashtirish lozim. Ta'lim muassasalari va turizm tashkilotlari o'rtasida hamkorlikni kuchaytirish va amaliyotga yo'naltirilgan o'quv dasturlarini ishlab chiqish zarur. Kadrlar tayyorlashda shuningdek, xalqaro tajribalar va global tendensiyalarni o'rganish ham muhimdir.

Tajribali kadrlarni jalb etish. Turizm sohasidagi yetakchi mutaxassislarni, ularning tajribalarini va bilimlarini yosh kadrlar bilan bo'lishish uchun samarali tizim yaratish kerak. Ular mentorlar sifatida ish olib borishlari, yangi kadrlar uchun yo'l-yo'riq ko'rsatishlari zarur.

Kadrlarni innovatsion texnologiyalar bilan tanishtirish. Turizm sohasida yangilanish va innovatsion texnologiyalarni joriy etish, kadrlarning raqamli ko'nikmalarini oshirish, yangi texnologiyalarni qo'llash orqali xizmat ko'rsatish sifatini oshirishga erishish mumkin.

Turizm sohasidagi kadrlar salohiyatidan samarali foydalanish nafaqat iqtisodiy rivojlanishni ta'minlaydi, balki jamiyatning farovonligini oshirishga ham hissa qo'shadi. Malakali kadrlar turizmni rivojlantirishda ijtimoiy jihatdan ham katta rol o'ynaydi. Ular o'z ishini yuqori darajada bajarishlari orqali turistlarga yaxshi taassurotlar qoldirishadi, natijada mamlakatning global imiji yaxshilanadi va mamlakatga jalb qilinadigan investitsiyalar ortadi. Turizmning rivojlanishi yangi ish o'rinlarini yaratadi, o'z navbatida aholi bandligini oshiradi. O'zbekistonning turizm sektori bir qator ijtimoiy va iqtisodiy masalalarni hal qilishda muhim ahamiyatga ega, jumladan, qashshoqlikni kamaytirish va iqtisodiy o'sishni ta'minlash.

Umuman olganda, turizmدا kadrlar salohiyatidan samarali foydalanishning ahamiyati o'ta yuqori. Bu jarayon nafaqat iqtisodiy rivojlanish, balki jamiyatning ijtimoiy farovonligini oshirishga, aholi bandligini ta'minlashga, va global raqobatbardoshlikni kuchaytirishga xizmat qiladi. O'zbekistonning turizm sohasida kadrlar salohiyatini rivojlantirish uchun keng ko'lamli strategiyalarni ishlab chiqish va joriy etish zarur, bu esa mamlakatning global turizm bozoridagi o'rnini mustahkamlashga yordam beradi.

Adabiyotlar ro'yxati

3. Eshmurodov, R., & Mirzayeva, M. (2024). O'zbekiston Respublikasida turizm sohasida kadrlar tayyorlash tizimini takomillashtirish: muammolar va strategiyalar. *Journal of Tourism Studies*, 15(3), 120-134. www.stat.uz

4. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori. (2024, iyul 18). Turizm sohasida kadrlar tayyorlash tizimini takomillashtirish chora-tadbirlari (PQ-269-sonli qaror). Lex.uz. <https://www.lex.uz/docs/-7031185>

Шохида АРТЫКОВА,
Самаркандский институт экономики и сервиса
доцент и.о. кафедры «Цифровая экономика»
город Самарканд, Узбекистан

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ СФЕРЫ В УЗБЕКИСТАНЕ В УСЛОВИЯХ ПЕРЕХОДА К «ЗЕЛЕННОЙ» ЭКОНОМИКЕ

Аннотация. В статье рассматриваются перспективы развития туристической сферы Узбекистана в условиях перехода к «зеленой» экономике. Автор подчеркивает важность устойчивого туризма как одного из приоритетных направлений, способствующих сохранению окружающей среды и социально-экономическому развитию. Особое внимание уделено экотуризму, развитию экологической инфраструктуры, вовлечению местного населения, совершенствованию нормативной базы и международному сотрудничеству. Также приводятся предложения по продвижению «зеленого» туризма на международном уровне и подготовке кадров в этой сфере.

Ключевые слова: устойчивое развитие, зеленая экономика, экотуризм, экологическая инфраструктура, природные ресурсы, международное сотрудничество.

Abstract. This article explores the prospects for the development of Uzbekistan's tourism sector in the context of the transition to a "green" economy. The author emphasizes the importance of sustainable tourism as a priority direction that contributes to environmental protection and socio-economic development. Special attention is given to ecotourism, the creation of environmentally friendly infrastructure, involvement of local communities, improvement of the legal framework, and international cooperation. The article also presents recommendations for promoting "green" tourism globally and developing human capital in this field.

Keywords: sustainable development, green economy, ecotourism, environmental infrastructure, natural resources, international cooperation.

В современном мире устойчивое развитие становится приоритетом для всех стран, стремящихся к балансу между экономическим ростом и сохранением окружающей среды. Узбекистан, обладая богатым историко-культурным наследием и уникальными природными ресурсами, имеет значительный потенциал для развития туризма. В условиях перехода к «зеленой» экономике туристическая отрасль может стать одной из ключевых сфер, способствующих устойчивому развитию страны.

Сегодня изменение климата, экологические проблемы и ограниченность природных ресурсов являются одними из важнейших проблем, с которыми сталкивается человечество в глобальном масштабе. Поэтому мировое сообщество все больше осознает необходимость перехода к «зеленой» экономике. «Зеленая» экономика – это новая экономическая парадигма, которая

предполагает защиту окружающей среды и рациональное использование природных ресурсов при обеспечении экономического роста.

Индустрия туризма является одним из наиболее быстрорастущих секторов мировой экономики и имеет большой потенциал для Узбекистана. Однако экологический след (воздействие на окружающую среду) традиционного туризма вызывает все большую обеспокоенность. Это привело к появлению концепции «зеленого» туризма или экотуризма, целью которой является снижение негативного воздействия туристической деятельности и сохранение местных природных и культурных ресурсов.

Узбекистан с его богатой природой, уникальными ландшафтами и культурным наследием имеет прекрасные возможности для экологического туризма. Правительство Узбекистана, принявшее стратегию перехода к «зеленой» экономике на 2019–2030 годы, также выбирает путь устойчивого развития туристической сферы.

Концепция «зеленой» экономики была впервые предложена в 1989 году Пирсом, Маркандией и Барбье, а сегодня она определяется Программой ООН по окружающей среде (ЮНЕП) следующим образом: «Экономика, направленная на повышение благосостояния людей и обеспечение социальной справедливости при значительном снижении экологических рисков и экологического дефицита».

Устойчивый туризм, согласно определению Всемирной туристской организации (ЮНВТО), – это «форма туризма, которая включает экономические, социальные и экологические аспекты, учитывает потребности окружающей среды, местного населения и посетителей и служит на благо нынешнего и будущих поколений». Зеленый туризм – это экологически чистая и устойчивая форма путешествий, которая привлекает туристов такими местами, как природные ландшафты, леса, горы, реки и национальные парки. Основное внимание в этом виде туризма уделяется сохранению окружающей среды, рациональному использованию природных ресурсов и поддержке социально-экономического благополучия местных сообществ.

Для развития зеленого туризма необходимо обратить внимание на следующие факторы:

1. Создание экологически чистой инфраструктуры: использование возобновляемых источников энергии, сокращение отходов и создание системы переработки отходов.

2. Обеспечение участия местных жителей: вовлечение их в туристическую деятельность, оказание услуг, организация экскурсий.

3. Формировать систему информирования туристов: поощрять их вести себя экологически ответственно.

Узбекистан с его богатыми природными ресурсами, уникальными экосистемами и культурным наследием имеет большой потенциал для экологического туризма. Сегодня в нашей стране действуют 9 заповедников, 2 национальных парка, более 10 памятников природы и множество других охраняемых природных территорий. Среди них: Чаткальский государственный биосферный заповедник, Гиссарский государственный заповедник,

Зарафшанский национальный природный парк, Китабский государственный геологический заповедник, Угом-Чаткальский национальный природный парк. Развивая агротуризм и экотуризм, особенно в сельской местности, можно добиться не только экономической стабильности, но и повышения экологической культуры.

Для развития сферы туризма в Узбекистане в контексте «зеленой» экономики рекомендуются следующие меры:

- совершенствование нормативно-правовой базы: создание законодательной базы поддержки «зеленого» туризма, разработка и внедрение стандартов экологического туризма, поощрение проектов устойчивого туризма посредством налоговых льгот.

- развитие инфраструктуры: создание современной и экологически чистой инфраструктуры на особо охраняемых природных территориях, строительство туристических объектов с использованием возобновляемых источников энергии, внедрение экологического транспорта.

- развитие международного сотрудничества: укрепление взаимодействия с международными организациями (ЮНВТО, ЮНЕП), привлечение иностранных инвестиций в сектор «зеленого» туризма, изучение и адаптация международного опыта.

- создание систему подготовки кадров: разработать программы подготовки специалистов в сфере «зеленого» туризма, обучить местных жителей основам экологического туризма, сформировать культуру обслуживания, соответствующую международным стандартам.

- совершенствование маркетинговых стратегий: продвижение Узбекистана как «зеленого» туристического направления на международных рынках, продвижение устойчивого туризма с использованием цифровых технологий, создание «зеленых» брендов и туристических продуктов.

В условиях перехода Узбекистана к «зеленой» экономике развитие сферы туризма будет способствовать не только экономическому росту, но и решению экологических проблем, повышению уровня жизни местного населения.

Наша страна, обладающая уникальными природными и культурными ресурсами, имеет большой потенциал для экологического туризма. Для правильного использования этого потенциала необходимы комплексный подход, сотрудничество всех заинтересованных сторон и творческое применение международного опыта.

«Зеленый» туризм может служить важным инструментом обеспечения устойчивого экономического роста, защиты окружающей среды и социальной справедливости в Узбекистане. Любые усилия в этом направлении являются инвестицией в обеспечение здорового и устойчивого будущего для будущих поколений.

Список использованной литературы

1. Стратегия Республики Узбекистан по переходу к «зеленой» экономике в 2019-2030 годах.

2. Мирзиёев Ш.М. (2022). Новая стратегия развития Узбекистана. Ташкент.

3. Алиева МТ (2021). Перспективы устойчивого развития туристической отрасли Узбекистана. Научный электронный журнал экономики и инновационных технологий.

4. Министерство туризма и спорта Республики Узбекистан. (2023). Отчет о развитии туризма в Узбекистане.

Шоира СУЛЕЙМАНОВА,
и.о. доцент (PhD) Международного университета Нордик"
Абдувохид ТОШБЕКОВ,
Магистрант Международного университета "Нордик"

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА УСЛУГ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Аннотация: В перспективе цифровой экономики широко используются такие цифровые технологии, как 5G, блокчейн и большие данные, указывая направление трансформации для устойчивого развития туристических предприятий. На этом фоне трансформация туристических предприятий является неизбежной тенденцией, сталкивающейся с руководством внешней среды, необходимостью внутренней модернизации и расширением каналов трансформации. Однако на текущем этапе трансформация туристических предприятий по-прежнему сталкивается с реальными препятствиями, связанными с отсутствием возможностей для трансформации, что приводит к ограниченности цифровой трансформации; слабое применение технологий и отсутствие соответствующих сценариев применения; отсутствие контроля затрат и отсутствие механизмов гарантий поддержки.

Ключевые слова: цифровая экономика; туристические предприятия; цифровая трансформация; цифровая индустриализация.

Abstract: In the context of the digital economy, digital technologies such as 5G, blockchain, and big data are widely applied, pointing the way for the sustainable transformation of tourism enterprises. Against this background, the transformation of tourism enterprises has become an inevitable trend driven by external environmental pressure, internal modernization needs, and the expansion of transformation channels. However, at the current stage, tourism enterprises still face real obstacles such as limited transformation opportunities, weak adoption of technologies, lack of practical implementation scenarios, insufficient cost control, and absence of support guarantee mechanisms.

Keywords: digital economy; tourism enterprises; digital transformation; digital industrialization.

В условиях стремительного развития цифровой экономики туристические предприятия Узбекистана сталкиваются с трудностями в обеспечении конкурентоспособности на туристическом рынке. Являясь важным

компонентом качественного экономического развития, туристические предприятия должны трансформироваться и развиваться, чтобы поддерживать качественное развитие реальной экономики. С глубоким развитием цифровой экономики многие цифровые технологии, полученные из цифровой экономики, указали направление трансформации для развития туристических предприятий, что будет способствовать дальнейшему повышению уровня развития реальной экономики страны.

Ориентация на внешнюю среду для содействия цифровой трансформации предприятий. На данном этапе цифровая экономика развивается быстрыми темпами, открывая новые возможности и перспективы развития для предприятий туристической сферы. Рассматривая внешнюю среду развития туристических предприятий, видно, что цифровая экономика может оптимизировать рыночный механизм развития туризма за счет стимулирования потребления, оптимизации распределения факторов производства и контроля эксплуатационных расходов предприятий, тем самым помогая туристическим предприятиям осуществлять цифровую трансформацию.

Во-первых, цифровая экономика изменила потребительские привычки потребителей, что привело к увеличению числа туристов. В условиях цифровой экономики традиционные методы производства, методы рыночных операций и методы организационного управления в туристической отрасли подвергаются цифровой итерации и модернизации, что еще больше расширяет рыночный потенциал туристической отрасли. В то же время цифровые технологии могут эффективно снизить стоимость поиска информации, помогая потребителям принимать решения о потреблении путешествий как можно быстрее и еще больше расширяя рынок потребления туристических услуг.

Кроме того, цифровая экономика породила новые бизнес-модели и новые сценарии в туристической отрасли, полностью отвечающие разнообразным потребностям потребителей. В результате потребительский рынок еще больше расширился, что вынудило туристические компании перейти на цифровые технологии.

Во-вторых, оптимизировать распределение факторов производства среди туристических предприятий и улучшить уровень соответствия спроса и предложения. В условиях цифровой экономики данные внедряются в операционный процесс туристических предприятий как новый фактор, который может способствовать точному распределению различных факторов. В то же время элементы данных могут трансформировать и модернизировать традиционные элементы, дополнительно оптимизировать комбинацию традиционных элементов, точно соответствовать потребностям туризма и расширять возможности реинжиниринга процессов туристических предприятий.

В-третьих, обеспечить разумный контроль затрат и способствовать получению экономических выгод и росту доходов предприятий. В цифровой экономике туристические компании могут полагаться на такие технологии, как большие данные и облачные вычисления, для координации различных туристических данных с целью обеспечения точности транзакций. В то же

время интеллектуальные технологии могут глубоко изучать потребности пользователей, а затем предоставлять компаниям обратную связь по методам оптимизации стоимости продукта, помогать компаниям принимать обоснованные бизнес-решения, снижать операционные риски бизнеса и, таким образом, способствовать цифровому развитию туристических компаний.

Необходимость внутренней модернизации для обеспечения устойчивого развития предприятий. Туристические предприятия имеют большую конкурентоспособность на рынке. Если они хотят добиться устойчивого развития, необходимо встать на путь цифровой трансформации, в полной мере задействовать преимущества отрасли на фоне цифровой экономики и добиться устойчивого развития.

В условиях быстрого развития цифровой экономики реформирование и внедрение инноваций в деятельность туристических предприятий становится важным средством содействия их устойчивому развитию. Это также ключевая мера по содействию качественному развитию предприятий и повышению их конкурентоспособности на рынке. Учитывая постоянный рост затрат на рабочую силу и материалы, туристические предприятия не имеют традиционного преимущества в плане экономической эффективности. Это требует от туристических предприятий выбора дифференцированного пути развития, повышения собственной гибкости развития и, таким образом, содействия устойчивому развитию предприятий.

В настоящее время некоторые туристические предприятия не осознают возможности цифрового развития предприятий в условиях цифровой экономики. В то же время, учитывая многочисленные практические ограничения, такие как высокая стоимость цифровой трансформации, малый масштаб и трудности с финансированием, текущая ситуация показывает, что компании не желают трансформироваться и считают, что это им трудно.

В долгосрочной перспективе, если предприятия хотят добиться устойчивого развития и повысить свою конкурентоспособность, им необходимо начать с внутренней цифровой трансформации. На этом фоне туристические предприятия испытывают потребность в контроле затрат, расширении масштабов деятельности и финансировании. Цифровую экономику можно интегрировать с финансовыми технологиями для реализации инклюзивного финансирования с целью расширения возможностей малых и средних туристических предприятий, решения их финансовых трудностей и обеспечения их устойчивого развития.

Расширение каналов трансформации для содействия интеллектуальному развитию предприятий. Текущее развертывание макроэкономической политики в области цифровой экономики накладывается на формирование политических преимуществ, что способствует качественному развитию малых и средних туристических предприятий моей страны.

В настоящее время в Узбекистане стремительно развиваются новые модели туризма и новые формы бизнеса, такие как умный туризм, цифровое творчество, цифровые развлечения, демонстрация цифрового искусства и иммерсивный опыт. Персонализированные, индивидуальные и

высококачественные цифровые туристические продукты появляются бесконечным потоком, открывая новые возможности для развития малых и средних туристических предприятий.

С точки зрения поддержки цифровой индустриализации трансформация туристических предприятий может включать интеграцию цифровых ресурсов туристических предприятий, модернизацию продуктов и услуг, способы передачи данных и информации между предприятиями и туристами, построение корпоративной бренд-культуры и трансформацию моделей корпоративного управления. Поэтому существует острая необходимость в выяснении влияния цифровой экономики на содействие трансформации малых и средних туристических предприятий.

Во-первых, открыть каналы информационного общения и способствовать расширению каналов связи между предприятиями и туристами. Цифровая экономика может публиковать туристическую информацию через онлайн-платформы и глубоко анализировать предпочтения туристов при просмотре веб-страниц на основе технологии больших данных, чтобы точно взаимодействовать с туристами и избегать оков «информационных островов» для обеих сторон.

Во-вторых, содействовать повышению эффективности преобразований малых и средних туристических предприятий. С быстрым развитием цифровой экономики операционная модель традиционных туристических предприятий постепенно выявила множество трудностей развития, вынуждая предприятия переходить на цифровизацию.

С одной стороны, малые и средние туристические предприятия в различных секторах добились скоординированной цифровой трансформации. Например, в сфере гостиничного бизнеса, туризма и транспорта интеллектуальные операции могут быть реализованы с помощью новых технологий, таких как большие данные. С другой стороны, производные инструменты в сфере туризма имеют инновационный характер. В контексте цифровой экономики публичный обмен туристической информацией побуждает туристов участвовать в разработке продукта.

В-третьих, оптимизировать структуру управления предприятием. Цифровую экономику можно разделить на цифровую индустриализацию и промышленную цифровизацию. Среди них цифровая индустриализация может помочь малым и средним туристическим предприятиям в технологических инновациях, замене продуктов и инновациях в сфере услуг, тем самым повышая уровень развития традиционных туристических предприятий. В то же время цифровая индустриализация интегрирует и преобразует методы управления туристическими предприятиями, укрепляет возможности коммуникации и сотрудничества между различными подразделениями и, таким образом, оптимизирует структуру управления малыми и средними туристическими предприятиями, способствуя формированию передовой модели управления со сбалансированной взаимодополняемостью и скоординированным взаимодействием.

Список использованной литературы

1. Tapscott, D. (2016). *Blockchain revolution: how the technology behind bitcoin is changing money, business, and the world*. Penguin.
2. Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: foundations and developments. *Electronic Markets*.
3. UNWTO (2021). *Tourism and Innovation: Transformation Towards Smart Tourism*.
4. Sigala, M. (2018). Social media and customer engagement in the context of collaborative value co-creation in tourism. *Current Issues in Tourism*.
5. Gretzel, U. (2021). *The Digital Transformation of Tourism*. Springer.

Anvar XUDOYAROV,
O'zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi dotsenti, i.f.n.

O'ZBEKISTONDA HUDUDIIY TURIZMNING RIVOJLANISH TENDENSIYALARI VA ISTIQBOLLARI

Annotatsiya. Bugungi kunda hududiy turizmni rivojlantirishda turistik resurslar bilan bog'liq ma'lumotlarni to'plash va tahlil qilishda ko'plab tegishli ilmiy tadqiqot markazlari, oliy ta'lim muassasalari tadqiqotchilari tomonidan ilmiy ishlar olib borilib amaliyotga joriy etilmoqda. 21-asrning boshlaridan boshlab axborot texnologiyalari ijtimoiy-gumanitar va diniy-ma'rifiy sohalarini rivojlantirish borasida keng qo'llanila boshlandi. Xususan, turizm, ziyorat turizmi borasida ilmiy tadqiqotlar, tarixiy hodisalarni virtual voqelik asosida o'rganish, ajdodlar meroslarining raqamli resurslar bazasini yaratish va boshqa tadqiqotlarni ko'rsatish mumkin.

Tayanch so'zlar: madaniy va ma'naviy meros, me'moriy va tasviriy san'at, tarixiy obidalar, innovatsiya, konsepsiya, raqobat, takomillashtirish, xalqaro turistik bozorlar, turistik resurslar, infrastruktura, logistik xizmatlar, axborot kommunikatsiya texnologiyalari.

Аннотация. В настоящее время научными сотрудниками многих профильных научно-исследовательских центров и высших учебных заведений проводится и внедряется в практику научная работа по сбору и анализу данных, связанных с туристскими ресурсами в развитии регионального туризма. С начала XXI века информационные технологии стали широко использоваться в развитии социально-гуманитарной и религиозно-образовательной сфер. В частности, могут быть продемонстрированы научные исследования в области туризма, паломнического туризма, изучения исторических событий на основе виртуальной реальности, создания цифровой ресурсной базы родового наследия и другие исследования.

Ключевые слова: культурное и духовное наследие, мемориальное и изобразительное искусство, исторические памятники, инновации, концепция, конкуренция, благоустройство, международные туристические рынки, туристические ресурсы, инфраструктура, логистические услуги,

информационно-коммуникационные технологии.

Annotatsion. Today, in the development of regional tourism, scientific work is being carried out and implemented in practice by researchers of many relevant scientific research centers and higher educational institutions in the collection and analysis of information related to tourist resources. Since the beginning of the 21st century, information technologies have been widely used in the development of socio-humanitarian and religious-educational spheres. In particular, scientific research on tourism, pilgrimage tourism, the study of historical events based on virtual reality, the creation of a digital resource base of ancestral heritage, and other studies can be highlighted.

Key words: Cultural and spiritual heritage, memorial and fine arts, historical monuments, innovations, concept, competition, improvement, international tourism markets, tourism resources, infrastructure, logistics services, information and communication technologies.

Bugungi globallashuv jarayonida xalqaro turizm industriyasi yuqori daromad manbai sifatida muhim ahamiyatga ega. Yurtimizda xalqlar, millatlar, dinlar o'rtasida bag'rikenglik, o'zaro hurmat va totuvlikni mustahkamlash bilan bir qatorda ijtimoiy-iqtisodiy hayotiga o'z o'rniga ega bo'lib yangi ish o'rinlarini yaratish, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish, madaniyat va qadriyatlarni saqlashda namoyon bo'ladi. Bugungi kunda dunyo miqyosida turizm iqtisodiyotning muhim tarkibiy qismi bo'lib, dunyo mamlakatlari ijtimoiy-iqtisodiy farovonligini oshirishga munosib hissa qo'shib kelmoqda. Butunjahon turizm tashkiloti (UNWTO)ning statistik ma'lumotlariga ko'ra, turizm daromadlilik darajasi bo'yicha uchinchi, tovarlar va xizmatlar eksportida to'rtinchi o'rinda, uning jahon yalpi ichki mahsuloti (YAIM)dagi ulushi o'rtacha 10,0 foizni tashkil etmoqda.

Tahlil natijalariga kura, 2030-yilga borib, xalqaro turistik sayohatlardan olinadigan daromadlar ortishi kutilmoqda. Bu esa, jahonda turizm salohiyatidan tobora kengroq va samarali foydalanishga harakat kutilayotganini anglatadi. Ushbu ko'rsatkichning mamlakatimizda xam jadal o'sishi kuzda tutilgan.

Ta'kidlash joizki, 2023-yilda qabul qilingan respublikani ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish bo'yicha "O'zbekiston – 2030" strategiyasida ham sohada erishilgan natijalar va olib borilayotgan keng ko'lamli islohotlarni yanada jadallashtirgan holda xorijiy turistlar sonini 15 millionga, ichki sayyohlar sonini 25 millionga, ziyorat turizmi bo'yicha keladigan turistlar sonini 3 million nafarga oshirish, xususiy investitsiyalarni jalb qilish hisobiga 30 ta yirik turizm klasterlarini tashkil etish, mehmon o'rinlari sonini kamida 2 barobarga oshirish, tog'li hududlarda 25 ta dor yo'llari qurish, turizm mahallalari sonini 175 taga yetkazish, turizm xizmatlari eksportini 5 milliard dollarga yetkazish maqsadi qo'yilgan. Bu bilan mamlakatda iqtisodiy o'sishni ta'minlashda turizmning multiplikativ samarasidan foydalanish va pirovard natijada aholining turmush farovonligi ortadi.

Yurtimizda turizm industriyasini davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash va tartibga solish maqsadida joriy yilning 9 aprel kuni Prezident Shavkat Mirziyoyev raisligida videosektor yig'ilishi o'tkazildi. Unda hududlarning turizm salohiyatini oshirish, xorijiy investitsiya loyihalarini jadallashtirish masalalari muhokamasi

qilinib, so'nggi yillarda mamlakatimizning turizm eksporti 1,6 karra oshib, 3 milliard 500 million dollarga yetganligi, bu sohada 2 mingdan ortiq yangi tadbirkor ish boshlaganligi, xorijiy sayyohlar tashrifi ilk bor 10 milliondan oshganligi ta'kidlab o'tildi. 36 ta tuman va shaharda turizm turplarini rivojlantirish b'yiicha katta dastur tasdiqlanadi.

Darhaqiqat, yurtimiz tarixi, madaniyati va tabiatiga asoslanib, sayyohlarni yana 2-3 karra ko'paytirish imkoniyatlari mavjud. So'nggi yillarda ichki turizmga e'tibor kuchaygani uchun mahalliy sayyohlar soni 23 millionga yetdi. Joriy yilda O'zbekiston vakillarining Birlashgan Arab Amirliklari, Malayziya, Kuvayt va Fransiyaga tashriflar chog'ida 39 milliard dollarlik 178 ta loyiha bo'yicha kelishuvlarga erishildi. Kecha-kunduz Samarqandda o'tgan sammitda Yevropa Ittifoqi Markaziy Osiyoga 12 milliard yevro ajratishini ma'lum qildi. Shu kabi ko'plab ijobiy natijalarni keltirishimiz mumkin. Bu albatta bugungi kunda yurtimizda olib borilayotgan islohotlarning mevasidir

Ta'kidlash joyiki, hududlarimizda turizmni rivojlantirish, ichki va xalqaro turizmni yanada qo'llab-quvvatlash orqali samarali natijalarga erishish mumkin. Ammo, ayrim hududlarda yo'l va transport noqulayligi, ko'ngilochar joylar va qiziqarli dasturlar yetishmasligi kabi kamchiliklar ko'zga tashlanmoqda. Shu bilan bir qatorda boshqa viloyatlarga sayohatga bormaganlar talaygina. Shu bois yig'ilishda joylardagi imkoniyatlarni yuzaga chiqarib, turizm yo'nalishlarini ko'paytirish, sayyohlarga sharoitlarni kengaytirish chora-tadbirlari muhokama qilindi.

Jumladan, Chortoq tumani go'zal tabiati, shifobaxsh suvi bilan mashhur, shu bilan bir qatorda Parkent tumanining "Oltin bel" cho'qqisi, Sariosiyo tumanining tog'lardan iborat bo'lgan hududlarida qishki turizm uchun katta salohiyat mavjud. U yerda dor yo'li, mehmonxona va savdo-servis xizmatlari sohasiga investitsion loyihalarni amalga oshirish maqsadga muvofiq bo'lgan bo'lar edi. Shu bilan bir qatorda o'ziga xos jozibadorlikka ega bo'lgan ko'plab hududlarimizda turizm qishloqlarini tashkil etish, xalqaro darajadagi yangi tog'-chang'i zonasi, etno, gastronomik, tibbiy, ekstremal, madaniy-tarixiy, ziyorat, qishki va agroturizm sohaslarini rivojlantirish iqtisodiy-ijtimoiy o'sish sur'atlarini ta'minlashga xizmat qiladi.

Prezidentimiz ta'kidlaganidek, hududlarning turizm salohiyatini oshirish, xorijiy investitsiya loyihalarini jadallashtirish milliy turizm industriyasini rivojlantirishda muhim o'rin egallaydi. Xalqaro bozorlarga integratsiyalashuvining samaradorlikni oshirish yo'llaridan biri sifatida klasterlik tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlaridan samarali foydalanish hududlarda turizmni yanada rivojlantirishga xizmat qiladi.

Klasterlar, jumladan, turistik klasterlar o'ziga xos innovatsion tizim bo'lib, hududiy turizmning va iqtisodiyotining samarali rivojlanishiga, uning raqobatbardoshligini oshirishga, fan, kadrlar tayyorlash tizimi va biznes o'rtasida hamkorlikni kuchaytirishga xizmat qiladi. Yurtimiz hududlarini rivojlantirish, iqtisodiyotining raqobatbardoshligini oshirish uchun klasterlarni shakllantirish va rivojlantirishning turli jihatlari ko'plab iqtisodchi olimlarning ishlarida tahlil etilgan. Jumladan, mamlakatimiz iqtisodchi olimlaridan N.T.Tuxliyev, M.Пардаев, I.S.Tuxliyev, M.T.Alimova, Г.Гулямова, О.Астанакулов, А.Ештоев, M.M.Muxammedov, R.Xayitboyev, N.E.Ibodullayev, R.S.Amriddinov, N.Norchayev

va boshqalar mamlakatimizda turizmni rivojlantirishning iqtisodiy-ijtimoiy va nazariy tomonlari, turizm sohasini davlat tomonidan tartibga solish va boshqarish usullarini takomillashtirish, turizmning mamlakat iqtisodiyotini rivojlantirishdagi, shu bilan birga aholini ish bilan ta'minlashdagi yo'nalishlar yoritib berilgan.

Hududlarning turizm salohiyatini oshirish, xorijiy investitsiya loyihalarini jadallashtirishda klasterlik siyosati markaziy o'rinlardan biri sifatida namoyon bo'ladi. Natijada faoliyati bevosita yoki bilvosita turizm bilan bog'liq bo'lgan institutlar, tadbirkorlik faoliyati subyektlari, davlat muassasalari, jamoatchilik tashkilotlarining yig'indisidan iborat bo'lib, ularning o'zaro hamkorligi va ta'sirining asosiy maqsadi joylashgan hududning innovatsiya salohiyatidan foydalangan va uni rivojlantirgan holda sifatli, raqobatbardosh turistik mahsulotni ishlab chiqishdan iborat bo'ladi.

Demak, turistik klasterlarga aniq hududiy chegaraga egaligi, raqobatbardosh turistik mahsulot ishlab chiqishga ixtisoslashganligi, klaster qatnashchilari o'rtasida turli xil o'zaro tashkiliy-iqtisodiy integratsiyaning yuzaga kelishi, qo'llab-quvvatlovchi tarmoqlarning mavjudligi kabi xususiyatlarga xosdir. Shu bilan birga klasterlarning tuzilma sifatida innovatsionlik xususiyatlari hamda hududlarning iqtisodiy rivojlanishini ta'minlashdagi roliga alohida e'tiborni qaratish zarur.

Mamlakatimizda hududlarning investitsion salohiyatidan foydalanish va uni kengaytirishda turizm klasterlarini tashkil etish quyidagi imkoniyatlarni beradi:

- turizm biznesi, fan va davlat boshqaruv tashkilotlarining birgalikdagi harakatlarining muvofiqlashtirilishi;

- turistik klaster qatnashchilari faoliyatining resurslarga ega bo'lish imkoniyatini (axborot, innovatsiya va texnologik) kengaytirish hamda infratuzilma obyektlaridan birgalikda foydalanish yo'li bilan xarajatlarni, jumladan, tranzaksiya xarajatlarini kamaytirish asosida samaradorligini oshirish;

- turizm xizmatlarini ishlab chiqaruvchilari va iste'molchilari o'rtasidagi o'zaro ta'sirni kuchaytirish asosida innovatsion mahsulotlarni yaratish va bozorga olib chiqish jarayonini jadallashtirish;

- klasterlarni shakllantirishda ishtirok etuvchi investorlar uchun imtiyozlarning mavjudligi sababli mintaqada qulay investitsiya muhitini shakllantirish;

- yangi biznesni yaratish va rivojlantirish sharoitlari yaxshilanishi tufayli raqobatning rag'batlantirilishi;

- turistik mahsulotni iste'molchilarga yetkazib berishning barcha zarur bo'g'inlari bitta hududda to'planishi natijasida qo'shilgan qiymat o'sishining yopiq zanjiri shakllanishi.

Turizmni rivojlantirishda klaster siyosatini qo'llash, klasterlarni shakllantirish va rivojlantirish jarayonlari klaster subyektlari o'rtasidagi o'zaro munosabatlarini tartibga soluvchi rasmiy va norasmiy institutlar yig'indisidan iborat bo'lgan qulay institutsional muhit sharoitida yuz beradi.

Bu borada to'plangan amaliy va nazariy tajribalarni tahlil qiladigan bo'lsak, innovatsion yondashuvlarga asoslangan turizmi klasterlari raqobatbardoshligini oshirishning eng samarali shakllardan biri hisoblanadi.

Hududiy turizmni rivojlantirish orqali ichki va xalqaro turizmni faollashtirishda

Yevropa Ittifoqi va boshqa yetakchi davlatlarda tashkil etilgan turistik klasterlarning rivojlanish xususiyatlarini tahlil etish, ularning muvaffaqiyati klaster qatnashchilari o'rtasida shartnoma munosabatlari shakllanish tartibi hamda amaliy tajribalarinni joriy etish sohani rivojlantirishga xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 5 январдаги ПФ-5611-сон Фармонида 1-илова. 2019-2025 йилларда Ўзбекистон Республикасида туризм соҳасини ривожлантириш концепцияси.
2. Alimova M.T. Hududiy turizm bozorining xususiyatlari va tendensiyalari (Samarqand viloyati misolida). Fan doktorlik dissertatsiya ishi. – Samarqand, 2017.
3. Tuxliyev N., Jiyanov O'. Turizmning rivojlanish milliy modellari. Darslik. – Toshkent: «Ilm-Ziyo-Zakovat» nashriyoti, 2020. – 257 b.
4. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: Учебник для вузов. Второе издание. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2002. – 1063 с.
5. Xudoyarov A. Turizm va mehmonxona industriyasi asoslari. Darslik. – T. "Kompleks Print" nashriyoti, 2023. – 207 b.

Ashirali ABDIRASHIDOV,
O'zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi dotsenti, i.f.n.

MAMLAKAT TURIZM VA OZIQ-OVQAT SANOATIDA DAROMADLARNI OSHIRISH IMKONIYATLARI

Annotatsiya. Maqolada O'zbekiston Respublikasida turizm va oziq-ovqat sanoatini integratsiyalashuv orqali daromadlarni oshirish imkoniyatlari yoritilgan. Unda agroturizm va gastronomik turizm yo'nalishlari orqali mahalliy ishlab chiqaruvchilarni rag'batlantirish, aholi daromadlarini oshirish, yangi ish o'rinlari yaratish va oziq-ovqat xavfsizligini ta'minlash kabi masalalar tahlil qilingan. Shuningdek, turistlar uchun maxsus ovqatlanish maskanlari, oshpazlik mahorati, mahalliy mahsulotlar bozori va mehmonxona infratuzilmasining iqtisodiy rivojlanishga ta'siri ko'rib chiqilgan.

Kalit so'zlar: turizm, oziq-ovqat sanoati, agroturizm, gastronomik turizm, oziq-ovqat xavfsizligi, mahalliy mahsulotlar, qishloq xo'jaligi, mehmonxona infratuzilmasi, daromad, yangi ish o'rinlari.

Аннотация. В статье рассматриваются возможности повышения доходов в Узбекистане за счёт интеграции туризма и пищевой промышленности. Особое внимание уделено таким направлениям, как агротуризм и гастрономический туризм, которые стимулируют местных производителей, способствуют созданию новых рабочих мест, обеспечивают продовольственную безопасность и повышают доходы населения. Также анализируется влияние кулинарного мастерства, качества точек питания, гостиничной инфраструктуры и местных рынков на экономическое развитие.

Ключевые слова: туризм, пищевая промышленность, агротуризм, гастрономический туризм, продовольственная безопасность, местные продукты, сельское хозяйство, гостиничная инфраструктура, доходы, рабочие места.

Annotation. The article explores the opportunities for increasing income in Uzbekistan through the integration of tourism and the food industry. It focuses on agrotourism and gastronomic tourism as tools to stimulate local producers, create new jobs, enhance food security, and increase household income. The analysis also includes the economic impact of culinary skills, food service quality, hotel infrastructure, and local product markets.

Keywords: tourism, food industry, agrotourism, gastronomic tourism, food security, local products, agriculture, hotel infrastructure, income, employment.

Globalashuv jarayoni avj olayotgan hozirgi davrda iqtisodiyotning har qanday sohasini rivojlantirishga qaratilgan turli amaliy chora-tadbirlar izchil ravishda amalga oshirilmoqda. Ayniqsa, butun dunyo hamjamiyatini tashvishga solayotgan global muammolardan biri – ocharchilik xavfini bartaraf etish va aholi uchun barqaror oziq-ovqat ta'minotini yo'lga qo'yish masalasi dolzarb ahamiyat kasb etmoqda.

Shu maqsadda, oziq-ovqat xavfsizligini ta'minlash har bir davlat uchun ustuvor vazifalar qatorida belgilab qo'yilgan. Bu borada agrosanoat sohasi rivoji bilan bir qatorda, turizm sohasining ham oziq-ovqat tizimiga ijobiy ta'siri ortmoqda. Chunki agroturizm va gastronomik turizm kabi yo'nalishlar qishloq xo'jaligi mahsulotlariga bo'lgan talabni oshirish hamda mahalliy ishlab chiqaruvchilarni rag'batlantirish imkonini yaratadi.

Yurtimizda ham bu yo'nalishda izchil islohotlar amalga oshirilmoqda. Jumladan, ishlab chiqarish va qayta ishlash sohalariga investitsiyalarni keng jalb etish, qishloq xo'jaligi hamda oziq-ovqat mahsulotlarining qo'shilgan qiymat zanjirini shakllantirish, 2026-yilgacha oziq-ovqat mahsulotlari hajmini 7,4 million tonnaga yetkazish, oziq-ovqat xavfsizligini ta'minlash, aholi ovqatlanish ratsionini yaxshilash va qishloq xo'jaligini barqaror rivojlantirish kabi vazifalar ustuvor yo'nalish sifatida belgilangan.

Agro-oziq-ovqat sektori va turizm o'rtasidagi o'zaro aloqalar mintaqada har ikki sohani rivojlantirish uchun keng imkoniyatlar yaratadi. Mazkur integratsiya turistik mahsulotning barqarorligini ta'minlashga xizmat qilishi, shuningdek, oziq-ovqat sanoatida milliy brendlarni shakllantirishga turtki bo'lishi mumkin.

Ayniqsa, zamonaviy sayyohlar faqatgina tarixiy va madaniy yodgorliklarga emas, balki ixtisoslashgan fermer xo'jaliklariga tashrif buyurishga ham katta qiziqish bildirmoqda. Bu esa agroturizmning rivojiga yo'l ochib, fermer xo'jaliklarining iqtisodiy faolligini oshirishga ijobiy ta'sir ko'rsatadi. Shu orqali qishloq xo'jaligi mahsulotlariga bo'lgan talab ortib, mahalliy ishlab chiqaruvchilar uchun yangi bozor imkoniyatlari vujudga keladi.

Oziq-ovqat turizm tadqiqot obyekti sifatida e'tiborni kuchaytirishi mumkin. Bundan tashqari, turli turizm va biznes kontekstlarida oziq-ovqatning madaniy, ijtimoiy, geografik va siyosiy ahamiyatini inobatga olgan holda tadqiqotlarda doimiy o'sish bo'ladi deb taxmin qilish mumkin. Shu munosabat nuqtai nazaridan olinadigan

bo'lsa, oziq-ovqatni rivojlantirishda turizmning ham ahamiyatli jihatini ko'rish mumkin.

Qishloq xo'jaligi strategiyasining istiqboli – fermer xo'jaliklari daromadlarini oshirish, yangi ish o'rinlari yaratish, oziq-ovqat xavfsizligini oshirish va tabiiy resurslardan barqaror foydalanishni ta'minlaydigan raqobatbardosh, bozorga asoslangan va eksportga yo'naltirilgan sektorini rivojlantirishga olib keladi.

Ko'pgina rasmiy prognozlar global uzoq muddatli pasayish tendensiyalariga asoslanib, qishloq xo'jaligida bandlikning pasayishini bashorat qilmoqda.

O'zbekistonning shaharlarida joylashgan ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish sohalarida yaratilishi prognoz qilinmoqda. Birlamchi qishloq xo'jaligi qanchalik kuchli bo'lsa, qishloq joylarida munosib ish o'rinlari bilan bog'liq yuqori va quyi oqim tarmoqlari uchun ko'proq biznes imkoniyatlari yaratilish hamda unga chet ellik qiziquvchi biznes vakillari va sayyohlarini jalb qilish hamda aynan ushbu yo'nalish uchun investorlarni jalb qilish mumkin.

Qishloq xo'jaligi turizmi shaharlik sayyohlarni fermerlar duch kelayotgan muammolar va muammolar haqida ma'lumot berishga xizmat qilishi mumkin. Aynan turizmni mamlakatda rivojlantirish orqali oziq-ovqat sanoatidagi ko'plab muammolarni yechish imkoniyati yaratilishi mumkin. Chunki oziq-ovqat turizmining rivojlanishi mamlakatning tarixi, boy madaniyati va urf-odatlarini, oziq-ovqat va ichimliklarni qadrlash hissini xorijiy sayyohlarga ko'rsata olishi hamda mamlakatning o'ziga xos madaniy merosini hurmat qilish tuyg'usini yoyish imkoniyatiga erishishi mumkin.

Turizmga bog'liq bo'lgan mehmonxona sanoatining qishloq xo'jaligini rivojlantirishga bog'liq tomonlari ham mavjud bo'lib, bunda ularning aloqadorligini ijobiy baholash mumkin. Chunki qishloq xo'jaligi mahsulotlariga turistlarning qiziqishi ularning sonini oshirishi, bu esa mehmonxonalarga talabning ortishiga olib kelishini nazarda tutadi.

Mahalliy qishloq-oziq-ovqat qiymatlar zanjirida fermerlar va ishlab chiqaruvchi korxonalar uchun imkoniyatlar juda katta. Turizmga esa ovqatlanish manzillarining sifat darajasi hamda oshpazlarning mahorati talabning ortishida muhim ahamiyat kasb etadi. Ular mahalliy aholi va tashrif buyuruvchilarning ovqatlanish odatlariga ta'sir qilishi va mahalliy oshxonalarimizni targ'ib qilish va sayyohlarning yangi turini – oziq-ovqat bilan shug'ullanuvchi sayohatchilarni jalb qilish bilan birga mahalliy mahsulotlar bozorlarini yaratishi mumkin.

Mamlakatimizda ham oziq-ovqat sanoatini yanada yaxshilash hamda turizmning unga bog'lanishi bo'yicha ko'plab amaliyotlar amalga oshirilishining yagona sababi ham aynan yuqoridagilardan iborat. Bundan tashqari oziq-ovqat sanoatiga bog'liq holda gastronomik turizmni rivojlantirish bo'yicha ham bir qator takliflar keltirib o'tilgan. xo'jaligi, turistlar tashrifi, mamlakatdagi mehmonxona va ovqatlanish obyektlari soni yildan yilga o'sish sur'atini ko'rsatib kelmoqda. Ularni alohida alohida ko'radigan bo'lsak quyidagicha hisob-kitoblardan foydalanishimiz kerak bo'ladi.

Yana bir jihati shundaki, qishloq xo'jaligi mahsulotlarini eksport qilish uchun milliy va xalqaro ko'rgazmalar joriy qilish asosiy usullardan biri edi. Agroturizmni rivojlantirish orqali oziq-ovqat mahsulotlariga xalqaro talabni oshirish imkoniyatini

yaratadi va bozorni yaxshilashga yordam beradi.

Eng muhimi, mamlakatda oziq-ovqat mahsulotlarini ishlab chiqarish bilan birga, turizm va mehmonxona infratuzilmasini rivojlantirish ham yuqori daromad keltiruvchi istiqbolli yoʻnalish sifatida namoyon boʻlmoqda. Bu esa aholi daromadlarini oshirish, yangi ish oʻrinlarini yaratish va ishsizlik darajasini kamaytirishda muhim diversifikatsion omil sifatida xizmat qiladi.

Oziq-ovqat turizmini rivojlantirish, odatda, bir qator manfaatdor tomonlar – mahalliy hokimiyatlar, qishloq xoʻjaligi va oziq-ovqat mahsulotlari ishlab chiqaruvchilari, sayyohlik agentliklari hamda jamoatchilik oʻrtasidagi samarali hamkorlikni talab qiladi. Bu turdagi turizm nafaqat isteʼmol madaniyati bilan bogʻliq, balki turistning sayohat tajribasini boyituvchi, tashrif buyurilgan hudud bilan chuqurroq aloqa oʻrnatishga imkon beruvchi hamda barqaror turizm tamoyillarini amalga oshirishga xizmat qiluvchi muhim vosita sifatida namoyon boʻlmoqda.

Bugungi kunda oziq-ovqat turizmi global turizm sanoatining ajralmas qismlaridan biriga aylanib, soha tendensiyalarini shakllantiruvchi asosiy omillar qatorida turibdi.

Foydalanilgan adabiyotlar roʻyxati

1. Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining “2019-2030-yillar davrida Oʻzbekiston Respublikasining “yashil” iqtisodiyotga oʻtish strategiyasi” 2019-yil 4-oktabrdagi PQ-4477-son qarori, <https://lex.uz/docs/-4539502>
2. 2022-2026-yillarga moʻljallangan Yangi Oʻzbekistonning taraqqiyot strategiyasi toʻgʻrisida. Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining farmoni, Toshkent sh., 2022-yil 28-yanvar, PF-60-son <https://lex.uz/uz/docs/-5841063>
3. Vazirlar Mahkamasining 2030-yilgacha boʻlgan davrda barqaror rivojlanish sohasidagi milliy maqsad va vazifalarni amalga oshirishni jadallashtirish boʻyicha qoʻshimcha chora-tadbirlar toʻgʻrisida 2022-yil 21-fevraldagi 83-son qarori, <https://lex.uz/docs/-5870397>
4. J.Hall, D. Brand development, tourism and national identity: The re-imaging of former Yugoslavia. *Brand. Manag.* 2002, 9, 323–334.
5. Belisle, F. J. (1983). Tourism and food production in the Caribbean. *Annals of Tourism Research*, 10(4), 497–513.
6. C. Michael Hall, Liz Sharples, (2003) The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste 12-24 p.
7. Chang, W., & Yuan, J. (2011). A taste of tourism: Visitors' motivations to attend a food festival. *Event Management*, 15 (1), 13–23.
8. Kwang-Soo Park, Yvette Reisinger, Hyun-Jung Kang (2008), Visitors' Motivation for Attending the South Beach Wine and Food Festival, Miami
9. Beach, Florida, *Journal of travel and Tourism*, 182-192
10. Presenza A. et al. High cuisine restaurants: Empirical evidences from a research in Italy //European journal of tourism and hospitality research. – 2012. – T. 3. – C. 69-85.
11. Van Rekom, J.; Go, F. Cultural identities in a globalizing world: Conditions for sustainability of intercultural tourism. In *Tourism and Social Identities*; Routledge: London, UK, 2006; pp. 95–106.

12. Smith, S., & Costello, C. (2009). Culinary tourism: Satisfaction with a culinary event utilizing importance-performance grid analysis. *Journal of Vacation Marketing*, 15(2), 99–110.

13. “Linking Farmers to the Tourism Market”, Consolidated Responses for the PAFPNNet (pacific agriculture policy project) Discussion for the month of May/June 2015, <https://pafpnet.spc.int/about-papp/pafpnet/e-iscussion/257linking-farmers-to-the-tourism-market>

14. Li, Y.; Luo, F. A review of the application of planned behavior theory in domestic tourism behavior. *Tour. Overv.* 2018, 5, 20.

15. Kishiya, K.; Miracle, G.E. Examining the relationships among national culture, individual-level cultural variable and consumer attitudes. *Procedia Comput. Sci.* 2015, 60, 1715–1719.

Muhriddin HOMIDOV,
O‘zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi katta o‘qituvchisi, PhD
Gulmira MADAMINOVA,
O‘zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi magistranti

FARG‘ONA VODIYSIDA TURIZM TARMOG‘INI IQTISODIY VA IJTIMOIY SAMARADORLIGINI OSHIRISH YO‘LLARI VA ULARNI BAHOLASH USULLARI

Annotatsiya. Mazkur maqolada Farg‘ona vodiysida turizm tarmog‘ining iqtisodiy va ijtimoiy samaradorligini oshirish yo‘llari va ularni baholash usullari tahlil qilingan. Mintaqaning mavjud turistik salohiyati, turizm xizmatlari va infratuzilma rivoji ko‘rib chiqilgan. Tadqiqotda turistik firmalar, mehmonxonalar soni hamda turistik paketlarning turistlar soniga ta‘siri iqtisodiy modellar asosida baholangan. Farg‘ona vodiysi hududida turizm tarmog‘ini rivojlantirish uchun ustuvor yo‘nalishlar va samarali boshqaruv strategiyalari taklif qilingan.

Kalit so‘zlar: turizm, iqtisodiy samaradorlik, ijtimoiy samaradorlik, Farg‘ona vodiysi, infratuzilma, turistik paketlar, turistik firmalar, mehmonxonalar.

Аннотация. В данной статье анализируются пути повышения экономической и социальной эффективности туристической отрасли в Ферганской долине и методы их оценки. Рассмотрены существующий туристический потенциал региона, развитие туристических услуг и инфраструктуры. В исследовании на основе экономических моделей оценено влияние количества туристических фирм, гостиниц и туристических пакетов на число туристов. Предложены приоритетные направления и эффективные управленческие стратегии для развития туристической отрасли в Ферганской долине.

Ключевые слова: туризм, экономическая эффективность, социальная эффективность, Ферганская долина, инфраструктура, туристические пакеты, туристические фирмы, гостиницы.

Abstract. This article analyzes the ways to increase the economic and social

efficiency of the tourism sector in the Fergana Valley and methods for its assessment. The existing tourism potential of the region, the development of tourism services, and infrastructure are considered. In the study, the impact of the number of travel companies, hotels, and tourist packages on the number of tourists was evaluated based on economic models. Priority areas and effective management strategies for the development of the tourism sector in the Fergana Valley are proposed.

Keywords: *tourism, economic efficiency, social efficiency, Fergana Valley, infrastructure, tourist packages, travel companies, hotels.*

Hozirgi globallashuv davrida turizm tarmog‘i jahon iqtisodiyotining eng tez sur‘atlarda rivojlanayotgan sohalaridan biri bo‘lib, ko‘plab mamlakatlar iqtisodiy va ijtimoiy rivojlanishida muhim omil sifatida e‘tirof etilmoqda. Turizm nafaqat milliy daromad manbai, balki aholi bandligini ta‘minlovchi, infratuzilmani rivojlantiruvchi va madaniy almashinuvni mustahkamlovchi vosita hisoblanadi. Shu bois, rivojlanayotgan davlatlar, jumladan O‘zbekiston ham, turizm tarmog‘ining salohiyatidan samarali foydalanish orqali hududiy taraqqiyot va iqtisodiy barqarorlikka erishishni maqsad qilmoqda.

Farg‘ona vodiysi – O‘zbekistonning eng zich aholiga ega, tabiiy-resurs va madaniy merosga boy hududlaridan biri hisoblanadi. Bu mintaqa o‘zining noyob tabiiy landshaftlari, qadimiy tarixiy obidalari, milliy hunarmandchilik an‘analari va betakror madaniyati bilan nafaqat ichki, balki tashqi turizm uchun ham katta salohiyatga ega. Ayniqsa, Marg‘ilon, Qo‘qon, Andijon va Farg‘ona shaharlari tarixiy-me‘moriy yodgorliklar, etnografik an‘analar va ipakchilik merosining markazlari sifatida alohida o‘rinni egallaydi.

Biroq amaldagi imkoniyatlarga qaramay, Farg‘ona vodiysida turizm tarmog‘ining rivojlanish sur‘atlari hali ham kutilgan darajada emas. Bunga infratuzilmaning yetarlicha rivojlanmaganligi, xizmat ko‘rsatish sifati pastligi, marketing strategiyalarining sustligi va mahalliy aholi turizm faoliyatiga yetarli darajada jalb qilinmagani sabab bo‘lmoqda. Shu bilan birga, turizm tarmog‘ining iqtisodiy va ijtimoiy samaradorligini aniq mezonlar asosida baholash tizimining takomillashmaganligi ham bu sohaning to‘laqonli rivojlanishiga to‘sqinlik qilmoqda. Mazkur tadqiqot Farg‘ona vodiysida turizm tarmog‘ining iqtisodiy va ijtimoiy samaradorligini oshirish yo‘llarini aniqlash hamda bu samaradorlikni baholashning ilmiy asoslangan usullarini ishlab chiqishga qaratilgan. Tadqiqot doirasida mintaqaning mavjud turistik salohiyati tahlil qilinadi, tarmoq rivojini rag‘batlantiruvchi omillar aniqlanadi hamda zamonaviy baholash metodlari asosida takliflar ishlab chiqiladi. Mazkur tadqiqotda Farg‘ona vodiysida turizm tarmog‘ining iqtisodiy va ijtimoiy samaradorligini baholashda asosiy e‘tibor mintaqaga tashrif buyuruvchi turistlar soni (bundan buyon matnda Turist_soni deb yuritiladi) ko‘rsatkichiga qaratilgan. Ushbu ko‘rsatkich turizm faoliyatining eng muhim natijaviy mezon sifatida tanlab olindi. Sababi, turistlar oqimi bevosita hududning turistik jozibadorligi, infratuzilma holati, xizmat ko‘rsatish darajasi va boshqa qator omillar bilan chambarchas bog‘liqdir.

Modelda Turist_soni ga ta‘sir etuvchi bir nechta asosiy omillar tanlab olindi. Ular quyidagilar:

Tur_Fir (turistik firmalar soni): Bu ko'rsatkich mintaqada faoliyat yuritayotgan va sayyohlik xizmatlarini taklif etuvchi rasmiy turizm tashkilotlari sonini ifodalaydi. Turistik firmalar sonining ortishi turistlar uchun xizmatlar tanlovi kengayishiga, turizm xizmatlarining sifat jihatidan raqobatbardosh bo'lishiga olib keladi. Bu esa o'z navbatida turistlar sonining ortishiga turtki bo'ladi.

Tur_pak (turistik paketlar soni): Bu ko'rsatkich Farg'ona vodiysida turistik yo'nalishlar asosida taklif etilayotgan turli xil sayohat dasturlari, ya'ni ekskursiyalar, ko'ngilochar turlar, sog'lomlashtirish va madaniy turlar sonini anglatadi. Turistik paketlarning xilma-xilligi va mazmunan boyligi tashrif buyuruvchilar uchun qulaylik yaratadi va sayohatni yanada jozibador etadi.

Meh_S (mehmonxonalar soni): Ushbu omil mintaqada faoliyat ko'rsatayotgan mehmonxonalar, dam olish maskanlari va boshqa turar joy obyektlari sonini bildiradi. Turistik infratuzilmaning muhim qismi hisoblangan mehmonxonalar sonining ortishi ko'proq turistlarni qabul qilish imkonini yaratadi.

Model uchun 2015–2024-yillar oralig'idagi statistik ma'lumotlardan foydalanildi. Ammo, shuni alohida ta'kidlash lozimki, 2020 va 2021-yillar ma'lumotlari modeldan chiqarib tashlandi. Sababi, bu yillar COVID-19 pandemiyasi davriga to'g'ri keladi. Ushbu yillarda global miqyosda xalqaro va ichki turizm keskin pasaydi, transport qatnovlari cheklab qo'yildi, ko'plab turizm obyektlari vaqtincha yopildi. Shu sababli, turistlar soni anomal darajada kamayib ketgan bo'lib, bu iqtisodiy regressiya modelida nomutanosiblik (outliers) yoki ta'sirchan nuqtalar (influential points) sifatida statistik xatoliklarni keltirib chiqarishi mumkin edi. Modelni qurishda maqsad – tanlangan mustaqil o'zgaruvchilarning Turist_soni ga qanday darajada va qanday yo'nalishda ta'sir ko'rsatishini aniqlashdir. Shu orqali Farg'ona vodiysida turizm sohasini rivojlantirishda ustuvor yo'nalishlar va samarali boshqaruv qarorlarini belgilash mumkin bo'ladi.

Ushbu tadqiqotda Farg'ona vodiysida turizm sohasiga oid tanlangan asosiy omillar (Tur_Fir, Tur_pak, Meh_S) va ularning turistlar soniga (Turist_soni) ta'sirini baholash uchun panel ma'lumotlar (panel data) bazasidan foydalanildi. Panel ma'lumotlar – bu bir nechta birliklar (masalan, yillar yoki hududlar) bo'yicha vaqt oralig'ida yig'ilgan ma'lumotlarni o'z ichiga oladi. Bizning holatda 2015–2024-yillar oralig'idagi ma'lumotlar yillik kesimda ko'rib chiqilgan bo'lib, 2020 va 2021-yillar pandemiya davrida kuzatilgan keskin o'zgarishlar sababli modeldan chiqarib tashlandi. Shu tariqa, ma'lumotlar 8 yillik noaniq oraliqli panel ko'rinishiga ega bo'ldi. Panel ma'lumotlar tahlilining birinchi bosqichida tanlangan o'zgaruvchilarning statistik xususiyatlari EViews 12 dasturi yordamida o'rganildi. Quyida har bir o'zgaruvchining asosiy statistik ko'rsatkichlari, ya'ni o'rtacha qiymat (Mean), eng kichik va eng katta qiymatlar (Min, Max), standart og'ish (Std. Dev.), distributsiyaning qiyaligi (Skewness) va cho'qqiligi (Kurtosis) kabi ko'rsatkichlar hisoblab chiqildi. Quyidagi jadvalda 2015–2019 va 2022–2024 yillarga tegishli panel ma'lumotlar asosida hisoblangan umumiy statistik ko'rsatkichlar keltirilgan:

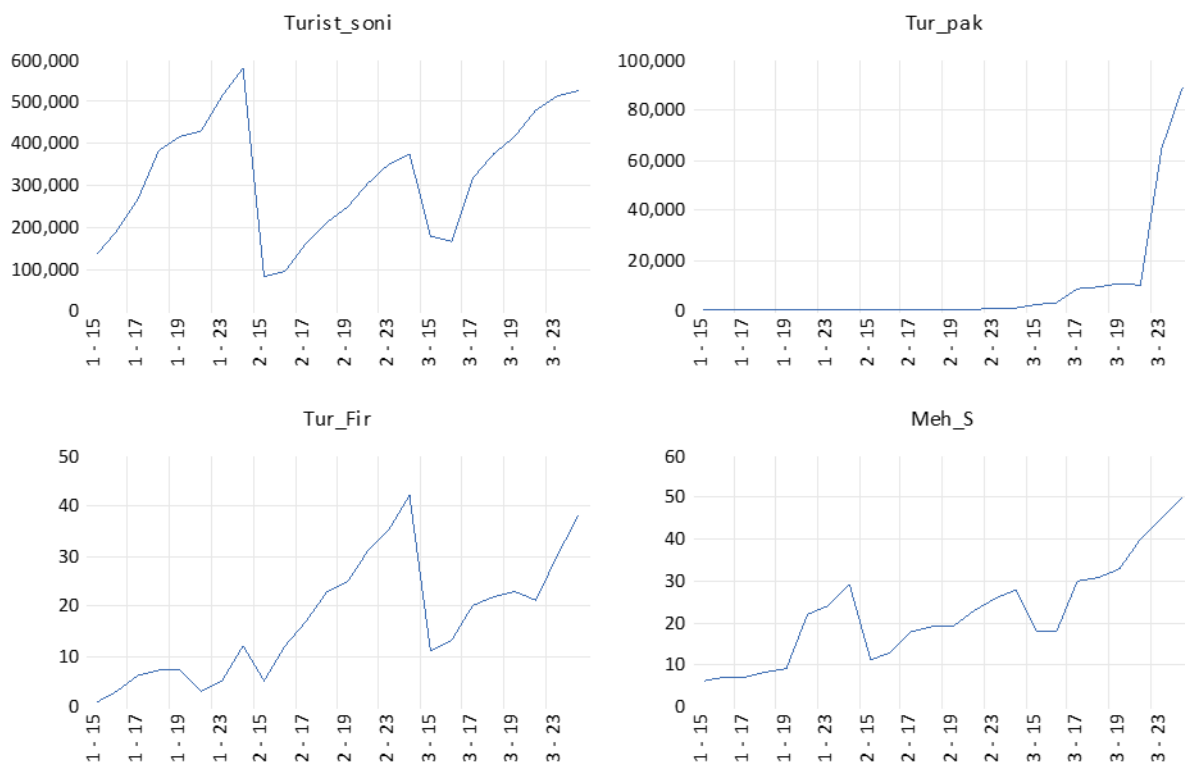
C_id	Viloyat_name	Yillar	Turist_soni	Tur_Fir	Tur_pak	Meh_S
1	Namangan	2015	135000	1	30	6
1	Namangan	2016	189000	3	32	7

1	Namangan	2017	267500	6	90	7
1	Namangan	2018	382500	7	110	8
1	Namangan	2019	417500	7	115	9
1	Namangan	2022	430000	3	125	22
1	Namangan	2023	515000	5	200	24
1	Namangan	2024	580000	12	350	29
2	Andijon	2015	80000	5	70	11
2	Andijon	2016	92500	12	75	13
2	Andijon	2017	160500	17	150	18
2	Andijon	2018	210000	23	175	19
2	Andijon	2019	250500	25	200	19
2	Andijon	2022	303000	31	212	23
2	Andijon	2023	349000	35	881	26
2	Andijon	2024	375000	42	1050	28
3	Fargona	2015	180000	11	2500	18
3	Fargona	2016	165000	13	2850	18
3	Fargona	2017	317500	20	8950	30
3	Fargona	2018	375000	22	9500	31
3	Fargona	2019	417500	23	11000	33
3	Fargona	2022	480000	21	9900	40
3	Fargona	2023	515000	30	64500	45
3	Fargona	2024	525000	38	89000	50

Jadvaldan foydalanib, bevosita bu iqtisodiy omillarning statistikasi tekshirishimiz mumkin. Masalan o'rtacha turistlar tashrifi 321333 nafar ekanligini ko'rishimiz mumkin.

	TURIST_SONI	TUR_PAK	TUR_FIR	MEH_S
Mean	321333.3	8419.375	17.16667	22.25000
Median	333250.0	206.0000	15.00000	20.50000
Maximum	580000.0	89000.00	42.00000	50.00000
Minimum	80000.00	30.00000	1.000000	6.000000
Std. Dev.	147873.5	21655.37	11.97703	12.06234
Skewness	0.005094	3.019664	0.472240	0.570689
Kurtosis	1.848857	10.75379	2.145800	2.702003
Jarque-Bera	1.325235	96.59478	1.621700	1.391547
Probability	0.515500	0.000000	0.444480	0.498689
Sum	7712000.	202065.0	412.0000	534.0000
Sum Sq. Dev.	5.03E+11	1.08E+10	3299.333	3346.500
Observations	24	24	24	24

Yuqorida aytilgan omillarning poligoni yoki grafigi quyidagi chizmada keltirilgan.



Tadqiqotning keyingi bosqichida bu omillar orasidagi korrelyatsiya koeffitsiyentidan iborat korrelyatsion matritsa tuzamiz:

Korrelyatsion matritsa

1	0.44878803...	0.31518779...	0.68001035...
0.44878803...	1	0.48006764...	0.72641563...
0.31518779...	0.48006764...	1	0.70602405...
0.68001035...	0.72641563...	0.70602405...	1

Quyida korrelyatsion matritsani tahlil qilamiz:

Jadvalga ko'ra bevosita Turist_soni va Meh_S ($r = 0.68$) o'rtacha bo'g'liqlik mavjud ekanligini ko'rishimiz mumkin. Bu shuni anglatadiki, mehmonxonalar sonining ortishi bevosita turistlar oqimining ko'payishiga olib keladi. Turistlar uchun yashash joyining mavjudligi muhim omil hisoblanadi.

Panel ma'lumotlar asosida iqtisodetrik model qurishda tanlov ko'p hollarda ikki asosiy yondashuvdan biriga to'g'ri keladi: Fixed Effect (FE) yoki Random Effect (RE) modellari. Ushbu tadqiqotda Farg'ona vodiysidagi yillik o'zgarishlar kontekstida turistlar soniga ta'sir etuvchi omillarni chuqur tahlil qilish uchun Fixed Effect modeli tanlandi. Sababi, ushbu yondashuv vaqt davomida o'zgarmaydigan individual xususiyatlarning (masalan, hududlararo farqlar yoki davrga xos tashqi omillar) ta'sirini nazorat qilish imkonini beradi.

Fixed effect modeli har bir kuzatish birligi (bu holatda – yil yoki hududlar) uchun o'ziga xos o'zgarmas, lekin individual intercept (yoki konstanta) lar mavjudligini hisobga oladi. Ya'ni, model har bir birlikning o'ziga xos xususiyatlarini ajratib ko'rsatadi.

Fixed Effect modelining umumiy matematik ko'rinishi:

$$Y_{it} = \alpha_i + \beta_1 X_{1it} + \beta_2 X_{2it} + \beta_3 X_{3it} + \varepsilon_{it},$$

bu yerda:

Y_{it} – i -birlik (masalan, yil yoki hudud) va t -vaqt momentidagi bog'liq

o'zgaruvchi (masalan, *Turist_soni*),

α_i – har bir birlikka xos o'zgarmas intercept (Fixed Effect),

X_{1it} , X_{2it} , X_{3it} – mustaqil o'zgaruvchilar (masalan, *Tur_Fir*, *Tur_pak*, *Meh_S*),

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ – har bir omilning modeldagi ta'sir koeffitsiyentlari,

ε_{it} – tasodifiy xatolik (error term).

Ushbu tadqiqotning navbatdagi bosqichida Farg'ona vodiysidagi turizm rivojiga ta'sir etuvchi omillarning turistlar soniga (*Turist_soni*) ta'sirini aniqlash maqsadida Fixed Effect panel regressiya modeli qurildi. Model baholashda EViews 12 dasturiy paketidan foydalanildi, bu esa panel ma'lumotlar bilan ishlashda qulay interfeys va ilg'or statistika vositalarini taqdim etadi.

Fixed Effect modeli tanlanishining asosiy sababi – vaqt davomida o'zgarmas, lekin har bir yil yoki hududga xos bo'lgan individual xususiyatlarning (masalan, hududga xos madaniyat, tarixiy omillar, iqlim, joylashuv) ta'sirini nazorat qilish imkonidir. Ushbu yondashuv doirasida har bir kuzatuv birligi uchun alohida intercept α_i baholanadi.

Model quyidagi umumiy ko'rinishga ega:

*Turist_soni*_{it}

$$= -17174.6 + 12794.73 \cdot Meh_{S_{1it}} + 3945.42 \cdot Tur\_F_{it} - 1.65 \\ \cdot Tur\_pak_{it} + \varepsilon_{it}$$

Regressiya tenglamasidan bevosita ko'rishimiz mumkinki, mehmonxonalar sonining 1 birlik oshishi qolgan omillar o'zgarmagan holatda tashrif buyuradigan turistlar sonining 12 795 nafarga oshishiga olib kelar ekan.

Model sifat ko'rsatkichlari (umuman qo'llaniladigan):

- R-squared (R^2): Modeldagi mustaqil o'zgaruvchilar orqali bog'liq o'zgaruvchining nechog'lik darajada tushuntirilganligini bildiradi. Bizning modelda R^2 ning qiymati 0.91 ga teng bo'lganligi sababli, model kuchli hisoblanadi.

- Adjusted R-squared: R^2 ga o'xshash, lekin o'zgaruvchilar soniga moslashtirilgan ko'rinish. Bizning modelda tuzatilgan determinantsiya koeffitsiyenti R^2 ning qiymati 0.88 ga teng bo'lganligi sababli, model kuchli ekanligini tasdiqlaydi.

- F-statistic: Umuman olganda modelning statistik jihatdan muhimligini baholaydi. Yuqoridagi modelda F-statistikaning qiymati yuqori bo'lganligi uchun model yetarlicha sifatli.

- P-value (Prob.): Har bir koeffitsiyent uchun $p < 0.05$ bo'lganligi uchun regressiya parametrlari ishonchli hisoblanadi.

Bundan tashqari Durbin-Vatson statistikasi yordamida modelda qoldiq avtokorrelyatsiya muammosi mavjud emasligini tasdiqlaymiz.

Tadqiqotning keyingi bosqichida qoldiqlarning normal taqsimot bo'lish garfigini tekshiramiz:

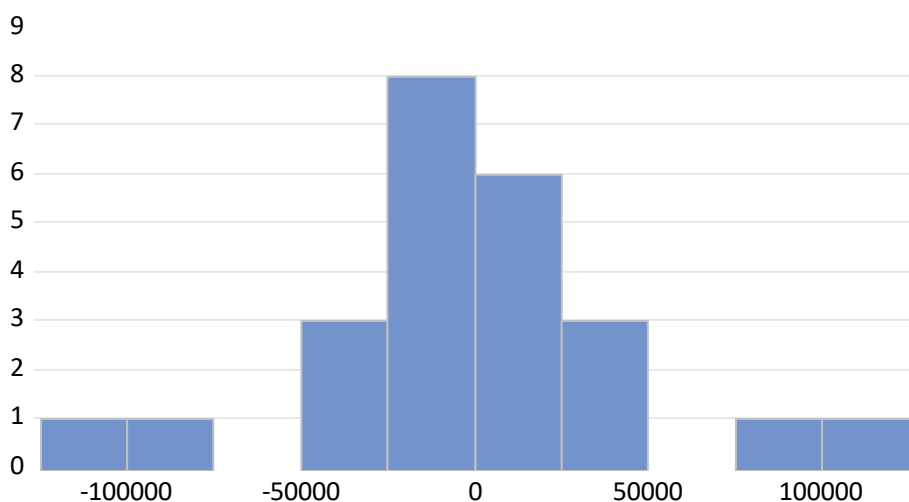
Dependent Variable: TURIST_SONI
Method: Panel Least Squares
Date: 04/30/25 Time: 10:36
Sample: 2015 2024
Periods included: 8
Cross-sections included: 3
Total panel (balanced) observations: 24

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
TUR_PAK	-1.651480	0.732794	-2.253676	0.0369
TUR_FIR	3945.417	1848.559	2.134320	0.0468
MEH S	12794.73	1894.610	6.753226	0.0000
C	-17174.62	31883.87	-0.538662	0.5967

Effects Specification

Cross-section fixed (dummy variables)

R-squared	0.909200	Mean dependent var	321333.3
Adjusted R-squared	0.883978	S.D. dependent var	147873.5
S.E. of regression	50368.78	Akaike info criterion	24.70445
Sum squared resid	4.57E+10	Schwarz criterion	24.99896
Log likelihood	-290.4534	Hannan-Quinn criter.	24.78258
F-statistic	36.04750	Durbin-Watson stat	1.151022
Prob(F-statistic)	0.000000		



Series: Standardized Residuals	
Sample 2015 2024	
Observations 24	
Mean	-5.61e-12
Median	-2704.196
Maximum	110965.8
Minimum	-109617.9
Std. Dev.	44558.83
Skewness	0.157906
Kurtosis	4.579497
Jarque-Bera	2.594546
Probability	0.273276

Mazkur regressiya tenglamasi natijalari quyidagi asosiy xulosalarni chiqarishga imkon beradi:

- mehmonxonalar sonining 1 birlikka oshishi boshqa omillar o'zgarmagan holda turistlar sonining o'rtacha 12 795 nafarga oshishiga olib keladi. Bu esa turizm

infratuzilmasining – ayniqsa yashash obyektlarining – turistlar oqimiga kuchli ta'sir ko'rsatishini anglatadi;

- turistik firmalar sonining oshishi ham ijobiy ta'sir ko'rsatmoqda: 1 ta firma ko'payganda, turistlar soni o'rtacha 3945 nafarga ortadi. Bu esa turistik xizmatlarning ko'payishi orqali turizm salohiyati kengayishini tasdiqlaydi;
- turistik paketlar sonining koeffitsiyenti manfiy va kichik bo'lishi ehtimol turistik paketlarning sifati, ularni targ'ib qilishdagi zaiflik yoki ma'lumotlarning to'liq emasligi bilan izohlanishi mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2024-yil 12-yanvardagi PF-9-son "Respublikaga xorijiy turistlar oqimini keskin oshirish hamda ichki turizmni yanada jadallashtirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi Farmoni.
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 27-iyuldagi PQ-238-son "Turizm yo'nalishidagi islohotlarni yanada jadallashtirish va sohada davlat boshqaruvi tizimini samarali tashkil qilish chora-tadbirlari to'g'risida" gi Qarori.
3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2024-yil 23-sentabrdagi PQ-335-son "O'zbekiston Respublikasida tibbiy va sog'lomlashtirish turizmini yanada rivojlantirish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi Qarori.
4. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2022-yil 21-apreldagi 204-son "2022 – 2026-yillarda Andijon viloyati hududlarini kompleks ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish va aholi turmush darajasini yanada yaxshilashga doir qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi Qarori.
5. Isomiddinov I. Mintaqada turizm sohasini rivojlantirishda xorijiy mamlakatlar tajribalari. Yashil iqtisodiyot va taraqqiyot – 2024.
6. Nazarov A.A., Abdurahmanov S.T., Rahimov A.A., Qoriev M.R. Farg'ona vodiysida rekreatsiya resurslarining hozirgi holati va ulardan foydalanish imkoniyatlari. «Farg'ona vodiysida turizmni rivojlantirishning hududiy jihatlari va istiqbollari» xalqaro ilmiy-amaliy konferensiya materiallari – 2023.
7. O'zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo'mitasi Farg'ona viloyati statistika boshqarmasi rasmiy sayti (<http://farstat.uz/>).
8. O'zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo'mitasi Namangan viloyati statistika boshqarmasi rasmiy sayti (<https://namstat.uz/>).
9. O'zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo'mitasi Andijon viloyati statistika boshqarmasi rasmiy sayti (<https://www.andstat.uz/>).

Dilfuza SATTAROVA,
Senior lecturer at the Department of Economics,
Mamun University NGO

IMPROVEMENT OF FORMATION OF TOURIST AND RECREATIONAL CLUSTERS IN THE REGION

Annotatsiya. Maqolada mintaqa uchun turistik va rekreatsion klasterlarni

shakllantirish mexanizmlarini innovatsion yondashuvlar orqali yaxshilash mumkin bo'lgan innovatsion klasterlarni shakllantirish modeli taqdim etilgan.

Kalit so'zlar: *iqtisodiy mexanizmlar, turistik va rekreatsion klasterlar, rekreatsion salohiyat, Barqaror rivojlanish maqsadlari (BRM).*

Аннотация. *В статье представлена инновационная модель формирования кластера, которая позволяет усовершенствовать механизмы формирования туристско-рекреационных кластеров за счет инновационных подходов, специально разработанных для региона.*

Ключевые слова: *экономические механизмы, туристско-рекреационные кластеры, рекреационный потенциал, Цели устойчивого развития (ЦУР)*

Annotation. *The article introduces an innovative cluster formation model that can enhancing the mechanisms of forming tourist and recreational clusters through innovative approaches, specifically tailored for the region.*

Key words: *economic mechanisms, tourist and recreational clusters, recreational potential, Sustainable Development Goals (SDG)*

Nowadays, the tourism and recreational sector is becoming one of the leading sectors of the world economy. According to the World Tourism Organization, "...tourism ranks third in terms of profitability and fourth in exports of goods and services, its share in global gross domestic product averages 10 percent..." (World Tourism Barometer, 2020). This predetermines the need for a transition to a cluster model of industry development that ensures economic growth (Barmuta *et al*, 2024).

Scientific research is being conducted in high importance areas such as developing the market for tourism and recreational services, increasing the efficiency of use of recreational resources in the region, and improving the mechanisms for the formation of tourist and recreational clusters based on innovative approaches (Abdullayev *et al*, 2023; Nosova *et al*, 2018).

The adopted Development Strategy of New Uzbekistan lays ground for the transformation into an attractive center of world tourism, the most visited country by tourists (Serikbai *et al*, 2023). As emphasized by the President of the Republic of Uzbekistan Shavkat Mirziyayev, "We will intensively develop our activities to create special economic zones for the development of tourism, create tourism clusters, attract strategic partners to the industry, accelerate the development of tourism infrastructure and the tourism industry, full and effective use of the tourism potential of the regions, production of a national tourism product and its promotion to world markets" (Mirziyoyev, 2021).

The country is dynamically developing such branches of tourism as ecotourism, cultural, educational, extreme, and archaeological tourism, rafting, sports, folklore and ethnographic, medical and recreational tourism, agrotourism and geotourism (Vaslavskaya *et al*, 2022). Their interconnections are inherent to the cluster approach, defining the clustering policy as a whole (Baieva *et al*, 2023; Tokmurzayev *et al*, 2022). An important goal in developing tourism is to determine the level of use of tourist and recreational facilities in country's regions. Based on the existing conditions, the regional tourism cluster elements consist of territory administration, enterprises offering basic and additional tourist services, as well as

the territory or region in which the cluster is developing, which should be examined for the improvement of the facilities.

Tourist and recreational clusters create, promote and sell products in order to provide complete services, increase the quality of tourism activities through competition. Based on this, tourism cluster manifests itself in the unification of tourism service providers, tourist and recreational organizations and other participants, ultimately in terms of target and geographical location as a result of establishing sustainable connections both horizontally and vertically in order to increase competitiveness of the tourism product (Rudchenko, 2016).

The cluster system includes regional, cross-border, and local clusters, aiding in country's competitiveness on the global market on different levels (Degtev *et al*, 2022). In particular, cluster system ensures effective operation of firms that are part of territorial clusters, as well as the development of the tourism sector in hand with recreation.

In particular, Uzbekistan has some advantages over other countries with opportunities for developing the tourism sector in a short period of time (Saidmamatov *et al*, 2021). In this regard, the development of the tourism services market based on the formation of clusters of tourist and recreational services is recognized as a promising direction. Country's further progress in this sphere would allow for effective management of tourist and recreational infrastructure.

According to research, the main purpose of tourists' visits around the world is recreation, health improvement, holidays, festivals, spanning 55 percent of total travels. Then follows historical, educational, religious, pilgrimage tourism with 28 percent, and business and professional tourism with 11 percent (Table 1).

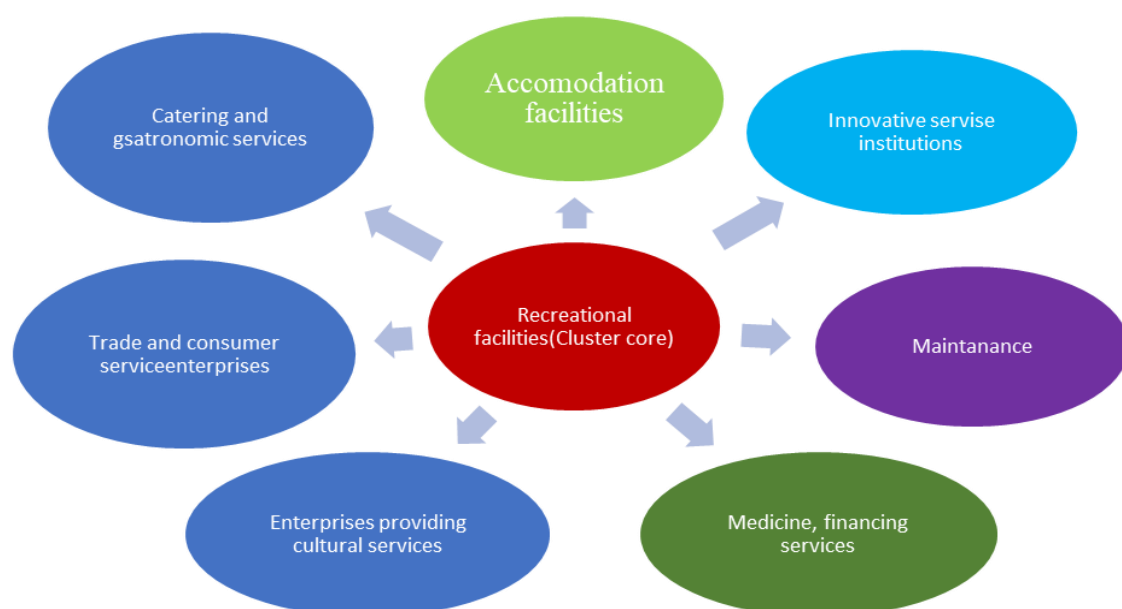
Table 1. Classification of the purposes of visiting tourists in the world

№	Purposes of the visit	Share, percentage (%)
1	Historical, educational, pilgrimage, religious and other purposes	28
2	Rest, health, holidays and festivals	55
3	Business and professional tourism	11
4	Other	6
	Total	100

Source: World Tourism Barometer (2020)

Identifying the main purposes for tourist travel is important to choose focus areas for recommendations for the development of tourist and recreational clusters in Khorezm region. On the basis of analysis of best practice cases of recreational clusters' function in developed countries, it is proposed to form a cluster of recreational services with a separate structure (Fig. 1) (Saidmamatov *et al*, 2021)

Figure 1. Structure of the recreational services cluster



Source: author's development.

When studying the number of tourists receiving tourism and recreational services in the regions of Uzbekistan in 2017-2022, we observed their continuous yearly increase. In 2017 there were 282,266 users of recreational sites, in 2019 this number increased to 399,108 people, and in 2022, after the pandemic, reached 419,517 people. The numbers for the Khorezm region are: 3022 people in 2017, the increased number of 5515 people in 2019, 5610 people in 2022 (Table 2).

Table 2.

Number of recreationists who received tourism and recreational services in the regions of Uzbekistan in 2017-2022 (persons)

Regions	Years					
The Republic of Uzbekistan	282266	335751	399108	314318	318074	419517
Republic of Karakalpakstan	6687	7094	6833	5802	5710	6920
Andijon	5622	8425	9797	8319	8215	10112
Bukhara	8620	9688	9320	7914	7811	10201
Jizzakh	21038	23277	24435	20748	20100	24519
Kashkadarya	8317	9620	13219	11224	10111	14201
Navoi	12288	11542	12673	10761	9201	12023
Namangan	56811	56679	70919	60217	60011	72200
Samarkand	18755	21273	22846	19398	18188	32510
Surkhandarya	7203	14367	14345	12180	11520	14811
Syrdarya	359	700	900	764	715	983
Tashkent	100933	110966	133972	113755	112540	135853
Ferghana	65403	94100	152668	129629	128798	155426
Khorezm	3938	5736	5515	4683	4211	5610
Tashkent city	39897	53804	50866	43189	42170	63318

Source: Calculated based on data from the State Committee of the Republic of Uzbekistan on Statistics-2023.

The results of forecast values of further visits to tourist and recreational facilities in the Khorezm region from January 2022 to December 2026 are listed in the Table 3.

Table 3. Forecast values of the flow of tourists expected from visiting tourist and recreational facilities of the Khorezm region by month in 2022-2026

Months	2022	2023	2024	2025	2026

January	590	614	613	664	688
February	407	432	639	481	506
March	557	582	456	631	656
April	1212	1237	606	1286	1311
May	1595	1620	1262	1669	1694
June	844	869	1644	918	943
July	810	835	894	884	909
August	869	893	860	943	967
September	684	709	918	758	783
October	691	716	734	765	790
November	690	715	741	764	789
December	588	614	739	662	687
Total:	9537	9835	10105	10426	10722

Source: author's development.

According to forecast values, the flow of recreationists will increase from year to year, which falls in line with the current data trends, reaching 10,722 people in 2026. It is suggested that most visitors will use recreational sites during April and May, so the developed clusters will have high seasonality variation. The priority direction for the formation of tourist and recreational clusters in Uzbekistan is the development of smart tourist destinations, which consists of:

- development of domestic tourism, searching for opportunities to increase tourism flow up to 10 million people a year;
- creation of tourist zones and clusters based on the reformatting of tourism activities for sustainable development;
- provision of preferential loans, tax benefits (Bobrova *et al*, 2023) to entrepreneurs who created guest houses, recreation areas, public catering, and retail outlets, entertainment establishments in regional tourist mahallas (traditional Muslim communities) (Tadjiev *et al*, 2023);
- creation of websites and mobile applications that will help foreign tourists organize all stages of their trip;
- formation of unified complex that provides tourism services in interdependent and cross-border territories.

As a result of methodological research and analysis of methods for forming tourist and recreational clusters, the following priority areas were identified: 1. The development of the tourism sector in Uzbekistan has some advantages over other countries, based on the use of which there are opportunities for accelerated development of the tourism sector in a short time. For these purposes, it is very important to form clusters based on innovative approaches as one of the directions for the effective use of tourism and recreational potential in the regions of the country; 2. Currently, such types of tourism as ecotourism, educational, cultural and historical pilgrimage tourism, extreme tourism, archaeological tourism, rafting, sports, folklore and ethnographic, gastronomic, medical and recreational tourism, agrotourism and geotourism are intensively developing in Uzbekistan, which provide a stable ground for cluster formation; 3. As a result of research, the possibilities of forming tourist and recreational clusters in the Khorezm region were studied. Particular attention is paid to the areas of ecotourism in the Yangibazar and Tuprokkala regions, ethno-

ziyarat tourism in the Khiva and Shavat regions, eco-hunting tourism in the Khiva region, gastronomic tourism in the Yangiariq region, ethno-tourism in the Urgench region, medical tourism in the Khanka and Kushkupir regions.

References

1. World Tourism Barometer. (2020). UNWTO. Madrid. DOI: <https://doi.org/10.18111/wtobarometereng>
2. Barmuta, K., Matjonov, B., Shichiyakh, R., & Dymchenko, O. (2024). Cluster initiatives in agricultural sector: Current state, problems and prospects of development. BIO Web of Conferences, 93, Art. 03001. DOI: <https://doi.org/10.1051/bioconf/20249303001>
3. Abdullayev, I., Tadjiev, T., & Saparova, M. (2023). Evaluation factors of industrial production in the region. E3S Web of Conferences, 449, Art. 01002.
4. Nosova, S. S., Meshkov, S. A., Stroeve, P. V., Meshkova, G. V., & BoyarSozonovitch, A. S. (2018). Digital technologies as a new vector in the growth of innovativeness and competitiveness of industrial enterprises. International Journal of Civil Engineering and Technology, 9(6), 1411-1422.
5. Serikbai, Y. D., Ibrayeva, N., Abugaliyeva, F., Zhaskairat, M., & Uvaliyeva, A. (2023). Regulatory and legal support for the development of digital infrastructure in rural areas as a factor in improving the level of sustainable development and quality of life of the rural population. Journal of Environmental Management and Tourism, 14(5), 69.
6. Mirziyoyev, Sh. M. (2021). New strategy of Uzbekistan. Uzbekistan.
7. Vaslavskaya, I., Vaslavskiy, Y., & Pilipenko, A. (2022). Institutional matrices: Modeling organizational forms of public-private partnerships for public goods' quality improvement. Quality - Access to Success, 23(190), 371–383. DOI: <https://doi.org/10.47750/QAS/23.190.39>.
8. Baieva, O., Bakhov, I., Sologub, Y., Rozmetova, O., & Veres, K. (2023). Organizational principles of international medical tourism cluster management. Relacoes Internacionais No Mundo Atual, 2(40). DOI: <https://doi.org/10.21902/Revrima.v2i40.6522>.
9. Rudchenko, V. N. (2016). Clusters in tourism: Features of classification, formation process and assessment methods. Society. Wednesday. Development, 4(13), 12-19.
10. Degtev, G., Shelygov, A., Lizina, O., Shichkin, I., & Kochetkov, E. (2022). Impact of globalization factors on inflation risks during COVID-19 pandemic. Relacoes Internacionais no Mundo Atual, 4(37), 775–795. DOI: <https://doi.org/10.21902/Revrima.v4i37.6047>.
11. Saidmamatov, O., Khodjanliyazov, E., Matyakubov, U., Ibadullaev, E., Bekjanov, D., Day, J., & Zhao, J. (2021). The impact of Central Asian tourists' risk perception on their travel intentions during the COVID-19 pandemic. Tourism, 31(2), 133-154.

O‘ZBEKISTONDA TURIZM FAOLIYATINI RIVOJLANTIRISH VA SAMARADORLIGIGA TA’SIR ETUVCHI OMILLAR

Annotatsiya. O‘zbekistonda turizm faoliyatini rivojlantirishi, iqtisodiy va ijtimoiy omillar, turizm bozorida talabning o‘zgarishiga ta’sir qiluvchi omillari va ularni tahlil qilish usullari ochib berilgan.

Kalit so‘zlar: Turizm, iqtisodiy va ijtimoiy omillar, bozor, ta’sir qiluvchi omillar, ko‘rsatkichlar, rivojlantirish.

Аннотация. Раскрыты развитие туристической деятельности в Узбекистане, экономические и социальные факторы, факторы, влияющие на изменение спроса на туристическом рынке, и методы их анализа.

Ключевые слова: Туризм, экономические и социальные факторы, рынок, факторы влияния, индикаторы, развитие.

Abstract. The development of tourism activity in Uzbekistan, economic and social factors, factors affecting changes in demand in the tourism market and methods for their analysis are disclosed.

Keywords: Tourism, economic and social factors, market, influencing factors, indicators, development.

Ma’lumki ishlab chiqarish bo‘ladimi yoki xizmat ko‘rsatish sohasi bo‘ladimi qat’iy nazar ularning rivojlanishiga ma’lum bir omillar ta’sir qiladi. Shuningdek, mazkur soha yoki jarayonlarning ta’siri ostida iqtisodiyotning qaysidir tarmog‘ini rivojlantirish imkoniyati yaratiladi. Shunday ekan, mamlakatimizda turizm sohasi, jumladan, O‘zbekistonda turizm faoliyatini rivojlantirishi ham bir tashkiliy, iqtisodiy va ijtimoiy omillar asosida rivojlanadi.

Ma’lumki, mamlakatda turizm sohasini, uning alohida turlarini rivojlantirishning asosiy natijasi bo‘lib turistlar tomonidan qilinadigan harajatlarning ushbu sohaga jalb qilinish darajasi bilan baholanadi. Turistlar sayohati davomida oddiy hayot tarziga nisbatan ko‘proq pul mablag‘larini sarflaydi, shu tufayli turizm sohasi mahalliy bozorni qo‘shimcha valyuta bilan ta’minlashga hamda mamlakat byudjetini valyuta bilan ta’minlashga imkoniyat yaratadi.

Turizm sohasi ochiq dinamik rivojlanayotgan tizim sifatida turli omillarning ta’siriga duchor bo‘ladi [1]. Ularning roli har qanday vaqtda kuchi, davomiyligi va ta’sir yo‘nalishi bo‘yicha turli xil bo‘lishi mumkin. Shu tufayli sohadagi asosiy tendensiya va rivojlanish omillarini aniqlash, ularni hisobga olish, rivojlanish darajasini tahlil qilish, turizm turlari, sohalari va yo‘nalishlarini tasniflash turizm industriyasini shakllantirish, faoliyat yuritish va rivojlantirishning eng muhim vazifalaridan hisoblanadi.

Turistik talab ommaviy va ijtimoiy kategoriya hisoblanadi. U ko‘plab omillar asosida shakllanadi va ularning ta’siri talabni oshirishi yoki kamaytirishi mumkin [2]. Turizm bozorida talabning o‘zgarishiga ta’sir qiluvchi eng muhim omillar quyidagilardan iborat:

Muayyan omillarning kombinatsiyasi turistik xizmatlar iste'molchilarining xatti-harakatlarining paydo bo'lishi va harakterini belgilaydi. Ular quyidagi ko'rsatkichlar bilan ifodalanishi mumkin [3]:

- turizmning rivojlanishidagi miqdoriy tebranishlar;
- turizm geografiyasini tanlashdagi afzalliklar;
- ekskursiyani tashkil etishning qulay shakli;
- sayyohning tur narxi haqidagi fikrlari va boshqalar.
- Turizmga ta'sir qiluvchi asosiy ijtimoiy omillar quyidagilar:
- jahon aholisining doimiy o'sib borishi;
- urbanizatsiya darajasining o'sib borishi;
- rivojlangan mamlakatlarda tug'ilishning pasayishi;
- aholisi ko'p bo'lgan mamlakatlarda (Xitoy, Hindiston va b.) daromadlarning o'sishi;
- gender tengligi, jamyatda ayollarning faolligining ortishi;
- texnologiya rivojlanishi bilan xo'jalik ishlarining yengillashishi;
- ta'lim tizimi qamrovining kengayishi [4].



1-rasm. Turizm bozorida talabning o'zgarishiga ta'sir qiluvchi omillar tizimi

Ko'rsatilgan omillar, jumladan, tabiiy-iqlim, geografik, madaniy-tarixiy omillar turizmni rivojlantirish sug'atiga, yo'nalishiga va ko'lamiga sezilarli darajada o'zining ta'sirini o'tkazadi hamda hududlarning turistik jozibadorligi va salohiyatini belgilab beradi.

Taklif qilingan mazkur omillar O'zbekistonda turizm faoliyatini rivojlantirishining samarali yo'nalishi sifatida xalqaro va ichki turizm xizmatlari bozorining samaradorligini oshirishga qaratilgan. Iqtisodiy nuqtai nazardan, bunday omillarning aniqlanishi mintaqa turistik salohiyatini boshqarishning samarali usullarini ishlab chiqish bilan birgalikda turistik biznes sub'ektlari faoliyatida yangi

yo‘nalishlarining aniqlanishi uchun asos yaratadi. Shu tufayli, mamlakatimiz hududlarida O‘zbekistonda turizm faoliyatini rivojlantirishini samarali tashkil etish va rivojlantirishda quyidagilarning amalga oshirilishi maqsadga muvofiq deb hisoblaymiz:

- hududlarning O‘zbekistonda turizm faoliyatini rivojlantirish salohiyatini baholash va ulardan foydalanish bo‘yicha ilmiy-amaliy takliflarni ishlab chiqish, mavjud infratuzilma ob‘ektlarining holatini yaxshilash va yangilarini tashkil etish;
- O‘zbekistonda turizm faoliyatini rivojlantirishi mahsulotini milliy va xalqaro turizm bozoriga chiqarish bo‘yicha marketing faoliyatini amalga oshirish hamda marketing tadqiqotlaridan foydalanishni takomillashtirish;
- O‘zbekistonda turizm faoliyatini rivojlantirish industriyasi mutaxassislari uchun nafaqat turizm sayohatlarini amaliy tashkil etish ko‘nikmalariga ega bo‘lish, balki din va ziyorat nima ekanligini, odamlarni ziyorat yoki ekskursiyaga borishga undaydigan motivlar haqida aniq tasavvurga ega bo‘lishini ta‘minlash.

Olib borilgan tadqiqotlarimiz hamda yuqoridagi tadqiqot natijalari asosida biz tomonimizdan ishlab chiqilgan «O‘zbekistonda turizm faoliyatini rivojlantirishini rivojlantirish hamda turistik salohiyatidan foydalanish samaradorligini oshirishning tashkiliy, iqtisodiy va ijtimoiy omillari hamda Hududlarda O‘zbekistonda turizm faoliyatini rivojlantirishining samaradorligiga ta’sir etuvchi omillar» asosida mamlakat va hududlar kesimida O‘zbekistonda turizm faoliyatini rivojlantirishini rivojlantirish omillari tizimini ishlab chiqdik.

Har qanday faoliyat, jarayon u qanday ko‘lam va hajmda bo‘lmasin ma’lum bir omillar tizim asosida shakllanadi hamda rivojlanadi. Xuddi shuningdek, turizm sohasi va uning alohida turlarini, xususan O‘zbekistonda turizm faoliyatini rivojlantirishi ham o‘ziga xos omillar tizimi ta’sirida shakllanadi va rivojlanadi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Beknazarov F.A. Ziyorat turizmini rivojlantirishga ta’sir etuvchi tashkiliy, iqtisodiy va ijtimoiy omillar // «Real sektor sohasi iqtisodiyotini rivojlantirishning ilmiy asoslari va muammolari» xalqaro ilmiy – amaliy anjuman materiallari. - Samarqan.-2022, b. 540-546.
2. Beknazarov F. Xizmat kursatish va turizm uchun kadrlarni tayyorlash masalalari // Xizmat ko‘rsatish sohasi: rivojlanish tendensiyasi va istiqbollari mavzusidagi respublika ilmiy-amaliy konferensiyasi. Samarqand, SamISI 2016 yil 252-257 b.
3. Beknazarov F.A. Ziyorat turizmi tushunchasining mohiyati va uni rivojlantirishning o‘ziga xos xususiyatlari // Servis. – 2019, №3
4. Megatrends underpinning tourism to 2020: Analysis of key drivers for change. P.24.

RIVOJLANGAN MAMLAKATLARDA BARQAROR TURIZMNI QO‘LLAB- QUVVATLASH MEXANIZMLARI

Annotatsiya. Ushbu maqolada rivojlangan mamlakatlardan Xitoy, Yaponiya, Italiya va Germaniyada barqaror turizmga erishish yo‘lidagi qiyinchiliklar va ularni yengib o‘tish uchun ishlab chiqilgan samarali mexanizmlar o‘rganildi. Xitoy va Yaponiya qo‘llagan yopiq siyosatdan dunyodagi top turistik manzilgohlarga aylangan. Biroq, overturizm masalasiga duchor bo‘lib, barqarorlik uchun choralar qollayotgan Xitoydan farqli ravishda Yaponiya, deyarli jar yoqasiga borib qolgan ekologik sharoitdan, bugungi Osiyodagi yetakchi barqaror muhitga erishish tarixi o‘rganilib, bu tajribaning mamlakatimiz uchun mos qirralari tahlil qilindi. Mavsumiylik muammosi va ommaviy xabardorlik borasida salmoqli vazifalarni amalga oshirib kelayotgan Italiya, hamda, tibbiyot borasida eng ilg‘or o‘rinlardan birini egallab kelayotgan Germaniyaning tajribalari asosida O‘zbekistonga tavsiyalar ishlab chiqildi.

Kalit sozlar: eco-turizm, tibbiyot turizmi, turistik xizmat, yashil turizm, ommaviy xabardorlik.

Аннотация. В данной статье рассмотрены трудности, с которыми столкнулись развитые страны, такие как Китай, Япония, Италия и Германия на пути к устойчивому туризму, а также эффективные механизмы, разработанные для их преодоления. Китай и Япония, проводившие закрытую политику, стали одними из ведущих туристических направлений мира. Однако, в то время как Китай предпринимает меры по решению проблемы овертуризма, Япония смогла выйти из экологического кризиса и стать лидером устойчивой среды в Азии. На основе опыта Италии в борьбе с сезонностью и повышении общественной осведомлённости, а также достижений Германии в области медицинского туризма, были выработаны рекомендации для Узбекистана.

Ключевые слова: экотуризм, медицинский туризм, туристические услуги, зелёный туризм, общественная осведомлённость

Abstract. This article examines the challenges faced by developed countries such as China, Japan, Italy, and Germany in achieving sustainable tourism, and the effective mechanisms developed to overcome them. China and Japan, initially following closed policies, have become top global tourist destinations. However, while China is currently taking measures to address overtourism, Japan’s path from a near ecological crisis to becoming Asia’s leading sustainable environment is analyzed in detail, highlighting aspects applicable to Uzbekistan. Italy’s efforts in addressing seasonality and raising public awareness, along with Germany’s advanced practices in medical tourism, serve as the basis for recommendations for Uzbekistan.

Keywords: eco-tourism, medical tourism, tourist service, green tourism, public

awareness.

Turizm xizmatlar sohasi O'zbekistonning milliy iqtisodiyotining jadal rivojlanib borayotgan tarmoqlaridan biri sanaladi. Yangi ish o'rinlarining yaratilishi, infratuzilma obyektlarini modernizatsiyalash ushbu soha taraqqiyoti bilan uyg'un kechadi. Shu munosabat bilan, O'zbekiston iqtisodiyoti strategik sektorlardan biri sifatida turizm sohasini rivojlantirish bo'yicha kompleks chora-tadbirlar izchil amalga oshirilmoqda. Bu esa mintaqalarni jadal rivojlantirish, aholi daromadlari va turmush darajasini oshirish, shuningdek, investitsiya jalb qilishni yaxshilash imkonini beradi [**Ошибка! Источник ссылки не найден.**]. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M.Mirziyoyev raisligidagi videoselektorda "xorijiy turistlar oqimini ko'paytirish va ichki turizmni yanada rivojlantirish, sayyohlik xizmatlarini yaxshilash va turlarini kengaytirish zarurligi"... "O'zbekistonga kelayotgan har bir sayyoh bu investitsiyadir"[1] degan fikrlari turizmning mamlakat iqtisodiyotiga ta'sirini aniq namoyon qiladi.

Barqaror turizm kontsepsiyasi bu – turizmning iqtisodiy, ijtimoiy, madaniy, shuningdek ekologik ta'sirini hisobga olgan holda, salbiy ta'sirlarni minimallashtirishga va mahalliy aholi va ona zaminimiz uchun ijobiy ta'sirlarni maksimal darajaga yetkazishga intiladigan turizm shakli demakdir. Butunjahon sayyohlik tashkiloti (UNWTO) barqaror turizmni "turistlar va mezbон mintaqalarning ehtiyojlarini qondiradigan, shu bilan birga kelajak uchun imkoniyatlarni himoya qiladigan va kengaytiradigan" deb ta'riflaydi [3].

So'nggi yillarda barqarorlik nafaqat sayyohlar, balki turizm operatorlari uchun ham ustuvor masalaga aylandi. COVID-19 pandemiyasi ushbu tendentsiyani tezlashtirdi va sayohatlar bilan bog'liq ekologik va ijtimoiy muammolardan xabardorlikni oshirishga olib keldi. Bu aholi orasida turizmni nafaqat ko'ngilochar yohud, ilmiy izlanish asnosida bolishi kerakligi, balki turizm bu – ekologik ma'suliyatli jarayon ekanligi haqida ham sergak torttirdi. Bundan tashqari, joylarda turizmni rivojlantirishga qaratilgan tashabbuslar bevosita va bilvosita zararli natijalarni katta extimol bilan keltirib chiqarayotganligi ham sir emas. Bugungi kunda bulardan ayniqsa avj olgan- mass turizm yoki overturizm bolib, bu oz ozidan ekologik barqarorlikka ham putur yetkazishi tabiiy xol. Bunda turistlarning haddan ziyod oqimi fauna va flora ga ham, qolaversa, moddiy resurslarga ham salbiy ta'sirini o'tkazmay qolmaydi. Shuningdek, xorijiy mehmonlarga talab darajasida xizmat ko'rsatish haqida so'z yuritadigan bo'lsak, malakali mutaxassislar tanqisligi masalasi ham yuzaga chiqadi. "Turistik xizmat – turizm maqsadlari, turistik xizmatning yo'nalishi va tabiati, turistik mahsulotga javob beruvchi, umuminsoniy axloq va tartib tamoyillariga mos keluvchi ekskursant yoki turistning ehtiyojlarini ta'minlash va qanoatlantirishga yo'naltirilgan xizmat ko'rsatish sohasidagi maqsadlarga yo'naltirilgan harakatlar yig'indisidir" [4], degan edi Birjakov.

Yillar davomidagi kuzatuvlar shuni anglatadiki, rivojlangan mamlakatlarda barqaror turizmni qollab quvvatlash boyicha qator mexanizmlar ishlab chiqilib, amalga tadbiiq etib kelinmoqda, va mazkur tadbirlardan olinayotgan muvaffaqqiyatli natijalar rivojlanayotgan davlatlar uchun dasturi amal bo'lib xizmat qilishi kk. Masalan, Osiyoning Rivojlangan mamlakatlariga nazar soladigan bo'lsak, 1970-

yilgacha sayyohlar uchun yopiq bo'lgan Xitoy bugungi kun statistikasi boyicha tashrif buyuruvchilar soniga kora dunyoda 6-orinni egallab turibdi. Biroq manbalarda qayd etilishicha, mamlakat bu qadar jadal turistlar oqimi sababli qator ekologik muammolarga duch kelmoqda. Ayni shunday misolni 1847- yilgacha yopiq siyosat yuritib kelishiga qaramay, 2024-yilgi monitoring natijalariga kora 1964-yilda statistik ma'lumotlar yig'ila boshlanganidan buyon sayyohlar soni boyicha yangi rekord o'rnatgan Yaponiya timsolida korishimiz mumkin [14]. Lekin Xitoydan farqli o'laroq Yaponiyaning turizm jarayonlarida atrof-muhitni muhofaza qilish texnologiyasi bo'yicha dunyoda yetakchi mamlakat ekanligi ham alohida ta'kidlash joiz. Bizning fikrimizcha, O'zbekistonga turistlarni keng jalb qilishda, 2030 yilga qadar dunyoning 1-raqamli turistik mamlakatiga aylanishni o'z oldiga maqsad qilgan Xitoyning qat'iy harakat yo'lidan kearkli xulosalar chiqarish mumkin bo'lsa, Yaponiyadan esa ekologik muammolarni bartaraf etish tajribalarini o'zlashtirmoq lozim.

G'arbiy ittifoq tarkibiga kiruvchi davlatlaridan barqaror turizm panoramasi jadal rivojlanayotgan [15]. Italiyaga toxtaladigan bolsak, mazkur mamlakatda barqaror turizm innovatsion tashabbuslar va mahalliy va milliy darajada kuchli majburiyat tufayli o'sib bormoqda [18]. Bizningcha, Italiya mamlakatimizga ozining mavsumiylikni yo'qotish bo'yicha samarali mexanizmlari bilan o'rnak bo'la oladi. Shuningdek, Italiyaning barqaror turizm uchun ijtimoiy xabardorlik shiori ostidagi harakatlari ham O'zbekiston uchun alohida tajriba bolmog'i lozim. Yana bir misol, madaniy turizmi Yevropada birinchi o'rinda turuvchi Germaniyaning aholisi dam olish sayohatlari bo'yicha jahon chempionlari hisoblanishsada, so'nggi yillarda Germaniyaning o'zi sayohat qilish joyi sifatida gullab-yashnadi [19]. Bizningcha, Germaniyaning ichki turizm borasida qollagan mexanizmlarining ayrim qirralaridan O'zbekistonning mahalliy aholisini mamlakat bo'ylab sayohatlarini kengaytirish uchun chora tadbir sifatida foydalanish mumkin. Shuningdek, Germaniyaning tibbiyot turizmida ham mashxurligi, ayniqsa mamlakatimiz uchun o'rnak bola oladi.

Hammaga "Jahon fabrikasi" nomi bilan ma'lum bo'lgan Xitoy eng qiziqarli va turli sayyohlik markazlaridan biridir. Rossiya va Kanadadan keyin chet elliklar uchun qiziqarli bo'lishi mumkin bo'lgan hamma narsa (eng qadimiy sivilizatsiyalardan birining me'moriy yodgorliklari, iqlimi va tabiati turlicha bo'lgan milliy bog'lar, o'ziga xos madaniyatini saqlab qolishga muvaffaq bo'lgan zamonaviy metropollar va kichik provinsiya shaharlari, ajoyib qumli plyajlar va qor-oq tog' cho'qqilari)ga ega uchinchi yirik davlat. Ilgari sayyohlar uchun eng yopiq mamlakatlardan biri bo'lgan Xitoyda so'nggi 30 yil ichida sayyohlar oqimi ko'p marta oshdi va bugungi kunda Xitoy sayyohlar soni bo'yicha dunyoda 6-o'rinni egallaydi [5]. Ammo bu Xitoyda turizmning salbiy oqibatlaridan biri ommaviy turizmga (overtourism)ga sabab bolmoqda. Ommaviy turizm Xitoyga odatdagidan ko'proq odam kelishini anglatadi. Yevromonitor International ma'lumotlariga ko'ra, yaqin atrofdagi Osiyo mamlakatlaridagi iqtisodiy o'sish va yuqori daromadlar Xitoyga 2030-yilga borib dunyoning birinchi raqamli sayyohlik yo'nalishi bo'lishiga yordam beradi [6]. Biroq tarixga nazar solsak, Xitoy ilgari sayyohlar uchun eng yopiq mamlakatlardan biri bo'lgan. 1970-yillarning oxiriga kelibgina vaziyat keskin o'zgardi, hukumat hatto chuqur choralar ko'rdi. Masalan, 1988-yilda mamlakat janubidagi Xaynan oroliga provinsiya maqomi berildi va turizm uning iqtisodiyotida ustuvor sohaga aylandi;

zavodlar qirg'oqdan boshqa hududlarga ko'chirildi, plyajlar esa ixcham dunyolar uchun ishlab chiqilgan [7].

Hozirgi kunda Xitoy sayyohlarni jalb qilishda, viza rejimi sohasida islohotlarni amalga oshirishda davom etmoqda [12]. O'zbekiston ham Xitoy bilan hamkorlikda viza islohotini amalga oshirib kelmoqda. Xususan, O'zbekiston tashqi ishlar vaziri Baxtiyor Saidov ma'lum qilishicha, O'zbekiston fuqarolariga 30 kun davomida Xitoyga vizasiz sayohat qilish imkonini beruvchi shartnomalar imzolandi [13].

Yaponiya turizm tarixi yapon olimi Hayashi Razanning 1643-yilda yozgan "Yaponiyaning uch manzarasi" nomli asarida ilk bor qayd etilgan deb hisoblash mumkin. Eda davrida 1847-yilga qadar Yaponiya yopiq mamlakat bo'lib, mamalakat bo'ylab sayyohlarning harakati uchun "shukuba" nomli tizimli bekatlar tashkil etilgan. Ushbu tizim sayyohlarni hujjatiga muvofiq nazorat qilishdan tashqari, ularga oziq-ovqat va turar joy xizmatlari ko'rsatilgan va quruqlikdagi ulovlarni sohil portlari bilan bog'lab kelgan. 1847-yildan keyin mamlakat tashqi sayohatchilar uchun ochilganda, Meiji mehmonxonalar tizimi va ko'plab temir yo'l tarmoqlari bunyod etiladi [8]. Bugunga kelib esa turizm sohasida qator muvaffaqiyatlarga erishdi. Ulardan eng ahamiyatlisi shuki, Yaponiya atrof-muhitni muhofaza qilish texnologiyasi bo'yicha dunyoda yetakchi mamlakat bo'lib, aqlli gadjetlar yordamida ekologik muammolarni hal qilishda yirik investor hisoblanadi [9]. Afsuski, bunday natijaga erishish uchun mamlakat atrof-muhit ifloslanishi natijasida yuzaga kelgan kasalliklar (minamata, astma, va itai-itai kasalligi) va jamoat sog'lig'i bilan bog'liq to'rtta jiddiy inqirozlarni boshidan o'tkazishiga to'g'ri kelgan. Buning natijasida qator islohotlar amalga oshirildi. Birinchi navbatda ekologiya sohasidagi qonunchilik takomillashtirilib, sohani tartibga soluvchi bir qator yangi qonunlar qabul qilinadi. 1971-yilda Miye prefekturasi tomonidan havo ifloslanishini oldini olish, atmosferaga tashlanmalar miqdori bo'yicha cheklovlar o'rnatildi. Havo ifloslanishi darajasini monitoring qilish maqsadida 1960-yil oxiridan boshlab havodagi oltingugurt oksidi va tushadigan chang miqdori o'lchana boshlaydi, 1962-yil yakunlarida havo sifatini avtomatik o'lchaydigan uskuna o'rnatiladi. 1966-1969-yillarda 28 gektar maydonda shaharning Markaziy yashil bog'i barpo etiladi. 1967-yil Miye prefekturasining atrof-muhit ifloslanishi ahvolini doimiy o'rganish va tadqiqot qilish uchun Atrof-muhit ifloslanishi markazi tashkil etilgan bo'lsa, 1971-yilga kelib Yaponiya Ekologiya vazirligi tashkil etiladi. O'z navbatida kompaniyalar tomonidan ham atmosferaga tashlanmalar va chiqindi suvlarni tozalash va zararsizlantirishga qaratilgan chora tadbirlar (filtrlar o'rnatish, bir necha bosqichli tozalash texnologiyalari joriy etish) amalga oshiriladi. Shuningdek, 1965-yilda Yokkaichidagi mahalliy hokimiyat tomonidan Yaponiyada ilk marotaba havo ifloslanishidan jabr ko'rayotgan fuqarolarning tibbiy xarajatlarini davlat tomonidan qoplash tizimi joriy etiladi. 1990-yilda shahar hokimligi tomonidan atrof-muhit ifloslanishini oldini olishga qaratilgan texnologiyalarni boshqa rivojlanayotgan davlatlar ham foydalanishi uchun Ekologik texnologiyalar transferi markazi tashkil etiladi. Ko'rilgan chora-tadbirlar natijasida atrof-muhit ifloslanishi va aholi salomatligi bilan bog'liq yuzaga kelgan inqirozli holat to'liq bartaraf etiladi [16].

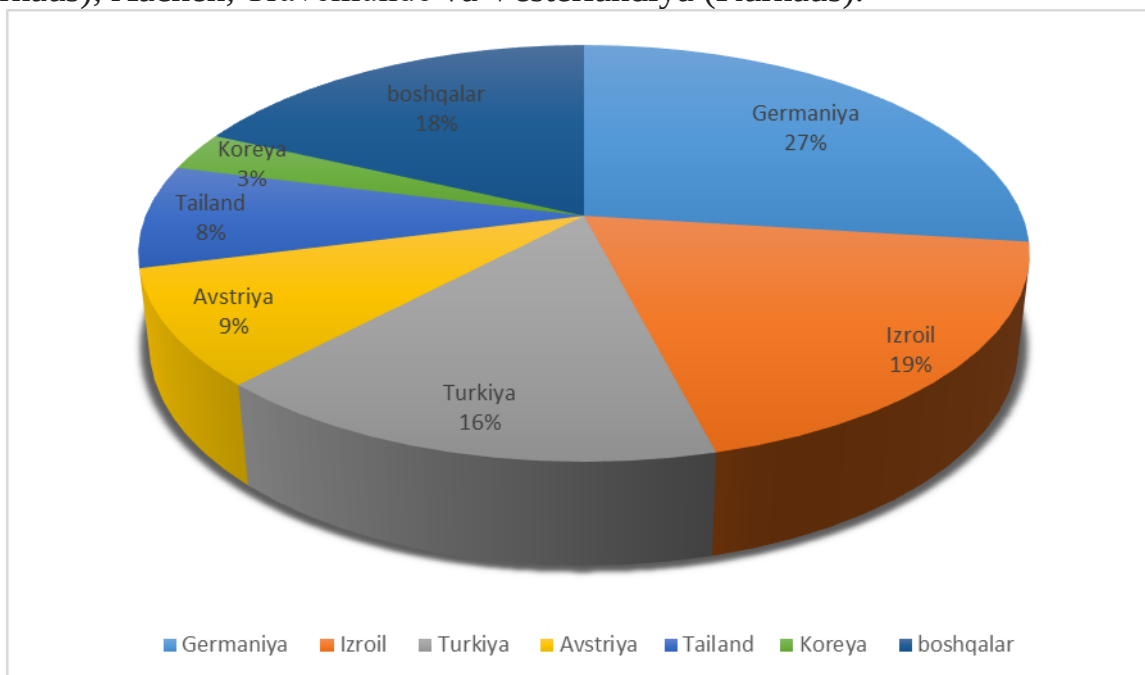
Yuqorida sanab o'tilgan Yaponiya tajribasi, fikrimizcha, 2022-yilgi Jahon havo sifati hisobotiga ko'ra, eng ifloslangan 20 ta davlatdan biri hisoblanib, havodagi qum-

chang zarrachalari Jahon sog'liqni saqlash tashkiloti me'yorlaridan o'rtacha 6,7 baravar yuqori [17] deb baholangan O'zbekiston uchun ayniqsa ahamiyatlidir.

Italiyada sayyohlik oqimining eng yuqori cho'qqilari qishda Rojdestvo va Yangi yil bayramlari, bahorda, Pasxa bayramlari [10] va yozda qulay iqlim tufayli qayd etiladi [11]. Demak, ko'rinib turibdiki, Italiyada ko'plab davlatlarda uchraydigan mavsumiylik muammosi isloh etilgan. "Biz ishlagan barqaror turizm nuqtai nazaridan eng muhim loyihalardan biri bu Sassari provinsiyasidagi Salude & Trigu. Ushbu loyiha Sardiniya hinterlandida, g'arbiy qirg'oq kurortlaridan uzoqda, mahalliy an'analar va qishloq xo'jaligi hududi bilan bog'liq tajribalarni yaratishga qaratilgan. Asosiy maqsad mavsumiylikni yo'qotish: sayyohlar oqimini eng yuqori mavsumlardan uzoqlashtirish, hatto kamroq tez-tez uchraydigan oylarda ham madaniy va tabiiy takliflarni yaxshilash. Biz qishloq va madaniy turizmning o'sishiga olib kelgan, mahalliy hamjamiyatlarni qo'llab-quvvatlovchi va eng mashhur yo'nalishlarga bosimni kamaytiradigan festivallar, yarmarkalar va oziq-ovqat va vino turlarini targ'ib qiluvchi kompaniyalar yaratdik, deydi Visit Italy kompaniyasining bosh direktori Ruben Santopietro [18]. Bundan tashqari Italiya barqaror turizm sari yo'lida ommaviy habardorlik mexanizmidan ham unumli foydalanadi. Mas'uliyatli turizmga bag'ishlangan IT.A.CA festivali har yili Italiyaning turli shaharlarida bo'lib o'tadi. Barqaror hodisa sifatida ham tavsiflangan ushbu tadbir konferentsiyalar va seminarlar orqali yashil turizmni targ'ib qiladi. 2022-yil oxirida e'lon qilingan Deloitte hisobotiga ko'ra, italiyalik iste'molchilar barqaror amaliyotlarga qiziqish ortib bormoqda [20]: Italiyalik sayyohlarning 64 foizi sayohat qarorlarida atrof-muhit va barqarorlik bilan bog'liq fikrlar ta'sir qildi, bu foiz 35 yoshgacha bo'lganlar orasida 71 foizga ko'tariladi. Bu tendentsiyani Enel Green Power ham tasdiqlaydi, bu Italiyaning ekologik yo'nalishlar va yashil tashabbuslar bo'yicha boy taklifi tufayli barqaror turizm uchun ma'lumot nuqtasiga aylanayotganini ta'kidlaydi. Toskananing juda mashhur joyi barqaror turizm uchun GSTC (Global Barqaror Turizm Kengashi) sertifikatiga ega bo'lgan birinchi Italiya san'at shahridir. Ushbu sertifikat shaharning atrof-muhitni hurmat qilish va aholining hayot sifatini yaxshilash amaliyotlarini targ'ib qilishga sodiqligini tasdiqlaydi. Siena tashabbuslari orasida chiqindilarni barqaror boshqarish, energiya samaradorligi va ekologik toza madaniy tadbirlarni ilgari surish kiradi. O'zbekistonda ham mavjud muammo – mavsumiylik, Italiya tajribasidan kelib chiqqan holda yilning har bir qismiga xos ravishda jalb etuvchi qadriyatlarni yaratish, shu bilan birga, turistlar hamda mahalliy aholi orasida mas'uliyatli ecoturizm tushunchasini singdirishga qaratilgan festival, tadbirlarni ishlab chiqib, amalga oshirish maqsadga muvofiq bo'lishi mumkin.

Germaniya tibbiyot turizmi bilan mashhur. U tibbiyot turizm reytingida top 10 talik royxatga kiradi [21]. YaIMga mutanosib ravishda sog'liqni saqlash xarajatlari bo'yicha dunyo reytingida Germaniya Shveytsariyadan keyin ikkinchi o'rinda turadi [22]. Ko'plab kurort shaharlarda issiq buloqda barpo etilgan bo'lib, ular odamlarga sog'ayish (nemischa: Kur) yoki mineral suv yoki boshqa kurort muolajalari orqali profilaktik yordam ko'rsatadi. Kurort shaharchalari va dengiz qirg'og'idagi kurortlar mineral va loy kurortlari (Mineral- und Moorbäder), Sog'lom iqlim kurortlari (Heilklimatische Kurorte), Kneipp davolash kurortlari (Kneippkurorte – suv bilan davolash kurortlari), Dengiz qirg'oqlari (Seebäderts) (Limatickurorte) kabi rasmiy

nomlarga ega. Eng katta va taniqli kurortlar Baden-Baden (Kurhaus), Visbaden (Kurhaus), Aachen, Travemünde va Vesterlandiya (Kurhaus).



2-rasm. Amerika sayyohlarining tibbiyot turizmi bo'yicha 2018-yilda tashriflari

Germaniya tibbiyot turizmida bu qadar yuqori ko'rsatkichlarga erishishi uchun qanday mexanizmlarni ishlab chiqdi? Birinchidan, Germaniya klinika va shifoxonalarida faqat Yevropa mamlakatlari uchun ishlab chiqarilgan eng sifatli dori vositalaridan foydalaniladi. Deyarli barcha shifoxonalar 3D ultratovush va MRI kabi yuqori texnologiyali tasvirlash texnologiyasi bilan jihozlangan. Onkologiyani davolash uchun bemorlar nemis klinikalarida jarrohlik robotlari, yurak kateterlari va maqsadli radiatsiya terapiyasini topishlari mumkin. Qolaversa, Nemis tibbiyot mutaxassislari o'z kasblarini qo'llashdan oldin qattiq tayyorgarlikdan o'tadilar. Dunyo bo'ylab eng yaxshi va malakali mutaxassislar Germaniyaga nufuzli shifoxona va klinikalarda amaliyot o'tash uchun keladi. Nemis shifokorlarining malakasi boshqa mamlakatlarda ancha yuqori. Germaniyaga tibbiy sayyoh sifatida kelishning eng yaxshi tomoni shundaki, ular uzoq navbat kutmasdan tibbiy muolajalardan bemalol foydalanishlari mumkin. Boshqa sanoati rivojlangan davlatlar, xususan, AQSh bilan solishtirganda, Germaniyada tibbiy yordam narxi ancha past. Tibbiy sayyoh AQShda emas, Germaniyada davolanib, 50% gacha tejab qolishi mumkin. Va nihoyat, narxlarning arzonligi va yuqori sifatli tibbiy xizmat ko'rsatishning xalqaro obro'si Germaniyani tibbiy turizm uchun afzal qilingan yo'nalishlardan biriga aylantirdi [22]. Bizning fikrimizcha, O'zbekistonda turizmning boshqa yo'nalishlaridan farqli ravishda tibbiyot turizmi hali ko'plab islohatlar amalga oshirilishi kerak bolgan bo'lim. Madaniyati, musaffo ob havosidan tashqari, uning tibbiyoti uchun ham millionlab turistlarni o'ziga jalb etayotgan Germaniyaning yuqorida sanab o'tilgan amaliyotlarini tahlil etib, mamlakatimizga mos keluvchilarini aniqlab, ularni hayotga tadbiq etsak, maqsadga muvofiq bolishi mumkin.

Bugungi kunda dunyo miqiyosida, turizm sohasi jadal rivojlanib kelayotgan sohalardan biri bo'lib, barqaror turizm rivoji uchun qulay shart- sharoitlar yaratish, dunyo aholisini keng qamrovda jalb qilishga erishish har bir mamlakatning nafaqat

iqtisodiy- ijtimoiy hayotiga ta'sirini korsatadi, balki ekologik muvozanatni saqlash nuqtayi nazaridan ham dolzarb masalaga aylanmoqda.

Xususan, mamlakatimizda ham Turizmni rivojlantirish Davlat qo'mitasi tomonidan qator islohotlar amalga tadbqiq etilayaptiki, statistik ma'lumotlar ularning qay darajada oz samarasini berayotgani ko'rsatib beradi. Rivojlanayotgan mamlakatlar qatorida O'zbekiston uchun ham rivojlangan mamlakatlar, xususan, Xitoy, Yaponiya, Italiya va Germaniya kabi mamlakatlar misolida ko'rilganidek, barqaror turizmga erishishda har bir davlat o'ziga xos yondashuv va mexanizmlarni shakllantirgan holda, ular asnosida kechib kechib o'tgan yo'l kerakli o'rinlarda dasturul-amal bolib hizmat korsatishi maqsadga muvofiq bo'ladi. Xitoyning qat'iy rejalashtirish asosidagi rivojlanish modeli, Yaponiyaning ekologik muhofaza texnologiyalariga urg'u berishi, Italiyadagi innovatsion tashabbuslar va Germaniyaning ichki turizmni rag'batlantirishga doir chora-tadbirlari, ayniqsa, o'rganishga arzigulik tajribalardir.

Barqaror turizm konsepsiyasini milliy strategiyaga kiritish, madaniy merosni muhofaza qilish tamoyillariga asoslangan siyosat yuritish, ekologik xavfsizlikni ta'minlashga qaratilgan texnologiyalarni joriy etish, ayniqsa mass-turizm oqibatlarini kamaytirish choralarini ko'rish, ichki turizmni rivojlantirish va aholining madaniy dam olish imkoniyatlarini kengaytirish, kabi tavsiyalar O'zbekistonning barqaror turizm sohasida raqobatbardoshligini oshirishga, shu bilan birga iqtisodiy, ijtimoiy va ekologik manfaatlarni uyg'unlashtirishga xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Amonboyev M., Xalilov S. Barqaror turizm rivojlanishi. O'quv qo'llanma. – T.: «Innovatsion rivojlanish nashriyot-matbaa uyi», 2021. – 96 b.
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M.Mirziyoyev raisligida 2020-yilning 22-fevral kuni o'tkazilgan videoselektor yig'ilishidagi ma'ruzasi - <https://daryo.uz/k/2018/02/23/shavkat-mirziyoyev-har-bir-turist-investitsiya-video/>.
3. World tourism organization (UNWTO) source, December 2020, <https://www.unwto.org/ma'lumotlari>.
4. Биржаков М.Б. Введение в туризм. – СПб.: НП «Издательство «Невский Фонд», 2014. – С. 108.
5. Kendall, T. (2004). Marco Polo, orientalism and the experience of China: Australian travel accounts of Mao's republic. *Asian Studies Review*, 28(4), 373-389.
6. "China will be the world's most visited country by 2030" (en). *the Guardian* (2018-yil 6-noyabr). Qaraldi: 2021-yil 5-oktyabr
7. Nianping, Z. (2014, December). Eco-tourism Problems and Solutions in China. In *2014 2nd International Conference on Advances in Social Science, Humanities, and Management (ASSHM-14)* (pp. 379-381). Atlantis Press
8. Baxromovna, E. Y. (2024). Yaponiyada turizmning rivojlanish dinamikasi. *Science and innovation*, 3(Special Issue 46), 773-777.
9. Mo'Minova, M. Z. Q. (2024). Yaponiyada ekoturizmning rivojlanish holati. *XXI Asr: Fan va ta'lim masalalari (XXI Век: Вопросы науки и образования)*, 2(2), 54-63.
10. "Vacanze di Natale 2021, dove andare: caccia alle destinazioni meno

battute” (in Italian). 17 December 2021. Retrieved 23 April 2022.

11. [*"Stagionalità"* \(in Italian\)](#). Retrieved 23 April 2022.
12. https://uz.wikipedia.org/wiki/Xitoy_turizm_sanoati#
13. <https://www.gazeta.uz/>
14. <https://www.nippon.com/ru/japan-data/h02230/>
15. <https://www.greenmarketingitalia.com/>
16. <https://kun.uz/news/2024/01/24/havo-ifloslanishi-va-aholi-salomatligi-bilan-bogliq-inqirozdan-chiqish-yaponiya-tajribasi>
17. <https://www.iqair.com/us/uzbekistan>
18. <https://www.marketing-italia.eu/blog/turismo/esempi-turismo-sostenibile-italia/>
19. <https://www.alumniportal-deutschland.org/en/magazine/germany/germany-growing-in-popularity-as-a-holiday-travel-destination/>
20. <https://www.deloitte.com/global/en.html>
21. <https://us-uk.bookimed.com/article/top-10-medical-tourism-destinations-best-countries-for-treatment/>
22. <https://www.vaidam.com/uz/knowledge-center/medical-treatment-germany-medical-tourism-germany>

Samadjon MAMUROV,
O‘zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi dotsenti v.b., PhD
Abdulloh ABDULXAKIMOV,
O‘zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi magistranti

TURIZMDA KADRLARNI BOSHQARISHDA XORIJ TAJRIBASINI QO‘LLASH

Annotatsiya. Ushbu maqola O‘zbekistonda turizmدا kadrlarni boshqarish va xorijiy tajribalardan samarali foydalanish imkoniyatlarini tahlil qiladi. Maqolada turizm sohasida kadrlarni tayyorlashda Yevropa va AQSh kabi rivojlangan mamlakatlar tajribasi o‘rganilib, bu tajribalarni O‘zbekiston sharoitiga moslashtirish yo‘llari ko‘rsatilgan. Turizmدا kadrlarni boshqarishning ahamiyati, ularni malakali tayyorlash va amaliyotga yo‘naltirish zarurati yoritilgan. Xorijiy tajriba va innovatsion boshqaruv usullarini joriy etish O‘zbekiston turizm sohasining jadal rivojlanishiga hissa qo‘shadi.

Kalit so‘zlar: Turizm, kadrlar boshqaruvi, xorijiy tajriba, malakali kadrlar, ta’lim tizimi, amaliyot.

Аннотация. Статья анализирует возможности эффективного использования международного опыта в управлении кадрами в туризме Узбекистана. В работе рассматривается опыт таких развитых стран, как Европа и США, в подготовке кадров для туризма, а также способы адаптации этого опыта к условиям Узбекистана. Подчеркивается важность профессиональной подготовки и практической направленности кадров, а также внедрения инновационных методов управления в туристическую

отрасль для ее развития.

Ключевые слова: Туризм, управление кадрами, международный опыт, квалифицированные кадры, образовательная система, практика.

Abstract. This article analyzes the opportunities for effectively utilizing international experience in human resources management in Uzbekistan's tourism sector. The article explores the experiences of developed countries such as Europe and the USA in training tourism professionals and discusses ways to adapt these experiences to Uzbekistan's context. The importance of professional training, practical orientation, and the introduction of innovative management methods in tourism are emphasized to contribute to the sector's growth.

Keywords: Tourism, human resources management, international experience, skilled personnel, education system, practical training.

Turizm sohasida kadrlarni boshqarish va malakali mutaxassislarni tayyorlash mamlakat iqtisodiyoti va jamiyatining farovonligini ta'minlashda katta ahamiyatga ega. O'zbekistonning turizm sektori so'nggi yillarda jadal rivojlanib, yangi imkoniyatlar va chaqiriqlarga duch kelmoqda. Biroq, sohaning to'liq rivojlanishiga erishish uchun malakali kadrlar tayyorlash va ularni samarali boshqarish zarur. Bunday boshqaruvni ta'minlash uchun, xorijiy tajriba va muvaffaqiyatli yondashuvlarni o'rganish va o'z sharoitlarimizga moslashtirish muhimdir¹⁷⁵. Shu sababli, turizmدا kadrlarni boshqarishda xorij tajribasini qo'llashning ahamiyati va zarurati o'ta katta bo'lib, mamlakat turizmi uchun yangi istiqbollarni ochadi.

Dunyo miqyosida turizm sohasining rivojlanishi bilan birga, kadrlarni boshqarish usullari ham o'zgarib bormoqda. Ko'plab rivojlangan mamlakatlar, ayniqsa, Yevropa Ittifoqi davlatlari va AQSh kabi yirik iqtisodiy markazlar, turizm sohasida malakali kadrlar tayyorlash va ularni boshqarishda ilg'or metodlarni joriy etgan. Masalan, Yevropa davlatlarida turizmда ishlovchi kadrlarni tayyorlashda dual ta'lim tizimi keng qo'llaniladi. Bu tizimda talaba nafaqat nazariy bilimlar, balki amaliyot orqali o'z sohasidagi real ish tajribasiga ega bo'ladi. Bunda universitetlar va turizm tashkilotlari o'rtasida o'zaro hamkorlik aloqalari kuchaytiriladi va talabalar o'z bilimlarini amaliyotda sinab ko'rishadi.

AQShda esa, turizm sohasidagi menejerlar va mutaxassislarni tayyorlashda, zamonaviy boshqaruv usullari, marketing, moliya va xizmat ko'rsatish sohasidagi ilg'or metodlar o'rgatiladi. Bu metodlar, ayniqsa, turistik xizmatlarni optimallashtirish, mijozlarga yuqori sifatli xizmat ko'rsatish, va global miqyosda raqobatbardosh bo'lish uchun zarur. Xorijda kadrlarni boshqarishda texnologiyalardan keng foydalanish, ayniqsa, raqamli marketing va ma'lumotlar tahlili orqali turizm sohasini boshqarishning samaradorligini oshirishda katta ahamiyatga ega¹⁷⁶.

O'zbekiston turizm sohasida xorijiy tajribani qo'llashda bir nechta o'ziga xos xususiyatlarni hisobga olish zarur. Buning uchun birinchi navbatda, xorijiy

¹⁷⁵ O'zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori. (2024, iyul 18). Turizm sohasida kadrlar tayyorlash tizimini takomillashtirish chora-tadbirlari (PQ-269-sonli qaror). Lex.uz. <https://www.lex.uz/docs/-7031185>

¹⁷⁶ Tursunov, A., & Karimov, K. (2024). O'zbekistonda turizm sohasida kadrlar tayyorlash tizimi: muammolar va istiqbollar. O'zbekistonda Iqtisodiy Rivojlanish va Turizm, 22(1), 45-60. <https://doi.org/10.5678/oit.2024.001>

tajribalarni o'rganish va tahlil qilish, keyinchalik ularni milliy iqtisodiyot va madaniyat sharoitlariga moslashtirish lozim. Misol uchun, Yevropa mamlakatlarida turizmga qaratilgan malaka oshirish dasturlari va sertifikatlash tizimlari juda samarali ishlaydi. O'zbekistonda ham bu tizimni yaratish, kadrlarning malakasini oshirish uchun ko'proq imkoniyatlar yaratish va turizm sohasidagi mutaxassislarni xalqaro standartlar asosida tayyorlash zarur.

Shuningdek, turizm sohasidagi kadrlarni boshqarish tizimini takomillashtirishda texnologiyalarni joriy etish ham muhim o'rin tutadi. Yevropa va AQShda, masalan, raqamli platformalar orqali turizm menejerlari va ishchilarining malakasini oshirish uchun onlayn kurslar va treninglar mavjud. O'zbekiston uchun ham bunday platformalar orqali ta'lim tizimini rivojlantirish, zamonaviy texnologiyalarni qo'llash, masofaviy ta'lim va onlayn treninglarni tashkil etish orqali turizm sohasida malakali kadrlar tayyorlashni kengaytirish mumkin.

O'zbekiston turizmida kadrlar boshqarish jarayoni, albatta, mahalliy sharoitlarni hisobga olgan holda amalga oshirilishi kerak. Mamlakatimizda turizmning rivojlanishiga hissa qo'shgan ba'zi xususiyatlar mavjud bo'lib, ularni xorijiy tajriba bilan muvofiqlashtirish zarur. O'zbekistonda ko'plab sayyohlar madaniy merosni o'rganish va milliy an'analarni o'rganish maqsadida kelishadi. Shu sababli, turizmida kadrlarni tayyorlashda, milliy merosni saqlash va targ'ib qilish, mehmondo'stlik va xizmat ko'rsatish madaniyatini oshirishga katta e'tibor qaratish lozim.

Bundan tashqari, O'zbekistonning geografik va madaniy xususiyatlari, turistik yo'nalishlar va sayyohlikning turli shakllarini rivojlantirishda muhim ahamiyatga ega. Bularni hisobga olgan holda, kadrlarni tayyorlashda mahalliy turizm bozorining ehtiyojlari va global turizm tendensiyalarini uyg'unlashtirish zarur. Xorijiy tajribani o'z sharoitlarimizga moslashtirish, bu jarayonni muvaffaqiyatli amalga oshirishda muhim qadam bo'ladi.

Yevropa va AQSh tajribalarini O'zbekistonda turizmida kadrlar boshqaruvi tizimiga qo'llash imkoniyatlari

Tajribalar	Yevropa	AQSh	O'zbekiston
Kadrlarni tayyorlash tizimi	Dual ta'lim tizimi – universitetlar va turizm tashkilotlari o'rtasida hamkorlik.	Zamonaviy boshqaruv usullari, marketing va moliyaga e'tibor.	Dual ta'lim tizimi va amaliyotga yo'naltirilgan kurslarni joriy etish.
Kadrlar malakasi oshirilishi	Xalqaro sertifikatlar, davriy malaka oshirish kurslari.	Boshqaruv va xizmat ko'rsatishning zamonaviy metodlari.	Xalqaro sertifikatlarni tashkil etish va amaliy mashg'ulotlar.
Texnologiyalarni qo'llash	Raqamli marketing va ma'lumotlar tahlili yordamida turizmni boshqarish.	Keng tarqalgan onlayn platformalar va raqamli resurslar.	Onlayn platformalar va treninglar orqali malaka oshirish.
Kadrlarni boshqarishning samaradorligi	Raqobatbardoshlikni oshirish va xizmat sifatini ta'minlash uchun kadrlarni qayta tayyorlash.	Xizmat ko'rsatish sifatini va mijozlarga e'tibor bilan ta'minlash.	Kadrlarni malakali tayyorlash orqali xizmat sifatini oshirish.
Ijtimoiy mas'uliyat va madaniy meros	Madaniy merosni saqlashga e'tibor qaratish, xususiy sektorni jalb qilish.	Turizm sanoatining ijtimoiy ta'siri va ekologik mas'uliyat.	Madaniy merosni saqlash va targ'ib qilish, ekologik turizmni rivojlantirish.
Turizmni rivojlantirishning yangi yo'nalishlari	Yevropa Ittifoqida ekologik va madaniy turizmni rivojlantirishga katta e'tibor.	Mijozlarga yo'naltirilgan xizmatlar va innovatsion turizm yo'nalishlari.	Ekoturizm va madaniy turizm yo'nalishlarini rivojlantirish.

Bu jadvalda Yevropa va AQSh tajribalarining o'ziga xos jihatlari va O'zbekistonda ularni qo'llash imkoniyatlari ko'rsatilgan. Jadval orqali turizm sohasida kadrlar boshqaruvini yaxshilash uchun qanday strategiyalarni amalga oshirish mumkinligini tushunish mumkin. Yevropa va AQSh tajribalari O'zbekistonda malakali kadrlar tayyorlash va xizmat ko'rsatish sifatini oshirish uchun samarali bo'ladi.

Turizmدا kadrlarni boshqarish va xorijiy tajribani qo'llash mamlakatimiz turizmining rivojlanishida muhim o'rin tutadi. Xorijiy davlatlar tajribasi, ayniqsa, kadrlar tayyorlash tizimi, amaliyotga yo'naltirilgan ta'lim, va zamonaviy boshqaruv usullarini o'rganish orqali O'zbekiston turizm sohasini yanada rivojlantirish mumkin. Biroq, bu jarayonni amalga oshirishda mahalliy sharoitlar, milliy madaniyat va turizmning o'ziga xos xususiyatlarini hisobga olish zarur. Xorijiy tajribani muvaffaqiyatli moslashtirish orqali O'zbekiston turizm sohasida global miqyosda raqobatbardosh bo'lishi mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Tursunov, A., & Karimov, K. (2024). O'zbekistonda turizm sohasida kadrlar tayyorlash tizimi: muammolar va istiqbollar. O'zbekistonda Iqtisodiy Rivojlanish va Turizm, 22(1), 45-60. <https://doi.org/10.5678/oit.2024.001>

2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori. (2024, iyul 18). Turizm sohasida kadrlar tayyorlash tizimini takomillashtirish chora-tadbirlari (PQ-269-sonli qaror). Lex.uz. <https://www.lex.uz/docs/-7031185>

Dilshod ABDUVAKHIDOV,
PhD student of Samarkand State University

THE ROLE OF CHRISTIAN ARCHITECTURAL MONUMENTS IN THE DEVELOPMENT OF TOURISM IN SAMARKAND

Abstract. *This article analyzes the importance of Christian memorial monuments located in the city of Samarkand in the field of tourism. In particular, Orthodox and Catholic churches, their history, architectural features and role in attracting tourists are considered. Recommendations are also given for the effective use of these monuments.*

Keywords: *Samarkand, tourism, Christian, St. George's Church, Orthodox, Pokrovsky Church, Alexy Cathedral, Catholic, John, Armenian Apostle, exhibition, excursion, information and propaganda work.*

Annotatsiya. *Mazkur maqolada Samarqand shahrida joylashgan xristian memoriy obidalarining turizm sohasidagi ahamiyati tahlil qilinadi. Xususan, Pravoslav va katolik cherkovlari, ularning tarixi, me'moriy o'ziga xosliklari va turistlarni jalb qilishdagi o'rni ko'rib chiqiladi. Shuningdek, ushbu obidalardan samarali foydalanish bo'yicha tavsiyalar beriladi.*

Kalit so'zlar: *Samarqand, turizm, xristian, Georgiy cherkovi, pravoslav,*

Pokrovskiy cherkovi, Aleksiy sobori, Katolik, Ioann, Arman Apostol, ko'rgazma, ekskursiya, axborot targ'ibot ishlari.

Абстракт. В статье анализируется значение христианских мемориальных памятников, расположенных на территории города Самарканда, в сфере туризма. В частности, будут рассмотрены православные и католические церкви, их история, архитектурные особенности и роль в привлечении туристов. Также даны рекомендации по эффективному использованию этих памятников.

Ключевые слова: Самарканд, туризм, христианский, церковь Святого Георгия, православный, Покровский храм, Алексиевский собор, католический, Иоанн, Армянский апостол, выставка, экскурсия, информационно-пропагандистская работа.

The Resolution of the President of the Republic of Uzbekistan No. PQ-455 dated December 24, 2022 “On additional measures to effectively use the tourism and transport potential of the Samarkand region, develop the region based on the concept of “Samarkand - the tourism gateway of the new Uzbekistan” was approved.[1] This resolution places special emphasis on increasing the flow of foreign and domestic tourists to the Samarkand region, creating the necessary conditions for the effective use of the potential of new tourism infrastructure facilities, developing the transport and logistics system of the region, and further improving and diversifying the quality of services provided. Samarkand is not only one of the centers of Islamic culture, but also a city that embodies many religious and cultural monuments. Architectural monuments of the Christian religion reflect the cultural diversity of this city. They are not only of historical significance, but can also play a major role in the development of tourism.

Samarkand's Christian memorial monuments are an important part of the city's historical heritage, reflecting the religious diversity of the city's national communities. After Samarkand was conquered by the Russian Empire in the XIXth century, Russian military personnel and representatives of the general population began to arrive here in large numbers, as well as representatives of other nations. Due to the new population, temples of various religions began to be built in the city. Today, they can be safely called not only architectural monuments, but also places that have become centers of the spiritual life of national communities. Samarkand's Christian memorial monuments are represented by Orthodox, Catholic and Armenian churches.

St. George's Orthodox Church. The church building was built of baked bricks at the expense of state funds in 1882. The military-regiment church was located in the center of Samarkand, next to the officers' house. At that time, this church was very rich in sacred religious objects and paintings. The church could accommodate 600 people.[2] It was closed by the Soviet government in the 1920s, and the church building was used for other purposes. In particular, it was used as a meeting room of the Writers' Union, an art gallery, and even a small gym. The part where the bell tower was located was demolished and an airplane model appeared in its place. During the years of independence, the building was restored to its former condition

and appearance. After extensive restoration work a few years ago, this former church building is used as the “Museum of Friendship of Peoples and Religious Tolerance”. [3]

The Church of the Holy Intercession is the only Orthodox church in modern Uzbekistan that has never been closed, even during times of severe persecution. This religious architectural monument was built in 1903 and has survived to this day in almost its original form. At the top of the church is a huge bell tower, topped with a cross and decorated with a mosaic depicting the Virgin Mary.

Cathedral of St. Alexy of Moscow Metropolitan. It was the last Orthodox church built in Samarkand during the Russian Empire. The project of the Alekseevsky Cathedral, created by engineer Fyodor Verzhbitsky, was personally approved for construction by Emperor Nikolai Romanov. After the Revolution of 1917, the cathedral was closed. It was returned to believers only in the 1990s. In 1996, the church was consecrated by Patriarch of Moscow and All Russia Alexy II. The Alekseevsky Cathedral is designed in the forms of neo-Russian architecture, but much simpler and more concise. In August 2003, the cathedral was visited by distinguished guests - Presidents I. A. Karimov and V. V. Putin, accompanied by Metropolitan Vladimir. The President of the Russian Federation noted that he had not expected and was surprised to find such a magnificent temple in such a remote city.[4]

Catholic Church (Church of St. John). This church is the only Catholic church in Samarkand, built in 1912. The architectural style of the church is enriched with European neo-Gothic traditions. Its tall towers and elegant stained glass windows are of great interest to tourists and art lovers.

Armenian Apostolic Church. There is an ancient church in Samarkand belonging to the Armenian community. This place is noteworthy as a part of Armenian culture and religious heritage, and a school is also active under the church.

Tourist potential of Christian monuments. Christian architectural monuments are attractive to tourists due to their historical, cultural and religious significance. Christian monuments are part of the multinational and multicultural heritage of Samarkand, and they are of particular importance to tourists interested in history. These monuments have preserved their place as witnesses of historical events and are important for researchers as historical sources. [5] The unique design, decoration and elegant architectural elements of the monuments attract tourists. The interiors of Orthodox churches decorated with icons, the stained glass windows and unique design of the Catholic church leave a deep impression on visitors. [6]

For Christian pilgrims, these monuments can be important places of pilgrimage. For Orthodox and Catholic communities around the world, these monuments in Samarkand can serve as places of understanding their beliefs and spiritual purification. These monuments serve not only religious, but also cultural dialogue and cooperation. Tourists will have the opportunity to understand the rich cultural diversity of Samarkand through these monuments.[7]

Christian monuments can be used in the development of tourism in the following areas:

Organizing concerts, exhibitions and other cultural events at monuments.

These events increase tourists' interest in culture and revitalize social life around monuments. Organizing art exhibitions, religious music programs and historical expositions at monuments will give tourists the opportunity to get acquainted with the religious heritage of Samarkand.

Excursions. Providing tourists with detailed information about these monuments by organizing special guide services. Through such excursions, it is possible to get a broader understanding of Christian monuments in Samarkand and their historical significance. The fact that guides present interesting facts about monuments and events related to them can give tourists not only scientific, but also aesthetic pleasure.

Information dissemination. Conducting information dissemination and advertising campaigns about Christian monuments at the international level. Preparing information and brochures about Christian monuments in Samarkand in different languages, as well as online advertising and promotional activities, can attract the attention of tourists. Also, the development of infrastructure around Christian monuments will increase the interest of tourists and visitors to them. The construction of hotels, restaurants and service centers around these monuments will create comfortable conditions for tourists.

In conclusion, it can be said that Christian architectural monuments in Samarkand are an important part of the rich cultural heritage of the city. They have great potential for the development of tourism, attracting not only tourists, but also strengthening cultural cooperation. Through the effective use of these monuments, the international tourist attractiveness of Samarkand can be increased.

References and sources used:

1. Muhitdinov Kh.S., "Analysis of scientific research conducted by researchers in the development of the tourism potential of the Samarkand region", "Economy and Society" No. 5(120)-2 2024.
2. [https://ru.wikipedia.org/wiki/Храм_Святого_Георгия_Победоносца_\(Самарканд,_недействующий\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/Храм_Святого_Георгия_Победоносца_(Самарканд,_недействующий))
3. <https://sv.zarnews.uz/post/dva-novx-muzeya-v-samarkande>
4. <https://sv.zarnews.uz/post/aleksievskiysoborvsamarkandesudbaodnogokhrama>
5. Jumayev, M. (2017). "Cultural heritage of Samarkand: Historical monuments and their significance". Samarkand: Samarkand State University Publishing House.
6. Bozorov, A. (2020). "Historical analysis of Christian architectural monuments". Tashkent: National University of Uzbekistan.
7. Sharipov, S. (2015). "The importance of the role of cultural monuments in the development of tourism". Tashkent: Institute of Tourism and Culture.

Orif FAYZULLAYEV,
O‘zbekiston Milliy universiteti Jizzax filiali o‘qituvchisi
Dilshoda ERGASHOVA,
O‘zbekiston Milliy universiteti Jizzax filiali talabasi

SAMARQANDDA ZIYORAT TURIZMINI RIVOJLANTIRISH: HUDUDIIY XUSUSIYATLAR, RAQAMLASHTIRISH IMKONIYATLARI VA INNOVATION YONDASHUVLAR

Annotatsiya: Maqolada Samarqand shahrida ziyorat turizmini raqamlashtirishning ahamiyati, imkoniyatlari va innovatsion yondashuvlari bayon etilgan. Hududiy xususiyatlar, mavjud infratuzilma holati, zamonaviy raqamli texnologiyalarni joriy etish zarurati va dolzarb muammolar tahlil qilingan. Raqamlashtirish orqali ziyoratchilar uchun qulaylik yaratish va xizmatlar sifatini oshirishga doir takliflar umumlashtirilgan.

Kalit so‘zlar: ziyorat turizmi; raqamlashtirish; QR-kod; mobil ilovalar; infratuzilma; turizm xizmatlari.

Аннотация: В статье представлена важность, возможности и инновационные подходы к цифровизации паломнического туризма в городе Самарканд. Проведен анализ региональных особенностей, состояния существующей инфраструктуры, необходимости внедрения современных цифровых технологий и актуальных проблем. Обобщены предложения по созданию удобств для паломников и повышению качества услуг за счет цифровизации.

Ключевые слова: паломнический туризм; цифровизация; QR-код; мобильные приложения; инфраструктура; туристические услуги.

Annotation: The article presents the importance, opportunities, and innovative approaches to the digitalization of pilgrimage tourism in the city of Samarkand. It analyzes regional characteristics, the state of existing infrastructure, the necessity of implementing modern digital technologies, and current challenges. Proposals aimed at creating convenience for pilgrims and improving service quality through digitalization are summarized.

Keywords: pilgrimage tourism; digitalization; QR code; mobile applications; infrastructure; tourism services.

Bugungi globallashtirish va axborot texnologiyalari asrida turizm sohasini raqamlashtirish global miqyosda eng muhim strategik yo‘nalishlardan biriga aylanmoqda. Ayniqsa, ziyorat turizmi - diniy qadriyatlar, madaniy meros va tarixiy obidalarni asrab-avaylash, hududiy iqtisodiyotni rivojlantirish va xalqaro hamkorlikni mustahkamlashda katta rol o‘ynamoqda. Shu bois, ziyorat turizmini zamonaviy texnologiyalar bilan uyg‘unlashtirish orqali uning samaradorligini yanada oshirish bugunning eng dolzarb masalalaridan biri sifatida ko‘rilmoqda[1].

O‘zbekistonning turizm salohiyati yildan-yilga ortib borayotgani, ayniqsa ziyorat turizmi sohasidagi jadal o‘shish, bu yo‘nalishda aniq strategik choralarni

amalga oshirish zaruratini yuzaga keltirmoqda. Samarqand shahri esa o'zining boy tarixiy-madaniy merosi, diniy markazlari va me'moriy obidalar bilan nafaqat respublikada, balki butun islom olamida ham muqaddas ziyorat maskani sifatida e'tirof etilgan. Imom Buxoriy majmuasi, Shohi Zinda, Registon ansambli, Hazrati Xizr masjidi va boshqa qator obidalar yildan-yilga minglab mahalliy hamda xorijiy sayyohlarni o'ziga tortmoqda[2].

Ammo bugungi kunda turizm xizmatlari sifatini oshirish va raqamli texnologiyalarni joriy etish bo'yicha ishlar yetarli darajada jadallik bilan olib borilmayapti. Jumladan, ko'plab ziyorat joylarida elektron gidlar, mobil ilovalar, QR-kodli axborot stendlari, virtual ekskursiyalar kabi interaktiv xizmatlar mavjud emas yoki cheklangan ko'rinishda ishlamoqda. Bu holat ayniqsa xorijiy ziyoratchilar uchun ma'lumot olish, joylashuvda yo'nalish topish, tarixiy ma'lumotlarni o'z ona tillarida o'rganishda muammolar keltirib chiqarmoqda[3].

Mavjud holatdan kelib chiqib, quyidagi asosiy muammo aniqlanadi: Samarqand shahridagi ziyorat turizmida raqamli texnologiyalarning to'liq joriy etilmasligi soha samaradorligining to'liq namoyon bo'lishiga to'sqinlik qilmoqda. Ushbu muammoni hal qilish uchun quyidagi innovatsion yondashuvlar taklif etiladi:

➤ Mobil ilovalar ishlab chiqish va takomillashtirish: Har bir ziyorat joyi bo'yicha mobil ilova yaratish, u orqali ko'p tilli ma'lumot, audio-gid, 3D virtual ekskursiyalarni taqdim etish. Ilovalar orqali joylashuv, tarixiy ahamiyat, ibodat tartiblari, ochilish-soatlari, transport yo'nalishlari va boshqa foydali ma'lumotlarni olish imkoniyati yaratiladi.

➤ QR-kodli axborot stendlari joriy etish: Har bir ziyorat obidasiga maxsus QR-kodli stendlar o'rnatilishi orqali ziyoratchilar bevosita mobil qurilmalari yordamida ushbu obida haqida batafsil ma'lumot olishlari mumkin bo'ladi. Bu usul ayniqsa tarixiy va diniy ma'lumotlarni to'liq tushunishda samaralidir.

➤ Sun'iy intellekt asosida chatbot xizmati: Ziyoratchilarning savollariga tezkor va aniq javob beruvchi ko'p tilli chatbotlar ishlab chiqish. Bu xizmatlar veb-saytlar, mobil ilovalar va ijtimoiy tarmoqlar orqali integratsiyalashgan bo'lishi lozim.

➤ Onlayn rezervatsiya va to'lov tizimlari: Ayniqsa Ramazon, Qurbon hayiti kabi mavsumiy davrlarda onlayn navbat tizimlari, chipta xarid qilish va elektron to'lov platformalarini joriy etish orqali ziyorat jarayonida tartib va xavfsizlikni ta'minlash mumkin.

➤ Elektron monitoring va real vaqtda tahlil tizimlari: Ziyorat joylaridagi tashriflar soni, xizmat sifati, foydalanuvchi qoniqishi kabi ko'rsatkichlarni monitoring qilish orqali resurslar va marketing strategiyalarini samarali boshqarish imkoniyati yuzaga keladi.

➤ Virtual va aralash reallik texnologiyalarini joriy etish: VR (virtual reality) va AR (augmented reality) texnologiyalaridan foydalanib, foydalanuvchilarga tarixiy obyektlarning interaktiv namoyishi, eski ko'rinishdagi modellashtirilgan ekskursiyalarni tashkil etish.

Ushbu yechimlar nafaqat ziyoratchilar uchun qulayliklar yaratadi, balki turizmni samarali boshqarish, puxta rejalashtirish va ilmiy tahlil asosida rivojlantirish jarayonlarini ham sezilarli darajada optimallashtiradi. Raqamli texnologiyalar yordamida tashrif buyuruvchilar sonini real vaqt rejimida kuzatish, xizmatlar sifati

bo'yicha fikr-mulohazalarni tahlil qilish, eng ko'p tashrif buyurilgan obyektlarni aniqlash, shuningdek, mavsumiy va hududiy talablarni o'rganish imkoniyati paydo bo'ladi. Bu esa o'z navbatida marketing strategiyalarini to'g'ri yo'naltirish, infratuzilma imkoniyatlarini oshirish va yangi investitsiya loyihalarini shakllantirishga xizmat qiladi.

Samarqand shahrida ziyorat turizmini rivojlantirishda raqamli texnologiyalarning yetarli darajada joriy etilmagani soha samaradorligining to'liq namoyon bo'lishiga to'sqinlik qilmoqda. Bu muammoni bartaraf etish va ziyorat turizmini yangi bosqichga olib chiqish uchun bir qator innovatsion yondashuvlarni amalga oshirish zarur.

Birinchi navbatda, har bir muqaddas ziyorat maskani uchun alohida mobil ilovalar ishlab chiqilishi va takomillashtirilishi lozim. Ushbu ilovalar foydalanuvchilarga ko'p tilli interfeysda ziyorat joyining tarixiy, madaniy va diniy ahamiyati haqida batafsil ma'lumot olish, audio-gid funksiyasi orqali eshittirishlar tinglash hamda 3D virtual ekskursiyalar yordamida real vaqtda masofaviy ziyorat qilish imkonini taqdim etadi. Ilova orqali mehmonlar joylashuv, ochilish va yopilish vaqti, transport yo'nalishlari, yaqin atrofdagi xizmatlar (ovqatlanish joylari, hojatxonalar, yotoqxonalar) haqida ham aniq ma'lumot olishi mumkin.

Shu bilan birga, har bir ziyorat maskanida maxsus QR-kodli axborot stendlari o'rnatilishi foydalanuvchilar uchun qo'shimcha qulaylik yaratadi. Ziyoratchilar ushbu QR-kodlar orqali mobil qurilmalari yordamida obyekt haqida matnli, audio yoki video ko'rinishidagi ma'lumotlarga ega bo'lishlari mumkin. Bu, ayniqsa, xorijlik sayyohlar va yosh avlod uchun o'ziga xos interaktiv hamda ta'limiy vosita bo'lib xizmat qiladi.

Yana bir muhim yo'nalish - bu sun'iy intellekt asosida ishlaydigan ko'p tilli chatbot tizimlarini ishlab chiqishdir. Bunday chatbotlar orqali foydalanuvchilar o'z savollariga tezkor, aniq va to'g'ri javoblar olish imkoniga ega bo'ladilar. Masalan, "Hazrati Xizr maqbarasi qachon ochiladi?", "Ziyorat qilish tartibi qanday?", "Yaqqabog'dan qanday boriladi?" kabi savollarga chatbot avtomatik tarzda ma'lumot bera oladi. Bu tizimlar mobil ilovalar, veb-saytlar va ijtimoiy tarmoqlar orqali uzviy integratsiyalashgan holda faoliyat yuritishi lozim.

Ziyorat turizmining mavsumiy xarakterini inobatga olgan holda, onlayn rezervatsiya va to'lov tizimlarini joriy etish ham muhim ahamiyatga ega. Ayniqsa, Ramazon, Qurbon hayiti kabi diniy bayramlarda odamlar oqimi yuqori bo'lgan paytlarda, elektron navbat tizimi, chipta xaridi, transport buyurtmasi va boshqa xizmatlarga onlayn to'lov tizimlari orqali xizmat ko'rsatish ziyorat jarayonining tartibli va xavfsiz bo'lishini ta'minlaydi.

Bundan tashqari, ziyorat joylarida tashrif buyuruvchilar soni, xizmat sifati va foydalanuvchi qoniqish darajasi kabi ko'rsatkichlarni real vaqt rejimida monitoring qilish tizimlarini joriy etish zarur. Bunday tizimlar yordamida statistik ma'lumotlar to'planadi, foydalanuvchi fikrlari tahlil qilinadi, eng ko'p tashrif buyurilgan obyektlar aniqlanadi. Bu esa resurslar taqsimoti, xodimlar joylashuvi, xavfsizlik choralari va reklama strategiyalarini samarali yo'naltirishga xizmat qiladi. Shu bilan birga, geografik va mavsumiy tahlillarga asoslangan holda yangi turizm yo'nalishlari, tadbirlar yoki xizmatlar ishlab chiqilishi mumkin.

Shuningdek, raqamli transformatsiya doirasida virtual (VR) va aralash reallik (AR) texnologiyalaridan foydalanish foydalanuvchilarga tarixiy obyektlarning 3D modellashirilgan ko'rinishlarini taqdim etish, tarixiy voqealar asosida jonli ekskursiyalarni tashkil qilish imkonini yaratadi. Bu texnologiyalar, ayniqsa, yosh avlodni ziyorat turizmiga qiziqtirish va jalb etishda samarali vosita sifatida xizmat qilishi mumkin.

Eng muhim jihatlardan biri shundaki, taklif etilayotgan raqamli yondashuvlar Samarqand shahrining betakror tarixiy-madaniy muhitiga zid emas, balki aynan ushbu muhitning boyligini zamonaviy usullar bilan keng jamoatchilikka taqdim etishga xizmat qilishi kerak. Raqamlashtirish jarayonida insoniyatning bebaho madaniy merosi bo'lgan ziyorat joylarini asrab-avaylash, ularning asl holatini saqlab qolish, tarixiy haqiqatni buzmasdan aks ettirish masalalari alohida e'tiborda bo'lishi shart. Bu borada UNESCO va boshqa xalqaro tashkilotlar tomonidan belgilangan me'yor va tavsiyalarga qat'iy amal qilish zarur[4,5].

Xulosa o'rinda ta'kidlash lozimki, bugungi globallashtirish jarayonida Samarqand shahrining ziyorat turizmidagi o'rni yuksak bo'lib, uni zamonaviy raqamli vositalar orqali takomillashtirish shahar obro'sini xalqaro miqyosda yanada mustahkamlashi mumkin. Bu jarayon orqali Samarqand o'zining boy tarixini, madaniyati va diniy qadriyatlarini raqamli platformalar orqali butun dunyoga tarqatish imkoniyatiga ega bo'ladi. Raqobatbardosh, yuqori sifatli, ma'lumotlarga boy va madaniy jihatdan boyitilgan xizmatlar orqali ziyoratchilar sonini ko'paytirish, ularning qoniqish darajasini oshirish va mintaqa iqtisodiy barqarorligiga hissa qo'shish mumkin.

Zamonaviy texnologiyalarni joriy etish nafaqat iqtisodiy samaradorlikni ta'minlaydi, balki ijtimoiy va madaniy-ma'naviy rivojlanishga ham katta turtki beradi. Raqamli turizm infratuzilmasining joriy etilishi yangi ish o'rinlari yaratish, yoshlar bandligini ta'minlash, ilmiy-tadqiqot faoliyatlarini yo'lga qo'yish, ta'lim tizimiga integratsiyalash kabi ko'plab ijobiy omillarni keltirib chiqaradi. Ayniqsa, yosh tadbirkorlar, IT-mutaxassislar, tarjimonlar va gidlar uchun yangi imkoniyatlar eshigi ochiladi.

Shu bois, ziyorat turizmini raqamlashtirish bugungi kun talabi bo'libgina qolmay, balki kechiktirib bo'lmaydigan, aniq strategik yo'nalish sifatida ko'rilmog'i lozim. Samarqand singari ulug' shaharni raqamli ziyorat markaziga aylantirish orqali O'zbekistonning xalqaro turizm maydonidagi nufuzi yuksaladi, diniy va madaniy merosimiz esa butun insoniyatga ochiq, qulay va zamonaviy formatda taqdim etiladi. Bu esa kelajak avlodlar uchun beqiyos ma'naviy boylikni saqlab qolish va uni baralla targ'ib qilish yo'lidagi eng to'g'ri qadam bo'ladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Халқаро сайёҳлик ва зиёрат туризмини ривожлантириш тенденциялари // Туризм соҳасини ривожлантириш халқаро форуми материаллари. – Тошкент, 2022.
2. Атаханов Б.З. Зиёрат туризми ва унинг миллий маданият ривожигаги ўрни // Иқтисодий ва инновацион технологиялар, 2021, №2.
3. Нурматов А. “Сайёҳликда рақамли трансформация: янги чақириқлар ва имкониятлар.” // Иқтисодий таҳлил журнаלי, 2022, №4.

4. Шарипов Д. “Зиёрат туризмда рақамли инфратузилманинг аҳамияти.” // Туризм инновациялари журналы, 2023, №2.

5. Рахматова М. “Мавсумий туризмни бошқаришда рақамли ечимлар.” // Иқтисодиёт ва туризм, 2023, №1.

Abrorbek ERGASHEV,
“International School of Finance, Technology and Science” Instituti
Buxgalteriya hisobi kafedrasi o‘qituvchisi

O‘ZBEKISTON HUDUDLARIDA SMART-TURIZM TIZIMINING SHAKLLANISHI VA RIVOJLANISH BOSQICHLARI

Annotatsiya. Ushbu maqolada O‘zbekistonda smart-turizm tizimining rivojlanish istiqbollari va amaliy muammolari tahlil qilinadi. Smart-turizmning global tendensiyalari, raqamli texnologiyalarning turizm sohasidagi o‘rni va O‘zbekistondagi mavjud infratuzilma holati o‘rganiladi. Maqolada O‘zbekiston hududlarida smart-turizmni rivojlantirishdagi asosiy muammolar va ularni bartaraf etish yo‘llari, shuningdek, ilgari surilgan ilmiy-amaliy tavsiyalar keltirilgan. Yozilgan tavsiyalarni amalga oshirish orqali O‘zbekistonning turizm infratuzilmasi raqobatbardosh holatga kelishi va global turizm bozorida muvaffaqiyatli rivojlanishi mumkinligi ko‘rsatilgan. Maqolada davlat-xususiy sheriklikni rivojlantirish, raqamli infratuzilmani mustahkamlash, mahalliy aholi va turizm sohasidagi kadrlarni raqamli savodxonlikka o‘qitish kabi yo‘nalishlar muhim rol o‘ynaydi.

Kalit so‘zlar: smart-turizm, raqamli texnologiyalar, turizm infratuzilmasi, mahalliy aholi, barqaror turizm, innovatsion texnologiyalar, o‘zbekiston turizmi, davlat-xususiy sheriklik, sun‘iy intellekt, big data, marketing va brendlash.

Аннотация. В данной статье анализируются перспективы и практические проблемы развития системы смарт-туризма в Узбекистане. Рассматриваются глобальные тенденции смарт-туризма, роль цифровых технологий в туристической отрасли и текущее состояние инфраструктуры в Узбекистане. В статье также приводятся основные проблемы, с которыми сталкивается Узбекистан при внедрении смарт-туризма, а также предложения по их решению. Ожидается, что при реализации предложенных рекомендаций система смарт-туризма в Узбекистане будет успешно развиваться и укрепит его позиции на мировом туристическом рынке. Рассматриваемые рекомендации включают расширение государственного и частного партнерства, развитие цифровой инфраструктуры, повышение цифровой грамотности местного населения и профессионалов туристической отрасли, а также использование современных технологий, таких как искусственный интеллект и большие данные.

Ключевые слова: смарт-туризм, цифровые технологии, туристическая инфраструктура, местное население, устойчивый туризм, инновационные технологии, туризм Узбекистана, государственно-частное партнерство, искусственный интеллект, большие данные, маркетинг и брендинг.

Abstract. *This article analyzes the prospects and practical challenges of developing the smart tourism system in Uzbekistan. It explores the global trends of smart tourism, the role of digital technologies in the tourism industry, and the current state of infrastructure in Uzbekistan. The article also outlines the main challenges Uzbekistan faces in implementing smart tourism and proposes solutions to address them. It is expected that with the implementation of the proposed recommendations, the smart tourism system in Uzbekistan will successfully develop and strengthen its position in the global tourism market. The recommendations discussed include expanding public-private partnerships, enhancing digital infrastructure, improving the digital literacy of the local population and tourism professionals, and utilizing advanced technologies such as artificial intelligence and big data.*

Keywords: *smart tourism, digital technologies, tourism infrastructure, local population, sustainable tourism, innovative technologies, Uzbekistan tourism, public-private partnership, artificial intelligence, big data, marketing and branding.*

So‘nggi yillarda turizm sohasi butun dunyoda yangi texnologik bosqichga o‘tdi, ya‘ni raqamli transformatsiya jarayonlariga faol kirib bordi. Ana shu transformatsiyaning markazida “smart-turizm” (aqlli turizm) tushunchasi turadi. Smart-turizm – bu axborot-kommunikatsiya texnologiyalari (AKT), sun‘iy intellekt (AI), Internet narsalar (IoT), kengaytirilgan reallik (AR) va virtual reallik (VR), shuningdek, katta ma‘lumotlar (Big Data) texnologiyalari asosida shakllangan, sayyohlarga yuqori sifatli, interaktiv, xavfsiz va shaxsiylashtirilgan xizmatlarni taqdim etishga qaratilgan zamonaviy turizm modelidir. Smart-turizm an‘anaviy turizm modelidan tubdan farq qiladi. An‘anaviy modelda sayohat jarayoni asosan mehmonxona, transport va ekskursiyalarni qamrab olgan bo‘lsa, smart-turizmga butun sayohat tajribasi raqamli muhitda shakllanadi – ya‘ni sayohatni rejalashtirishdan tortib, marshrut tuzish, onlayn bronlash, real vaqt ma‘lumotlarini olish, mobil ilovalar orqali yo‘naltirish, hatto virtual turizmga qadar bo‘lgan barcha bosqichlar texnologiyalar bilan bog‘liq.

Smart-turizm kontseptsiyasi ilk bor Janubiy Koreya, Singapur, Estoniya, Shvetsiya kabi texnologik rivojlangan mamlakatlarda joriy etila boshlangan bo‘lsa-da, bugungi kunda bu model rivojlanayotgan davlatlar, xususan, Markaziy Osiyo mintaqasi uchun ham dolzarb yo‘nalish hisoblanadi. Bu esa O‘zbekiston hududlarida turizmni raqamli asosda rivojlantirishga bo‘lgan ehtiyojni yanada kuchaytiradi.

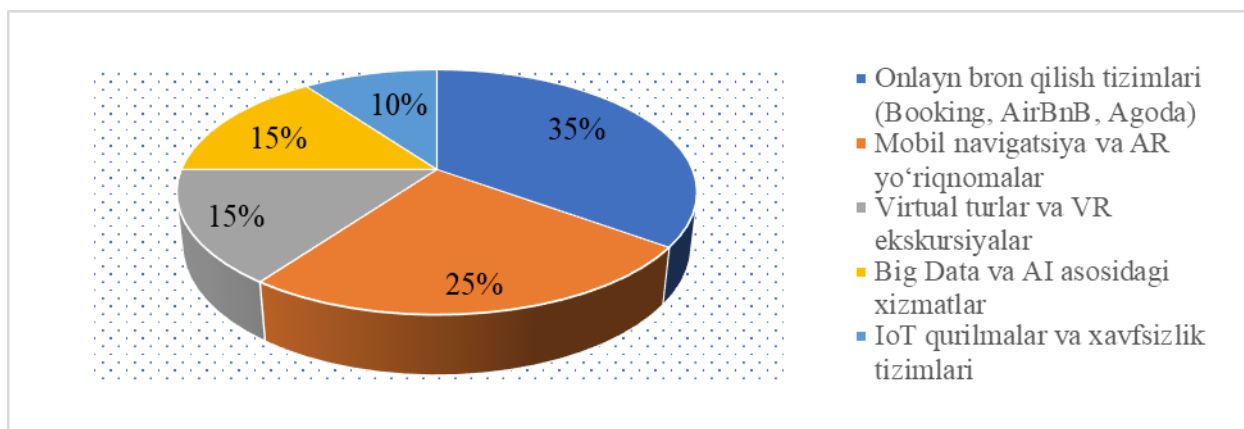
Zamonaviy turizm sanoatining raqobatbardoshligi bevosita raqamli texnologiyalarni qanday darajada o‘zlashtirganiga bog‘liq bo‘lib bormoqda. Axborot-kommunikatsiya texnologiyalari (AKT), sun‘iy intellekt, Internet narsalar (IoT), kengaytirilgan reallik (AR), mobil ilovalar, geolokatsiya xizmatlari va katta ma‘lumotlar tahlili bugungi kunda turizm xizmatlarining barcha bosqichlarida muhim rol o‘ynamoqda. Bu texnologiyalar sayyohlar ehtiyojlarini real vaqt rejimida aniqlash, shaxsiylashtirilgan xizmatlar ko‘rsatish va turizm jarayonlarini avtomatlashtirish imkonini beradi.

Turizmga raqamli texnologiyalarning o‘rni quyidagi asosiy yo‘nalishlarda namoyon bo‘ladi. Birinchi navbatda, sayyohlar turistik obyektlar, mehmonxonalar, restoranlar va transport haqida ma‘lumotlarni tezkor va oson olish imkoniyatiga ega.

QR-kodlar, NFC texnologiyasi va mobil ilovalar bu jarayonni soddalashtiradi. Shuningdek, AR/VR texnologiyalari sayyohlarga sayohatni boshlamasdan oldin virtual ekskursiya qilish imkoniyatini taqdim etadi, bu ayniqsa tarixiy obidalar va muzeylarda keng qo'llanilmoqda.

Raqamli texnologiyalar, shuningdek, xavfsizlikni ta'minlashda ham muhim rol o'ynaydi. IoT qurilmalari va geolokatsiya texnologiyalari yordamida turistik hududlardagi harakatlar monitoring qilinadi, yo'nalishlar optimallashtiriladi va favqulodda holatlarga tezkor javob berish imkoniyati yaratiladi. Onlayn xizmatlar, masalan, mehmonxonalar va aviatashuvchilar tomonidan ko'rsatilgan xizmatlarning onlayn bron qilish, to'lovni raqamli shaklda amalga oshirish, real vaqt ma'lumotlarini taqdim etish orqali turizm xizmatlarining sifatini oshiradi.

Bundan tashqari, Big Data texnologiyalari yordamida sayyohlik oqimi, sayyohlar profili va ularning harakat trayektoriyasi tahlil qilinadi, bu esa turizm strategiyalarini yanada samarali ishlab chiqish imkonini beradi. Shunday qilib, raqamli texnologiyalar turizm sohasini yanada rivojlantirish va optimallashtirish uchun asosiy vositalar sifatida xizmat qilmoqda..



1-rasm. Raqamli texnologiyalarning turizm sohasida qo'llanilish yo'nalishlari¹⁷⁷

Raqamli texnologiyalar, xususan, smart-turizm modelini joriy etish orqali nafaqat sayyohlarning ehtiyojlarini to'liqroq qondirish, balki mahalliy iqtisodiyotga ijobiy ta'sir ko'rsatish, xizmatlar sifatini oshirish, hamda hududlararo turistik tenglikni ta'minlash imkonini beradi. Shu bois, bu texnologiyalarni tizimli ravishda joriy qilish turizm strategiyasining ajralmas qismiga aylanishi lozim.

XXI asr boshidan boshlab dunyo bo'ylab raqamli transformatsiya barcha sohalarda, xususan turizmda ham jadal rivojlanmoqda. Yevropa Ittifoqi, AQSh, Janubiy Koreya, Yaponiya va Singapur kabi davlatlar "aqlli turizm shaharlari" kontseptsiyalarini ishlab chiqib, ularni amaliyotga joriy eta boshladi. Bu kontseptsiya doirasida nafaqat raqamli xizmatlar, balki ekologik barqarorlik, madaniy integratsiya, ijtimoiy inklyuzivlik kabi omillar ham hisobga olinadi.

Yevropadagi ko'plab shaharlar, masalan, Barselona, Amsterdam va Dubrovnikda turizm raqamli platformalar orqali boshqarilmoqda. Dubrovnikda real vaqt monitoring tizimlari, AR/VR ekskursiyalar va QR-kodli yo'riqnomalar joriy etilgan. Janubiy Koreya smart-turizm bo'yicha yetakchilardan biri bo'lib, "Visit

¹⁷⁷ Internet ma'lumotlari asosida muallif ishlanmasi

Korea" ilovasi sayyohga transport, ovqatlanish va madaniy tadbirlar bo'yicha yo'l-yo'riq beradi. AQShda esa, Google Travel va TripAdvisor kabi platformalar foydalanuvchilarning qiziqishlari asosida shaxsiylashtirilgan tavsiyalarni taqdim etadi, bunda katta ma'lumotlar tahlil qilinadi.

O'zbekiston o'zining boy madaniy merosi, tarixiy shaharlar, tabiat manzaralari va zamonaviy transport infratuzilmasi bilan smart-turizm rivoji uchun salohiyatli davlat hisoblanadi. Ayni paytda yurtimizda 2022–2026 yillarga mo'ljallangan "Raqamli O'zbekiston – 2030" strategiyasi doirasida turizm sohasida raqamli xizmatlar soni ortib bormoqda.¹⁷⁸ Masalan, "Uzbekistan.travel" portali va "Tourist Police" tizimi joriy etilgan. Shuningdek, mobil ilovalar orqali ekskursiya xizmatlari taklif qilinmoqda, ammo bu xizmatlar hali barcha hududlarni to'liq qamrab olgani yo'q.

Smart-turizmni tizimli joriy etish O'zbekiston uchun sayyohlar sonining oshishi va daromadning ortishi, hududiy tenglikni ta'minlash - chekka hududlardagi turistik obyektlarning ochilishi, sayyohlar xavfsizligini oshirish va qoniqish darajasini ko'tarish hamda mahalliy aholiga yangi ish o'rinlari yaratish kabi bir qator afzalliklarni taqdim etadi:

O'zbekistonda smart-turizmni joriy etishda poytaxt Toshkent yetakchi hisoblanadi. Toshkentda "Smart Guide Tashkent" ilovasi sayyohlar uchun interaktiv xaritalar, audio gidlar, restoran va mehmonxonalar reytingini taqdim etadi. "Tourist Police" mobil guruhlar GPS orqali harakatni muvofiqlashtiradi, 5G texnologiyasi esa tajriba asosida turizm markazlarida sinovdan o'tkazilmoqda. Samarqandda "Eternal City" loyihasi doirasida raqamli yo'naltirish tizimlari, ko'p tilli QR-kodli stendlar va virtual gidlar joriy etilgan. Shuningdek, aeroportda biometrik identifikatsiya tizimi va AR texnologiyalari sinov tariqasida qo'llanmoqda. Buxoro va Xiva shaharlarida tarixiy obidalarga QR-kodli stendlar o'rnatilgan, "Smart-Museum" dasturi va "Xiva AR Experience" loyihasi orqali sayyohlar interaktiv tarzda ma'lumot olishlari mumkin. Farg'ona vodiysida esa "Eco-smart tourism" konsepsiyasi doirasida ekoturizmga ixtisoslashgan raqamli xizmatlar yo'lga qo'yilmoqda, masalan, chatbot orqali yo'nalish tanlash va GPS asosidagi mobil ilovalar.

1-jadval

O'zbekiston hududlarida smart-turizm joriy etilishi darajasi (2024-yil holatiga ko'ra)¹⁷⁹

Hudud	Raqamli xizmatlar soni	Mobil ilovalar mavjudligi	IoT/AR texnologiyasi darajasi
Toshkent	95 ta	Ha	Yuqori
Samarqand	82 ta	Ha	O'rta
Buxoro-Xiva	71 ta	Ha	O'rta
Farg'ona vodiysi	44 ta	Qisman	Past
Qoraqalpog'iston	26 ta	Yo'q	Yo'q

Manba: O'zbekiston Respublikasi Turizm va madaniy meros vazirligi (2024-yil I chorak)

¹⁷⁸ O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 05.10.2020 yildagi PF-6079-son "Raqamli O'zbekiston — 2030" strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora-tadbirlari to'g'risidagi Farmoni: <https://lex.uz/ru/docs/-5030957>

¹⁷⁹ Muallif ishlanmasi.

Smart-turizm infratuzilmasining shakllanishi bosqichma-bosqich rivojlanadigan kompleks jarayon bo'lib, bu jarayon faqat texnik vositalar bilan cheklanmay, axborot resurslari, ijtimoiy ishtirok, boshqaruv strategiyasi va xizmat sifati bilan bog'liqdir. Birinchi bosqichda raqamlashtirish va axborot tizimlari shakllantiriladi, ya'ni sayyohlik obyektlari bo'yicha interaktiv xaritalar tuzish, QR-kodlar orqali ma'lumot taqdim etish va hududiy turizm portallarini ishga tushirish amalga oshiriladi. Ikkinchi bosqichda raqamli xizmatlar integratsiyalashadi va avtomatlashtiriladi, bunda "bitta ilova – barcha xizmatlar" tamoyiliga asoslangan mobil platformalar ishlab chiqiladi, elektron chipta tizimi va onlayn bron qilish tizimlari joriy etiladi. Uchinchi bosqichda esa, smart-turizm xizmatlari shaxsiylashtiriladi, bu yerda Big Data va sun'iy intellekt yordamida sayyohlar uchun mos tavsiyalar beriladi, AR/VR texnologiyalari orqali obidalar virtual tarzda namoyish etiladi. To'rtinchi bosqichda, smart-turizm barqaror rivojlanishga xizmat qiluvchi tizim sifatida qaraladi, ekoturizmni raqamlashtirish, mahalliy xizmatlarni integratsiyalash va yashil texnologiyalar asosidagi turizm obyektlarini rag'batlantirish amalga oshiriladi.

Smart-turizmni jadal rivojlantirish uchun muhim infratuzilmaviy va boshqaruviy zamin talab qilinadi, lekin O'zbekistonda bir qator muammolar mavjud. Bular orasida texnologik infratuzilmaning notekis rivojlanishi, mahalliy kadrlarning raqamli savodxonligi pastligi, raqamli xizmatlar o'rtasida integratsiyaning yo'qligi, mahalliy aholining sust ishtiroki va moliyaviy cheklovlar mavjud. Bu muammolarni hal qilish uchun quyidagi strategik yechimlar taklif etilmoqda: raqamli infratuzilma xaritalarini ishlab chiqish, mobil aloqa minoralari va Wi-Fi punktlarini o'rnatish, smart-turizm bo'yicha o'quv markazlari tashkil etish, milliy mobil ilovalar ishlab chiqish, raqamli xizmatlar API orqali integratsiyalashuvi, mahalliy hunarmandlar va xizmat ko'rsatuvchilarni digital bozorga qo'shish, hamda smart-turizmga sarmoya kiritgan investorlar uchun soliq imtiyozlari va grantlar taqdim etish. Bu chora-tadbirlar smart-turizmni muvaffaqiyatli joriy etishga yordam beradi.

Smart-turizmni rivojlantirish uchun zarur bo'lgan ilmiy-amaliy tavsiyalar quyidagi asosiy yo'nalishlarni qamrab oladi:

- davlat-xususiy sheriklikni kengaytirish. Innovatsion texnologiyalarni joriy etish va rivojlantirish uchun davlat va xususiy sektor o'rtasida samarali hamkorlikni yo'lga qo'yish. Tavsiyalar: inkubatsiya markazlari tashkil etish, soliq imtiyozlari va grantlar taqdim etish;

- raqamli infratuzilmani rivojlantirish. Keng polosali internet va 5G texnologiyalarini joriy etish, turizm xizmatlarining mobillik va interaktivligini ta'minlash. Tavsiyalar: aqlli tizimlar va ilovalar ishlab chiqish;

- mahalliy aholini va kadrlarni raqamli savodxonlikka o'qitish: Turizm sohasi xodimlarining raqamli malakalarini oshirish. Tavsiyalar: onlayn treninglar va xalqaro mutaxassislar bilan o'qitish.

- ma'lumotlar tahlili va sun'iy intellektni kengaytirish. Sayyohlarning xatti-harakatlarini tahlil qilish va xizmatlarni shaxsiylashtirish uchun Big Data va AI texnologiyalaridan foydalanish. Tavsiyalar: mobil ilovalar orqali real vaqtda tahlil qilish va tavsiyalar berish.

- barqaror turizmni rivojlantirish va ekologik mas'uliyatni oshirish:

Ekoturizmni raqamlashtirish va yashil turizmni rivojlantirish. Tavsiyalar: ekologik xavfsiz marshrutlar va energiya tejovchi tizimlar.

– marketing va brendlashni kuchaytirish. O‘zbekistonni global turizm bozorida tanitish uchun marketing strategiyalarini yangilash. Tavsiyalar: smart-marketing, ijtimoiy tarmoqlar va AR/VR texnologiyalari yordamida turistik manzaralarni namoyish etish.

Bu tavsiyalarni amalga oshirish orqali O‘zbekistonning smart-turizm infratuzilmasini rivojlantirishda sezilarli o‘zgarishlar ro‘y berishi mumkin. Buning natijasida, O‘zbekiston nafaqat mintaqada, balki dunyo bo‘ylab raqobatbardosh turizm destinatsiyasi sifatida taniladi.

O‘zbekistonning smart-turizm tizimiga o‘tish jarayoni rivojlanishning yuqori salohiyatini ko‘rsatadi, ammo bu yo‘lda bir qator muammolar mavjud. Raqamli infratuzilmaning notekis rivojlanishi, kadrlar tayyorlashdagi kamchiliklar, texnologik integratsiyaning yetarli emasligi va boshqa to‘siqlar, smart-turizmni joriy etishda eng katta qiyinchiliklarni keltirib chiqaradi. Biroq, ushbu muammolarni bartaraf etish uchun bir qator ilmiy-amaliy tavsiyalar ishlab chiqilgan bo‘lib, ular smart-turizmning muvaffaqiyatli rivojlanishiga xizmat qiladi. Davlat-xususiy sheriklikni kengaytirish, raqamli texnologiyalarni qo‘llash va mahalliy aholining raqamli savodxonligini oshirish orqali, O‘zbekiston turizm sohasida yangi imkoniyatlarni yaratishi mumkin. Kelajakda, O‘zbekistonni global turizm bozorida raqobatbardosh va barqaror turizm markaziga aylantirish uchun yuqoridagi tavsiyalarni amalga oshirish muhimdir.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Mansurov, T. (2022). "Smart Tourism: A New Era in the Global Travel Industry." *Tourism Research Journal*, 19(4), 45-60.
2. Shukurov, D. (2021). "O‘zbekistonda turizm sohasining raqamli rivojlanishi: muammolar va istiqbollari." *O‘zbekiston iqtisodiyoti va innovatsion rivojlanish jurnal*, 34(2), 92-101.
3. Vasiliev, P. (2020). "Digital Transformation of Tourism in Central Asia." *Central Asian Studies*, 12(3), 22-35.
4. Xusainov, I. (2023). "Turizmni rivojlantirishda innovatsion texnologiyalarni qo‘llash: O‘zbekiston tajribasi." *International Journal of Tourism*, 7(1), 108-123.
5. UNWTO (2020). "The Role of Digital Transformation in Tourism." *United Nations World Tourism Organization*.
6. Zeynalov, A. (2019). "Sustainable Development and Smart Tourism: Global Trends and Regional Challenges." *Global Tourism Review*, 15(2), 78-88.
7. Kochergin, V. (2021). "Digital Tourism in the Post-COVID World." *Tourism Futures*, 3(1), 4-16.

Akramjon KARIMOV,
Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti dotsenti
Sherzod KULMATOV,
O'zbekiston Respublikasi Bank-moliya akademiyasi magistranti

TABIIY MONOPOLIYALAR XIZMATLARINING SIFATINI OSHIRISH ORQALI ICHKI TURIZMNI RIVOJLANTIRISH

Annotatsiya. Ushbu maqolada tabiiy monopoliya xizmatlarining sifatini oshirish orqali O'zbekiston ichki turizm sohasini rivojlantirish strategiyalari ilmiy asosda tahlil qilingan. Hududiy infratuzilma nomutanosibliklari, energetika, suv ta'minoti va transport xizmatlarida mavjud muammolar ko'rib chiqilib, ularni bartaraf etish bo'yicha taklif va tavsiyalar ishlab chiqilgan. Xalqaro tajriba, raqamlashtirish jarayonlari va investitsiyaviy loyihalar orqali xizmat sifati va turistlar oqimini oshirish imkoniyatlari asoslab berilgan.

Kalit so'zlar: ichki turizm, tabiiy monopoliyalar, xizmat sifati, infratuzilma, raqamlashtirish, investitsiyalar, hududiy rivojlanish, transport tarmoqlari, suv ta'minoti, energetika sohasi, innovatsion texnologiyalar, turizm strategiyasi, iqtisodiy barqarorlik, xizmat ko'rsatish sifati, xalqaro tajriba.

Аннотация. В статье дается научный анализ стратегий развития сектора внутреннего туризма Узбекистана путем повышения качества услуг естественных монополий. Были рассмотрены региональные инфраструктурные дисбалансы, существующие проблемы в сфере энергетики, водоснабжения и транспортных услуг, разработаны предложения и рекомендации по их решению. Обоснованы возможности повышения качества обслуживания и туристического потока за счет международного опыта, процессов цифровизации и инвестиционных проектов.

Ключевые слова: внутренний туризм, естественные монополии, качество обслуживания, инфраструктура, цифровизация, инвестиции, региональное развитие, транспортные сети, водоснабжение, энергетика, инновационные технологии, стратегия туризма, экономическая устойчивость, качество обслуживания, международный опыт.

Abstract. This article analyzes the strategies for developing Uzbekistan's domestic tourism sector by improving the quality of natural monopoly services on a scientific basis. The existing problems in regional infrastructure imbalances, energy, water supply and transport services are considered, and proposals and recommendations are developed to eliminate them. The possibilities of increasing the quality of services and tourist flows through international experience, digitalization processes and investment projects are substantiated.

Keywords: domestic tourism, natural monopolies, service quality, infrastructure, digitalization, investments, regional development, transport networks, water supply, energy sector, innovative technologies, tourism strategy, economic stability, service quality, international experience.

Hozirgi global iqtisodiy sharoitda ichki turizmni rivojlantirish milliy iqtisodiyot barqarorligini ta'minlashda muhim omil sifatida e'tirof etilmoqda, ayniqsa, tabiiy monopoliya xizmatlarining sifati bu jarayonning determinanti sifatida ko'rilmogda. O'zbekiston Respublikasining 2022–2026 yillarga mo'ljallangan rivojlanish strategiyasida ichki turizmni rag'batlantirish va hududiy infratuzilmani modernizatsiya qilish ustuvor yo'nalishlardan biri sifatida belgilangan bo'lsa-da, tabiiy monopoliya sub'ektlarida xizmatlar sifati talab darajasida emas. Xususan, "2024-yilda ichki turistlar oqimi o'tgan yilga nisbatan atigi 7,3% ga oshgani holda, infratuzilma sifati bo'yicha noroziliklar 29,1% ni tashkil etgani"¹⁸⁰ soha oldida turgan tizimli muammolarni ko'rsatadi. Shu bois, tabiiy monopoliya xizmatlari sifati va ichki turizm rivoji o'rtasidagi uzviy bog'liqlikni ilmiy asosda tahlil qilish hamda samarali strategiyalar ishlab chiqish zarurati bugungi kunda nihoyatda dolzarbdir.

Bugungi kunda iqtisodiy barqarorlik va hududiy rivojlanishning muhim omillaridan biri sifatida tabiiy monopoliya xizmatlari sifatining oshirilishi alohida e'tibor talab qilmoqda, chunki ushbu sektor ichki turizm infratuzilmasining poydevorini tashkil etadi. Xususan, energetika, suv ta'minoti va transport tarmoqlarida xizmat ko'rsatish darajasi pastligi turizm oqimini cheklashga olib kelmoqda. Shunday ekan, raqobatbardosh infratuzilma yaratish orqali turizm xizmatlarini diversifikatsiya qilish ustuvor vazifa bo'lib qolmoqda. Xalqaro tajribada, ayniqsa, "Yaponiya va Janubiy Koreya kabi davlatlarda tabiiy monopoliya xizmatlarining yuqori sifati ichki turizm hajmining 35-40% ga oshishiga sabab bo'lgan"¹⁸¹. Shu nuqtai nazardan, O'zbekiston sharoitida ushbu sohani modernizatsiya qilish strategik ahamiyat kasb etadi, chunki bu orqali iqtisodiy o'sish, bandlik va mintaqaviy tengsizlikni kamaytirish imkoniyatlari yaratiladi.

Tabiiy monopoliya sub'ektlari – bu iqtisodiyotning shunday tarmoqlarida faoliyat yuritadigan korxonalar yoki tashkilotlarki, ularning xizmatlari yoki mahsulotlarini raqobat muhitida ishlab chiqarish iqtisodiy jihatdan maqsadsiz yoki imkonsiz bo'ladi. Bu sub'ektlar qimmatbaho infratuzilmaga ega bo'lib, uni takroran qurish yoki raqobatchilar tomonidan almashtirish juda katta xarajat talab qiladi. Shuning uchun bunday xizmatlarni bir yoki bir nechta yirik sub'ektlar ko'rsatadi. Oddiy qilib aytganda, bular elektr energiyasi, gaz, suv, issiqlik ta'minoti, temir yo'l transporti, kanalizatsiya tizimlari kabi xizmatlarni aholiga yoki xo'jalik yurituvchi sub'ektlarga uzluksiz yetkazib beruvchi davlatga oid yoki yirik xususiy korxonalardir.

Tabiiy monopoliya sub'ektlarida xizmat sifati menejmentini takomillashtirish ichki turizm rivoji uchun fundamental asos hisoblanadi, chunki bu jarayon hududiy transport-logistika tizimlarining samaradorligini bevosita belgilaydi. 2025-yil boshida respublika bo'ylab o'tkazilgan so'rovnoma ko'ra, "turistlarning 42,5% qismi temir yo'l va elektr ta'minotidagi uzilishlar tufayli sayohat rejasini bekor qilgan"¹⁸². Bu esa tabiiy monopoliya xizmatlarining ishonchligini oshirish strategiyalarini zudlik bilan amalga oshirish zarurligini ko'rsatadi. Shuningdek, ushbu xizmatlar diversifikatsiyasi va raqamlashtirilishi orqali xizmat sifati 20-25% ga yaxshilanishi prognoz

¹⁸⁰ Davlat statistika qo'mitasi ma'lumotlari (2025-yil hisobot). – Rasmiy sayt: www.stat.uz

¹⁸¹ UNWTO Report, 2023.

¹⁸² Tahlilnoma, Iqtisodiy tadqiqot instituti, 2025.

qilinmoqda (“Development Strategy Center, 2024”). Ta’kidlash joizki, ichki turizm qulay muhit yaratish uchun “Bir darcha” tamoyili asosida xizmat ko’rsatish tizimini joriy etish tajribasi Turkiyada 30% lik o’sishga olib kelgan. O’zbekiston uchun ham bu amaliyotni joriy etish dolzarb bo’lib, hududlar o’rtasidagi infratuzilma nomutanosibligini bartaraf etishga xizmat qiladi.

Hozirgi davrda tabiiy monopoliya xizmatlarining raqamli transformatsiyasi ichki turizm sohasining rivojlanishida asosiy drayverlardan biri sifatida e’tirof etilmoqda. Jumladan, O’zbekistonda “elektr energiyasi va issiqlik ta’mini xizmatlarini raqamlashtirish orqali 2024-yilda xizmat ko’rsatish tezligi 18% ga oshgan”¹⁸³. Bu esa ichki turizm ob’ektlarida qulay sharoitlar yaratish imkonini kengaytirgan. Shuningdek, suv ta’mini va kanalizatsiya tizimlarini smart boshqaruv tizimlariga o’tkazish orqali xizmatlar sifatini 22-25% ga yaxshilash mumkinligi aniqlangan. Ayni paytda, Yevropa Ittifoqi mamlakatlarida tabiiy monopoliya xizmatlarining raqamlashtirilgan boshqaruvi ichki turizm mijozi qoniqish darajasini 40% ga oshirgan. O’zbekiston uchun bu tajriba alohida ahamiyatga ega bo’lib, turizm infratuzilmasini zamonaviylashtirishda strategik yechim sifatida qaralishi lozim.

Tabiiy monopoliya sub’ektlariga innovatsion texnologiyalar va zamonaviy boshqaruv uslublarini joriy etish orqali ichki turizm xizmatlarining sifatini oshirish dolzarb vazifalardan biridir. Shu bilan birga, xalqaro moliya institutlari tomonidan ajratilgan kreditlar hisobiga infratuzilma modernizatsiyasi loyihalari amalga oshirilmoqda. Misol tariqasida, Buxoro va Samarqand viloyatlarida suv va elektr tarmoqlari rekonstruksiya ichki turizm oqimini 15% ga oshirgan. BMTTD tomonidan ta’kidlanganidek, “infratuzilmaviy xizmatlar sifati mintaqaviy turizm salohiyatining 50% ini belgilaydi”. Bu esa O’zbekiston uchun o’ziga xos strategik yo’nalish bo’lib, mamlakatning iqtisodiy rivojlanishida sezilarli rol o’ynaydi.

O’zbekiston hududlari o’rtasidagi tabiiy monopoliya xizmatlari sifatidagi nomutanosiblik ichki turizm rivojida asosiy to’siqlardan biri hisoblanadi. Xususan, Qoraqalpog’iston Respublikasi va Surxondaryo viloyatida xizmatlar sifati respublika o’rtacha ko’rsatkichidan 25-30% ga past ekanligi aniqlangan (“Hududiy rivojlanish markazi tahlillari, 2025”). Bunday tafovutlarni bartaraf etish uchun hududiy infratuzilmani modernizatsiya qilish va markazlashtirilgan boshqaruv tizimini joriy etish zarurati mavjud. Ta’kidlash joizki, Xitoyda amalga oshirilgan “integratsiyalashgan infratuzilma rivojlanishi” modeli natijasida ichki turizm oqimi 45% ga oshgan. O’z navbatida, O’zbekiston sharoitida ham tabiiy monopoliya xizmatlarining sifatini yaxshilash bo’yicha qabul qilingan “Hududiy rivojlanish-2030” strategiyasi muhim bosqich sanaladi. Ushbu strategiya doirasida 2025-yilda 1,8 trillion so’m mablag’ infratuzilmani yangilashga yo’naltirilishi rejalashtirilgan bo’lib, bu ichki turizmning o’sish sur’atlarini jadallashtirish imkonini beradi.

Xulosa qilib aytganda, tabiiy monopoliya xizmatlarining sifatini oshirish ichki turizmni rivojlantirishda asosiy strategik yo’nalishlardan biri bo’lib, bu jarayon mamlakat iqtisodiyotining barqaror o’sishiga bevosita ta’sir ko’rsatadi. Yuqorida keltirilgan tahlillar asosida aytish mumkinki, xizmatlar sifati va infratuzilmaning

¹⁸³ O’zbekiston Respublikasi Energetika vazirligi hisobotlari, 2024 <https://minenergy.uz/uz>

zamonaviy holati hududiy turizm salohiyatining 50% ni belgilaydi (BMTTD tahlillari, 2025). O‘zbekiston uchun tabiiy monopoliya sub’ektlarini raqamlashtirish, innovatsion texnologiyalar joriy etish va hududiy nomutanosibliklarni bartaraf etish orqali ichki turizmni rivojlantirish muhim strategik vazifa bo‘lib qoladi. Mazkur yo‘nalishda davlat siyosati, xususiy sektor tashabbuslari va xalqaro moliyaviy institutlar bilan hamkorlik qilish orqali kompleks yechimlarni ishlab chiqish zarur. Aks holda, ichki turizm sohasida kutilgan natijalarga erishish imkoniyati sezilarli darajada cheklanadi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022–2026 yillarga mo‘ljallangan rivojlanish strategiyasi. // www.lex.uz
2. Davlat statistika qo‘mitasi ma’lumotlari (2025-yil hisobot). – Rasmiy sayt: www.stat.uz
3. Iqtisodiy tadqiqot va islohotlar markazi (2025). – Ichki turizm infratuzilmasining rivojlanishi bo‘yicha tahliliy ma’lumotnoma. – www.cer.uz
4. Energetika vazirligi hisobotlari (2025). – Tabiiy monopoliyalar xizmatlari sifati va modernizatsiyasi. – www.minenergy.uz
5. Investitsiyalar va tashqi savdo vazirligi (2025-yil investitsiya hisobotlari). – O‘zbekiston Respublikasida tabiiy monopoliya tarmoqlariga investitsiyalar jalb qilish holati. – www.mift.uz
6. BMT Taraqqiyot Dasturi (BMTTD) O‘zbekiston bo‘yicha hisobotlari (2025). – Tabiiy monopoliyalar va ichki turizm o‘rtasidagi bog‘liqlik. – www.uz.undp.org
7. Jahon Turizm Tashkiloti (UNWTO) hisobotlari (2023). – Ichki turizm va infratuzilma sifatining o‘zaro ta’siri. – www.unwto.org
8. Development Strategy Center (2024-yil tahliliy hisobot). – O‘zbekistonda ichki turizmni rivojlantirish bo‘yicha strategiyalar. – www.strategy.uz

Abdurahmon ASRAQULOV,
Farg‘ona davlat universiteti tadqiqotchisi, PhD, dotsent
Qobiljon YULDASHBOYEV,
Farg‘ona davlat universiteti talabasi

AGROTURIZM FAOLIYATINING RIVOJLANISH XUSUSIYATLARI

Annotatsiya. Tadqiqot ishida agroturizm faoliyatining mohiyati, shakllanish xususiyatlari hamda agroturizm faoliyatini boshqarishning zamonaviy jihatlari nazariy jihatdan o‘rganilib, mamlakatimizda turizmning ushbu faoliyatini rivojlantirish imkoniyatlari baholangan.

Kalit so‘zlar: agroturizm, qishloq xo‘jaligi, agrosanoat majmuasi, fermer xo‘jaligi, infratuzilma.

Аннотация. В статье теоретически изучены сущность агротуризма, особенности его формирования и современные аспекты управления

агротуризмом, оценены возможности развития данной туристской деятельности в нашей стране.

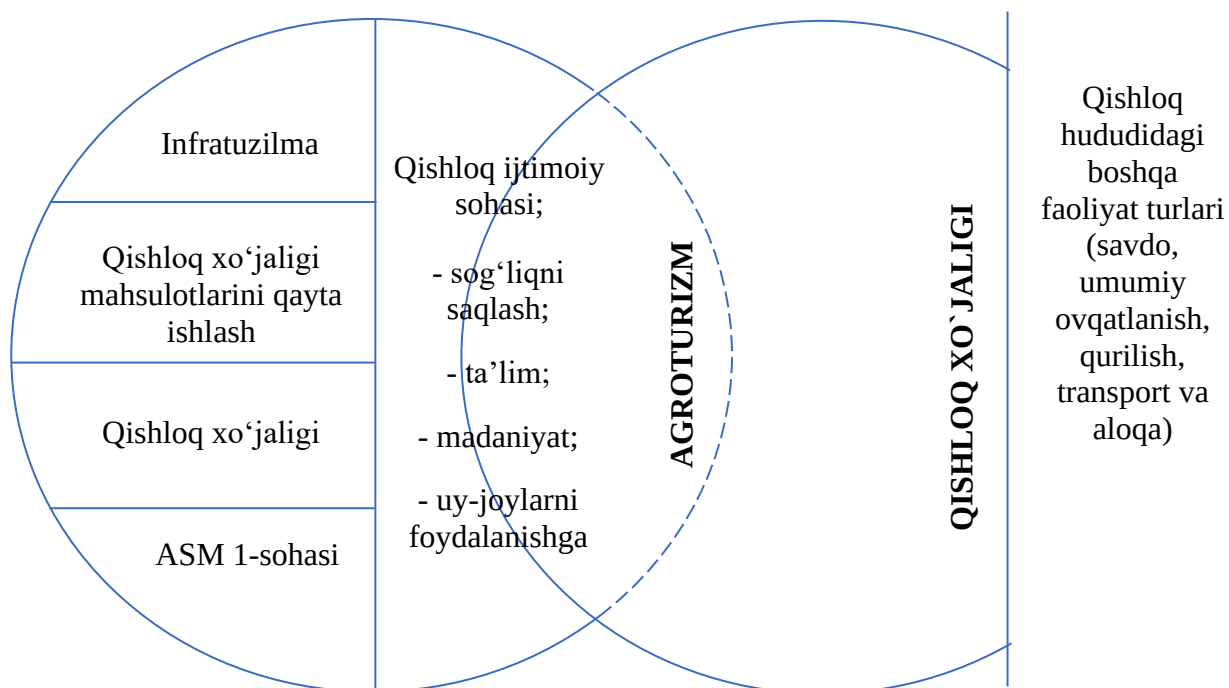
Ключевые слова: агротуризм, сельское хозяйство, агропромышленный комплекс, сельское хозяйство, инфраструктура.

Abstract. In the research work studied the essence of agrotourism activity, features of formation and modern aspects of the management of agrotourism activities, theoretically and the possibilities of developing this activity of tourism in our country were evaluated.

Keywords: agrotourism, agriculture, agro-industrial complex, farm, infrastructure.

Qishloq xo‘jaligi ishlab chiqarishi bilan bog‘liq majmua tarkibida agroturizm faoliyatining asosiy chegaralarini aniqlash bo‘yicha olib borilgan nazariy tadqiqotlar faoliyatning asosiy chegaralari majmuaning qishloq xo‘jaligi ishlab chiqarish bo‘g‘ini bilan qishloq ijtimoiy sohasi orasida joylashishini ko‘rsatadi. Ya‘ni agroturizm faoliyati turistlarning bevosita qishloq xo‘jaligi ishlab chiqarishi jarayonidagi ishtiroki orqali dam olishini ta‘minlash bilan birga, turistlarning joylarda yashashi bilan bog‘liq ijtimoiy infratuzilma tizimidagi faoliyatini ham qamrab oladi (1-rasm).

AGROTURIZM FAOLIYATI



1-rasm. Agroturizm faoliyatining tashqi diversifikasiya jarayonidagi o‘rni¹⁸⁴

Agroturizm faoliyatining shakllanishidagi asosiy sabablardan biri sifatida ayrim tadqiqotlarda qishloq xo‘jaligi tarmoq va sohalarining ilm-fan taraqqiyoti bilan bog‘liq holda innovasion rivojlanishi natijasida ish o‘rinlarining qisqarib borishi va tarmoqdan bo‘shagan mehnat resurslarini tarmoqning yondotsh sohasi hisoblangan agroturizm faoliyatiga jalb etilishi sifatida talqin qilinadi [1, 400-405].

Yana bir qator tadqiqotlarda agroturizmning shakllanishidagi asosiy omillardan

¹⁸⁴ Muallif tadqiqotlari asosida ishlab chiqilgan.

biri sifatida qishloq xo‘jaligi korxonalari (fermer xo‘jaliklari)da ishlab chiqarish faoliyati natijasi samaradorligini ifodalovchi rentabellik darajasining pastligi va faoliyat umumiy samaradorligini yondotish soha hisoblangan agroturizm faoliyati vositasida oshirish ko‘rsatib o‘tiladi [2, 635-642].

Mulohaza qilingan har ikki sabab ham bevosita qishloq hududlarining ijtimoiy rivojlanishi bilan bog‘liqligi hisobga olinadigan bo‘lsa, agroturizm faoliyatining shakllanishiga sabab sifatida qishloq hududlarida daromad keltiruvchi tadbirkorlikning yangi shaklini tashkil etish orqali aholi migrasiyasi barqarorligini ta‘minlanishini ko‘rsatib o‘tish to‘g‘ridir.

Yuqoridagi fikrlardan kelib chiqqan holda aytib o‘tish mumkinki, “agroturizm” atamasi asossiz ravishda paydo bo‘lmagan balki, an‘anaviy ravishda qishloq hududlaridagi uy xo‘jaligining ajralmas qismi bo‘lib kelgan. Agroturizm faoliyati hududda yashovchi mahalliy aholini ish bilan bandligini ta‘minlash bilan birga qishloq xo‘jaligi korxonalari foydasining ma‘lum ulushini ham tashkil etadi.

Agroturizm tushunchasi bugungi kun xorijiy amaliyotida keng va ba‘zan qarama-qarshi bo‘lgan turli xil ta‘riflar ko‘rinishida talqin etilmoqda va bu turizmning ushbu turiga oid ma‘lumotlarni o‘rganish, qiyosiy tahlil qilishdagi murakkabliklarni aks ettiradi (1-jadval).

1-jadval

“Agroturizm” tushunchasiga turli tashkilotlar va mualliflarning yondashuvi¹⁸⁵

T/r	Mualliflar	“Agroturizm” tushunchasiga ta‘riflar
1	Butunjahon turistik tashkiloti	Agroturizm – bu turistik xizmatlar bozorining bir qismi bo‘lib, uning o‘ziga xos xususiyati turistlarni jalb etuvchi qishloq joylarida, qo‘riqlanadigan tabiiy hududlarda tabiatdagi rekreasion faoliyatdir. Ushbu segment ilmiy turizm, yovvoyi tabiatni kuzatish hamda suratga olish, iste‘molchilar faoliyati (baliq ovlash va ov qilish), shuningdek, sport va sarguzasht turizmi kabi bir qator faoliyat turlarini o‘z ichiga oladi.
2	Agroturizmni rivojlantirish assosiasiyasi	Agroturizm – bu turar joy, dam olish, ovqatlanish, diqqatga sazovor joylar uchun kompleks xizmatlarni shakllantirish va taqdim etish, bo‘sh vaqt va sport tadbirlarini tashkil etish, baliq ovlash va ov qilish, tabiiy sharoit va qishloq xo‘jaligi bilan bog‘liq bilim va ko‘nikmalarni egallash, shuningdek, turizmning faol turlari bilan shug‘ullanish imkoniyatlarini o‘z ichiga olgan qishloq joylarda tashkil etiladigan faoliyat turi.
3	A.Kuskov, Yu.Djaladyan	Agroturizm – bu qishloq joylarida fuqarolarning o‘z turar-joyi va uy-joy uchastkasi asosida qishloq oilasi tomonidan yaratilgan mehmon uylarida, shuningdek, dehqonchilik uchun ajratilgan yer uchastkasida dam olishdir. Turar joy, ovqatlanish va qishloqning diqqatga sazovor joylari bilan tanishishni ta‘minlaydigan asosiy sub‘yekt – bu qishloq oilasidir.
4	L.Yefremov	Agroturizm – aholi zichligi past bo‘lgan shahar chegaralaridan tashqaridagi hududda tashkil etiladigan turizmdir.
5	A.Iomiyenko	Agroturizm – bu qishloq uyida yashash, ekologik sayohatlar, sarguzasht sayohatlari va mahalliy qishloq aholisi hayotida bevosita ishtirok etish bilan bog‘liq turli xil xizmatlar to‘plamidir.
6	A.Zdorov	Agroturizm – bu qishloq aholisining muammolarini hal qilishga bevosita hissa qo‘shadigan va barqaror rivojlanishga asoslangan, yetarli boshqaruv rejimiga bo‘ysunadigan nisbatan o‘zgarmagan ekotizimlar va etno-madaniy majmualarga ega qishloq hududlariga maqsadli sayohat.

Bir qator tadqiqotchilarning agroturizm faoliyati mohiyatini aniqlash bilan

¹⁸⁵ Muallif tadqiqotlari asosida ishlab chiqilgan.

bog‘liq tadqiqotlarini o‘rganish asosida hozirgi davrda mamlakatimizda ushbu faoliyatni shakllantirish hamda rivojlantirish jarayonida qishloq joylardagi mavjud asosiy muammolarni hal etish yo‘nalishlari aniqlandi.

Mamlakatimiz qishloq hududlarida agroturizm faoliyatini shakllantirish va rivojlantirish orqali bugungi kunda qishloq hududlarida mavjud bo‘lgan quyidagi asosiy muammolar ma‘lum darajada o‘z yechimini topadi:

1. Qishloq joylardagi jadal urbanizasiya jarayoni ma‘lum darajada sekinlashadi.

2. Qishloq xo‘jaligi ishlab chiqarishi jarayoni yangi, samarali ishlab chiqarish (xizmat ko‘rsatish) jarayonlarining yaratilishi bilan divyersifikasiyalanadi.

3. Hududiy ekologik muammolar hamda atrof-muhitni muhofaza qilish masalalari ma‘lum darajada hal etiladi.

4. Yerga organik ishlov berish kengayadi.

5. Qashshoqlik, ishsizlik kabi ijtimoiy muammolar ma‘lum darajada kamayadi.

6. Qishloq ijtimoiy infratuzilmasi takomillashadi.

7. Milliy madaniyat va urf-odatlar qayta tiklanadi.

Yuqoridagi fikrlardan kelib chiqib, “Agroturizm” tushunchasiga yondashuvlarni o‘rganish jarayonida bir qator muhim xulosalarga kelindi:

- birinchidan, agroturizm – bu turizmning bir turi bo‘lib, unda asosiy motiv qishloq joylarida dam olish, tabiiy qishloq joylarida mavjud bo‘lgan an‘anaviy madaniyat bilan tanishishdir;

- ikkinchidan, agroturizm “ommaviy madaniyat” ta’siri kuchli bo‘lmagan, milliy o‘ziga xoslikni saqlab qolgan hududlar qishloq joylaridagi fermer xo‘jaliklari, shaxsiy tomorqaga asoslangan oilalar yoki globallashtirish ta’siri past bo‘lgan mehmonxona majmualarida turistlarning joylashuvini nazarda tutadi;

- uchinchidan, agroturizm mahalliy aholi uchun ish o‘rinlari va daromad olish imkoniyatlarini yaratish orqali qabul qiluvchi sub’yektlarga iqtisodiy foyda keltiradi;

- to‘rtinchidan, agroturizm atrof-muhitni muhofaza qilish faoliyatini qo‘llab-quvvatlaydi va turizmning odatda “barqaror turizm” deb ataladigan odamlarga hamda tabiiy muhitga salbiy ta’sirini minimallashtirish va shu bilan birga, iqtisodiy foydani ta’minlash jihatlarini o‘z ichiga oladi;

- beshinchidan, agroturizm turistlar va mahalliy aholining hududdagi madaniy, milliy, tabiiy va boshqa resurslarni saqlash zarurligi bo‘yicha xabardorligini oshiradi.

Shunday qilib, o‘tkazilgan tahlillarga asoslangan holda agroturizm deganda, sayyohlarga kompleks turistik mahsulotni (turar joy, ovqatlanish, diqqatga sazovor joylar, dam olish xizmatlari) shakllantirish va taqdim etishni, shu bilan birga, qishloq xo‘jaligi mahsulotlarini ishlab chiqarish jarayonida bevosita ishtirok etishni o‘z ichiga olgan, hududlarning tabiiy va milliy o‘ziga xosligini aks ettiruvchi, uni saqlaydigan hamda mahalliy aholi uchun ish o‘rinlari va daromad imkoniyatlarini yaratish orqali qabul qiluvchilarga iqtisodiy foyda keltiradigan maqsadli sayohatni tashkil etish bilan bog‘liq holdagi faoliyat tushuniladi.

Keng ma’noda agroturizm faoliyatini boshqa sohalar uchun (yo‘l xo‘jaligi va transport, oziq-ovqat ta’minoti va savdo, xalq hunarmandchiligi va madaniy tadbirlar) texnologik jihatdan tegishli bo‘lgan tabiiy va rekreasion muhitga moslashtirilgan, hududiy jihatdan ustun faoliyat deb hisoblash mumkin [3, 47].

Agroturizm faoliyati qishloq xo'jaligi tarmog'ining yondosh tarmog'i bo'lib, qishloq aholisi va jalb qilingan mijozlarni dam olish elementlari bilan fuqarolarning asosiy ishlab chiqarish va shaxsiy daromadlari hajmini oshirish uchun ish bilan ta'minlaydi. Rekreasiya deganda inson tomonidan mehnat jarayonida sarflangan salohiyatni dam olish, sog'lomlashtirish orqali tiklash tushuniladi.

Bozor iqtisodiyotiga o'tish sharoitida ko'plab rivojlanayotgan mamlakatlar, jumladan, davlatimiz ham moliyaviy resurslar taqchilligi holati kuzatiladi. Ushbu muammolarni ma'lum darajada yumshatish yo'llaridan biri milliy iqtisodiyotda nisbatan samarali va o'zini-o'zi tez qoplaydigan tarmoqlarni shakllantirish hisoblanadi. Shu nuqtai nazardan olib qaraganda, agroturizm faoliyatini turizm tarkibidagi alohida soha sifatida shakllanishi qishloq hududlarida kam resurs kiritgan holda harajatlarni qoplash imkoniyati yuqori bo'lgan soha sifatida qaralishi mumkin.

Hududlarda agroturizm faoliyatining samaradorligi 1 gektar yerga nisbatan olinadigan daromad darajasi bilan o'lchanadi hamda ushbu samaradorlik ko'p jihatdan qishloq xo'jaligi va u bilan bog'liq sohalar uchun ajratiladigan kreditlarning imtiyozga ega bo'lish darajasining yuqoriligiga bog'liq. Faqat qishloq xo'jaligi sohasiga xos bo'lgan turistik xizmatlarning noan'anaviy shakllari (ov qilish, baliq ovlash, suv, ot sporti)ni imtiyozli kreditlash va rivojlantirish uchun imtiyozli sharoitlar rekreasion turizm biznesida hozirgi kunda monopolistik faoliyat ko'rsatadigan dam olish uylari va pansionatlarga nisbatan raqobat ustunligini yaratadi.

Turizm sohasidagi turistik faoliyat turlari tasnifi belgilarga ko'ra turli shakllarda tavsiya etiladi. Ijtimoiy-iqtisodiy obyektlarni tasniflash nazariyasida kengaytirilgan baholash usuli mavjud. Ushbu tasnifdan kelib chiqib, turizm sohasida nisbatan kengaytirilgan tasnifga turizmni kiruvchi va chiquvchi, ijtimoiy (subsidiyalangan) va tijorat tasniflarini kiritish mumkin. Ushbu yondashuvga asoslangan holda turizm faoliyatini agroturizm va shahar turizmiga ajratish mumkin.

Hozirgi vaqtda turizm biznesida agroturizm juda foydali faoliyat turi sifatida jahon turizm bozorida o'z o'rnini mustahkam egallagan va katta ko'lamga ega. Bugungi kunda ushbu turdagi faoliyatni tanlashning asosiy motivlari sifatida quyidagilarni ajratib ko'rsatish mumkin:

- qimmat hashamatli kurortda dam olish uchun mablag'ning yetishmasligi. Ammo bu haqiqat emas, chunki ko'pchilik yaxshi pul topadi va ko'proq madaniyatli sharoitlarda dam olishga qodir;

- mablag'larning hajmidan qat'i nazar, ma'lum bir toifadagi odamlar uchun qishloq joylarida dam olish yaxshi tashkil etilgan, degan taassurotning mavjudligi;

- shifokorlar tomonidan shunday iqlim sharoitida dam olishning tavsiya etilishi;

- tabiiy sharoitga yaqinlik, toza havoda, o'rmonda, ko'lda ko'p vaqt sarflash imkoniyati;

- ekologik toza va arzon mahsulotlarni iste'mol qilish imkoniyati;

- zavq olish maqsadida qishloq xo'jaligi ishlariga jalb qilinish imkoniyatining mavjudligi;

- tinch va muvozanatli yashash muhitiga favqulodda ehtiyojning yuqoriligi;

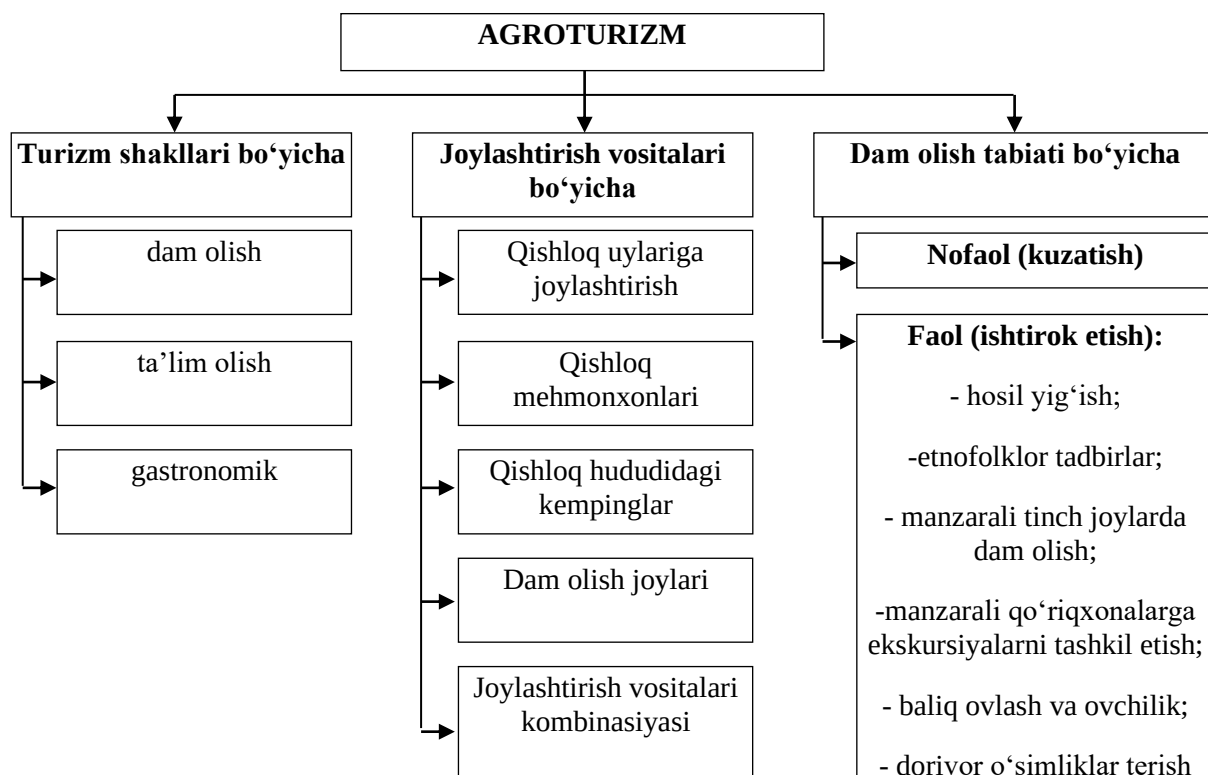
- boshqa madaniyat, urf-odatlar bilan tanishish, mahalliy bayramlar va o'yin-

kulgilarda ishtirok etish, boshqa ijtimoiy o'lchamdagi odamlar bilan muloqot qilish imkoniyati.

Tadqiqotlar asosidagi omillar tahlili agroturizm faoliyatini quyidagi belgi va xususiyatlar bo'yicha tasniflash imkonini beradi (2-rasm):

- turizm shakllariga ko'ra – dam olish, ta'lim va gastronomik turizm;
- dam olish tabiatiga ko'ra – passiv va faol turizm;
- turar joy turiga ko'ra – qishloq uylari, qishloq mehmonxonalari, qishloq joylardagi lagerlar, dam olish markazlari, turar joy muassasalari birikmasi.

Taklif etilayotgan tasnifga ko'ra agroturizm faoliyati turlari turizm shakllari bo'yicha alohida faoliyatni o'rganish, ruxiy yoki jismoniy zo'riqishdan dam olish hamda alohida maza va ta'mga ega ovqatlarni ta'tib ko'rish yo'nalishida ajratiladi.



2-rasm. Agroturizm faoliyati turlari tasnifi¹⁸⁶

Keyingi belgi bo'yicha esa turistlarning qishloq hududidagi joylashish vositalaridagi o'rniga qarab tasniflanadi. Uchinchi belgi esa agroturizm faoliyatidagi asosiy belgi hisoblanib, unga ko'ra asosiy tur, ya'ni faol yoki nofaol turistik faoliyatga ajratiladi.

Agroturizm faoliyatini tashkil etish va rivojlantirish bir vaqtning o'zida milliy iqtisodiyotning ikki asosiy majmuasi: agrosanoat majmuasi hamda turizm majmuasi bilan bog'liq holda amalga oshirilishi talab etiladi. Chunki tashkil etilayotgan faoliyat mazmun jihatidan turizm majmuasi tarkibidagi faoliyat hisoblansa, ikkinchi tomondan ushbu faoliyat agrosanoat majmuasining ijtimoiy infratuzilmasi tarkibidagi faoliyat yo'nalishi hisoblanadi.

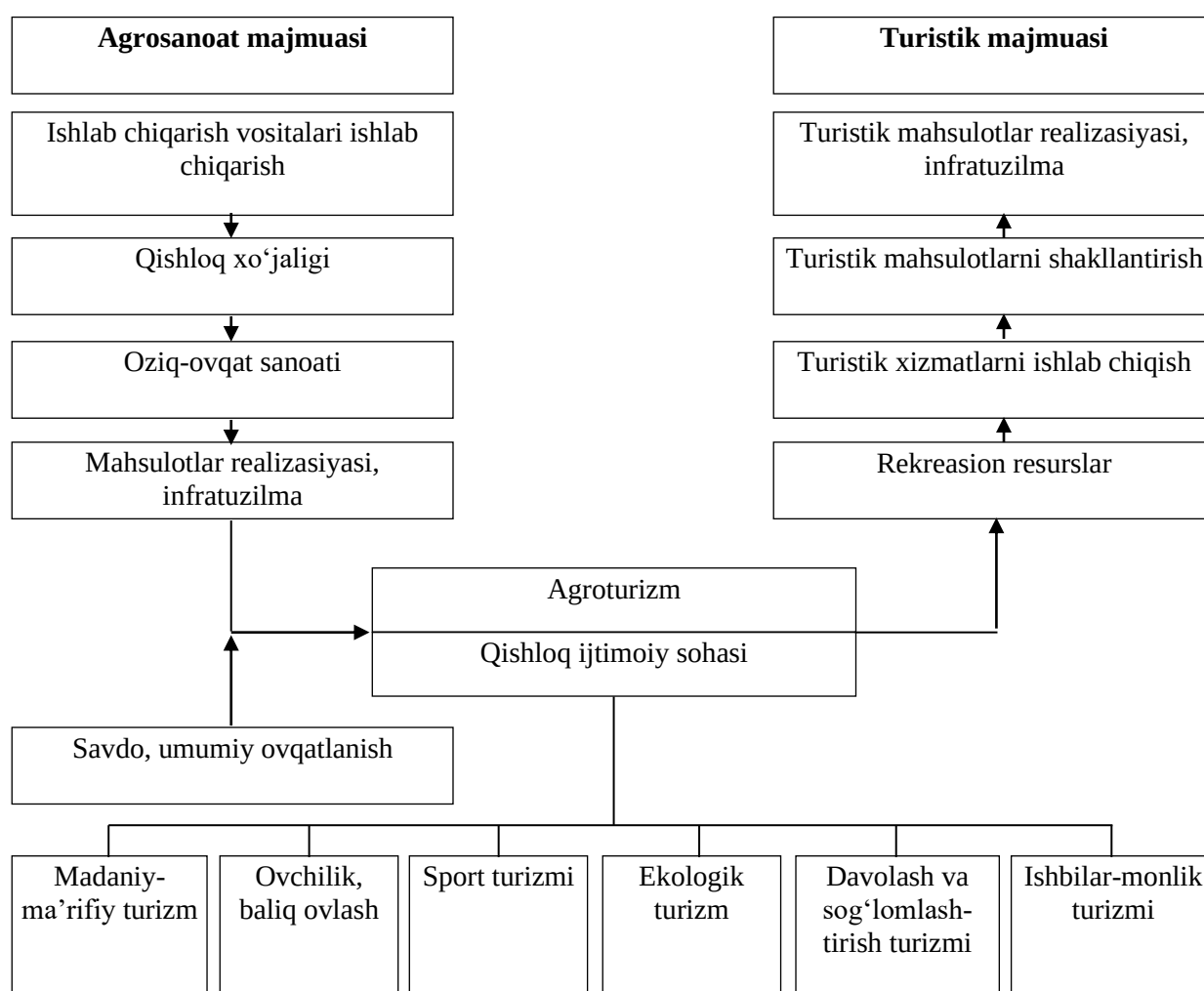
Agroturizm faoliyatini tashkil etishda uni qishloq xo'jaligi turistik majmuasi shaklida tashkil etilishi tavsiya etiladi. Hududiy agroturistik majmualarni

¹⁸⁶ Muallif tomonidan ishlab chiqilgan.

shakllantirish uchun asos – agroturistik xizmatlarni tegishli xizmatlar ishlab chiqarishning alohida tarmog‘iga ajratish hisoblanadi. Ushbu xizmatlar boshqa kichik tarmoqlar bilan bir qatorda sog‘liqni saqlash, madaniyat, uy-joy, savdo, transport, ta’lim sohalarini o‘z ichiga oluvchi ijtimoiy sohaning ajralmas qismidir. Qishloq hududlarida agroturizmning rivojlanishi rekreasiya sohasi (o‘rmon va yerlarni, suv omborlarini, tarixiy va madaniy yodgorliklarni saqlash va tiklash) bilan ham bog‘liq.

Agroturizm faoliyati agrosanoat majmuasining alohida sohalarini bog‘lovchi faoliyat ekanligini hisobga olgan holda agroturizm majmuasi tarkibini agrosanoat majmuasi bilan to‘g‘ri biriktirgan holda shakllantirish tavsiya etiladi (3-rasm).

Taklif etilayotgan agroturizm majmuasi agrosanoat majmuasining tarkibidagi turistik majmua hisoblanib, agroturizm faoliyati bog‘liqlik nuqtai nazaridan bir tarmoq (turizm) doirasidan ikkinchi tarmoq (qishloq xo‘jaligi) tarkibiga o‘tadi va natijada turistik xizmatlarning tashqi diversifikasiya jarayoni yuzaga keladi.



3-rasm. Agroturizm majmuasining tarkibi¹⁸⁷

So‘nggi yillarda mamlakatimiz qishloq xo‘jaligi tarmog‘idagi o‘zgarishlar natijasida tarmoqdagi ortiqcha mehnat resurslarining bo‘shashi va migrasiya tendensiyasi qishloq xo‘jaligi va u bilan bog‘liq majmua tarkibida yuqorida fikr-mulohaza bildirilgan o‘zgarishlarni amalga oshirishni talab etadi.

¹⁸⁷ Muallif tadqiqotlari asosida ishlab chiqilgan.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Никитина О.А., Кушнарченко Е.П. Уточнение понятийного аппарата в развитии теории и практики регионального сельского туризма. // Вестник Чувашского университета. Из-во ЧГУ им. И.Н.Ульянова, 2010. –С. 400-405.
2. Busby G., Rendle S. (2000). The transition from tourism on farms to farm tourism. Tourism Management, 21(6): 635-642.
3. Здоров А.Б. Экономика туризма. Учебник. М.: Финансы и статистика, 2004. – С. 47.

Suxrob UMAROV,
O'zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi magistranti
Ilmiy rahbar: Abduvali ISADJANOV,
O'zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi professori, i.f.d.

TURIZM BARQAROR RIVOJLANISHIDA MUQOBIL ENERGIYADAN FOYDALANISH

Annotatsiya. Mazkur maqola ichki turizmning turizmni rivojlantirishdagi o'rni va ahamiyati, O'zbekistonda ichki turizm rivojiga to'sqinlik qilayotgan bir qancha muammolar va ularni bartaraf etish yuzasidan tegishli taklif va mulohazalarga bag'ishlanib, turizmni tiklash bo'yicha dunyo mamlakatlari va O'zbekistonda qo'llanilgan chora-tadbirlar yuzasidan mulohazalar keltirilgan.

Kalit so'zlar: ichki turizm, xalqaro turizm, muqobil energiya, turizm rivojlanish tendensiyalari, ichki turizm targ'iboti.

Аннотация. Настоящая статья посвящена роли и значению внутреннего туризма в развитии туризма, а также анализу ряда проблем, препятствующих развитию внутреннего туризма в Узбекистане, и предложению соответствующих рекомендаций и размышлений по их устранению. Кроме того, в статье рассматриваются меры, принятые для восстановления туризма как в странах мира, так и в Узбекистане.

Ключевые слова: внутренний туризм, международный туризм, альтернативная энергетика, тенденции развития туризма, продвижение внутреннего туризма.

Abstract. This article explores the role and significance of domestic tourism in the development of the tourism sector, highlighting key challenges hindering the growth of domestic tourism in Uzbekistan. It provides relevant recommendations and considerations for addressing these issues, along with an analysis of measures implemented globally and in Uzbekistan to revive tourism.

Keywords: domestic tourism, international tourism, alternative energy, tourism development trends, domestic tourism promotion.

So'nggi paytlarda turizm sanoati katta sur'atlar bilan rivojlanib, xilma-xillashib bormoqda. U dunyo bo'yicha eng tez rivojlanayotgan moliyaviy sohalardan biriga aylangan. Bu holat sanoatni dunyo bo'yicha ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishning asosiy

harakatlantiruvchi kuchiga aylantirdi, u jahon yalpi ichki mahsulotining 10 foizidan ko'prog'ini tashkil etmoqda.

Turizmning iqtisodiy kuch sifatida ortib borayotgan ta'siri va rivojlanish vositasi sifatidagi salohiyati inkor etib bo'lmaydi. Hozirgi kunda turizm Birlashgan Millatlar Tashkilotining 17 ta Barqaror Rivojlanish Maqsadlariga (SDG) erishishda asosiy vosita sifatida tan olingan. Ayniqsa, u ish o'rinlari yaratish, kambag'allikni kamaytirish, gender tengligini ilgari surish va tabiiy resurslarni asrashda muhim rol o'ynaydi. Bu soha rivojlangan hamda rivojlanayotgan mamlakatlarda muhim o'ringa ega.

Turizm ish o'rinlarini yaratishda, kambag'allikni kamaytirishda, gender tengligini rivojlantirishda, tabiiy resurslarni asrash va targ'ib qilishda katta ahamiyat kasb etadi. Bundan tashqari, u butun dunyo bo'ylab tinchlik aloqalarini mustahkamlashga xizmat qiladi.

Turizm sohasi SDG 8 (ish bilan bandlik va iqtisodiy o'sish), SDG 12 (barqaror iste'mol va ishlab chiqarish), va SDG 14 (okeanlar va dengiz resurslaridan barqaror foydalanish) kabi maqsadlarda bevosita tilga olingan. Ammo ularning barchasiga – ya'ni 17 ta SDGga – turizm bilvosita yoki bevosita hissa qo'sha oladi.

Masalan, SDG 6 (Toza suv va sanitariya) doirasida turizm infratuzilmasiga kiritilgan investitsiyalar ichimlik suvi, sanitariya va gigiyenaga kirishni yaxshilashda muhim rol o'ynaydi. Suv resurslaridan samarali foydalanish, ifloslanishni kamaytirish va zamonaviy texnologiyalarni joriy qilish bu maqsadga erishishning asosiy vositalaridandir.

Shuningdek, SDG 12 (Barqaror iste'mol va ishlab chiqarish) bo'yicha turizm sohasi energiya va suvni tejovchi texnologiyalar, chiqindilarni qayta ishlash, ifloslanishni kamaytirish, mahalliy mahsulotlarni xarid qilish va mahalliy jamiyatni jalb etish orqali bu maqsadlarga sezilarli hissa qo'sha oladi.¹⁸⁸

Yashil mehmonxona amaliyotlari va atrof-muhit barqarorligi. Mehmonxona sanoati turizmning muhim tarkibiy qismi bo'lib, u atrof-muhit uchun jiddiy xavf tug'diradi. Bu sohaga ko'p miqdorda suv, energiya va bir martalik iste'mol qilinadigan mahsulotlardan foydalanish, shuningdek, katta miqdorda chiqindilar (ho'l va qattiq) chiqarilishi kiradi. Agar bu resurslar to'g'ri boshqarilmasa, ular nafaqat atrof-muhitga, balki korxonalar xarajatlariga ham salbiy ta'sir ko'rsatadi.

So'nggi yillarda mijozlarning ekologik ongining ortib borishi, mehmonxonalar tomonidan salbiy ekologik ta'sirni kamaytirish istagi, ijobiy imij yaratish va iqtisodiy foyda olish kabi omillar sababli mehmonxona sohasi ekologik jihatdan qulay faoliyat yuritishga intila boshladi.

Shu sababli, ko'plab mehmonxonalar o'z faoliyatlarini yanada "yashil" qilish uchun innovatsion amaliyotlarni joriy eta boshladi. Bu ularga ekologik bosimni kamaytirish va mijozlar talabiga javob berish imkonini berdi. Atrof-muhit barqarorligiga mijozlar e'tiborining ortib borishi mehmonxonalarni yashil amaliyotlarni joriy qilishga undamoqda, bu esa ularga bozorda ustunlik va mijozlar segmentining kengayishiga olib keladi.

¹⁸⁸ Wolfe, K.L.; Shanklin, C.W. Environmental practices and management concerns of conference center administrators. J. Hosp. Tour. Res. 2022, 25, 219–222.

Atrof-muhit barqarorligi – bu har qanday faoliyat va uni amalga oshiruvchi muhit oʻrtasida zarar yetkazmaydigan muvozanatni taʼminlash demakdir. Jones va boshqalar fikriga koʻra, mehmonxona sanoatidagi ekologik muammolar suv va energiya samaradorligi va tejash; iqlim oʻzgarishi va issiqxona gazlari chiqindilari; chiqindilarni boshqarish va qayta ishlash; biologik xilma-xillik va tabiiy resurslarni muhofaza qilish; ekologik jihatdan masʼuliyatli xarid qilish; yangi mehmonxonalar qurilishida yashil standartlarga rioya qilish kabilarni oʻz ichiga oladi.

Turizm sohasi va jamiyatda ekologik ongning ortib borishi sababli, bu jihatlarni boshqarish dolzarb muammoga aylangan.

Turli tadqiqotlar ekologik barqarorlik va sayyohlar tajribasi oʻrtasidagi ijobiy bogʻliqlikni koʻrsatmoqda. Misol uchun: yashil imijga ega mehmonxonalar mijozlar tomonidan qayta tashrif buyurish niyatini oshiradi; barqaror amaliyotlar mijozlar sodiqligini kuchaytiradi; mijozlar ekologik atributlar mavjud boʻlgan mehmonxonalarni afzal koʻrishadi.

Yashil amaliyotlar tushunchasi turli tadqiqotchilar tomonidan turlicha taʼriflangan:

S.Kim, H.Lee va Fairhurst fikricha, yashil amaliyotlar bu “atrof-muhitni muhofaza qilish tashabbuslarini qoʻllovchi qoʻshimcha qiymatga ega biznes strategiyasi”;¹⁸⁹

Rahman va boshqalar: “atrof-muhitga doʻstona, yaʼni chiqindilarni kamaytiruvchi, energiyani tejovchi, umumiy ekologik sogʻlikni saqlovchi faoliyat”;¹⁹⁰

Wolfe va Shanklin fikricha, yashil mehmonxona amaliyotlari qayta ishlash, ekologik xaridlar kabi choralarni oʻz ichiga oladi.¹⁹¹

Koʻpgina tadqiqotchilar mehmonxonalar yashil amaliyotlarni uch asosiy sabab moliyaviy foyda, mijozlar ehtiyoji va istaklari, manfaatdor tomonlar bilan munosabatlar bilan qabul qilishini taʼkidlaydi:

Ichki (rahbariyat munosabati, moliyaviy holat) va tashqi (hukumat meʼyorlari, bosimlar) omillar bu jarayonga taʼsir koʻrsatadi. Bugungi kunda yirik xalqaro mehmonxona tarmoqlari oʻz barqarorlik siyosatini strategik rejalariga integratsiya qilmoqda. Masalan:

Intercontinental Hotel Group: “bizning siyosatlarimiz ijtimoiy, ekologik va etik masalalarda pozitsiyamizni belgilaydi... BMTning SDG maqsadlariga hissa qoʻshishga masʼulmiz”;¹⁹²

Hilton: “2030-yilgacha ekologik izimizni yarmiga kamaytirish va ijtimoiy taʼsirga ikki baravar sarmoya kiritishga intilamiz”;

Marriott: “biznes strategiyamizda barqarorlikni qadrlaymiz... tabiiy resurslarni

¹⁸⁹ Kim, S.-H.; Lee, K.; Fairhurst, A. The review of “green” research in hospitality, 2000–2014. *Int. J. Contemp. Hosp. Manag.* 2023, 29, 226–247.

¹⁹⁰ Rahman, I.; Reynolds, D.; Svaren, S. How “green” are North American hotels? An exploration of low-cost adoption practices. *Int. J. Hosp. Manag.* 2022, 31, 720–727.

¹⁹¹ Wolfe, K.L.; Shanklin, C.W. Environmental practices and management concerns of conference center administrators. *J. Hosp. Tour. Res.* 2022, 25, 209–216.

¹⁹² Intercontinental Hotel Group. Responsible Business. Available online: <https://www.ihgplc.com/en/responsible-business/our-culture>

saqlashda faol ishtirok etamiz”.¹⁹³

Energiya tejash choralari. Energiya iste'molini kamaytirish mehmonxona sanoatida atrof-muhitni boshqarish bo'yicha eng muhim yo'nalishlardan biri sifatida tan olingan. Odatda mehmonxonalar o'z faoliyatlarida katta hajmda qazilma yoqilg'i va elektr energiyasidan foydalanadi.

Adabiyotlar tahliliga asoslanib, mehmonxonalar tomonidan turli energiya tejash choralari qo'llanilmoqda, jumladan: Quyosh va shamol kabi qayta tiklanuvchi energiya manbalarini joriy etish; Energiya samaradorligi yuqori bo'lgan asbob-uskunalarini o'rnatish; Mehmon xonalaridagi energiya iste'molini nazorat qilish uchun raqamli termostatlardan foydalanish; "Energy Star" sertifikatiga ega mahsulotlarni qo'llash; Kam qatnovli joylarda (masalan, yo'laklar, omborlar, hammomlar) harakat sensorlari bilan yoritishni avtomatik ravishda yoqib-o'chiradigan tizimlar o'rnatish; Quyosh nurlarini qaytaruvchi yoki uch qavatli energiya tejovchi deraza oynalarini qo'llash; LED lampalardan foydalanish va mehmonxona xonalarini tozalashda sun'iy emas, balki tabiiy yorug'likdan foydalanish.

Suvni tejash choralari. Suvni tejash boshqaruvi mehmonxona sanoatida keng qo'llaniladigan muhim yashil boshqaruv strategiyasidir. Mehmonxonalar har kuni katta hajmda suv iste'mol qiladi. Suv sarfi mehmonxonaning o'lchami, sig'imi, to'liqlik darajasi, taqdim etilayotgan xizmatlar va ularning darajasiga bog'liq.

Mehmonxonalar tomonidan qo'llanilayotgan suvni tejash choralari quyidagilardan iborat: Suv samaradorligi yuqori bo'lgan qurilmalar va jihozlarni o'rnatish (masalan, kam oqimli hojatxonalar va dushlar, infraqizil sensorli kranlar); Sochiq va choyshablarni qayta ishlatish dasturlarini joriy etish; Hojatxonalar va hammomlardagi suv sizib chiqishini doimiy ravishda tekshirish va tuzatish; O'simliklar va maysalarni ertalab erta yoki kechqurun sug'orish, bug'lanishni kamaytirish uchun; Meva va sabzavotlarni yuvishda hosil bo'lgan "kulrang suv"ni qayta ishlatish (masalan, bog'ni sug'orish uchun); Har bir bo'limdagi suv sarfini nazorat qilish va monitoring qilish, foydalanish tahlilini yuritish.

Chiqindilarni boshqarish choralari. Mehmonxona sanoati ko'p miqdorda chiqindi hosil qilgani sababli, issiqxona gazlari chiqindilarining asosiy manbalaridan biri hisoblanadi. Bu chiqindilar ikki turga bo'linadi:

Nam chiqindilar: bog' chiqindilari, ovqat qoldiqlari, ishlatilgan yog'lar va boshqalar;

Quruq chiqindilar: karton, plastik, metall idishlar, eski choyshablar, qog'oz va boshqa axlatlar.

Bu chiqindilar ko'pincha poligonlarga chiqariladi, bu esa ekologik muammolarni keltirib chiqaradi. Shuning uchun, ko'plab mehmonxonalar chiqindilarni kamaytirishga qaratilgan quyidagi amaliyotlarni joriy etmoqda: Chiqindilarni turiga qarab ajratish va alohida belgilangan idishlarga solish, masalan, shisha, metall, karton uchun maxsus rangli konteynerlar qo'yish; Qayta ishlangan materiallardan tayyorlangan mahsulotlarni xarid qilish; Oshxona chiqindilarini

¹⁹³ Marriott International. 2024 Serve 360 Report: Sustainability and Social Impact at Marriott International. Available online: http://serve360.marriott.com/wp-content/uploads/2019/09/2019_Serve_360_Report.pdf

(masalan, sabzavot po'stlog'i, non qoldiqlari) alohida yig'ib, tuproq uchun kompost qilish; Yirik hajmdagi oziq-ovqat va tozalovchi vositalarni katta idishlarda xarid qilish, ortiqcha qadoqlanishning oldini olish; Ehson dasturlarini yo'lga qo'yish – ortiqcha ovqat va yaroqli choyshablarni xayriya tashkilotlariga berish; Mehmonlar tomonidan ishlatilgan sovunlarni maydalab yuvish vositasi sifatida qayta ishlatish¹⁹⁴.

Baynova fikricha,¹⁹⁵ mehmonxona sanoatida barqarorlikka erishish amaliy jihatdan murakkabdir. Bir tomondan, har bir jarayonni qayta baholab, ekologik barqarorlikni ta'minlovchi usullarni izlash lozim. Ikkinchi tomondan, bu jarayon ko'p xarajat talab qiladi. Shu sababli, mehmonxonada barqarorlikka erishish uchun quyidagi uch asosiy parametrlarni doimiy nazorat qilish lozim: energiya iste'moli, suv sarfi va chiqindilarni boshqarish.

Yuqoridagilardan kelib chiqib umumiy xulosani quyidagicha chiqarish mumkin. Iqlimga oid choralarni asosan energiyani tejashga qaratilgan bo'lib, quyosh yoki shamol energiyasi, transportni ugleroddan tozalash kabi ilg'or yechimlar hali kam joriy etilgan. 5 yulduzli mehmonxonalar deyarli barcha amaliyotlar bo'yicha 4 yulduzli mehmonxonalardan yuqori ball olgan.

O'zbekiston mehmonxonalarida ham ushbu amaliyotlarni qo'llagan holda turizm barqaror rivojlanishida muqobil energiyadan foydalanib yashil mehmonxonalarni ko'paytirishga erishilsa nafaqat turistlar oqimining ko'payishiga erishiladi, balki qayta tiklanmaydigan resurs hisoblangan tabiatni ham asrab qolishga omil bo'ladi.

Tursunov N.,
Biznes va fan universiteti katta o'qituvchisi
Yusufjanova D.,
Biznes va fan universiteti talabasi

FARG'ONA VODIYSIDA AHOLINI KAMBAG'ALLIKDAN CHIQARISHDA EKOTURIZM IMKONIYATLARIDAN FOYDALANISH

Annotatsiya. Ushbu maqolada Farg'ona vodiysida, jumladan, Farg'ona, Namangan va Andijon viloyatlarida ekoturizm orqali aholini qashshoqlikdan chiqarish imkoniyatlari tahlil qilinadi. Ekoturizmning iqtisodiy va ijtimoiy jihatlari, uning hududdagi rivojlanish holati va istiqbollari yoritiladi. So'nggi tadqiqotlar va amaliy loyihalar asosida ekoturizmning ahamiyati keng tahlil qilinadi.

Kalit so'zlar: ekoturizm, qashshoqlik, iqtisodiy rivojlanish, barqaror turizm, ish o'rinlari, tabiatni muhofaza qilish.

Аннотация. В статье анализируются возможности выхода населения из нищеты посредством экотуризма в Ферганской долине, включая

¹⁹⁴ Sustainability 2022, 12, 9624; doi:10.3390/su12229624www.mdpi.com/journal/sustainability

¹⁹⁵ <https://www.studocu.com/ph/document/rizal-technological-university/bs-architecture/sustainability-12-09624-v2/33433795>

Ферганскую, Наманганскую и Андижанскую области. Освещены экономические и социальные аспекты экотуризма, состояние его развития и перспективы в регионе. Значимость экотуризма широко анализируется на основе последних исследований и практических проектов.

Ключевые слова: экотуризм, бедность, экономическое развитие, устойчивый туризм, рабочие места, охрана природы.

Abstract. This article analyzes the opportunities for lifting the population out of poverty through ecotourism in the Fergana Valley, including Fergana, Namangan, and Andijan regions. The economic and social aspects of ecotourism, its development status and prospects in the region are covered. The importance of ecotourism is widely analyzed based on recent research and practical projects.

Keywords: ecotourism, poverty, economic development, sustainable tourism, jobs, nature conservation.

Mamlakatimizda yashil iqtisodiyot va turizmning rivojlantirish ohirgi yillarda iqtisodiyotimizda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatini qo'llab - quvvatlash, yoshlar va yosh oilalarga bu sohada zarur imtiyozlarni yaratish orqali ularda tadbirkorlik ko'nikmalarini rivojlantirishga alohida e'tibor berilmoqda. Shu bois mamlakatimizdagi yosh oilalarning ijtimoiy-iqtisodiy nufuzini ahamiyati ham tobora ortib bormoqda. Alqissa aksariyat oilalarda tadbirkorlik faoliyatini olib borishlarida o'ziga xos qiyinchiliklarining mavjudligi holatlari ham yetarlicha. Respublikamizda kam ta'minlangan oilalarning moliyaviy ahvolini yaxshilash, ularni moddiy-ma'naviy jihatdan qo'llab-quvvatlash masalalari hamisha asosiy masalalardan bo'lib hisoblangan. Bu borada har yili davlat byudjetidan ajratilayotgan mablag'lar va moddiy resurslar talaygina summani tashkil etadi. Agar mazkur summani samararali sohalarga sarflansa ayniqsa turizm sohasida yangi ish o'rinlari yaratilishi, ijtimoiy-iqtisodiy infratuzilmalarni rivojlantirishga eng asosiysi kam ta'minlangan oilalar sonini kamaytirish imkoniyati yuzaga keltirmoqda. Turizm sohasida alohida ahamiyat kasb etadigan ekoturizm esa yangi ish o'rinlarini yaratilishi iqtisodiyotni rivojlanishiga, mamlakat byudjetiga erkin soliq to'lovchilar sonining ortishiga, byudjetdan ijtimoiy himoya uchun ajratilayotgan pul mablag'larini tejashga shuningdek, iqtisodiy faol aholi sonini ortishiga olib kelishi bilan bir qatorda ijtimoiy sog'lom turmushni yuzaga keltiradi.

Ekoturizm bugungi kunda jahon miqyosida turizmning o'ziga xos yo'nalishlaridan biri hisoblanadi. Ayniqsa, Namangan, Andijon va Farg'ona viloyatlari tabiiy resurslarga boy bo'lib, ekoturizm orqali nafaqat turizmni rivojlantirish, balki aholini daromadlarini oshirishda ham alohida ahamiyat kasb etadi. Mazkur maqolada vodiy hududlarida ekoturizmni rivojlantirish imkoniyatlari va shu yo'l bilan aholi daromadlarini oshirish kambag'alliknilikni qisqartirish usullari va amalga oshirilishi lozim bo'lgan chora-tadbirlar tahlili yoritiladi.

Ekoturizmning o'ziga xos ijtimoiy – iqtisodiy ahamiyati mamlakatimizning iqtisodiy salohiyatini ko'taradigan shu orqali yangi ichki imkoniyatlardan samarali foydalanish imkoniyatlarini oshirdan iborat.

Bir so'z bilan aytganda ekoturizm – tabiiy muhitga zarar yetkazmagan holda turizmni rivojlantirish demakdir.

Ekoturizmning ijtimoiy-iqtisodiy ahamiyati mahalliy aholiga yangi ish o‘rinlari yaratish, katta ehtimol bilan qishloq joylarda kichik biznes va hunarmandchilikni qo‘llab-quvvatlash, qishloq xo‘jaligi mahsulotlariga talabni oshirishga imkon beradi. Bu tadqiqotimiz orqali ekoturizm odatiy ommaviy turizmdan farqli ravishda tabiiy resurslardan samarali foydalanish va mahalliy aholiga daromad keltirishga qaratilgan. Tadqiqotimiz shuni ko‘rsatadi-ki, uning asosiy iqtisodiy foydalarini ko‘rib chiksak ular quyidagilardan iborat boladi:

- turizm va ekoturizm orqali mahalliy aholi uchun xizmat ko‘rsatish sektorini kengaytirish;

- hunarmandchilik, milliy taomlar tayyorlash, sayyohlik xizmatlarini rivojlantirish;

- ekoturistik markazlarda mahalliy fermer mahsulotlarini sotish imkoniyatlarini oshirish;

- yo‘l, mehmonxona, restoran va boshqa xizmat ko‘rsatish obyektlarini ko‘paytirish;

- tabiiy manbalardan samarali foydalanish va atrof-muhitni muhofaza qilish rag‘batlantiriladi. Bunga misol qilib vodiylar viloyatlarda ko‘rib chiqamiz.

Farg‘ona vodiysida (Namangan, Andijon va Farg‘ona) ekoturizmni rivojlantirish uchun katta imkoniyatlar mavjud bo‘lib, Namangan viloyatida Chortoq, Kosonsoy, Pop tumanlari – tog‘-ov turizmi va dam olish zonalarini. Axsikent qadimiy shahri – tarixiy turizm va ekoturizmning uyg‘unligi bilan alohida ahamiyat kasb etadi. Shifobaxsh buloqlar – sog‘lomlashtiruvchi ekoturizm uchun katta imkoniyatlar mavjud.

Andijon viloyatida Xonobod va Bo‘ston hududlari – tog‘ turizmi va ekstremal sport turlarini rivojlantirish. Asaka va Baliqchi hududlari – ekologik qishloq xo‘jaligi va agroturizm. Hunarmandchilik markazlari – Andijon gilamlari, kashtachilik va yog‘och o‘ymakorligi mahsulotlarini sayyohlik brendiga aylantirish.

Farg‘ona viloyatida Shohimardon va Vodil maskanlari – tog‘ turizmi va milliy mehmon uylari. Rishton hunarmandchiligi – kulolchilik sayyohlarni jalb etuvchi asosiy omillardan biri. Marg‘ilon ipakchilik markazi bo‘lib – milliy mahsulotlarni xorijiy sayyohlarga targ‘ib qilish imkoniyati yuqoridir.

Yuqoridagi omillardan kelib chiqib biz turizm va ekoturizm ob‘ektlaridan foydalanishni to‘g‘ri yo‘lga qo‘ya olsak aholini daromadlarini ko‘tarish va kambag‘allikdan chiqarish yo‘llari quyidagi jarayonlarni amalga oshirish bilan bevosita bog‘liq bo‘ladi:

- mehmon uylari va oilaviy mehmonxonalarni rivojlantirish;
- sayyohlik yo‘nalishlari bo‘yicha gidlar tayyorlash;
- mahalliy ustalar va fermerlarni sayyohlarga mahsulot yetkazib berish tizimiga jalb qilish;

- hunarmandchilik va milliy mahsulotlarni rivojlantirish;

- hunarmandchilik an‘analarini saqlab qolish va xorijiy bozorga chiqish;

- qo‘l mehnati mahsulotlari uchun onlayn platformalarni yaratish;

- mahalliy tadbirkorlik va fermer xo‘jaliklarini qo‘llab-quvvatlash;

- ekoturizm zonalarida mahalliy ishlab chiqaruvchilarning mahsulotlarini

targ'ib qilish;

- mahsulotlarni eksport qilish imkoniyatlarini kengaytirish.

Yurtimizda ekoturizmni rivojlantirish uchun amalga oshirilishi lozim bo'lgan chora-tadbirlar quyidagilarda o'z ifodasini topadi.

- maskur sohani davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash – subsidiyalar, soliq imtiyozlari va infratuzilma rivojlantirish orqali;

- xususiy sektor bilan hamkorlik – mahalliy tadbirkorlarni jalb qilish va investitsiyalarni rag'batlantirish;

- ekoturistik zonalarini targ'ib qilish – mahalliy va xalqaro miqyosda reklama va marketing strategiyalarini ishlab chiqish;

- aholining bilim va ko'nikmalarini oshirish – ekoturizm sohasida ishlashni xohlovchilarga o'quv kurslari tashkil qilish;

- ijtimoiy tarmoqlarda ekoturizm imkoniyatlarini targ'ib qilish;

- turistik agentliklar bilan hamkorlik qilish;

- xalqaro festivallar va ko'rgazmalar tashkil qilish.

Ekoturizmning iqtisodiy va ijtimoiy ta'siri. Ekoturizm mahalliy aholiga barqaror daromad manbalarini yaratish imkonini beradi. Jumladan, hunarmandchilik, qishloq xo'jaligi mahsulotlarini yetishtirish va turistik xizmatlarni ko'rsatish orqali daromadlarni oshirish mumkin. Farg'ona vodiysida ekoturizm loyihalarining amalga oshirilishi natijasida mahalliy tadbirkorlik rivojlanib, mintaqaviy iqtisodiyotning mustahkamlanishiga o'zining hissasini muntazam ravishda ortib borishini ta'minlaydi. Yashil iqtisodiyotni rivojlantirish sharoitida ekoturizmning samarali rivojlanishi uchun zamonaviy infratuzilma muhim ahamiyatga ega. Yo'lsozlik, transport tarmoqlarini kengaytirish, mehmonxonalar va dam olish maskanlarini qurish orqali turistlar uchun qulay sharoit yaratish lozim. Bugungi kunda Namangan va Andijon viloyatlarida yangi ekoturizm maskanlari tashkil etilishi kutilmoqda. Iqtisodiy taraqqiyot ekoturizmning ekologik ta'siri va investorlarni jalb qilishning yangi-yangi strategiyalarini ishlab chiqish va uni hayotga tadbqiq etishni taqazo etadi.

Ekoturizmning rivojlanishi iqtisodiy jihatdan foyda keltirishi bilan birga, atrof-muhitga ham ijobiy ta'sir qiladi. Shuning uchun bu sohani to'g'ri boshqarish muhim. Shu bilan birga, ekoturizm loyihalariga investorlarni jalb qilish ham oson emas. Quyida ushbu masalalarni batafsil ko'rib chiqamiz.

Ekoturizm tabiiy muhitga ta'siri jihatidan boshqa turizm turlaridan farq qiladi. Agar u to'g'ri boshqarilmasa, ekologik muammolarni keltirib chiqarishi ham mumkin. Shu sababli, ekoturizmning ijobiy va salbiy jihatlarini ajratib ko'rish lozim.

Ekoturizmning ijobiy ta'siri:

- ekoturizmga qiziqish ortishi bilan tabiiy hududlarni himoya qilish loyihalari kuchayadi;

- turizm rivojlansa, odamlar atrof-muhitni asrash muhimligini tushunib boradi;

- ekoturizm markazlarida quyosh energiyasi, shamol energiyasi va bioyoqilg'i ishlatilishi mumkin;

- ekoturistlar orqali milliy bog' va qo'riqxonalariga ajratiladigan mablag' ko'payadi.

Ekoturizmning salbiy ta'siri:

- sayyohlarning ko'payishi chiqindilar sonining ortishiga olib keladi;
- o'rmonlarda sayyohlar ko'payishi natijasida yovvoyi hayvonlarning yashash muhitiga ta'sir etishi mumkin;
- ekoturistik obyektlar qurilishi vaqtida suv va o'rmon resurslari kamayishi mumkin;
- sayyohlik tufayli an'anaviy hunarmandchilik va madaniyat o'z asl mohiyatini yo'qotishi ehtimoli bor.

Ekoturizmning ekologik zararini kamaytirish yo'llari:

- eko-mehmonxonalar, ekologik toza transport va qayta ishlanadigan materiallardan foydalanish;
- turistik maskanlarda chiqindilarni qayta ishlash va organik qoldiqlardan kompost tayyorlash;
- sayyohlar uchun ekologik xulq-atvor qoidalarini belgilash;
- aholi ekoturizm qoidalariga rioya qilish uchun maxsus treninglardan o'tishi lozim.

Ekoturizm loyihalarini amalga oshirish uchun moliyaviy resurslar kerak bo'ladi. Buning uchun mahalliy va xorijiy investorlarni jalb qilish muhim. Quyida investorlarni jalb qilishning asosiy strategiyalari keltirilgan. Investorlarga ekoturizmning afzalliklarini ko'rsatish. Barqaror rivojlanish va ekologik mas'uliyat – Ekologik toza turizm investorlarga ijobiy imidj beradi. Barqaror daromad manbai – Ekoturizm doimiy daromad keltirishi mumkin, chunki ekologiya muhofazasiga qaratilgan loyihalarga talab oshib bormoqda. Davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash – O'zbekiston hukumati ekoturizmni rivojlantirish uchun grantlar va soliq imtiyozlari taqdim etishi mumkin.

Investorlar uchun jozibador sharoitlar yaratish:

- ekoturizmga sarmoya kiritgan tadbirkorlar uchun soliq stavkalarini kamaytirish va subsidiya ajratish;
- davlat va xususiy sektor hamkorligida ekoturistik markazlar yaratish;
- ekoturizm bilan shug'ullanuvchi xalqaro investorlar bilan bog'lanish va ularni jalb qilish;
- investorlarga risklarni kamaytirish uchun uzoq muddatli daromad strategiyalarini ishlab chiqish.

Marketing va brending strategiyalari:

- ijtimoiy tarmoqlar, xalqaro sayyohlik yarmarkalari va onlayn platformalar orqali targ'ibot;
- yirik xalqaro turoperatorlar bilan shartnomalar imzolash;
- ekoturizm bo'yicha tadbirkorlarni jalb qilish uchun anjumanlar va forumlar tashkil qilish;
- hunarmandchilik, agroturizm va ekoturizm xizmatlarini integratsiya qilish.

Umuman olganda, Farg'ona vodiysida ekoturizmni rivojlantirish orqali qashshoqlikni kamaytirish imkoniyati mavjud. Hududning tabiiy va madaniy merosini samarali foydalanish, infratuzilmani yaxshilash va aholining faol ishtirokini ta'minlash orqali turizm sohasi yanada rivojlanishi mumkin. Bu esa iqtisodiy

o'sishga, yangi ish o'rinlari yaratilishiga va ekologik barqarorlikni ta'minlashga xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 5-martdagi PQ-4245-sonli "2019–2025-yillarda O'zbekiston Respublikasida turizmni rivojlantirish konsepsiyasini tasdiqlash to'g'risida"gi qarori.
2. O'zbekiston Respublikasi Turizm va madaniy meros vazirligi. (2023). *O'zbekistonda ekoturizmni rivojlantirish strategiyasi*. Toshkent.
3. World Bank. (2021). *Uzbekistan - Sustainable Tourism Development Project*. <https://www.worldbank.org>
4. UNWTO (United Nations World Tourism Organization). (2022). *Ecotourism and Sustainable Development: A Global Perspective*.
5. Rasulov, B. (2020). "Ekoturizmning iqtisodiy va ijtimoiy ahamiyati: O'zbekiston misolida." *Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar jurnali*, №6, 134–140-betlar.
6. Abdullayeva, G. (2021). "Turizm orqali kambag'allikni qisqartirishda ekoturizmning roli." *Turizm va ijtimoiy fanlar ilmiy jurnali*, №4, 77–82-betlar.
7. Qodirov, M., & Tursunov, N. (2022). "Ekoturizmni rivojlantirishda infratuzilma muammolari." *Fan va taraqqiyot ilmiy jurnali*, №2(13), 101–108-betlar.
8. FAO (Food and Agriculture Organization). (2020). *Agrotourism and Sustainable Rural Development in Central Asia*. <http://www.fao.org>
9. Karimov, S. (2023). "Farg'ona vodiysida turizm imkoniyatlari va ekologik salohiyat." *Regionlar iqtisodiyoti jurnali*, №3, 89–95-betlar.
10. USAID Uzbekistan. (2021). *Tourism for Development: Supporting Rural Livelihoods through Ecotourism in the Ferghana Valley*. <https://www.usaid.gov>

Shaxnoza SAYDAZIMOVA,
O'zXIA. Tashqi iqtisodiy faoliyat mutaxassisligi magistranti
Ilmiy rahbar: Anvar XUDOYAROV,
O'zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi dotsenti, i.f.n.

O'ZBEKISTONNING JAHON TOVAR VA XIZMATLAR BOZORIGA INTEGRATSIYASINING TURISTIK JOZIBADORLIKKA TASIRI

Annotatsiya: Global iqtisodiy aloqalarning kengayishi, tashqi savdo va investitsiyalar oqimining oshishi, transport-logistika tizimlarining takomillashuvi hamda xalqaro marketing va axborot texnologiyalarining turizm sohasiga kirib kelishi O'zbekistonni xalqaro miqyosda jozibali turistik yo'nalishga aylantirishda muhim omil sifatida qaralmoqda. Tadqiqotda, shuningdek, integratsiya natijasida sayyohlik xizmatlarining sifati va xilma-xilligini oshirish orqali mamlakat iqtisodiyotining barqaror o'sishiga erishish imkoniyatlari ochib beriladi.

Аннотация: Расширение глобальных экономических связей, увеличение внешней торговли и инвестиционных потоков, совершенствование

транспортных и логистических систем, внедрение международных маркетинговых и информационных технологий в туристический сектор считаются важными факторами превращения Узбекистана в привлекательное для международного туризма направление. Исследование также раскрывает возможности достижения устойчивого роста экономики страны за счет повышения качества и разнообразия туристических услуг в результате интеграции.

Annotation: The expansion of global economic relations, increased foreign trade and investment flows, improved transport and logistics systems, and the introduction of international marketing and information technologies into the tourism sector are considered important factors in transforming Uzbekistan into an internationally attractive tourist destination. The study also reveals the opportunities for achieving sustainable growth of the country's economy by improving the quality and diversity of tourism services as a result of integration.

Kalit soʻzlar: Oʻzbekiston, xalqaro iqtisodiy integratsiya, tovar va xizmatlar bozori, turizm sohasi, turistik jozibadorlik, xorijiy investitsiyalar, xizmatlar eksporti, transport-logistika infratuzilmasi, turizm infratuzilmasi, xalqaro hamkorlik, iqtisodiy ochiqlik, sayyohlik oqimi, raqobatbardosh xizmatlar, global bozor, madaniy meros va turizm.

Ключевые слова: Узбекистан, международная экономическая интеграция, рынок товаров и услуг, туристический сектор, туристическая привлекательность, иностранные инвестиции, экспорт услуг, транспортно-логистическая инфраструктура, туристическая инфраструктура, международное сотрудничество, экономическая открытость, туристические потоки, конкурентоспособные услуги, мировой рынок, культурное наследие и туризм.

Keywords: Uzbekistan, international economic integration, goods and services market, tourism sector, tourist attractiveness, foreign investments, export of services, transport and logistics infrastructure, tourism infrastructure, international cooperation, economic openness, tourist flows, competitive services, global market, cultural heritage and tourism.

Bugungi kunda globallashuv va xalqaro iqtisodiy integratsiya jarayonlari dunyo mamlakatlarining barcha sohalariga, jumladan, turizm sanoatiga ham chuqur taʼsir koʻrsatmoqda. Xalqaro tovar va xizmatlar bozoriga faol integratsiyalashuv orqali davlatlar oʻzlarining iqtisodiy salohiyatini kengaytirish, xorijiy investitsiyalarni jalb qilish va xizmatlar eksportini rivojlantirish imkoniyatiga ega boʻlmoqda. Oʻzbekiston ham keyingi yillarda jahon iqtisodiy makoniga kirib borish, ochiq bozor munosabatlarini shakllantirish va xizmatlar sohasini, xususan, turizmni rivojlantirishda muhim qadamlar tashlamoqda.

Oʻzbekistonning xalqaro bozorlarga integratsiyalashuvi mamlakat ichida iqtisodiy barqarorlik, infratuzilmaning rivojlanishi va xizmatlar sifati oshishiga sabab boʻlib, bu esa oʻz navbatida, turistik jozibadorlikni sezilarli darajada kuchaytiradi. Xalqaro aviaqatnovlarning kengayishi, viza rejimlarining soddalashtirilishi, madaniy merosning jahon miqyosida targʻib qilinishi va servis xizmatlarining

raqobatbardoshligi turizm sohasining global maydondagi o'rnini mustahkamlashga xizmat qilmoqda.

O'zbekistonning jahon tovar va xizmatlar bozoriga integratsiyasi va uning turizm sohasi rivojiga ta'sirini o'rganishda bir qator mahalliy va xorijiy manbalar, ilmiy maqolalar hamda xalqaro tashkilotlar hisobotlari muhim nazariy va amaliy asos bo'lib xizmat qiladi.

Xususan, M.T. Abdurahmonov va B.A. Xudoyberganovlarning xalqaro iqtisodiy integratsiya bo'yicha tadqiqotlarida O'zbekistonning tashqi savdo aloqalarini rivojlantirish, xalqaro tashkilotlarga a'zolikning iqtisodiy samaradorligi, shuningdek, xizmatlar eksportini kengaytirish masalalari yoritilgan. Ushbu ishlarda xizmatlar sektori, xususan turizmning jahon iqtisodiyotidagi o'rnini alohida ta'kidlanadi[1].

BMTning Butunjahon Turizm Tashkiloti (UNWTO) tomonidan e'lon qilinayotgan yillik hisobotlarda global turizm oqimlari, xizmatlar eksporti va mintaqaviy integratsiyaning turizmga ta'siri tahlil qilinadi. Bu manbalar orqali O'zbekistonning turistik salohiyatini oshirish uchun qanday xalqaro tendensiyalarni hisobga olish zarurligi aniqlanadi[2].

Zaimovic A. va hammualliflari (2023) tomonidan tayyorlangan "Mapping Financial Literacy: A Systematic Literature Review of Determinants and Recent Trends" nomli maqolada esa xizmatlar sohasi va iqtisodiy integratsiyaning aholining iqtisodiy faoliyatiga, jumladan, turizmga ta'siri ko'rib chiqilgan. Ushbu maqolada mamlakatlar iqtisodiy ochiqligi ortidan xizmatlar sifati va iqtisodiy savodxonlikning qanday oshishi mumkinligi asoslangan[3].

Yana bir muhim manba sifatida Jahon Bankining va Osiyo Taraqqiyot Bankining (OTB) O'zbekiston bo'yicha tayyorlagan iqtisodiy ko'rsatkichlari va sohalar bo'yicha tahlillari keltiriladi. Bu ma'lumotlar O'zbekistonning jahon bozorlariga integratsiyasi fonida turizm infratuzilmasining qanday rivojlanayotganini empirik jihatdan baholash imkonini beradi[4].

Shuningdek, Davlat statistika qo'mitasi, Turizm va madaniy meros vazirligi hamda Investitsiyalar, sanoat va savdo vazirligi tomonidan taqdim etilayotgan statistik byulletenlar va soha tahlillari O'zbekistondagi real o'zgarishlar va turizm jozibadorligini raqamlar orqali ko'rsatib beradi.

O'zbekistonning global iqtisodiy tizimga faol qo'shilishi, xususan, jahon tovar va xizmatlar bozoriga integratsiyasi mamlakatning turizm sohasiga bevosita va bilvosita ijobiy ta'sir ko'rsatmoqda. Bozor ochiqligining oshishi xorijiy investorlar va sayyohlar uchun qulay muhit yaratadi, infratuzilma va xizmat ko'rsatish sifati yaxshilanadi, xalqaro standartlarga mos xizmatlar joriy qilinadi. Integratsiya natijasida aviaqatnovlar kengayadi, logistika tizimi takomillashadi, viza rejimlari yengillashadi, bu esa sayyohlar oqimini ko'paytiradi. Shuningdek, xalqaro savdo aloqalarining kuchayishi orqali O'zbekistonning brend sifatida tanilishi oshadi va turistik imijiga ijobiy hissa qo'shadi. Bularning barchasi O'zbekistonni mintaqaviy va global turizm xaritasida yanada jozibador maskanga aylantirishga xizmat qiladi[5].

Globallashuv sharoitida mamlakatlar iqtisodiy taraqqiyotining asosiy omillaridan biri bu – jahon bozorlariga samarali integratsiyadir. Ayniqsa, xizmatlar sohasi, xususan, turizm, xalqaro savdo va iqtisodiy aloqalarning rivojlanishidan

bevosita ta'sirlanadi. O'zbekiston so'nggi yillarda ochiq iqtisodiy siyosat olib borib, jahon tovar va xizmatlar bozoriga integratsiyalashuvni jadallashtirmoqda. Bu esa mamlakatning turistik salohiyatini oshirish, xorijiy sayyohlarni jalb qilish va xalqaro imijni mustahkamlashga xizmat qilmoqda. Jahon bozoriga integratsiyalashuv natijasida transport tizimi, infratuzilma, moliyaviy xizmatlar, axborot texnologiyalari va turistik xizmatlar rivojlanadi. Bu esa xorijiy sayyohlar uchun qulay muhit yaratadi. Quyida asosiy g'oyalar keltirib o'tamiz.

1. Investitsiyalar va xususiy sektorning o'sishi: Tashqi savdo va sarmoya oqimining oshishi hisobiga mehmonxonalar, dam olish maskanlari, servis xizmatlari va boshqa turistik infratuzilmalar rivojlanmoqda. Chet ellik investorlar bilan hamkorlikda turizm loyihalari amalga oshirilmoqda.

2. Marketing va brendlashuv: O'zbekistonning xalqaro maydondagi ijobiy imiji, madaniy merosi, tarixiy obidalari va gastronomik an'alarini global bozorga chiqarish orqali turistik jozibadorlik oshmoqda. Jahon bozorlariga chiqish – O'zbekistonni yangi sayyohlik yo'nalishlari xaritasiga kiritish imkonini beradi.

3. Transport va logistika tizimining yaxshilanishi: Xalqaro aviaqatnovlar sonining ortishi, temiryo'l va avtomobil infratuzilmasining takomillashuvi sayyohlar harakatini osonlashtiradi. Tashqi bozorga integratsiya aynan logistika vositalari orqali turizmda amaliy natija beradi.

4. Regulyator muhit va qonunchilik islohotlari: Viza rejimining soddalashtirilishi, E-visa tizimi, "ochiq osmon" siyosati, bojxona va chegara xizmatlarining raqamlashtirilishi – bularning barchasi xorijlik sayyohlar sonining ortishiga xizmat qilmoqda.

5. Mahalliy iqtisodiyotga ijobiy ta'siri: Turizm xizmatlarining eksporti orqali mahalliy tadbirkorlik rivojlanadi, ish o'rinlari yaratiladi, hududiy iqtisodiyot faollashadi. Ayniqsa, tarixiy shaharlarda (Samarqand, Buxoro, Xiva, Toshkent) turizm – barqaror iqtisodiy o'sish omiliga aylanmoqda[6].

O'zbekistonning jahon tovar va xizmatlar bozoriga faol integratsiyasi nafaqat makroiqtisodiy barqarorlikni ta'minlash, balki mamlakatning turistik jozibadorligini oshirishda ham muhim omilga aylangan. Bozor ochiqligi, xalqaro hamkorlik, xizmatlar eksportining kengayishi va servis sifatining oshishi orqali O'zbekiston Markaziy Osiyodagi yetakchi turizm markazlaridan biriga aylanish imkoniyatiga ega.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Abdurahmonov M.T., Xudoyberganov B.A. *Xalqaro iqtisodiy munosabatlar*. – Toshkent: Iqtisodiyot, 2020. – 376 b.

2. United Nations World Tourism Organization (UNWTO). *International Tourism Highlights, 2023 Edition*. – Madrid: UNWTO, 2023. URL: <https://www.unwto.org/statistics>

3. Zaimovic, A., Torlakovic, A., Arnaut-Berilo, A., Zaimovic, T., Dedovic, L., & Nuhic Meskovic, A. (2023). Mapping Financial Literacy: A Systematic Literature Review of Determinants and Recent Trends. *Sustainability*, 15(12), 9358. DOI: <https://doi.org/10.3390/su15129358>

4. Osiyo Taraqqiyot Banki (OTB). *Tourism and Economic Development in Central Asia*. – Manila: ADB, 2022. URL: <https://www.adb.org/publications>

5. Karimov Sh.S. *Turizm iqtisodiyoti: nazariy va amaliy jihatlar*. – Toshkent: Turon-Iqbol, 2021. – 254 b.

6. Akhmedov A. *Xorijiy investitsiyalar va xizmatlar bozori: integratsion jarayonlar tahlili. // Iqtisodiyot va innovatsiyalar*, 2022, №4, B. 115–123.

Ойдина БЕГМАТОВА,
Туризмни ривожлантириш илмий-тадқиқот институти
стажёр-тадқиқотчиси

СУРХОНДАРЁ ВОҲАСИНИНГ ЭТНОТУРИЗМ САЛОҲИЯТИ

Аннотация. Мақолада Сурхондарё вилоятининг сайёҳлик салоҳияти, бу воҳанинг ўтмишдан сақланиб қолган ноёб тарихий обидалари, археологик ёдгорликлари, мафтункор табиат манзаралари, миллий ҳунармандчилиги, тарихий-маданий мероси, урф-одатлари туризмни ривожлантириш учун қулай шарт-шароит ва имкониятлар мавжудлиги юзасидан фикр мулоҳазалар келтирилган.

Калит сўзлар: Туризм, “Олтин учбурчак”, этнотуризм, урф-одатлар, халқ ўйинлари, кўпқари, улоқ, кураш.

Аннотация. В статье рассматривается туристический потенциал Сурхандарьинской области, представлены размышления о наличии благоприятных условий и возможностей для развития туризма на основе уникальных исторических памятников, археологических объектов, живописной природы, национальных ремесел, историко-культурного наследия и традиций региона.

Ключевые слова: туризм, «Золотой треугольник», этнотуризм, обычаи, народные игры, купкари, улак, кураш.

Abstract. The article examines the tourism potential of the Surkhandarya region, presenting reflections on the favorable conditions and opportunities for tourism development based on the region's unique historical monuments, archaeological sites, stunning natural landscapes, national handicrafts, historical and cultural heritage, and traditions.

Keywords: tourism, "Golden Triangle", ethnotourism, customs, folk games, kupkari, ulak, kurash.

Мамлакатимизда туризмни ривожлантириш ва қўллаб қувватлаш мақсадида давлатимиз томонидан бир қатор ишлар олиб борилмоқда. Хусусан, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2023 йил 27 июлдаги “Туризм йўналишидаги ислохотларни янада жадаллаштириш ва соҳада давлат бошқаруви тизимини самарали ташкил қилиш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПҚ-238-сон қарорида қатор вазифалар белгилаб берилган.

Қарорга кўра 2024 йил 1 январдан бошлаб туризм йўналишига қўшимча инвестициялар жалб қилиш, аҳолини иш билан таъминлаш, транспорт қатнови йўналишларини кенгайтириш, республиканинг туристик салоҳиятини ички ва

ташки бозорларда кенг тарғиб қилишни жадаллаштириш ҳамда соҳани давлат томонидан бошқаришда янги тартиб–таомилларни жорий қилиш бўйича амалга оширилаётган тадбирлар муҳим аҳамиятга эга¹⁹⁶.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Туризмга иқтисодийнинг стратегик сектори мақомини бериш, ушбу соҳани барча ҳудудларни ва ўзаро боғлиқ тармоқларни комплекс равишда жадал ривожлантиришни етакчи кучга айланиши лозим”¹⁹⁷ деган фикрлари соҳа ривожини учун дастуруламал вазифасини ўтайди.

Сурхондарё вилояти ҳам мамлакатимизнинг йирик сайёҳлик салоҳиятига эга қадимий ҳудудларидан бири ҳисобланади. Бу воҳанинг ўтмишдан сақланиб қолган ноёб тарихий обидалари, археологик ёдгорликлари, мафтункор табиат манзаралари, миллий ҳунармандчилиги, тарихий-маданий мероси, урф-одатлари туризмни ривожлантириш учун қулай шарт-шароит ва имкониятлар мавжудлигини кўрсатмоқда.

Хусусан, вилоятда «Олтин учбурчак» лойиҳасини амалга ошириш режаси ҳам кўзда тутилган. Режага асосан Термиз-Сариосиё-Денов-Бойсун-Шеробод-Термиз йўналиши бўйлаб туристлар учун мўлжалланган автобусларнинг “City Tour” принциплари асосида мунтазам қатновини йўлга қўйиш, “Олтин учбурчак” лойиҳасини амалга ошириш орқали Сурхон воҳасига туристлар сонининг ошишига эришилади¹⁹⁸.

Бойсун туманидаги Омонхона қишлоғи, Зовбоши тоғли ҳудуди, Дарбанд қишлоғи ҳудудларини ўз ичига олган – Бойсун кичик туризм зонасига инвесторларни жалб қилган ҳолда, туризм инфратузилмасини барпо этиш, “Ҳунарманд” уюшмаси, Ўзбекистон Республикаси Туризмни ривожлантириш давлат қўмитаси билан биргаликда вилоятда эсдалик совға маҳсулотларининг турларини диверсификация қилиш, хусусан, тарихий-маданий ва археология, зиёрат туризми, экология, буддизм объектлари, гастронимик ва бошқа туризм турларини акс эттирувчи маҳсулотлар ишлаб чиқаришни йўлга қўйиши, Сурхондарё вилоятидаги Сурхон давлат кўрикхонаси ҳудудида туризмни ривожлантириш мақсадида ушбу ҳудудда жойлашган “Зараутсой қоятош суръатлари” туризм намоиши объектларини кўрикхонанинг кўрикланма зонасига чиқариш, Зараутсой қоятошларидаги битикларни сақлаб қолиш ва ёш авлодга кенг таништириш мақсадида Зараутсой тарихи ҳақида чоп этилган китобларни саралаш ва янгидан чоп этиш вазифалари белгиланди¹⁹⁹.

Қарорда белгиланган янги туризм йўналишларини аниқлаш ва туристик айланмага киритиш вазифасининг моҳиятидан келиб чиқиб, Сурхондарё ҳудудида қадимий анъаналар, моддий мерос намуналари бугунги кунда воҳада

196 Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2023 йил 27 июлдаги “Туризм йўналишидаги ислохотларни янада жадаллаштириш ва соҳада давлат бошқаруви тизимини самарали ташкил қилиш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПҚ-238-сон қарори

197 Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2016 йил 2 декабрдаги “Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПФ-4861-сон Фармони

198 Вазирлар Маҳкамасининг 2020 йил 27 майдаги “Сурхондарё вилоятининг туризм салоҳиятидан самарали фойдаланиш ва уни ривожлантириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги 322-сон қарори

199 Вазирлар Маҳкамасининг 2020 йил 27 майдаги “Сурхондарё вилоятининг туризм салоҳиятидан самарали фойдаланиш ва уни ривожлантириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги 322-сон қарори

этнотуризмни ривожлантириш учун етарли имкониятлар беради.

Этнотуризм – туризмнинг асосий йўналишларидан бири бўлиб, у дунё халқларининг маданияти, турмуш тарзи ва анъаналарини билиш, яқиндан таниш имконини беради. Оддий қилиб айтганда, этнотуризм маълум бир этноснинг ўзига хос хусусиятлари, турмуш тарзи ва маданияти ҳақида тушунчани кенгайтириш имкониятини беради. Бундай туризм доирасида ўз тарихини яхшироқ билиб олиш ва илгариги даврларга қайтиш, шунингдек, мутлақо номаълум турли этник гуруҳлар ва уларнинг турмуш тарзи билан танишиш мумкин бўлади. Шунингдек, этнотуризмнинг ривожланиши ҳудудлар барқарор ривожланишининг муҳим омилларидан бири ҳисобланади²⁰⁰.

Этнотуризм сўнгги пайтларда маҳаллий ва хорижий етакчи олимларнинг тадқиқотлари асосида тобора оммалашиб бормоқда. Этнотуризмни ривожлантириш маданий меросни сақлашга ҳисса қўшиш ва ҳудудлар барқарор ривожланишининг муҳим омили бўлишига аминмиз. ЮНЕСКО маълумотларига кўра, этнотуризм турли мамлакатлар аҳолиси ўртасида тинчлик ва ўзаро ҳамжиҳатликни яратишнинг энг самарали усули ҳисобланади. Этнотуризм аҳолига ўз маданиятини ҳам, бошқа халқлар маданиятини ҳам яхшироқ тушуниш имконини беради ва бағрикенглик муносабатларини мустаҳкамлайди²⁰¹.

Сурхондарё нафақат моддий ва маданий ёдгорликлари билан балки анъанавий халқ ўйинларини кенг тарғиб қилиш орқали ҳам маҳаллий ва хорижий туристларни жалб қила олади. Хусусан, ўлкада кўпқари, кураш каби халқ ўйинлари борки, бу ўйинлар халқ ҳаёти, турмуш тарзи, урф-одатлари ва анъаналарига чамбарчас боғлиқдир.

Кўпқари Сурхон чавандозлари томонидан ўйналадиган халқ ўйинларидан биридир. Аслида ўзбекларнинг кўпқари ўйинининг эски номини “кўкбўри” деб ҳисоблаш мумкин, бу ном қадимий умумтуркий атамадир. Жуфт ўзакдан келиб чиққан “кўкбўри” атамасининг биринчи қисми “кўк” аслида “мовий ранг” маъносини беради. Эски туркийчада “кўк” тўғридан-тўғри Тангрини англатган, яъни Кўктангри қадимги турк халқларининг диний инончларида умумий бир култ сифатида қабул қилинган. Кўктангри илоҳларнинг энг улуғи ва туркий халқларга жангу-жадалларда зафар келтирувчи, фалокатлардан асровчи ва ҳоқонларни тахтга чиқарувчи ҳамда уларга “кут”(барака) ато этувчи дея талқин қилинган²⁰².

Кўпқари ўйини иштирокчилари маросимга атай таклиф этилмайди, ўйин ташкилотчиси бирор хурсандчилик воқеаси: тўй, оилада фарзанд туғилганлиги, юбилей ёшга етганлиги муносабатлари билан элга кўпқари беришини эълон қилади. Буни эшитган узоқ-яқиндаги чавандозлар тўй эгасини қутлаш билан бир қаторда, кўпқарида иштирок этиш учун ташриф буюришади.

Ўйин очиқ текисланган кенг далада ўтказилади, ўйин шартига кўра дала

200Турдимуратов Й.А. Этнотуризм шакллари, йўналишлари ва уларнинг ўзига хос хусусиятлари. // <https://phoenixpublication.uz/>

201Турдимуратов Й.А. Этнотуризм шакллари, йўналишлари ва уларнинг ўзига хос хусусиятлари. // <https://phoenixpublication.uz/>

202Джуманиязова Ф, Нуриддинова Н. Ўзбекларда улоқ-кўпқари ўйинининг тарихи хусусида. Journal of Turkology Studies.

ўртасига махсус бўғизланган кўй ёки улоқни ташланган, иштирокчи отни елдириб ва ундан тушмаган ҳолда майдон четига олиб чиқиш зарур бўлади, ўнлаб, баъзан юзлаб чавандозлар орасидан улоқни айириш жуда катта куч ва матонатни талаб қилади.

Ғолиб чавандоз тўй эгасининг махсус совғаси ва албатта халқ эътирофига сазовор бўлади. Воҳада ўтказиладиган бу каби халқ ўйинларида иштирок этадиган кишилар исмига “Чопағон” ибораси кўшиб мурожаат қилиш кенг тарқалган.

Шу маънода, Сурхондарё вилояти ҳам ўзининг қадимий этнографик маросимлари билан машҳурдир. Бу ҳудудда сақланиб қолган урф-одатлар сайёҳлар учун қизиқарли таассуротларга бой тажриба бўлиши мумкин.

Сурхондарё вилояти ўзининг бой маданияти, қадимий урф-одатлари, миллий ҳунармандчилиги ва бетакрор меҳмондўстлиги билан этнотуризм учун катта салоҳиятга эга. Бойсун маданий мероси, миллий фестивал ва анъаналар, шунингдек, табиий гўзалликлар бу ҳудудни сайёҳлар учун жозибадор масканга айлантиради. Сурхондарёда этнотуризм янада ривожланиши, бу нафақат Ўзбекистон сайёҳларини, балки халқаро миқёсдаги туристларни ҳам ўзига жалб қилиш имконини беради.

Maftuna NORBOYEVA,
O‘zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi magistranti

TURIZMNING RIVOJLANISHIDA YASHIL SUKUKLARNING O‘RNI

Annotatsiya. Mazkur tezisdagi islom qimmatli qog‘ozlari (sukuk)ning turizm faoliyatini rivojlantirishdagi o‘rni xorijiy davlatlarni tahlil qilish orqali baholangan. Nazariy tahlilda O‘zbekiston Respublikasi turizmni rivojlantirish davlat qo‘mitasining turizm to‘g‘risidagi yillik hisobotlari, turizmga doir yozilgan ilmiy maqolalardan foydalanilgan. Tahlillar jamlanib, tezis so‘nggida bir necha qo‘shimcha fikrlar berilgan.

Kalit so‘zlar: turizm, halol turizm, islom qimmatli qog‘ozlari, yashil sukuk, alternativ moliyalashtirish.

Аннотация. В данной тезисной работе оценена роль исламских ценных бумаг (сукук) в развитии туристической деятельности на основе анализа зарубежного опыта. В теоретическом анализе использованы ежегодные отчеты Государственного комитета Республики Узбекистан по развитию туризма, а также научные статьи, посвященные туризму. На основе проведенных анализов в конце тезиса представлены дополнительные выводы и предложения.

Ключевые слова: туризм, халяль-туризм, исламские ценные бумаги, зелёные сукуки, альтернативное финансирование.

Annotation. This thesis evaluates the role of Islamic securities (sukuk) in the development of tourism activities through the analysis of international practices. The

theoretical analysis is based on the annual reports of the State Committee of the Republic of Uzbekistan for Tourism Development, as well as scholarly articles on tourism. Based on the conducted analysis, several additional insights are presented at the end of the thesis.

Keywords: *tourism, halal tourism, Islamic securities, green sukuk, alternative financing.*

Bugungi kunda O'zbekistonda ijtimoiy hayotning barcha sohalarida keng ko'lamli islohotlar amalga oshirilmoqda va ushbu islohotlarning asosiy maqsadi mamlakat iqtisodiyotini yanada rivojlantirish va o'zbek xalqining turmush farovonligini oshirishdan iboratdir.

O'zbekiston, o'zining boy madaniyati, tarixiy obidalar va tabiat go'zalliklari bilan jahonga tanilgan. 2023-yilda mamlakatimiz 9 milliondan ortiq sayyohlarni qabul qilgan bo'lib, bu 2019-yilga nisbatan 20% o'sishni anglatadi [2]. O'zbekistonda 2022-yilda ekoturizm loyihalari uchun 150 million dollar miqdorida mablag' jalb etilgan. Bu mablag'lar orqali tabiatni muhofaza qilish, yashil o'simliklarni saqlash va energiya samaradorligini oshiradigan loyihalar amalga oshirilmoqda [4].

Turizmning rivojlanishida infratuzilma omili muhim ahamiyatga ega. Bu quyidagilarni o'z ichiga oladi: transport, yo'llar, mehmonxonalar joylashuvi va shu kabilar [8].

Buxoro, Samarqand va Xiva kabi tarixiy shaharlar alternativ moliyalashtirish yordamida yangi ekoturizm obyektlarini yaratishga muvaffaq bo'lishi mumkin. Ushbu loyihalar orqali tarqatiladigan mablag'lar mahalliy jamoalarni qo'llab-quvvatlash, yangi ish o'rinlari yaratish va ekologik muhofazaga hissa qo'shadi. Ekologik jihatdan barqaror hotel va mehmonxonalarning ko'payishi, O'zbekiston turizmida yangi tendensiyalarni taqdim etmoqda [1].

O'zbekistonda turizm infratuzilmasining rivojlanishi haqida gapirar ekanmiz, mamlakatning asosiy turizm mintaqalariga bo'linishi xususida to'xtalib o'tish muhim ahamiyatga egadir. Hozirgi kunda Farg'ona, Samarqand - Buxoro, Toshkent va Xorazm turizm yaxshi rivojlangan mintaqalardan hisoblanadi [7].

Jizzax, Qarshi, Termiz va Qoraqalpoq mintaqalarida ham yashil turistik zonalarni tashkil qilish va rivojlantirish zarur. Bunda albatta bu hududlarning yo'l infratuzilmasini yaxshilash, tog'li hududlardan unumli foydalanib qo'shimcha dam olish maskanlarini barpo etish, mavjudlarini rekonstruksiya qilish kerak.

Yuqoridagi qilinishi kerak bo'lgan ishlar yuzasidan moliyalashtirish instrumenti sifatida islom qimmatli qog'ozlari-sukukning o'ziga xos o'rni bor deb hisoblaymiz. Negaki halol turizmning negizida halol investitsiya oqimi bo'lishi maqsadga muvofiq hisoblanadi.

Yashil sukuklar, ekologik jihatdan barqaror loyihalarni moliyalashtirish uchun mo'ljallangan, shariatga muvofiq aktivlar orqali moliyalashtirish imkoniyatini taqdim etadigan islom qimmatli qog'ozlaridir.

Turizm va yashil sukuk o'rtasidagi bog'liqlik, musulmon mamlakatlar iqtisodiy rivojlanishida ko'zga ko'ringan sektorlardan biri bo'lib kelmoqda. Jumladan, Saudiya Arabistonida, sukuklardan mehmonxona va xizmat ko'rsatish joylarini yaratishni

moliyalashtirishda keng foydalaniladi. Shu kabi BAAda sukukdan foydalanib, barqaror turizm loyihalarini moliyalashtirish, madaniyat va tarixiy obyektlarni saqlashga intilmoqda.

Sukuk emissiyasida asosan turistik zonalarini rivojlantirishga qaratilgan loyihalarni moliyalashtirgan davlatlar bilan tanishib chiqamiz. Jumladan, Malayziyadagi yirik korporatsiyalar chiqindilarni kamaytirish va barqaror ta'minot zanjirlariga sarmoya kiritish kabi ulkan yashil maqsadlarni qo'ymoqda. Bu albatta ko'p sonli turistlar oqimini samarali boshqarish va dam olish maskanlarida dam oluvchilarning vaqtini qoniqarli va mazmunli o'tishiga sababchi bo'ladi. Quyida Malayziyadagi bir necha tashkilotlarning barqaror rivojlanishga qaratilgan uzoq yillarga mo'ljallangan rejalari bilan tanishib chiqamiz.

Masalan, Petronas qayta tiklanadigan energiya va uglerodni ishlash texnologiyalariga sarmoya kiritish orqali 2050-yilga borib nol emissiyaga erishishni maqsad qilgan (Petronas Net Zero Carbon Emissions). Sime Darbi plantatsiyasi 2030-yilga kelib chiqindini yo'q qilish va palma yog'ini barqaror ishlab chiqarishga e'tibor qaratmoqda. Malaysia Havo yo'llari o'zining ofset dasturi doirasida Malayziyaning Kuamut yomg'ir o'rmonlari loyihasidan uglerod kreditlarini taklif qilmoqda, u 16 million tonna CO₂ ni kamaytirish, mahalliy tabiatni muhofaza qilish va jamiyat rivojlanishini qo'llab-quvvatlashni maqsad qilgan [6].

Iqtisodiy jihatdan so'nggi yillarda Turkiya asosan xizmat ko'rsatish, turizm sohasida yetakchilikni egallab kelmoqda. Bu yo'nalishlarni rivojlantirish uchun Turkiya yashil sukuklar emissiyasi amalga oshirib kelmoqda. Jumladan, Islom Taraqqiyot Banki bilan chiqarilgan \$ 32,6 mlnlik yashil sukuk Antaliyadagi "ekologik toza transport" loyihasini amalga oshirish uchun chiqarilgan. Moliyalashtirish muvafaqqiyatli amalga oshirilgan bo'lib, 18 ta yengil temir yo'l transporti o'rnatilishi natijasida 40 % zaharli gazlarning kamayishi ko'zda tutilgan. Bundan ko'rinib turibdiki, yashil sukuklar orqali ulkan iqtisodiy salohiyatga ega shaharlarda toza ekologik muhitni yaratish investorlar, sayyohlar va o'sha yerlik aholi uchun ham har tomonlama foydali bo'ladi [3].

Yashil sukuklar orqali xususiy sektor va davlat sektori o'rtasida hamkorlik yanada mustahkamlanishi mumkin. Yashil sukuklar nafaqat investitsiyalarni jalb qilib, balki mamlakatning ekologik imijini yaxshilashga, sayyohlar orasida ekologik muhitdan unumli foydalanishga zamin yaratadi.

Xulosa sifatida shuni aytishimiz mumkinki, islom moliyasi instrumentlarini jumladan, yashil sukuklar emissiyasi ushbu tizim rivojlangan Turkiya, Arab davlatlari, Malayziya, Indoneziya va boshqa davlatlar tajribasini o'rgangan holda O'zbekistonda ham tadbiq etilishi kerak deb hisoblaymiz [5]. Bu tizim mamlakatimiz iqtisodiyotini yanada rivojlanishi, yangi sohalar vujudga kelishiga ijobiy ta'sir etadi. O'zbekistonda yashil sukuklarning turizm rivojlanishidagi o'rni muhim bo'lib, bu jarayon kelajakda iqtisodiy barqarorlik, ekologik moslashuvchanlik va ijtimoiy farovonlikni ta'minlashga xizmat qiladi. Yashil sukuklar orqali amalga oshiriladigan loyihalar, nafaqat turistlarni jalb etish, balki O'zbekistonning global turizm xaritasidagi o'rnini mustahkamlashda muhim omil bo'ladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. O‘zbekiston Respublikasi Ekologiya va atrof-muhitni muhofaza qilish davlat qo‘mitasi, <https://www.uznature.uz/ru>
2. O‘zbekiston Respublikasi Turizmni rivojlantirish davlat qo‘mitasi
3. Dilsad Tulgen Chetin, Forecasting of Turkish Sovereign Sukuk Prices Using Artificial Neural Network Model, 2021, p12.
4. Green Technology Financing Scheme, <https://www.gtfs.my/page/features-gtfs-40>
5. Felicia HM Liu, Karen PY Lai, Ecologies of green finance: Green sukuk and development of green Islamic finance in Malaysia, 2021, DOI: 10.1177/0308518X211038349
6. Jiyanov U., Norboyeva M., “Yashil sukuk emissiyasi: Malayziyadan misollar”, “Iqtisodiy tahlil va taraqqiyot” ilmiy elektron jurnali 2024 Noyabr XI son.
7. Matkabulova D., Abdug‘aniyev T., “O‘zbekistonda ziyorat turizmini rivojlantirish istiqbollari”, “Yashil iqtisodiyot va taraqqiyot” ilmiy elektron jurnali, 2023.
8. G‘ulamxasanov E., Ruziyev B., “Turizm-mamlakat iqtisodiyotining strategik tarmog‘i”, “Scientific progress” ilmiy-elektron jurnali, 2022.

Aziza XALIM-ZADE,
Buxoro davlat universiteti magistranti

ZIYORATGOHLARNING TURISTIK SALOHIYATINI BAHOLASH METODIKASINI ISHLAB CHIQISH (BUXORO SHAHRIDAGI ZIYORATGOHLAR MISOLIDA)

Annotatsiya. Mazkur maqolada Buxoro shahridagi muhim ziyoratgohlarning turistik salohiyatini baholash metodikasi ishlab chiqilgan. Tadqiqotda beshta asosiy mezon (diniy-ma'naviy, tarixiy-madaniy, infratuzilmaviy, boshqaruv va marketing, ijtimoiy-iqtisodiy ta'sir) asosida har bir ziyoratgohga balli baho berish taklif etiladi. Buxorodagi Hazrati Xo'ja Bahouddin Naqshband majmuasi, Poi Kalon majmuasi, Ismoil Somoniy maqbarasi, Chor Bakr majmuasi, Qushbegi masjidi va Abduxoliq G'ijduvoniy ziyoratgohi misolida o'tkazilgan baholash natijalari ushbu ziyoratgohlar o'rtasida turli darajadagi turistik salohiyat mavjudligini ko'rsatadi. Mualliflar ziyoratgohlar infratuzilmasini yaxshilash, marketing va boshqaruvni kuchaytirish, mahalliy hamjamiyatni jalb qilish, ilmiy-tadqiqot ishlari va kadrlar tayyorlashga e'tibor qaratish zarurligini ta'kidlaydi. Ushbu metodika respublika miqyosida boshqa ziyoratgohlar salohiyatini ham baholash uchun qo'llanilishi mumkin.

Kalit so'zlar: ziyorat turizmi, turistik salohiyat, Buxoro ziyoratgohlari, mezonli baholash, infratuzilma, marketing va boshqaruv.

Аннотация. В данной статье разработана методика оценки туристического потенциала важнейших религиозно-исторических объектов города Бухары. Исследование предлагает использовать пятибалльную систему оценки по пяти основным критериям: духовно-религиозная значимость, историко-культурная ценность, инфраструктурное состояние, управление и

маркетинг, а также социально-экономическое воздействие. На примере таких объектов, как архитектурный комплекс Хазрати Ходжа Бахауддин Накибанд, комплекс Пои Калян, мавзолей Исмала Самани, ансамбль Чор-Бакр, мечеть Кушбеги и комплекс Абдухалик Гиждувони выявлены различия в уровне туристического потенциала. Авторы подчеркивают необходимость улучшения инфраструктуры, активизации маркетинга и управления, вовлечения местного сообщества, а также развития научно-исследовательской работы и подготовки кадров. Предложенная методика может быть применена для оценки потенциала других религиозных объектов на территории республики.

Ключевые слова: религиозный туризм, туристический потенциал, Бухарские достопримечательности, критериальная оценка, инфраструктура, маркетинг и управление.

Abstract. This article presents a methodology for evaluating the tourism potential of major religious-historical sites in Bukhara. The study proposes a five-point rating system based on five key criteria: religious-spiritual significance, historical-cultural value, infrastructure quality, management and marketing, and socio-economic impact. Using examples such as the Hazrati Khoja Bahouddin Naqshband Complex, Poi Kalon Ensemble, Ismail Samani Mausoleum, Chor Bakr Complex, Qushbegi Mosque, and Abduxoliq G'ijduvoni Shrine, the findings reveal varying levels of tourism potential among these sites. The authors emphasize the need to improve infrastructure, strengthen marketing and management, involve local communities, and enhance research and training initiatives. The proposed methodology can be applied to assess the potential of other pilgrimage destinations across the republic.

Keywords: religious tourism, tourism potential, Bukhara pilgrimage sites, criterion-based evaluation, infrastructure, marketing and management.

Zamonaviy turizm industriyasi dunyoning turli hududlarida iqtisodiy-ijtimoiy taraqqiyotga muhim ta'sir o'tkazmoqda. Xususan, turizm sohasining nisbatan yangi yo'nalishlari orasida ziyorat turizmi yoki diniy turizm alohida o'rin tutadi. Diniy turizm mamlakatlarning madaniy merosi, an'anaviy qadriyatlari, urf-odatlar va e'tiqodlari bilan chambarchas bog'liq bo'lib, nafaqat iqtisodiy daromad keltirish, balki milliy-madaniy merosni asrab-avaylashga ham xizmat qiladi. Ayniqsa, boy tarixiy-madaniy merosga ega bo'lgan O'zbekiston ziyorat turizmiga katta ahamiyat beruvchi davlatlardan hisoblanadi. Bu borada Buxoro shahri, O'zbekistonning "sharq durdonasi" sifatida, ko'plab ziyoratgohlar, madaniy yodgorliklar va tarixiy obidalar ega ekanligi bilan ajralib turadi.

Buxoro azaldan "buyuk allomalar beshigi", "diniy-ma'rifiy meros markazi" sifatida tan olingan. Shaharda juda ko'p masjid, madrasa, maqbara va ziyoratgohlar mavjud bo'lib, ular e'tiqodli ziyoratchilarni ham, tarixiy-madaniy meros bilan qiziquvchi turistlarni ham o'ziga jalb qiladi. Ziyoratgohlarning turistik salohiyatini baholash esa dolzarb masalalardan biri bo'lib, ziyorat turizmini rivojlantirish, bu yo'nalishni strategik rejalashtirish hamda ziyoratgohlarni saqlab qolish, ularning barqaror ishlashini ta'minlash va turistlar oqimini kengaytirish uchun ilmiy

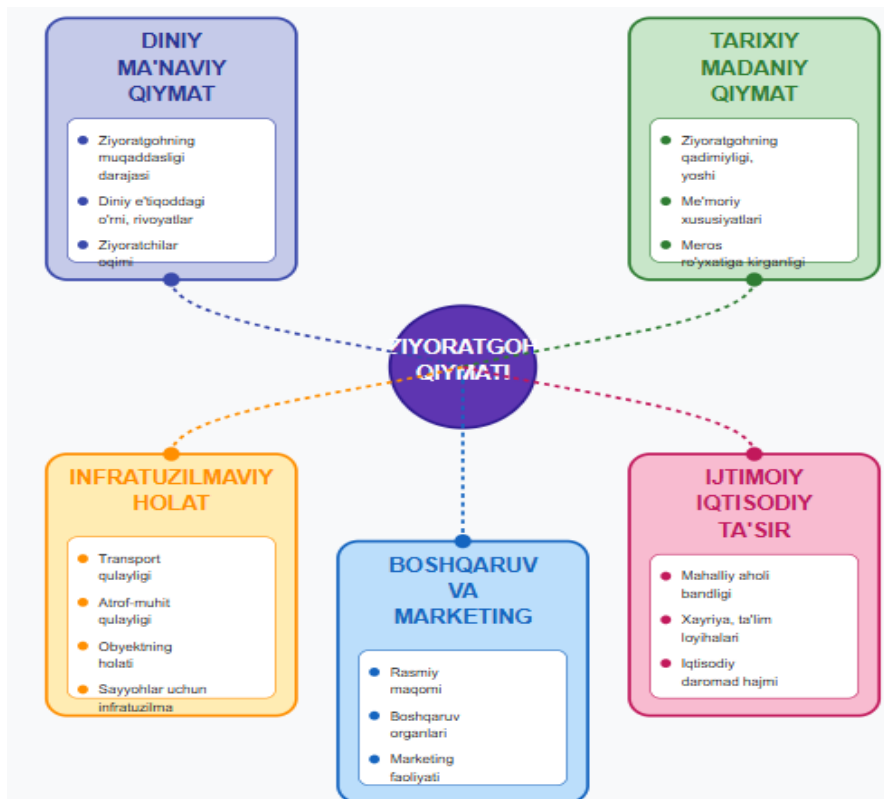
asoslangan yondashuvni talab qiladi.

Ziyorat turizmi, yoki diniy turizm, kishilarning e'tiqodiy, ruhiy ehtiyojlarini qondirish, ma'naviy-ma'rifiy ahamiyatga ega bo'lgan muqaddas maskanlar, tarixiy-diniy obyektlar va ziyoratgohlarni ko'rish maqsadida amalga oshiradigan sayohatlarini ifodalaydi. Diniy turizm tarixiy jihatdan eng qadimgi turizm shakllaridan biri bo'lib, har bir din yoki e'tiqodga ega jamiyatda, albatta, muqaddas sanalgan ziyoratgohlar mavjud.

Turizm nazariyasida "turistik salohiyat" deganda muayyan hudud, obyekt yoki resursning turizm sohasida foydalanish imkoniyati, o'ziga xos jozibadorligi, shuningdek, ijtimoiy, madaniy va iqtisodiy foyda keltirish quvvati tushuniladi. Ziyoratgohlarning turistik salohiyati, avvalo, ularning diniy-ma'naviy ahamiyati, tarixiy-madaniy qiymati, hududdagi transport va turizm infratuzilmasi, ziyoratchilar oqimi, xizmat ko'rsatish sifati, marketing va boshqaruv imkoniyatlari bilan belgilanadi. Shunday bo'lsa-da, ziyoratgohlarning xususiyati bo'yicha olimlar (masalan, R. Shackley va S. Raj) fikricha, ularning turistik salohiyati nafaqat iqtisodiy daromad olish bilan o'lchanadi, balki ma'naviy-ma'rifiy tasir, ziyoratchilar va mahalliy aholi uchun yaratiladigan qulayliklar, merosni asrab-avaylash darajasi kabi noiqtisodiy mezonlar ham muhim o'rin tutadi. Ziyoratgohlarning turistik salohiyatini baholashda quyidagi beshta asosiy mezon taklif etiladi(1-rasm).

Bu mezonlar asosida har bir ziyoratgohga balli baho beriladi. Masalan, har bir mezon 5 ballik tizimda (1 – eng past, 5 – eng yuqori) baholanadi yoki mezon ichidagi ko'rsatkichlar mos ravishda tortilgan koeffitsiyentlar yordamida umumiy mezon ballini chiqarish imkonini beradi. Keyin har bir mezon uchun to'plangan ball jamlanib, ziyoratgohning umumiy turistik salohiyat balli yoki indeksi aniqlanadi.

1-rasm. Ziyoratgohlar qiymatining besh o'lchami



Buxoro shahrida ziyorat va turizm nuqtai nazaridan e'tiborli bo'lgan obidalar juda ko'p. Ushbu tadqiqot doirasida quyidagi ziyoratgohlar o'rganishga tanlab olindi:

1. Hazrati Xo'ja Bahouddin Naqshband majmuasi;
2. Chor Bakr majmuasi;
3. Qushbegi masjidi (ayrim manbalarda Qushbegi jome masjidi ham deyiladi);
4. Ismoil Somoniy maqbarasi;
5. Poi Kalon majmuasi (Kalon minorasi, Kalon masjidi, Mir Arab madrasasi);
6. Abduxoliq G'ijduvoniylar ziyoratgohi.

Mazkur ro'yxatni tuzishda ziyoratchilar orasida ayniqsa mashhur bo'lgan, diniy-ma'naviy ahamiyatga ega va turistlar eng ko'p tashrif buyuradigan muhim obyektlar hisobga olindi.

Ushbu majmualarga baho berilganda, diniy-ma'naviy qiymat eng yuqori (5 ball), tarixiy-madaniy qiymat ham yuqori (4-5 ball), infratuzilmaviy holat ham yetarli darajada (4 ball), boshqaruv va marketingda hali ba'zi kamchiliklar bo'lishi mumkin (3-4 ball), ijtimoiy-iqtisodiy ta'sir esa yuqori (4-5 ball) ko'rinishida baholanadi. Umumiy baho: diniy-ma'naviy (4 ball), tarixiy-madaniy (3 ball), infratuzilmaviy (2-3 ball), boshqaruv va marketing (2-3 ball), ijtimoiy-iqtisodiy (3 ball). Yuqoridagi ma'lumotlar asosida taklif etilgan balli (5 ballik) tizimda har bir ziyoratgoh bo'yicha quyidagicha xulosa chiqarish mumkin (1-jadval).

1-jadval

Buxoro shahridagi ziyoratgohlarning turistik salohiyati bo'yicha balli baholash natijalari

Ziyoratgoh	Diniy-ma'naviy	Tarixiy-madaniy	Infra-tuzilmaviy	Boshqaruv va marketing	Ijtimoiy-iqtisodiy	Umumiy (o'rtacha)
Hazrati Xo'ja B.Naqshband	5	4,5	4	4	4,5	4,4 – 4,5
Chor Bakr	4,5	4	3,5	3	3,5	3,7 – 3,9
Qushbegi masjidi	3	3	3	2	2,5	2,7 – 3,0
Ismoil Somoniy maqbarasi	3	5	3,5	4	4	3,9 – 4,0
Poi Kalon majmuasi	4,5	5	5	4,5	5	4,8 – 4,9
Abduxoliq G'ijduvoniylar	4	3	2,5	2,5	3	3,0 – 3,2

O'rtacha ballarni hisoblaganda, Buxoro shahridagi eng yuqori turistik salohiyatga ega ziyoratgoh sifatida Poi Kalon majmuasi (o'rtacha 4.8 ball) ajralib turadi. Keyingi o'rinlarni Hazrati Xo'ja Bahouddin Naqshband majmuasi (4.4 – 4.5 ball) va Ismoil Somoniy maqbarasi (3.9 – 4.0 ball) egallaydi. Chor Bakr majmuasi (3.7 – 3.9 ball) nisbatan o'rta darajaga ega bo'lib, Qushbegi masjidi (2.7 – 3.0 ball) va Abduxoliq G'ijduvoniylar ziyoratgohi (3.0 – 3.2 ball) sal kamroq ko'rsatkichga ega.

Mazkur baholash metodikasini kengaytirish va yanada aniqlashtirish uchun:

- turli ekspert guruhlar (diniy soha vakillari, turizm mutaxassisleri, tarixchilar, me'morlar, mahalliy hokimiyat vakillari) tomonidan ball berish;
- ziyoratchilar va turistlar o'rtasida keng savolnomalar o'tkazish;
- rasmiy statistika ma'lumotlarini qat'iy tahlil qilish;

- infratuzilma holati va marketing jarayonlarini har yili yoki davriy tahlil qilish kabi chora-tadbirlar qo'llash mumkin.

Ushbu baholashlar natijasida quyidagi xulosalarga kelish mumkin:

- diniy-ma'naviy qism bo'yicha Hazrati Xo'ja Bahouddin Naqshband majmuasi, Poi Kalon majmuasi baland ballarga ega bo'lib, bu yerda asl ziyorat sifatida keladiganlar soni juda katta;

- tarixiy-madaniy qism bo'yicha Ismoil Somoniy maqbarasi va Poi Kalon majmuasi alohida o'ringa ega, chunki ular Buxoroning eng qadimiy va e'tirof etilgan durdonalaridan biri;

- infratuzilmaviy mezon bo'yicha Poi Kalon ancha rivojlangan: shahar markazida joylashgan, turistlar oqimi yirik, zarur xizmat ko'rsatish tarmog'i shakllangan. Eng kam bal G'ijduvondagi ziyoratgohga to'g'ri keladi, chunki tuman sharoitida turistlar uchun xizmatlar nisbatan cheklangan.

- boshqaruv va marketing bo'yicha ham aynan shahar markazidagi va davlat nazoratida bo'lgan yirik majmualar yaxshi natijalarga ega. Qushbegi masjidi kabi manzillar esa uncha keng targ'ib qilinmaydi, marketing kampaniyalari cheklangan.

- ijtimoiy-iqtisodiy ta'sir masalasida ham asosiy daromad va ish o'rinlari markaziy obyektlar atrofida shakllanmoqda. Qishloq yoki shahar chekkasida joylashgan ziyoratgohlar ham turizm klasteriga kiritilgan bo'lsa-da, daromad va ish o'rinlari, shuningdek sarmoya jalb qilish borasida orqada qolgan.

Ziyorat turizmi hozirgi davrda dunyo miqyosida tobora ommalashib borayotgan yo'nalishlardan biri hisoblanadi. O'zbekiston, xususan, Buxoro shahri diniy-ma'naviy merosi, buyuk olimlar va avliyolar maqbaralari, qadimiy masjidi va madrasalari bilan dunyoga mashhur. Ushbu ziyoratgohlarning turistik salohiyatini to'g'ri baholash, mazkur baholash asosida rejalashtirish va boshqarish turizmni izchil rivojlantirish, boy merosni asrab-avaylash va ijtimoiy-iqtisodiy manfaatdorlikni ta'minlash uchun nihoyatda muhimdir.

Birinchiidan, ziyorat turizmini rivojlantirishda eng avvalo infratuzilma va xizmat ko'rsatish sifati muhim ahamiyatga ega. Buxoro markazidan chekka hududlardagi ziyoratgohlar tomon to'g'ridan-to'g'ri sayyohlik avtobuslari qatnovini yo'lga qo'yish, yo'l ko'rsatkich belgilari, to'xtash joylari, turizm axborot markazlari kabi zarur obyektlarni takomillashtirish zarur. Masjid va maqbaralardagi ayvonlar, hojatxonalar, yuvinish joylari, tibbiy punktlar sanitariya me'yorlariga to'la javob berishi, gigiyena hamda xavfsizlik talablariga qat'iy rioya qilinishi lozim. Qishloq joylari yoki chekka tumanlardagi mahalliy aholi ishtirokida oilaviy mehmon uylari, hostel va milliy taomlar taqdim etadigan ovqatlanish shoxobchalarini ko'paytirish ham turistlar uchun qulay sharoit yaratadi. Shu bilan birga, ziyoratgohlar bo'yicha rasmiy veb-saytlar, ijtimoiy tarmoqlardagi sahifalar, xalqaro turizm platformalarida (TripAdvisor, Booking, AirBnB va boshqalar) doimiy ravishda yangilanib boradigan ma'lumotlar mavjud bo'lishi, har bir ziyoratgohga xos logotip, buklet, suvenir ishlab chiqish va turli festivallar, diniy-ma'rifiy tadbirlar, hunarmandchilik ko'rgazmalari o'tkazish turistlar oqimini yanada kuchaytiradi.

Ikkinchiidan, mahalliy hamjamiyat ishtirokini ta'minlash hamisha ustuvor vazifa bo'lishi kerak. Ziyoratgohlar atrofida savdo do'konlari, restoranlar, hunarmandchilik ustaxonalarini yo'lga qo'yish orqali nafaqat turistlar uchun qulay

muhit yaratiladi, balki mahalliy aholi bandligi va daromad manbalari kengayadi. Ziyorat turizmidan tushadigan mablag'larni mahalliy tibbiy punkt, maktablar, ichimlik suvi ta'minoti, yo'llarni obodonlashtirish, atrof-muhitni muhofaza qilish kabi ijtimoiy loyihalarga yo'naltirish natijasida jamoatchilik bilan ijobiy munosabatlar vujudga keladi. Bu esa turistlar oqimini izchil davom ettirish, hayotiy sharoitlarni yaxshilash va tadbirkorlik faoliyatini kengaytirishga xizmat qiladi.

Uchinchidan, boshqaruv tizimini takomillashtirish ziyoratgohlarning turistik salohiyatini oshirishda hal qiluvchi o'rin tutadi. Davlat va xususiy sektor (PPP) hamkorligi asosida turizm infratuzilmasini rivojlantirish choralari ko'rilishi, tarixiy obidalarni asrash, ularga zarar yetkazmasdan zamonaviy xizmat turlarini joriy etish zarur. Merosni saqlash va restavratsiya masalalarida xalqaro tajriba va ekspertlarni jalb qilish, UNESCO va boshqa xalqaro fondlar bilan hamkorlik qilish ziyoratgohlarning jahon miqyosidagi nufuzini oshirishga yordam beradi. Ekoturizm va barqaror turizm tamoyillarini joriy etish, majmualar atrofida tozalik, chiqindilarni qayta ishlash, mahalliy ekotizimni muhofaza qilish bo'yicha aniq rejalar ishlab chiqish ham xalqaro sayyohlar talabiga javob beruvchi omillardandir.

To'rtinchidan, ilmiy-tadqiqot ishlari va kadrlar tayyorlash masalasiga e'tibor kuchaytirilishi shart. Buxoro ziyoratgohlarining tarixiy hujjatlari, rivoyatlari, me'moriy xususiyatlari bo'yicha chuqur izlanishlar olib borish, arxeologik tadqiqotlar, xalq og'zaki ijodi namunalari, folklor hamda adabiy manbalarni sistematik o'rganish ushbu obidalarni yanada chuqur tanitishga yordam beradi. Oliy o'quv yurtlari bilan hamkorlik qilish, turizm, me'morchilik, tarix, etnografiya, folklor bo'yicha malakali kadrlar tayyorlashda Buxoro ziyoratgohlaridan amaliy bazasi sifatida foydalanish maqsadga muvofiq. Eng muhimi, ziyoratgohlar tarixi va diniy-ma'rifiy ahamiyatini chuqur biladigan, xorijiy tillarni mukammal egallagan, profesional gid va tarjimonlar sonini oshirish orqali sayyohlarga yuqori sifatli xizmat ko'rsatish hamda ijobiy taassurot qoldirish mumkin.

Mazkur maqolada taklif etilgan baholash metodikasi ziyoratgohlarning beshta asosiy mezon – diniy-ma'naviy, tarixiy-madaniy, infratuzilmaviy, boshqaruv va marketing, ijtimoiy-iqtisodiy ta'sir – bo'yicha balli tizimni o'z ichiga oladi. Buxoro shahridagi eng mashhur ziyoratgohlar misolida o'tkazilgan tahlil natijalari shuni ko'rsatadiki, ziyoratgohlar o'rtasida turistik salohiyat darajasi har xil. Eng yirik va rivojlangan, tarixiy obro'ga ega Poi Kalon majmuasi, Hazrati Xo'ja Bahouddin Naqshband majmuasi, Ismoil Somoniy maqbarasi yuqori ballarga ega bo'lsa, Qushbegi masjidi va Abduxoliq G'ijduvoni maqbarasi nisbatan pastroq ball to'plagan. Bunda, ayniqsa, infratuzilma, marketing va boshqaruv omillari hal qiluvchi o'rin tutayotgani ayon bo'ladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati.

1. Butler R. W. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources. *The Canadian Geographer*, 24(1), 5–12.
2. Rinschede, G. (1992). Forms of religious tourism. *Annals of Tourism Research*, 19(1), 51–67.
3. Shackley, M. (2001). *Managing Sacred Sites: Service Provision and Visitor Experience*. London: Continuum.

4. Scott, N., & Jafari, J. (2010). Tourism in the Muslim world. Bridging Tourism Theory and Practice, 2, Emerald.
5. Raj, R., & Griffin, K. (2015). Religious Tourism and Pilgrimage Management: An International Perspective. CABI.
6. UNESCO (1972). Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage.
7. ICOMOS (1999). International Cultural Tourism Charter: Managing Tourism at Places of Heritage Significance.
8. Boboqulov X. (2018). Buxoro viloyati turizm salohiyati va uni rivojlantirish istiqbollari. "Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar" ilmiy elektron jurnali, 2(6).
9. Qodirov Sh. (2020). O'zbekiston ziyorat turizmi: nazariy va amaliy tahlil. Toshkent: Turizm ilmiy markazi nashriyoti.
10. Ahmedov B. (2010). Buxoroning me'moriy yodgorliklari. Toshkent: Fan nashriyoti.

Akmal NIZAMOV,
ZARMED universiteti dotsenti, PhD
Nozimaxon MUZAFFAROVA,
ZARMED universiteti talabasi

YASHIL IQTISODIYOTNI RIVOJLANTIRISH ORQALI MAMLAKAT IQTISODIYOTIDA TURIZM TARMOG'I KO'LAMINI OSHIRISH

Annotatsiya. Ushbu maqolada yashil iqtisodiyotni rivojlantirish orqali turizm tarmog'ini kengaytirish imkoniyatlari tahlil qilinadi. Ekologik toza, barqaror va tabiatga zarar yetqazmaydigan turizm turlari orqali mamlakat iqtisodiyotini rivojlantirish, yangi ish o'rinlari yaratish va tabiiy resurslardan oqilona foydalanish masalalari ko'rib chiqiladi.

Аннотация. В данной работе рассматриваются возможности расширения туристической отрасли за счёт развития зелёной экономики. Анализируются меры по внедрению экологически чистых и устойчивых форм туризма, способствующих экономическому росту страны, созданию новых рабочих мест и рациональному использованию природных ресурсов.

Annotation. This paper explores the potential for expanding the tourism sector through the development of a green economy. It examines strategies for promoting eco-friendly and sustainable types of tourism that support national economic growth, job creation, and the rational use of natural resources.

Kalit so'zlari: yashil iqtisodiyot, turizm, barqarorlik, ekoturizm, iqtisodiy o'sish

Ключевые слова: Зелёная экономика, туризм, устойчивость, экотуризм, экономический рост

Key words: Green economy, tourism, sustainability, ecotourism, economic growth

Yashil iqtisodiyot – bu tabiiy resurslardan oqilona foydalanish, atrof-muhitga

zarar yetkazmaydigan ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish yo'nalishlarini rivojlantirishni nazarda tutuvchi iqtisodiy modeldir. O'zbekistonda yashil iqtisodiyot konsepsiyasi 2019-yilda tasdiqlangan "Yashil iqtisodiyotga o'tish strategiyasi" asosida shakllanmoqda. Bu borada qayta tiklanadigan energiya manbalari, chiqindisiz texnologiyalar va ekologik turizm ustuvor yo'nalishlar hisoblanadi [1].

Turizm – bu insonlarning dam olish, safar qilish, tarixiy va madaniy meros bilan tanishish maqsadida boshqa joylarga vaqtincha borish faoliyatidir. O'zbekistonda turizm iqtisodiy taraqqiyotning muhim tarmoqlaridan biri sifatida qaraladi. 2023–2025 yillar uchun mo'ljallangan strategiyaga ko'ra, ichki va tashqi turizmni rivojlantirish davlat siyosatining muhim yo'nalishlaridan biridir [2]. Barqaror rivojlanish – bu iqtisodiy o'sishni ta'minlagan holda atrof-muhitni saqlab qolishga yo'naltirilgan yondashuvdir. BMTning "2030-yilgacha barqaror rivojlanish maqsadlari" doirasida O'zbekiston ham milliy strategiyalar ishlab chiqqan. Turizmga barqarorlik ekologik muvozanatni saqlagan holda iqtisodiy foyda olish va mahalliy aholining farovonligini oshirishni ko'zda tutadi [3]. Ekoturizm – bu atrof-muhitni asrash, mahalliy aholining farovonligini yaxshilash va madaniy merosni saqlab qolishga xizmat qiladigan mas'uliyatli sayohat shaklidir. U odatdagi ommaviy turizmga qaraganda ko'proq ekologik, ijtimoiy va iqtisodiy jihatlariga e'tibor qaratadi. O'zbekistonda turizmni rivojlantirish uchun tog'li hududlar, qo'riqxonalar va milliy bog'lar salohiyatidan keng foydalanilmoqda. Xozirgi kunda mamlakatimizda ekoturizm yaxshi rivojlanmoqda. Misol tariqasida Shahrisabz shahrini olishimiz mumkin: Shahrisabz 2024-yilda ECO (Iqtisodiy hamkorlik tashkiloti) turizm poytaxti deb e'lon qilingan. Davlat qo'riqxonalari va milliy bog'lar ekoturizm klasterlariga aylantirilmoqda (masalan: Zarafshon, G'issar, Kitob, va boshqalar). "Travel to Nature" elektron platformasi va mobil ilovasi ishga tushirilmoqda – bu orqali sayohatlar rejalashtirish osonlashadi. Turizm infratuzilmasiga 205 milliard so'm ajratilib, ekoturistik zonalarda yo'l, suv va elektr ta'minoti yaxshilanmoqda. 2027-yil BMT tomonidan "Barqaror turizm yili" deb e'lon qilindi – bu O'zbekiston tashabbusi edi. [4]. Iqtisodiy o'sish – bu mamlakatda ishlab chiqarilayotgan mahsulot va xizmatlar hajmining ortishi, yalpi ichki mahsulotning ko'payishi bilan tavsiflanadi. Yashil iqtisodiyot va turizmning uyg'unlashuvi O'zbekistonda yangi ish o'rinlari yaratish, investitsiyalarni jalb etish va byudjet tushumlarini ko'paytirishga xizmat qiladi [5].

Xulosa qilib aytganda, yashil iqtisodiyotni rivojlantirish – bu nafaqat atrof-muhitni muhofaza qilish, balki iqtisodiy barqarorlikka erishishning ham muhim omilidir. Turizm sohasini yashil iqtisodiyot talablari asosida tashkil etish, mamlakatda barqaror turizm modellari joriy etilishi, tabiiy resurslardan oqilona foydalanish va mahalliy aholi farovonligini oshirishga xizmat qiladi. O'zbekistonda yashil iqtisodiyotga o'tish va turizmni rivojlantirish bo'yicha davlat siyosati, qonunchilik asoslari hamda amaliy ishlar bu yo'nalishda katta imkoniyatlar yaratmoqda. Shu bois, ekologik toza, innovatsion va barqaror turizm turlarini rivojlantirish orqali mamlakat iqtisodiyotida turizm tarmog'ining hissasini oshirish imkoniyati mavjud.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori. “2023–2025-yillarda turizm sohasini rivojlantirish strategiyasi to‘g‘risida”gi qaror. 2023 yil. – lex.uz (<https://lex.uz/>)

2. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining qarori. “Yashil iqtisodiyotga o‘tish strategiyasi va uni amalga oshirish bo‘yicha yo‘l xaritasi”. 2019 yil. – lex.uz (<https://lex.uz/>)

3. Tashpulatov Sh.T., Karimov A.A. Yashil iqtisodiyot va barqaror rivojlanish. – Toshkent: Iqtisodiyot, 2021.

4. Bobojonov H.X., Saydullaeva Z.M. Ekoturizm: nazariya va amaliyot. – Toshkent: Turon-Iqbol, 2020.

Mohinur SAMANDAROVA,
Urganch davlat universiteti magistranti

IJTIMOIIY MEDIA MARKETINGI HAQIDA TUSHUNCHA VA UNI QO‘LLASHNING O‘ZIGA XOS JIHATLARI

Annotatsiya: So‘nggi yillarda ijtimoiy tarmoqlar juda keng tarqalib, ular kontent almashish va onlayn reklama uchun muhim ahamiyat kasb etmoqda. O‘zining ishonchliligi, barqarorligi va tezkorligi tufayli ijtimoiy tarmoqlar, onlayn marketing kabi bizneslar uchun katta imkoniyatlar yaratdi. Ushbu maqolada ijtimoiy media marketingi tushunchasi, ijtimoiy uning turizm sohasidagi o‘rni va ahamiyati dolzarbligi haqida aytib o‘tilgan.

Kalit so‘zlar: ijtimoiy media, marketing, turizm, reklama, kommunikatsiya.

Аннотация. В последние годы социальные сети получили широкое распространение и приобрели важное значение как для обмена контентом, так и для онлайн-рекламы. Благодаря своей надёжности, стабильности и оперативности, социальные сети открыли большие возможности для бизнеса, включая онлайн-маркетинг. В данной статье рассматривается понятие маркетинга в социальных медиа, а также актуальность и значимость его применения в сфере туризма.

Ключевые слова: социальные медиа, маркетинг, туризм, реклама, коммуникация.

Abstract In recent years, social networks have become very popular, and they are becoming increasingly important for content sharing and online advertising. Due to their reliability, stability and speed, social networks have created great opportunities for businesses such as online marketing. This article discusses the concept of social media marketing, its role and relevance in the tourism industry.

Keywords: Social media, marketing, tourism, advertising, communication.

Bugungi rivojlangan raqamli asrda hayotimizni elektron qurilmalarsiz tasavvur qila olmas ekanmiz ularning reklamadagi aniqrog‘i onlayn marketingdagi o‘rni beqiyos ekanligini ham hech ikkilanmasdan ayta olamiz. Ijtimoiy media tarmoqlarining reklama va uni tarqatishdagi o‘rni juda ahamiyatlidir. Chunki, u orqali

dunyoning istalgan burchagida turib inson o'zi istagan narsasi haqida ma'umot olishi mumkin. Bu borada marketing tushunchasi birmuncha yangi tushunchalardan biri hisoblanganligi tufayli iste'molchi bozorining ham unga bo'lgan talabi yuqori. Bugungi kunda rivojlanayotgan katta auditoriyali ijtimoiy media tarmoqlariga misol qilib: Instagram, Facebook, MySpace, Digg, Twitter, LinkedIn va Google+ larni misol qilishimiz mumkin.

Ijtimoiy media marketing (SMM – social media marketing) – mahsulot va xizmatlarni online targ'ib qilish va shu orqali xaridorlarni ham jalb qilish hamda mahsulotlarni to'g'ridan to'g'ri sotishda xaridorlarda tasavvur uyg'otuvchi faoliyatni ijtimoiy medialarda amalga oshirish.

Ijtimoiy media– bu shunday internet platformaki undan ko'plab insonlar faol foydalanib har xil kontentlar orqali o'zlariga kerakli bo'lgan ma'lumotlarni olishlari mumkin.

Brend – bir mahsulotning shunday darajaga yetishiki uni shu nom yoki logotip orqali bimalol boshqa mahsulotlardan ajrata olish va u haqida vizual tasavvurga ega bo'lish.

Maqsadli auditoriya – bironbir mahsulot yoki tovarni sotib olish, undan foydalanish ehtimoli yuqori bo'lgan shaxs guruhi.

Kontent marketing – bu shunday marketingki maqsadli loyiha uchun yaratilgan sahifa, videorolik, podcast yoki tasvir.

Platforma – o'zining imkoniyati va funksiyalari orqali boshqa tizimlarni yo'lga qo'yishga xizmat qiluvchi — o'zak dastur. [1]

Ijtimoiy tarmoqlarda marketing (SMM) - juda effektiv qurol bo'lib, uning yordamida, ijtimoiy tarmoqlardan, bloglardan, kundaliklardan va forumlardan saytga foydalanuvchilarni jalb etish mumkin. Foydalanuvchilar va potensial mijozlarni jalb etishni reklama yordamida sotib olish mumkin. Ammo potensial auditoriyani sotib olish mumkin emas faqatgina ularning ishonchini qozonish mumkin xalos. Ijtimoiy mediada muhitlar - bu mijozlar/foydalanuvchilar bilan muloqot qilish quroli. Hozirgi kunda bu auditoriyani teletomoshabinlar auditoriyasi bilan solishtirish mumkin. Eng katta farqi shundaki, bu auditoriya teletomoshabinlar auditoriyasidan ko'ra ancha ehtiyotkorroq, faolroq va juda diqqatliroqdir. SMM reklamadan ko'ra ko'proq PRga o'xshash. SMM bu bevosita har xil jamoalar, jamiyatlar, foydalanuvchilar guruhlari bilan ishlashdir.

Marketing kommunikatsiyalari, kompaniya va uning brendining “ovoz”i deb ataladigan, brend yaratish va iste'molchilar o'rtasidagi munosabatlarni mustahkamlash uchun iste'molchilarni muloqotga jalb qilishga intiladigan marketingning to'rt prinsipidan biridir [2]. So'nggi yillarda amaliyotchilar uchun mavjud bo'lgan turli reklama vositalarini birlashtirish zaruriyati paydo bo'ldi, bu esa iste'molchilarga turli media vositalari orqali bir xil xabarni etkazish imkonini beradi. Bu integratsiyalangan reklama vositalari, Integrated Marketing Communications (IMC) deb ataladi [3], iste'molchilarga yo'naltirilgan marketing tizimi uchun ishlab chiqilgan bo'lib, unda tarqatish kanallari, bozorning moliyaviy holati, raqobat va qo'llab-quvvatlovchi sanoat kabi marketing o'zgaruvchilari birlashtirilgan. Rivojlanayotgan bozorlar iste'molchilarini maqsad qilish yanada murakkablashmoqda, chunki ko'plab amaliyotchilar va transmilliy kompaniyalar bu

bozorlarga kirganlarida rivojlanayotgan iste'molchi bozorlarining (ECM) siyosiy, iqtisodiy va madaniy jihatlaridan G'arb bozorlaridan sezilarli darajada farq qilishini hisobga olishmaydi [4]. Tahlillar shuni ko'rsatadiki, sanoat mutaxassislari ko'pincha "noto'g'ri" G'arb tamoyillarini rivojlanayotgan bozorlar uchun qo'llashda muvaffaqiyatsizlikka uchraydilar [5], bu ko'pincha o'z-o'ziga murojaat qilish mezonini (SRC) aks ettiradi. Shu sababli, IMCni ishlab chiqish rivojlanayotgan bozorlarning ahamiyati tan olinganligi sababli yanada murakkablashdi [5]. Masalan, rivojlanayotgan bozorlarda IMC uchun zarur bo'lgan ko'plab omillar yoki yo'qligi, yoki boshlang'ich rivojlanish bosqichida ekanligi qayd etilgan. Shu bilan birga, sanoat uchun quyidagi savollar muhim bo'lib qoladi: yangi rivojlanayotgan bozorlar uchun IMC bilan bog'liq strategiyalarni qanday optimallashtirish mumkin? Mavjud IMC vositalari madaniy jihatdan mos keladimi? Agar yo'q bo'lsa, strategiyalarni bozordagi madaniy xususiyatlarga qarab qanchalik moslashtirish yoki standartlashtirish kerak? [6]

Mavjud tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, ko'plab marketing nazariyalari G'arb sharoitlaridan kelib chiqadi va ijtimoiy-iqtisodiy, institutsional va madaniy kontekstlarni aniq hisobga olmasdan xalqaro umumlashmalar qilish mumkin, deb taxmin qilinadi [7]. Alden, Stinkamp va Batra [8] tomonidan taklif qilingan yondashuv shuni ta'kidlaydiki, global strategiya rivojlanayotgan bozorlar (ECM) uchun mahalliy strategiyaga qaraganda samaraliroq bo'lishi mumkin, chunki bu bozorlardagi iste'molchilar "iqtisodiy markaz"ga qoyil qolishga moyildirlar [8], garchi ko'plab hollarda mahsulot va brendlar qiymati mahalliy kontekstda o'zgarishi mumkin [4, 9]. Boshqa tomondan, London va Xart [10] rivojlanayotgan bozorlarda G'arbning iqtisodiy rivojlanish modellari har doim ham qo'llanilmasligi mumkinligini tan olish muhimligini ta'kidlaydilar [10].

Ushbu maqolada keltirilgan rivojlanayotgan bozorlardagi kompaniya va tashkilotlar misollari, ularning rivojlanayotgan bozorlarni (EMC) egallash uchun qanday raqobatlashayotganini ko'rsatadi. Ularning strategiyalarining markaziy elementi ijtimoiy tarmoqlardan foydalanishdir, bu G'arbning transmilliy korporatsiyalari va kichik biznes o'rtasidagi resurslar bo'yicha katta tafovutni qisqartiradi. Ijtimoiy tarmoqlar odamlarni yuzlab yoki minglab boshqa odamlarga mahsulot va xizmatlar haqida muloqot qilish imkonini berdi va iste'molchilar o'rtasidagi muloqotning bozorga ta'siri sezilarli darajada oshdi [11]. Facebook, YouTube, Google va Twitter kabi yangi media-kanallar an'anaviy biznes modellar va korporativ strategiyalarga tahdid solmoqda, biroq yangi moslashuvchan strategiyalar orqali o'sish uchun katta imkoniyatlar ham yaratmoqda [12]. Henning-Turau va boshqalar [12] yangi medialarning xususiyatlarini quyidagicha ta'riflaydi: (i) raqamlashtirish (raqamli mahsulotlarning qo'shimcha nusxalarini ishlab chiqarish deyarli hech qanday xarajat qilmaydi va jismoniy shaxslar o'z yaratuvchilarini global auditoriyaga oson tarqata oladi); (ii) proaktivlik (yangi medialardan qiymat zanjirining barcha qismlariga hissa qo'shish uchun foydalanish, masalan, mahsulotlar haqida fikr bildirish, yangi mahsulotlarni sinovdan o'tkazish va kamchiliklarni xabar qilish va hokazo); (iii) ko'rinishlilik (iste'molchilarning faoliyati boshqalarga ko'rinadi); (iv) real vaqt va xotira (yangi media iste'molchilar uchun yaratilgan paytda mavjud bo'lib, ularga tajribalar va izohlarni ulashish imkonini beradi,

shuningdek, fikr-mulohazalar cheklanmagan vaqt davomida mavjud bo‘ladi); (v) keng tarqalganlik (iste’molchilar deyarli har qanday joyda va vaqtda boshqa odamlar va kompaniyalar bilan muloqot qilishlari yoki ularga erishishlari mumkin) va (vi) tarmoq (iste’molchilar yangi medialardan ijtimoiy tarmoqlarda qatnashish, kontent yaratish va almashish, muloqot qilish va o‘zaro munosabatlarni qurish uchun foydalanadilar). Albatta, iste’molchilarning xatti-harakatlarida, kompaniyalar bilan o‘zaro munosabat usullarida va hatto tranzaksiya va mijozlar natijalarida o‘zgarishlar yuz bermoqda; ushbu maqolada keltirilgan kompaniya va tashkilotlar marketing kommunikatsiya strategiyalarini ishlab chiqishda ushbu o‘zgarishlardan vosita sifatida foydalanganlar.

AirAsia bu yerda rivojlanayotgan bozorlardagi kompaniyaga misol sifatida keltirilgan bo‘lib, u G‘arb kontekstida ishlagan marketing amaliyotlarini qo‘llash va kengaytirishdan foyda olgan, lekin ayniqsa mijozlar bilan o‘zaro aloqada ijtimoiy tarmoqlardan foydalanish orqali yanada kuchaytirilgan. Past xarajatli G‘arb biznes modeli va “Haqiqiy odamlar, haqiqiy hikoyalar” kabi innovatsion marketing texnikalari, mijozlarga o‘z taassurotlarini ijtimoiy tarmoqlarda baham ko‘rish imkoniyatini berib, bu Osiyodagi kichik byudjetli aviakompaniyani global o‘yinchilardan biriga aylantirishning asosiy omili bo‘ldi.

Boshqa tomondan, Cathay Pacific Airways ijtimoiy tarmoqlarni, xususan, LinkedInni, o‘z brendi haqida ma’lumotni oshirish va maqsadli auditoriya – biznes sayohatchilarini jalb qilish uchun ishlatgan. Aviakompaniya LinkedIn’dan quyidagicha foydalangan:

(a) biznes sayohatiga aloqador LinkedIn guruhlariga a’zo bo‘lgan foydalanuvchilarni aniqlash;

(b) ushbu foydalanuvchilarga reklama e’lonlari va homiylik qilingan so‘rovlar orqali yo‘naltirilgan takliflar berish;

(c) Cathay Pacific Airways sahifasini yaratish va “Status yangilanishlari” hamda “Tavsiya etish” funksiyalaridan brendni tanitish va auditoriyani jalb qilish uchun foydalanish.

Bu marketing kampaniyasi biznes sayohatchilari orasida katta qiziqish uyg‘otdi, aviakompaniyaning mahsulot sahifasida yuzga yaqin tavsiyalar yig‘ildi va eng muhimi, reklama samaradorligi haqida ma’lumot va kelajakdagi kampaniyalar uchun foydali ma’lumotlar taqdim etdi.

Oxir-oqibat, Filippin Turizm Departamentining turizm kampaniyasiga oid tadqiqot mahalliy imkoniyatlarni kengaytirish, an’anaviy marketing amaliyotlari va ijtimoiy tarmoqlar strategiyalarining uyg‘unlashuvi misoli hisoblanadi. “Filippinda sayohat qilish qiziqarliroq” kampaniyasi filippinliklarning ijtimoiy tarmoqlardagi faolligidan foydalanib, ularga o‘z memlarini yaratishga imkon berdi (buning uchun maxsus ilova va ma’lum qoidalar ishlab chiqilgan), natijada kompaniya qisqa vaqt ichida virusli tarqalishga erishdi. Bu kompaniya bir yil ichida mamlakatga ilk bor to‘rt million nafar turistni jalb qilishga olib keldi va rivojlanayotgan bozorlarga samarali yetib bordi.

So‘nggi yillarda marketing kommunikatsiyalari manzarasi yangi media rivojlanishi tufayli keskin o‘zgardi, bu esa iste’molchilarning imkoniyatlarini sezilarli darajada kengaytirdi va kompaniyalar va tashkilotlarning ular bilan o‘zaro aloqa

usullarini o'zgartirdi. Biroq, bu rivojlanayotgan bozorlardagi kompaniyalarga G'arb madaniy amaliyotlarini ijtimoiy tarmoqlar va hatto an'anaviy marketing usullari salohiyati bilan birlashtirish yoki maqsadli bozorlar ustida diqqatni jamlash orqali o'z marketing yondashuvlarini kuchaytirish uchun qo'shimcha strategiyani taqdim etdi. Rivojlanayotgan bozorlardagi iste'molchilar va kompaniyalar, shuningdek, ijtimoiy tarmoqlar – bu zamonaviy tendensiyalardir va ular marketologlar va tadqiqotchilar tomonidan doimiy ravishda kuzatilishi kerak, chunki ular ko'p millatli korporatsiyalar uchun ham, milliy va mahalliy biznes uchun ham yangi imkoniyatlarni ochadi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Niyozova I., Qanbarov A. (2024) . Raqamli iqtisodiyot sharoitida ijtimoiy media marketingining ahamiyati va afzalliklari. *Journal of Formation of psychology and pedagogy as Interdisciplinary sciences.*, 179 – 180
2. Keller, K. L. (2009). Zamonaviy marketing kommunikatsiyalarida kuchli brendlar yaratish. *Journal of Marketing Communications*, 15(2–3), 139–155.
3. Hartley, B., & Pickton, D. (1999). Integratsiyalangan marketing kommunikatsiyalari yangi fikrlash yondashuvini talab qiladi. *Journal of Marketing Communications*, 5(2), 97–106.
4. Guillaume, D. J., Elliot, R. M., & Grier, S. A. (2010). “Yangi” Janubiy Afrikadagi ko'p madaniyatli reklamaning ta'sirini konseptualizatsiya qilish. *Journal of Global Marketing*, 23(3), 189–207.
5. Al-Hemaidi, S., Y. Belachew, P. Bhattacharya, N. Houki, A. Fanqiu Hu, A. Kar, J. Liu, S. Narayanaswamy, M. Cullivan, N. Vijay & Omokwale, O. O. (2013). Rivojlanayotgan bozorlarda IMKn tushunish: o'nta rivojlanayotgan bozorning resurslari va marketing muhiti tadqiqi.
6. Schultz, D. E., & Patti, C. H. (2009). IMK evolyutsiyasi: mijozlarga yo'naltirilgan bozordagi IMK. *Journal of Marketing Communications*, 15(2–3), 75–84.
7. Steenkamp, J.-B. (2005). AQSh izolyatsiyasidan chiqish: xalqaro marketing tadqiqotlarini o'tkazishga chaqiriq. *Journal of Marketing*, 69, 6–8.
8. Alden, D. L., Steenkamp, J. B., & Batra, R. (1999). Osiyo, Shimoliy Amerika va Yevropada reklama orqali brendni joylashtirish: global iste'mol madaniyatining roli. *Journal of Marketing*, 63(1), 75–87.
9. Ger, G. (1999). Global qishloqda mahalliyashtirish: global bozorlarda raqobatlashayotgan mahalliy kompaniyalar. *California Management Review*, 41(4), 64–83.
10. London, T., & Hart, S. (2004). Rivojlanayotgan bozorlar uchun strategiyalarni qayta kashf etish: transmilliy modeldan tashqarida. *Journal of International Business Studies*, 35, 350–370.
11. Mangold, G., & Faulds, D. (2009). Ijtimoiy media: reklama kompleksining yangi gibril elementi. *Business Horizons*, 52(4), 357–365.
12. Hennig-Thurau, T., Malhotra, C., Gensler, S., Lobschat, L., Rangaswamy, A., & Skiera, B. (2010). Yangi ommaviy axborot vositalarining mijozlar bilan munosabatlarga ta'siri. *Journal of Service Research*, 13(3), 311–330.

NAVOIY VILOYATIDA AHOLINI KAM TA'MINLANGAN VA IJTIMOIIY HIMOYAGA MUHTOJ QATLAMLARINI MUHOFAZA QILISHNING ASOSIY YO'NALISHLARI (INKLYUZIV TURIZM MISOLIDA)

Annotatsiya. Mazkur tezisda Navoiy viloyatidagi mavjud ijtimoiy holat, aholini ijtimoiy himoyalashning amaldagi mexanizmlari va inklyuziv turizm orqali bu qatlamlarni qo'llab-quvvatlash yo'llari tahlil qilinadi. Shuningdek, viloyatda inklyuziv turizmni rivojlantirish orqali ijtimoiy adolat va barqaror rivojlanishga erishish imkoniyatlari ko'rib chiqiladi.

Kalit so'zlar: kam ta'minlangan aholi, ijtimoiy himoya, inklyuziv turizm, Navoiy viloyati, turizm infratuzilmasi va zaif qatlamlar.

Аннотация. В данной статье анализируется современная социальная ситуация в Навоийской области, существующие механизмы социальной защиты населения, пути поддержки этих групп посредством инклюзивного туризма. Также рассматриваются возможности достижения социальной справедливости и устойчивого развития посредством развития инклюзивного туризма в регионе.

Ключевые слова: малообеспеченное население, социальная защита, инклюзивный туризм, Навоийская область, туристическая инфраструктура, уязвимые группы.

Abstract. This thesis analyzes the current social situation in Navoi region, existing mechanisms for social protection of the population, and ways to support these groups through inclusive tourism. It also examines the possibilities of achieving social justice and sustainable development through the development of inclusive tourism in the region.

Keywords: low-income population, social protection, inclusive tourism, Navoi region, tourism infrastructure, and vulnerable groups.

Bugungi kunda O'zbekistonning barcha hududlarida, jumladan, Navoiy viloyatida ham aholini ijtimoiy himoyalash, ayniqsa kam ta'minlangan va imkoniyati cheklangan qatlamlarga qulay sharoitlar yaratish davlat siyosatining ustuvor yo'nalishlaridan biriga aylangan. Aholining ijtimoiy himoyaga muhtoj qatlamlari orasida nogironligi bo'lgan shaxslar, yolg'iz keksalar, kam daromadli oilalar va bolali ayollar alohida e'tibor talab qiladi. Bu toifadagi fuqarolar uchun hayot sifatini oshirishda faqat moddiy yordam bilan cheklanib qolmasdan, ularni ijtimoiy jarayonlarga jalb etish ham muhim ahamiyat kasb etadi.

Shu nuqtai nazardan, so'nggi yillarda "inklyuziv turizm" tushunchasi ijtimoiy siyosatga integratsiyalashmoqda. Inklyuziv turizm – bu turizm sohasini barcha ijtimoiy qatlamlar, jumladan, imkoniyati cheklangan va kam ta'minlangan fuqarolar uchun ham ochiq va qulay qilishga qaratilgan konsepsiyadir. Bu yondashuv nafaqat ijtimoiy tenglikni ta'minlash, balki iqtisodiy faollikni kengaytirish, turizm

infratuzilmasini modernizatsiya qilish va yangi ish o‘rinlarini yaratish orqali hududiy taraqqiyotga xizmat qiladi.

Navoiy viloyati geografik jihatdan O‘zbekiston markazida joylashgan bo‘lib, iqtisodiy va sanoat salohiyatiga ega bo‘lgan hududlar qatoridan joy oladi. Biroq viloyatning ba’zi chekka hududlarida aholi, ayniqsa nogironligi bo‘lgan shaxslar, yolg‘iz keksalar, kam ta‘minlangan oilalar va ko‘p farzandli ayollarning hayot sharoitlari hali ham ijtimoiy himoyani talab qilmoqda. Davlat statistikasiga ko‘ra, viloyatda ijtimoiy nafaqadorlar soni yildan-yilga ortib bormoqda, bu esa ushbu qatlamlarni qo‘llab-quvvatlashga yangicha yondashuvlarni talab etadi.

So‘nggi yillarda O‘zbekiston hukumati tomonidan ijtimoiy adolat tamoyillarini amaliyotga tatbiq etish borasida qator chora-tadbirlar amalga oshirilmoqda. Navoiy viloyatida ham “Temir daftar”, “Ayollar daftari” va “Yoshlar daftari” kabi tizimlar orqali aholining zaif qatlamlarini aniqlash va ularni moddiy-psixologik qo‘llab-quvvatlash ishlari yo‘lga qo‘yilgan. Bundan tashqari, ijtimoiy xizmatlar agentligi, viloyat hokimligi huzuridagi xotin-qizlar va nogironlar jamiyatlari ham bu borada faoliyat olib bormoqda.

Inklyuziv turizm – bu barcha fuqarolar, ularning jismoniy, ijtimoiy yoki iqtisodiy imkoniyatlaridan qat’i nazar, turizm xizmatlaridan to‘laqonli foydalanish imkoniyatiga ega bo‘lishi uchun yaratilgan tizimdir. Bu yondashuv BMTning Barqaror rivojlanish maqsadlari (SDG) bilan hamohang bo‘lib, xususan, “Hech kim ortda qolmasin” tamoyilini amalga oshirishga xizmat qiladi.

Navoiy viloyatida inklyuziv turizm imkoniyatlarini kengaytirish orqali nogironlar aravachasi foydalanuvchilari uchun qulay marshrutlar, ko‘zi ojizlar uchun audio-gidlar, eshitish qobiliyati zaiflar uchun vizual belgilar va iqtisodiy qiyinchiliklarga duch kelganlar uchun imtiyozli xizmatlar joriy etilishi mumkin. Bu nafaqat ularning jamiyatga integratsiyasini ta‘minlaydi, balki turizm sohasida ham yangi iste‘molchilar qatlamini shakllantiradi.

Viloyatda mavjud bo‘lgan qadimiy yodgorliklar – Qosim Shayx maqbarasi, Mir Said Bahrom maqbarasi, Sarmishsoy darasi va boshqa sayyohlik maskanlari inklyuziv turizmni rivojlantirish uchun ulkan salohiyatga ega. Shu bois, Navoiy viloyatining turizm infratuzilmasini inklyuzivlik tamoyillari asosida modernizatsiya qilish zarur. Jumladan:

- sayyohlik obyektlariga kirish yo‘laklarini moslashtirish;
- maxsus transport va gid xizmatlarini joriy etish;
- ijtimoiy imtiyozli tur paketlarini yaratish;
- inklyuziv turizm bo‘yicha mahalliy gidlar va xizmat ko‘rsatuvchi xodimlarni tayyorlash.

Bu chora-tadbirlar aholi orasida turizmga bo‘lgan qiziqishni oshiribgina qolmay, balki mahalliy iqtisodiyotning jonlanishiga, bandlik darajasining oshishiga va ijtimoiy tenglik tamoyillarining mustahkamlanishiga olib keladi.

Yuqoridagi tahlillardan kelib chiqib, Navoiy viloyatida aholini, ayniqsa kam ta‘minlangan va ijtimoiy himoyaga muhtoj qatlamlarni muhofaza qilish masalasi jamiyat taraqqiyotining muhim ijtimoiy-iqtisodiy vazifalaridan biri ekanligini ko‘rish mumkin. Viloyat aholisi orasida zaif ijtimoiy guruhlarning mavjudligi ularni moddiy yordam bilan cheklanmagan holda, to‘laqonli ijtimoiy hayotga jalb etishni talab

qiladi. Shu nuqtai nazardan, inklyuziv turizmni rivojlantirish bu masalaga innovatsion va barqaror yechim sifatida qaralmoqda.

Inklyuziv turizm – bu nafaqat sayyohlik sohasining yangi bozor segmentini shakllantirish vositasi, balki ijtimoiy adolat, teng imkoniyat va inson huquqlari tamoyillarining amalda ifodasidir. Bu model orqali imkoniyati cheklangan, iqtisodiy jihatdan zaif qatlam vakillari ham turizm xizmatlaridan foydalanish huquqiga ega bo‘ladi, bu esa ularning o‘ziga bo‘lgan ishonchini mustahkamlab, jamiyatda faolligini oshiradi.

Navoiy viloyatining o‘ziga xos tarixiy, madaniy va tabiiy boyliklari, mavjud sayyohlik infratuzilmasi inklyuziv turizmni bosqichma-bosqich joriy etishga qulay sharoit yaratadi. Bu borada quyidagi xulosalarga kelish mumkin:

1. Kam ta‘minlangan va ijtimoiy himoyaga muhtoj qatlamlarning aniq ehtiyojlarini o‘rganish va ularga mos xizmatlar ishlab chiqish zarur. Bu, o‘z navbatida, davlat organlari, fuqarolik jamiyati institutlari va xususiy sektorning hamkorlikda ishlashini taqozo etadi.

2. Inklyuziv turizm infratuzilmasini yaratish – sayyohlik obyektlarida nogironlar aravachasi uchun moslashtirilgan kirish yo‘laklari, maxsus transport, vizual va audio materiallar, ijtimoiy tur paketlar, gidlar uchun treninglar kabi yechimlarni o‘z ichiga oladi.

3. Davlat va xususiy sektor o‘rtasidagi hamkorlikni kuchaytirish zarur. Grantlar, subsidiya dasturlari, ijtimoiy sheriklik asosida inklyuziv loyihalar moliyalashtirilsa, bu sektor barqaror rivojlanadi.

4. Mahalliy aholi va tadbirkorlarni jalb etish orqali yangi ish o‘rinlari yaratiladi, turizm sohasida ijtimoiy mas‘uliyat kuchayadi va mahalliy iqtisodiyot jonlanadi.

5. OAV va ijtimoiy tarmoqlarda inklyuziv turizmni targ‘ib qilish, uning mohiyatini tushuntirish va ijtimoiy ongda bu yondashuvning dolzarbligini shakllantirish zarur.

6. O‘rta va oliy ta‘lim muassasalarida inklyuziv turizm yo‘nalishi bo‘yicha kadrlar tayyorlash kelajakda sohaga malakali mutaxassislar yetishtirishda muhim rol o‘ynaydi.

Shunday qilib, inklyuziv turizmni Navoiy viloyatining ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish strategiyasiga kiritish, ijtimoiy tenglikni ta‘minlash, aholining turmush sifatini oshirish va turizm sohasining yangi bosqichga chiqishiga asos yaratadi. Bu nafaqat viloyat, balki mamlakat miqyosida ijtimoiy inklyuziyani chuqurlashtirishga xizmat qiluvchi muhim yo‘nalishdir.

Adabiyotlar ro‘yxati

1. Eshmurodov, R., & Mirzayeva, M. (2024). O‘zbekiston Respublikasida turizm sohasida kadrlar tayyorlash tizimini takomillashtirish: muammolar va strategiyalar. *Journal of Tourism Studies*, 15(3), 120-134. www.stat.uz

2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori. (2024, iyul 18). Turizm sohasida kadrlar tayyorlash tizimini takomillashtirish chora-tadbirlari (PQ-269-sonli qaror). Lex.uz. <https://www.lex.uz/docs/-7031185>

IV SHO‘BA

ZIYORAT TURIZMNI RIVOJLANTIRISHNING HUDUDIIY XUSUSIYATLARI VA INNOVATSION YONDASHUVLARI

Fayyoza BAZAROVA,
Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti dotsenti, i.f.n.

HUDUDIIY ZIYORAT VA XALQARO TURISTIK XIZMATLAR KO‘RSATILISHIDA TO‘QIMACHILIK KORXONALARI MILLIIY BREND MAHSULOTLARIDAN FOYDALANISHNING INNOVATSION YONDASHUVLARI

Annotatsiya. Ushbu maqolada hududiy ziyorat va xalqaro turistik xizmatlar ko‘rsatilishida O‘zbekiston to‘qimachilik korxonalari milliy brend mahsulotlaridan foydalanishning innovatsion yondashuvlari tadqiq etilgan. Maqolada to‘qimachilik mahsulotlarini ziyorat turizmiga integratsiyalashning samarali modellarini ishlab chiqish, milliy brend mahsulotlarining marketing strategiyalarini takomillashtirish va turistik xizmatlar tizimiga milliy to‘qimachilik mahsulotlarini joriy etishning innovatsion yondashuvlari taklif etilgan.

Kalit so‘zlar: to‘qimachilik korxonalari, milliy brend, ziyorat turizmi, turistik xizmatlar, innovatsion yondashuvlar, marketing strategiyalari, integratsion modellar, turistik destinatsiya.

Аннотация. В данной статье исследуются инновационные подходы к использованию национальных брендовых продуктов текстильных предприятий Узбекистана в предоставлении региональных паломнических и международных туристических услуг. В статье предложены эффективные модели интеграции текстильных изделий в паломнический туризм, совершенствование маркетинговых стратегий национальных брендовых продуктов и инновационные подходы к внедрению национальных текстильных изделий в систему туристических услуг.

Ключевые слова: текстильные предприятия, национальный бренд, паломнический туризм, туристические услуги, инновационные подходы, маркетинговые стратегии, интеграционные модели, туристическая дестинация.

Abstract. This article explores innovative approaches to using national brand products of textile enterprises of Uzbekistan in the provision of regional pilgrimage and international tourism services. The article proposes effective models for integrating textile products into pilgrimage tourism, improving marketing strategies for national brand products, and innovative approaches to implementing national textile products in the tourism service system.

Keywords: textile enterprises, national brand, pilgrimage tourism, tourism services, innovative approaches, marketing strategies, integration models, tourist destination.

O‘zbekistonda turizm sohasi, xususan ziyorat turizmini rivojlantirish davlat siyosati darajasiga ko‘tarilgan muhim yo‘nalishlardan biriga aylandi. Mamlakatimizning boy tarixiy-madaniy merosi, qadimiy shaharlar va ziyoratgohlarning mavjudligi hududiy ziyorat va xalqaro turistik xizmatlar ko‘rsatish

salohiyatini oshirmoqda. Biroq, turistik xizmatlar diversifikatsiyasi va milliy brendlar bilan integratsiyalashuvi masalalari hali to'liq hal etilmagan dolzarb muammolar sirasiga kiradi.

To'qimachilik sanoati O'zbekistonning an'anaviy va rivojlangan tarmoqlaridan biri bo'lib, atlas, adras, shoyi, zardo'zi kabi milliy matolar dunyo miqyosida tan olingan. Ushbu mahsulotlardan ziyorat turizmi va xalqaro turistik xizmatlar ko'rsatish sohasida samarali foydalanish nafaqat turistik tajribani boyitadi, balki milliy to'qimachilik korxonalari uchun ham yangi eksport va sotish imkoniyatlarini yaratadi.

Tadqiqot jarayonida qator ilmiy-amaliy metodlardan foydalanildi:

1. Qiyosiy tahlil metodi: To'qimachilik korxonalari milliy brend mahsulotlaridan turistik sohalarda foydalanishning xorijiy tajribasi o'rganildi va O'zbekiston sharoitiga moslashtirish imkoniyatlari baholandi.

2. Statistika tahlil: 2021-2023-yillar mobaynida O'zbekistonga tashrif buyurgan turistlar orasida o'tkazilgan so'rovnoma natijalarini statistik tahlil qilish orqali milliy to'qimachilik mahsulotlariga bo'lgan talab va ularning xarid qilish darajasi aniqlandi.

3. Ekspert baholash usuli: Turizm sohasi (12 nafar) va to'qimachilik sanoati (15 nafar) mutaxassislari o'rtasida chuqurlashtirilgan intervyular o'tkazildi. Ekspertlarning fikr-mulohazalari asosida milliy to'qimachilik mahsulotlarini turistik xizmatlarga integratsiyalashning samarali usullari aniqlandi.

4. SWOT-tahlil: O'zbekiston to'qimachilik korxonalari milliy brend mahsulotlarining turistik bozordagi kuchli va zaif tomonlari, imkoniyatlari va tavakkalchiliklari aniqlandi.

5. Pilot loyihalar natijalarini baholash: Maqola muallifi ishtirokida 2022-2023 yillarda Samarqand, Buxoro va Xiva shaharlarida amalga oshirilgan 3 ta pilot loyiha natijalari tahlil qilindi va amaliy tavsiyalar ishlab chiqildi.

O'zbekiston ziyorat turizmining jadal rivojlanishi mamlakat iqtisodiyotiga sezilarli ta'sir ko'rsatmoqda. 2023-yilda mamlakatimizga tashrif buyurgan 7,5 million turistning 46 foizi ziyorat maqsadida kelgan [1]. Biroq, so'rovnoma natijalari shuni ko'rsatdiki, ziyorat maqsadida kelgan turistlarning faqat 23 foizi O'zbekiston milliy to'qimachilik mahsulotlarini xarid qilgan, 68 foizi esa bunday mahsulotlar haqida yetarli ma'lumotga ega emasligini ta'kidlagan [2].

Tadqiqot davomida aniqlangan muammolar quyidagilardan iborat:

1. To'qimachilik korxonalari va turistik xizmatlar o'rtasida tizimli hamkorlik mexanizmlarining yetarli darajada shakllanmaganligi;

2. Ziyorat turizmi markazlarida milliy to'qimachilik mahsulotlari namoyishi va sotilishi uchun maxsus infratuzilmaning rivojlanmaganligi;

3. Milliy to'qimachilik brendlarining turistlarga qaratilgan marketing strategiyalarining samarali ishlab chiqilmaganligi;

4. Milliy to'qimachilik mahsulotlaridan turistik xizmatlar diversifikatsiyasida yetarli darajada foydalanilmasligi.

Yuqoridagi muammolarni hal etish maqsadida bir qator innovatsion yondashuvlarni joriy etish taklif etiladi.

Tadqiqot natijasida milliy to'qimachilik mahsulotlarini ziyorat turizmiga integratsiyalashning quyidagi samarali innovatsion modellari ishlab chiqildi:

1. “Ziyorat tekstil yo‘li” modeli. Ushbu model asosida ziyorat markazlarini an’anaviy to‘qimachilik markazlari bilan bog‘lovchi maxsus turistik yo‘nalishlar yaratiladi. Bunda turistlar nafaqat muqaddas ziyorat joylarini ko‘rish, balki shu hudud bilan bog‘liq bo‘lgan milliy to‘qimachilik san’ati namunalari bilan tanishish imkoniyatiga ega bo‘ladi.

2. “Madaniy meros to‘qimasi” modeli. Bu model muqaddas joylar va ziyoratgohlar bilan bog‘liq bo‘lgan an’anaviy to‘qimachilik naqshlari va motivlarini zamonaviy dizayn mahsulotlarida qo‘llashga asoslangan. Masalan, Buxorodagi Poyi Kalon majmuasi, Samarqanddagi Registon maydonidagi madrasalar yoki Shahrisabzdagi Oqsaroy naqshlari asosida yaratilgan zamonaviy to‘qimachilik mahsulotlari turistlar orasida katta qiziqish uyg‘otadi.

Buxoro viloyatida 2023-yilda o‘tkazilgan eksperiment natijalariga ko‘ra, tarixiy yodgorliklar bilan bog‘liq naqshli to‘qimachilik mahsulotlarining sotilish darajasi standart mahsulotlarga nisbatan 2,4 barobar yuqori ekanligi aniqlandi [4].

3. “Diniy marosimlar tekstili” modeli. Bu model turli diniy marosimlar va urf-odatlar bilan bog‘liq maxsus to‘qimachilik mahsulotlarini yaratish va turistlarga taqdim etishga qaratilgan. Masalan, ziyorat joylarida ishlatiladigan maxsus joynamoz, salla, to‘n kabi milliy kiyimlar va tekstil mahsulotlari turistlar uchun ham ma’naviy, ham madaniy qimmatga ega bo‘lishi mumkin.

So‘rovnoma natijalari shuni ko‘rsatdiki, ziyorat maqsadida kelgan turistlarning 56 foizi diniy marosimlar bilan bog‘liq bo‘lgan milliy to‘qimachilik mahsulotlarini xarid qilishga qiziqish bildirgan [5].

Milliy brend to‘qimachilik mahsulotlarini turistik xizmatlarga integratsiyalashning innovatsion yo‘nalishlari quyidagilar hisoblanadi:

1. Mehmonxona servisiga integratsiyalash

Tadqiqot davomida turistik mehmonxonalarda milliy to‘qimachilik mahsulotlaridan foydalanishning quyidagi innovatsion usullari aniqlandi:

– “milliy uslub” konsepsiyasi. Mehmonxonalarning barcha yoki ma’lum qismini milliy to‘qimachilik mahsulotlari (adras choyshablari, atlas pardalar, zardo‘zi yostiqlar va h.k.) bilan jihozlash.

– milliy tekstil tarixi xonasi. Mehmonxonalarda maxsus ko‘rgazma xonalarini tashkil etish, bu yerda milliy matolar tarixi, ularni tayyorlash jarayoni va boshqa ma’lumotlar bilan tanishish mumkin.

– tekstil sovg‘a xizmati. Mehmonxona xizmatlar paketiga turistlarga milliy to‘qimachilik mahsulotlaridan sovg‘alar taqdim etish amaliyotini kiritish.

– Buxoro shahridagi “Zargaron Plaza” mehmonxonasida joriy etilgan “Milliy uslub” xonalarining to‘ldirish darajasi standart xonalardan 37% yuqori ekanligi va turistlarning mehmonxonadan qoniqish darajasini 42% ga oshirganligi aniqlandi [6].

2. Turistik xotiraviy sovg‘alar tizimiga integratsiyalash

To‘qimachilik mahsulotlaridan turistik xotiraviy sovg‘alar sifatida foydalanishning innovatsion usullari quyidagilardan iborat:

– personallashtirilgan to‘qimachilik sovg‘alari. Turistning ismi yoki fotosuratlarini tushirilgan milliy matolar.

– mini-to‘qimachilik majmuasi. Kichik hajmdagi milliy matolar to‘plami va ularni tayyorlash bo‘yicha master-klass videolari.

- ziyorat joylari xaritasi tushirilgan shoyi ro‘mollar yoki suvenir matolar.

Samarqanddagi “Heritage Souvenirs” do‘konlarida 2023-yilda o‘tkazilgan sotuvlar monitoring natijalari shuni ko‘rsatdiki, personallashtirilgan to‘qimachilik sovg‘alari standart xotiraviy sovg‘alardan 3,2 barobar ko‘p sotilgan.

3. Turistik ekskursiya dasturlariga integratsiyalash

To‘qimachilik korxonalarini turistik ekskursiya dasturlariga qo‘shishning innovatsion usullari:

- to‘quv fabrikalari turi. Zamonaviy to‘qimachilik korxonalarini tashrif buyurish va milliy matolar ishlab chiqarish jarayoni bilan tanishish.
- master-klasslar. Turistlar ishtirokida milliy matolar to‘qish, bo‘yash yoki tikish bo‘yicha amaliy mashg‘ulotlar.
- dizaynerlik tajribalari. Turistlar o‘zlari dizayn qilgan milliy naqshlarni matoga tushirish imkoniyati.

4. Milliy brend to‘qimachilik mahsulotlarining turistik marketingini takomillashtirish va turistik bozorlarda ilgari surish uchun quyidagi raqamli marketing strategiyalari ishlab chiqildi: to‘qimachilik mahsulotlarini

- “mato hikoyasi” platformasi. Har bir milliy matoning kelib chiqishi, tarixiy ahamiyati va tayyorlash jarayoni haqida hikoya qiluvchi QR-kodli interaktiv platformalar.

- virtual moda namoyishi. Turistik joylarda virtual va kengaytirilgan reallik (AR/VR) texnologiyalari yordamida milliy to‘qimachilik mahsulotlarini namoyish etish.

- ijtimoiy media kampaniyalari. Turistlar orasida milliy to‘qimachilik mahsulotlari haqida xabardorlikni oshirish uchun maqsadli ijtimoiy media kampaniyalarini o‘tkazish.

Toshkent shahridagi “Digital Textile” loyihasi doirasida joriy etilgan AR-ilova orqali turistlar milliy liboslarni virtual tarzda “kiyib ko‘rish” imkoniyatiga ega bo‘lgan va bu milliy to‘qimachilik mahsulotlari sotuv hajmini 29% ga oshirgan .

Milliy to‘qimachilik mahsulotlari va turistik xizmatlar o‘rtasidagi kross-marketing imkoniyatlari:

- “To‘qimachilik + gastronomiya”. Milliy matolardan tayyorlangan dasturxon va aksessuarlar bilan birgalikda milliy taomlarni taqdim etish.
- “To‘qimachilik + mehmonxona”. Milliy to‘qimachilik mahsulotlari xarid qilgan turistlarga mehmonxonalarda maxsus chegirmalar taqdim etish.
- “To‘qimachilik + ziyorat”. Ziyorat joylarida maxsus to‘qimachilik mahsulotlarini sotish va ularning tarixiy-madaniy ahamiyati haqida ma’lumot berish.

To‘qimachilik korxonalari va turistik tashkilotlar o‘rtasidagi hamkorlikni rivojlantirish uchun quyidagi mexanizmlar taklif etildi:

- tekstil-turizm klasterlari. To‘qimachilik korxonalari, mehmonxonalar, restoranlar va boshqa turistik xizmatlar ko‘rsatuvchi tashkilotlarni birlashtiruvchi mintaqaviy klasterlarni yaratish.

- milliy matolar haftaligi. Turistik mavsumda milliy to‘qimachilik mahsulotlarini targ‘ib qilish uchun maxsus tadbirlar o‘tkazish.

Tadqiqot davomida o‘tkazilgan ekspert intervyulari natijalari shuni ko‘rsatdiki, to‘qimachilik va turizm sohasidagi ekspertlarning 92% hamkorlikning institutsional

mexanizmlarini rivojlantirish zarurligini ta'kidlashgan .

Tadqiqot natijalari asosida quyidagi xulosalar shakllantirildi:

1. Milliy to'qimachilik mahsulotlari hududiy ziyorat va xalqaro turistik xizmatlar ko'rsatilishida muhim resurs sifatida xizmat qilishi mumkin.

2. To'qimachilik korxonalari milliy brend mahsulotlarini turistik xizmatlarga integratsiyalashning innovatsion modellari turistik tajribani boyitadi va turistlarning mamlakatda qolish muddatini uzaytiradi.

3. To'qimachilik mahsulotlarini turistik xizmatlarga samarali integratsiyalash uchun institutsional mexanizmlar va marketing strategiyalarini takomillashtirish zarur.

Tadqiqot natijalari asosida quyidagi amaliy tavsiyalar ishlab chiqildi:

1. To'qimachilik va turizm integratsiyasi milliy dasturini ishlab chiqish. Ushbu dastur doirasida to'qimachilik korxonalari milliy brend mahsulotlarini turistik xizmatlarga integratsiyalashning aniq mexanizmlari, moliyaviy qo'llab-quvvatlash choralari va institutsional asoslarini yaratish lozim.

2. Milliy to'qimachilik brendlari turistlarga yo'naltirilgan marketing strategiyalarini takomillashtirish. Bu maqsadda raqamli marketing vositalaridan, xususan, AR/VR texnologiyalari, mobil ilovalar va ijtimoiy media platformalaridan keng foydalanish tavsiya etiladi.

3. To'qimachilik-turizm klasterlarini yaratish.

4. Innovatsion loyihalarni qo'llab-quvvatlash. Milliy to'qimachilik mahsulotlarini turistik xizmatlarga integratsiyalash bo'yicha innovatsion loyihalarni moliyaviy qo'llab-quvvatlash mexanizmlarini yaratish zarur.

Yuqoridagi xulosalar va tavsiyalar asosida, O'zbekistonda hududiy ziyorat va xalqaro turistik xizmatlar ko'rsatilishida to'qimachilik korxonalari milliy brend mahsulotlaridan foydalanish natijasida ham turizm, ham to'qimachilik sanoati rivojlanishi uchun yangi imkoniyatlar yaratiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasi. «O'zbekistonda turizm: asosiy ko'rsatkichlar, 2023». Toshkent, 2024.

2. Qodirov, M., Rahimov, B. «Ziyorat turizmini rivojlantirishda milliy brendlarning o'rni». Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar, 2023, №2, 45-57.

3. Tourism Development Institute. «Uzbekistan Pilgrimage Tourism Survey Report». Tashkent, 2023.

4. Alimov, A., Raximov, D. «Turistik xotiraviy sovg'alar marketingi: samarali strategiyalar va innovatsion yondashuvlar». Marketing va menejment, 2023, №3, 78-87.

5. Ergashev, B., To'rayev, S. «Raqamli marketing texnologiyalarining milliy brendlarni xalqaro bozorlarga chiqarishdagi o'rni». Axborot texnologiyalari va marketing, 2023, №4, 134-146.

6. Ashurova, N., Nazarova, F. «O'zbekistonda milliy brendlarni yaratish va rivojlantirish istiqbollari». Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar, 2022, №6, 89-98.

7. World Tourism Organization. «Religious Tourism in Asia and the Pacific».

Madrid, 2022.

8. Karimov, A., Alimov, B. «To‘qimachilik sanoati va turizm integratsiyasi: xorijiy tajriba tahlili». Xalqaro biznes va menejment, 2023, №2, 56-67.

Paraxat ALLANIYAZOV,
Samarqand davlat veterinariya meditsinasi,
chorvachilik va biotexnologiyalar universiteti Nukus filiali dotsenti v.v.b.

O‘ZBEKISTONDA ZIYORAT TURIZMI IMKONIYATLARIDAN SAMARALI FOYDALANISH YO‘LLARI

Annotatsiya. Turizm sohasida olib borilgan iqtisodiy tadqiqotlar tahlili, turizm tashkilotini boshqarishni takomillashtirish, ziyorat turizmi uchun mutaxassislarning kasbiy tayyorgarligini o‘rganishning asosiy yo‘nalishlari ochib berilgan.

Kalit so‘zlar: Turizm sohasi, mutaxassis, ziyorat turizm, kasbiy tayyorgarlik, turist, ziyoratchilar.

Аннотация. Проведен анализ экономических исследований, проводимых в сфере туризма, совершенствования управления туристской организацией, раскрыты основные направления исследований профессиональной подготовки специалистов для паломнического туризма.

Ключевые слова: Туристическая отрасль, специалист, паломнический туризм, профессиональная подготовка, турист, паломники.

Abstract. Analysis of economic research conducted in the tourism sector, improvement of tourism organization management, and main directions of studying professional training of specialists for pilgrimage tourism are revealed.

Keywords: Tourism sector, specialist, pilgrimage tourism, professional training, tourist, pilgrims.

Zamonaviy inson uchun ziyoratgohlar hayotning muhim atributlaridan biri va ma'naviy yuksalish vositasi bo'lib, «u nafaqat muqaddas joylarni ziyorat qilish, o'zingiz va yaqinlaringiz uchun ibodat qilish, ziyoratgohlarda ziyorat amallarini bajarish, imonda o'zingizni mustahkamlash imkonini beradi. Ziyorat turizmi - bu turizmning an'anaviy ahamiyatiga ega bo'lgan o'ziga xos shakli bo'lib, turizmning bu turining shakllanish va rivojlanish jarayonlari qadim zamonlarga borib taqaladi» [1]. Bugungi kunda ziyorat turizmi uchun mutaxassislarning kasbiy tayyorgarligini o'rganish ushbu sohadagi muayyan muammolarni aniqlash imkonini berdi. Ma'lumki, «turistlar va ziyoratchilar oqimining sezilarli darajada o'sishi kuzatilmoqda va bu sohada ularning ehtiyojlarini qondirish uchun zarur bo'lgan malakali mutaxassislarga ehtiyojni ham oshirib bormoqda» [2]. Shubhasiz, butun dunyodagi kabi O'zbekistonda ham ziyorat turizmini rivojlantirishda muhim ahamiyatga ega bo'lgan, ziyorat turizmining mahsulotni ichki va xalqaro bozorlarda taklif qiluvchi, ularning realizatsiyasini amalga oshiruvchi va targ'ib qiluvchi turoperatorlar, mehmonxona va shunga o'xshash joylashtirish vositalarida bevosita ziyoratchilar bilan muomalada bo'ldigan xodimlar va ularga qo'yiladigan talablar

muhim rol o'ynaydi.

Inson faoliyatining barcha sohalaridagi kabi, turizm sohasida ham turistlarga xizmat ko'rsatuvchi xodimlarning aql zakovati, bilimi, tajribasi, mas'uliyatligi, o'z ustida ishlashi kabi xususiyatlariga e'tibor kuchaymoqda.

Turizm industriyasining o'ziga xos xususiyati shundaki, xodimlar uning mahsuloti tarkibiga kiradi. Turizm sohasida olib borilgan iqtisodiy tadqiqotlar tahlili shuni ko'rsatdiki, turizm tashkilotini boshqarishni takomillashtirish haqida gap ketganda, atrof-muhit muammolari, bozor, raqobatchilar, mijozlar va boshqalarga alohida e'tibor qaratiladi, ammo asosiy sa'y-harakatlar turizm va uning xodimlariga qaratilishi maqsadga muvofiqdir.

Xalqaro tajribalarga e'tibor beradigan bo'lsak, Gresiyada ziyorat turizmi menejerlarining kasbiy tayyorgarligi davlat tomonidan qo'llab-quvvatlanadi va davlat oliy va o'rta ta'lim muassasalarida, shuningdek, litsenziyaga ega bo'lgan ayrim xususiy maktablarda amalga oshiriladi. Bu sohada amaliyot qilish huquqiga faqat bir nechta bitiruvchilar ega bo'ladi. Amaldagi qonun hujjatlariga muvofiq muvaffaqiyatga erishish davlat imtihonlarini topshirish orqali kerakli litsenziyani olish bilan belgilanadi. Litsenziyaning mavjudligi Turizm vazirligi tomonidan qattiq nazorat qilinadi, turoperatorlar ekspertizadan o'tkaziladi, litsenziyalar berilmasa, xodimlar (rahbarlar) ishdan bo'shatiladi, direktor (agentlik rahbari) esa katta miqdorda jarima to'laydi.

Ushbu kasbda qat'iy sertifikatlash shunchaki zarur, chunki menejerlar turistlar bilan xorijiy tillarda muloqot qilishadi bu esa turistlarga ma'lumot uzatishni nazorat qilishni qiyinlashtiradi. Turistlarning mamlakat haqidagi taassurotlari, uning an'analari, urf-odatlar va zamonaviy jamiyatning urf-odatlarini to'g'ri tushinishi, pirovardida, Gresiya iqtisodiyotiga qo'shadigan hissasi bevosita ziyorat turizmi menejerining professionalligi va ish sifatiga bog'liq. Shu munosabat bilan bugungi kunda Turizm vazirligi tomonidan yuqori saviyali mutaxassislar tayyorlashga qaratilgan ta'lim muassasalarini yangilash, barpo etish va rivojlantirish borasida katta ishlar amalga oshirilmoqda. Gresiya va xorijlik o'qituvchilarning kasbiy mahorati, yangi texnologiyalar – innovatsion o'quv qo'llanmalarini joriy etish samarasida turizm sohasida yuqori reytingga ega mutaxassislar tayyorlanayotgan yangi xususiy ta'lim muassasalari ochilmoqda.

Turizm sohasida kadrlar yakuniy mahsulotning eng muhim tarkibiy qismi, turistik korxonalarning raqobatdosh ustunliklarining asosiy resurslaridan biri hisoblanadi. Shu tufayli turistik korxona va tashkilotlarda xizmat ko'rsatish sifati xodimlarning egallagan malakasi, tajribasi va ularning onglilik darajasiga bog'liq.

Turizm sohasidagi xizmatlarni tashkil qilish va ko'rsatish jarayonlarida turistlarning xizmatlarga bo'lgan qoniqishiga xodimlarning xushmuomalaligi, odob-axloqi, bilimi, chaqqonligi va uning sezgirligi bilan erishiladi. Shunday qilib, xodimlarni samarali boshqarish turistik korxonalarning eng muhim funksiyalaridan biri hisoblanadi. Bu esa, turizm sohasida xizmat ko'rsatuvchi shaxs modelining shakllantirilish zaruratini tug'diradi. Shu tufayli, tadqiqotlarimiz natijasida «Ziyorat turizmi»da xizmat ko'rsatuvchi shaxs modeli»ni ishlab chiqdik.

Xizmat ko'rsatish sifatini saqlab qolish uchun ko'pgina turistik tashkilotlar xizmat ko'rsatish standartlarini - turistlarga xizmat ko'rsatishning majburiy

qoidalarini ishlab chiqadilar, ular barcha operatsiyalar uchun belgilangan sifat darajasini kafolatlashga mo'ljallangan.

Standart mijozlarga xizmat ko'rsatish darajasi va tashkilot xodimlarining ish faoliyatini baholash mezonlarini belgilaydi. Bunday mezonlarga, masalan, mehmonxonalarda quyidagilar kiradi: ma'lumot olish yoki bron qilish uchun qo'ng'iroqqa javob berish vaqti (15,20,30 soniya); turar joy xizmatida ro'yxatdan o'tish vaqti (navbat bo'lmasligi kerak); ma'lum bir xizmatni ko'rsatishga sarflangan vaqt (masalan, mehmonning narsalarini yuvish va tozalash bir kundan oshmasligi kerak); tashqi ko'rinish va forma; xodimlarning chet tillarini bilishi va hokazo. Biroq standartlashtirish mijozlarga sifatli xizmat ko'rsatishning barcha masalalarini hal etmaydi, chunki turistik xizmatlar sifati iste'molchida qoniqish hissini yaratish, xizmatni idrok etish uchun mo'ljallangan xususiyatdir. uning talablariga (kutishlariga) javob beradigan tarzda olingan. Turistik tashkilot cheksiz miqdordagi mijozlarga ega, har birining o'ziga xos umidlari va qabul qilingan xizmatni idrok etishi va unga bo'lgan munosabati psixika va intellektning individual xususiyatlari bilan belgilanadi, shuning uchun bu idrokni quyidagicha tasvirlab bo'lmaydi. barcha holatlar uchun har qanday maxsus algoritm shakli [3].

Turizm tashkilotlarida xizmat ko'rsatish sifati xodimlarning malakasiga bog'liq. Xususan, har bir mijozning buyurtma qilingan xizmatga bo'lgan talablarini tan olish va baholash, har bir mijozning unga ko'rsatilayotgan xizmatni idrok etishini baholash, agar kerak bo'lsa, har bir mijozning ko'rsatilayotgan xizmatdan qoniqishiga erishish uchun xizmat ko'rsatish jarayonini zudlik bilan moslashtirish.

Tadqiqotlar shuni ko'rsatmoqdaki, eng yuqori reyting muloqot qobiliyatlari, natijalarga erishishga e'tibor berish, mijozlarga e'tibor, mas'uliyat, stressga chidamlilik, aniqlik, ehtiyotkorlik va turistik korxonaga sodiqlik kabi shaxsiy va ishbilarmonlik fazilatlariga berilgan. Bu talablar turizm sohasida xodimlar tomonidan yo'l qo'yilgan xato mijozning keyingi tanloviga va uning xizmat ko'rsatish sifatidan qoniqishiga ta'sir qilishi bilan izohlanadi.

Turizm tashkilotlarida sifatli xizmat ko'rsatishning ko'plab holatlari iqtisodiy va maxsus adabiyotlarda tasvirlangan. Biroq, yomon xizmat yaxshi xizmatdan ko'ra ko'proq iste'molchilarning javobini keltirib chiqaradi.

Turizm sohasi inson faoliyatining asosiy dinamik sohasi sifatida zamonaviy innovatsion iqtisodiyot va toboro globallashtayotgan dunyoning eng muhim tarmog'i hisoblanadi. Shu tufayli, professional kadrlar tayyorlash jarayonidagi ta'limning asosiy maqsadi bo'lajak mutaxassislarning ijtimoiy va kasbiy fazilatlarini shakllantirishdir. Turizm sohasidagi ta'lim o'quvchilarni milliy- ma'naviy qadriyatlar, xizmat ko'rsatish me'yorlari va shaxs xulq-atvori motivlari tizimini shakllantirish jihatdan boyitadi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Beknazarov F.A. Ziyorat turizmi tushunchasining mohiyati va uni rivojlantirishning o'ziga xos xususiyatlari // Servis. – 2019, №3
2. Beknazarov F. Xizmat kursatish va turizm uchun kadrlarni tayyorlash masalalari // Xizmat ko'rsatish sohasi: rivojlanish tendensiyasi va istiqbollari mavzusidagi respublika ilmiy-amaliy konferensiyasi. Samarqand, SamISI 2016-yil

САЙФЕТДИНОВА Д.И.,
«Университет экономики и педагогики» НОУ,
Преподавательница кафедры Социально-гуманитарных наук

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ПАЛОМНИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В УЗБЕКИСТАНЕ И ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ

Аннотация. В данной работе рассматриваются территориальные особенности развития паломнического туризма в Узбекистане, одного из важнейших направлений в структуре национального туризма. Узбекистан, обладая богатым духовным и культурно-историческим наследием, является привлекательным центром для паломников из разных стран. Также анализируются современные проблемы развития паломнического туризма, инфраструктурные потребности и вопросы устойчивого управления туристическим потоком. В работе представлены инновационные подходы к развитию отрасли.

Ключевые слова: паломнический туризм, Узбекистан, религиозные святыни, Самарканд, Бухара, туризм и инновации, устойчивое развитие, цифровизация туризма, культурное наследие, исламский туризм.

Abstract. This paper examines the territorial features of the development of pilgrimage tourism in Uzbekistan, one of the most important areas in the structure of national tourism. Uzbekistan, with its rich spiritual and cultural-historical heritage, is an attractive center for pilgrims from different countries. The paper also analyzes contemporary problems of pilgrimage tourism development, infrastructure needs and issues of sustainable management of tourist flow. The paper presents innovative approaches to the development of the industry.

Key words: pilgrimage tourism, Uzbekistan, religious shrines, Samarqand, Bukhara, tourism and innovation, sustainable development, digitalization of tourism, cultural heritage, Islamic tourism.

Паломнический туризм, как особая форма религиозного туризма, занимает важное место в туристической отрасли Узбекистана. Эта страна с древней историей и богатым духовным наследием ежегодно привлекает тысячи паломников из ближнего и дальнего зарубежья. Узбекистан является родиной многих выдающихся исламских мыслителей, таких как Имам аль-Бухари, Бахоуддин Накшбанд, Термизий, чьи мавзолеи и места поклонения стали центрами паломничества и духовного притяжения [1].

Наиболее значимыми центрами паломнического туризма в Узбекистане являются Самарканд, Бухара, Ташкент, Термез и Хива. Именно в этих городах сосредоточены исторические мечети, медресе и мавзолеи, представляющие не

только религиозную, но и культурно-историческую ценность [2]. Эти объекты включены в международные туристические маршруты и пользуются устойчивым спросом у паломников из стран Ближнего Востока, Южной Азии и мусульманских общин Европы.

В последние годы наблюдается активизация усилий по развитию паломнического туризма на государственном уровне. Правительство Узбекистана реализует программы по улучшению туристической инфраструктуры, реставрации религиозных объектов и упрощению визового режима[3]. Наряду с этим, внедряются инновационные подходы: разрабатываются мобильные приложения для паломников, создаются интерактивные карты, улучшаются условия транспортировки и проживания с учетом особенностей религиозного туризма [4].

Таким образом, развитие паломнического туризма в Узбекистане имеет не только культурно-религиозное, но и социально-экономическое значение. Его дальнейшее продвижение требует комплексного подхода, сочетающего сохранение историко-религиозного наследия с применением современных технологий и устойчивых туристических практик.

Развитие паломнического туризма в Узбекистане тесно связано с географическим расположением религиозных объектов и культурно-историческим наследием региона. Каждый из ключевых центров паломничества обладает уникальными особенностями, которые определяют его туристический потенциал.

1. Территориальные особенности паломнического туризма. Города Самарканд, Бухара, Термез, Ташкент и Хива являются главными направлениями паломнических маршрутов. Самарканд привлекает паломников мавзолеем Имама аль-Бухари, одного из самых авторитетных исламских богословов [1]. Бухара известна как духовный центр суфизма, где находится мавзолей Бахауддина Накшбанда – основателя одного из самых влиятельных суфийских тарикатов [2]. В Термезе почитаем мавзолей Хакима ат-Термизий, а также археологические памятники раннего исламского и буддийского периодов [3]. Эти объекты не только имеют высокую духовную значимость, но и являются частью культурного наследия ЮНЕСКО.

Размещение святых мест в разных регионах Узбекистана способствует децентрализации турпотока и развитию инфраструктуры в провинциях. Однако междугороднее сообщение, качество дорог, уровень сервиса и доступность информации по-прежнему нуждаются в улучшении [4].

2. Современные вызовы и проблемы. Несмотря на богатый туристический потенциал, паломнический туризм сталкивается с рядом проблем. Среди них: нехватка квалифицированных гидов со знанием религиозных аспектов, ограниченное количество гостиниц, соответствующих требованиям паломников (например, наличие халяль-питания, мест для молитвы), и недостаточное продвижение туров за рубежом. Также стоит отметить низкий уровень цифровизации и адаптации информации для иностранных туристов, особенно пожилых паломников, нуждающихся в комфортных и понятных сервисах.

3. Инновационные подходы к развитию. В последние годы в Узбекистане активно внедряются инновации в туристическую отрасль. Одним из примеров является разработка мобильного приложения "Ziyorat Tourism", которое содержит информацию о святых местах, маршрутах, транспортных связях, а также предоставляет возможность онлайн-бронирования услуг [6]. Также практикуется создание специализированных туров «умра-плюс», включающих не только посещение святых мест, но и религиозное просвещение, культурные мероприятия, лекции и круглые столы.

Существенную роль играют меры государственной поддержки: введение безвизового режима для паломников из ряда мусульманских стран, субсидирование туристических компаний, организующих религиозные маршруты, и развитие туристических кластеров в регионах [7].

Кроме того, актуальным направлением стало внедрение принципов устойчивого туризма: сохранение объектов в их аутентичном виде, экологически чистое обслуживание (например, отказ от пластиковых пакетов), обучение местного населения взаимодействию с туристами на основе этики и гостеприимства [8].

Паломнический туризм в Узбекистане является одним из наиболее перспективных направлений развития национальной туристической отрасли. Богатое духовное и историко-культурное наследие страны, представленное святыми местами в таких городах, как Самарканд, Бухара, Ташкент, Термез и Хива, создаёт прочную основу для привлечения паломников из разных уголков мира.

Проведённый анализ показал, что территориальное разнообразие святых объектов способствует равномерному распределению туристических потоков и стимулирует развитие инфраструктуры в регионах. Однако наряду с этим остаются нерешёнными проблемы - недостаток специализированного сервиса, нехватка религиозно подкованных гидов, слабая цифровизация и ограниченная международная рекламная кампания.

Таким образом, паломнический туризм в Узбекистане представляет собой динамично развивающееся направление, сочетающее духовную значимость и экономический потенциал. Рациональное использование территориальных ресурсов и внедрение современных технологий создают благоприятные условия для его дальнейшего роста.

Список использованной литературы:

1. Юсупов, Ш.Х. *История и духовное наследие исламских ученых Средней Азии*. – Ташкент: Фан, 2020.
2. Каримова, Д.Н. *Святые места Узбекистана и их туристский потенциал*. – Самарканд: Регистан, 2019.
3. Атабаев, У.Ш. *Культурное наследие Термеза и его значение для туризма*. – Журнал «История Востока», №1, 2023.
4. Государственный комитет по развитию туризма. *Отчет о состоянии инфраструктуры паломнического туризма*, 2023.
5. Исламов, Р.А. *Современные вызовы паломнического туризма в*

Центральной Азии. – Ташкент: Университет Туризма, 2022.

6. Ахмедов, Б.А. *Инновационные технологии в сфере религиозного туризма*. – Журнал «Туризм и культура», №2, 2024.

7. Постановление Президента Республики Узбекистан №ПП-5052 от 2021 года «О мерах по развитию паломнического туризма».

8. Назаров, И.М. *Устойчивый туризм и его роль в сохранении культурного наследия Узбекистана*. – Ташкент: Экология и развитие, 2023.

RAXMANOV Q.S.,
O‘zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi kafedra mudiri,
ALIJONOVA S.J., RUSTAMXONOVA N.D.,
O‘zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi talabalari

TARIXIY ZIYORATGOHLARINI 3D MODELASHTIRISHNING AHAMIYATI VA USTUVORLIKLARI

Annotatsiya. Ushbu maqolada O‘zbekiston tarixiy ziyoratgohlarini 3D modellashtirish orqali ularni raqamli saqlash, turizm salohiyatini rivojlantirish va madaniy merosni keng ommaga taqdim etishning ustuvor jihatlarini yoritiladi. Mualliflar Buxoro shahridagi 15 ta muqaddas joyni 3D shaklda modellashtirish bo‘yicha amalga oshirilayotgan amaliy loyiha haqida batafsil ma‘lumot berishgan. Maqolada 3D texnologiyalarning imkoniyatlari, foydalanilgan dasturiy vositalar (React, NestJS, Kuula, krpano va b.q.), ma‘lumotlar boshqaruvi, diniy va madaniy kontekstni inobatga olish kabi muhim jihatlar ko‘rib chiqilgan. Mazkur loyiha O‘zbekistonning turistik salohiyatini oshirish, sayyohlar sonini ko‘paytirish va “O‘zbekiston – 2030” strategiyasidagi maqsadlarga erishishga xizmat qilishi ko‘rsatilgan.

Kalit so‘zlar: 3D modellashtirish, tarixiy ziyoratgohlar, Buxoro, madaniy meros, virtual reallik, Kuula, krpano, turizm, O‘zbekiston 2030 strategiyasi, raqamli texnologiyalar

Аннотация. В статье рассматривается значение и приоритеты 3D-моделирования исторических святынь Узбекистана с целью их цифрового сохранения и популяризации культурного наследия. Авторы подробно освещают проект по созданию 3D-моделей 15 святынь Бухары. Особое внимание уделено технологическим аспектам: использованию React, NestJS, Kuula, krpano и другим инструментам. Обсуждаются вопросы управления данными, соблюдения культурного и религиозного контекста. Подчеркивается вклад проекта в развитие туризма и достижение стратегических целей Узбекистана к 2030 году.

Ключевые слова: 3D-моделирование, исторические святыни, Бухара, культурное наследие, виртуальная реальность, Kuula, krpano, туризм, стратегия Узбекистан 2030, цифровые технологии.

Abstract. This article explores the importance and advantages of 3D modeling of Uzbekistan’s historical pilgrimage sites for digital preservation and the promotion

of cultural heritage. The authors detail a practical project involving the 3D reconstruction of 15 sacred sites in Bukhara. The article highlights key technological tools such as React, NestJS, Kuula, and krpano, as well as data management and cultural-religious sensitivity. The initiative is shown to contribute to boosting tourism and achieving the objectives of the Uzbekistan 2030 Strategy.

Keywords: 3D modeling, historical pilgrimage sites, Bukhara, cultural heritage, virtual reality, Kuula, krpano, tourism, Uzbekistan 2030 strategy, digital technologies.

So‘nggi yillarda O‘zbekistonda turizm eksporti 1,6 barobar oshib, 3,5 milliard dollarga yetdi, bu sohada 2 mingdan ortiq yangi tadbirkorlar ish faoliyatini boshladi. 2024-yilda xorijlik sayyohlar soni ilk bor 10 milliondan oshdi.

O‘zbekiston hududlarida turizm va xizmat ko‘rsatish infratuzilmasi juda jadal rivojlanmoqda. Xususan, so‘nggi 8 yilda 6,5 milliard dollar sarmoya kiritilib, 130 ming mehmon xonasi tashkil etildi. Bugungi kunda yurtimizda 20 sayyohlik qishlog‘i faoliyat ko‘rsatmoqda. Parkent tumanidagi “Oltin kamar” cho‘qqisida yangi xalqaro chang‘i zonasi barpo etilmoqda.

Darhaqiqat, mamlakatimiz tarixi, madaniyati, tabiatidan kelib chiqib, sayyohlar sonini yana 2-3 barobar oshirish mumkin. Hozirda yagona Milliy turizm platformasi ishlab chiqilmoqda. Endi u elektron vizalar berish va chiptalar olish jarayonlariga ham ulanadi. Shuningdek, barcha tarixiy obidalarga kirish imkonini beruvchi “yagona turistik karta” joriy etiladi.

So‘nggi yillarda ichki turizmga e‘tibor kuchayishi natijasida ichki sayyohlar soni 23 million nafarga yetdi. Turizm sohasidagi yana bir yo‘nalish – madaniy meros ob‘ektlari bo‘lib, so‘nggi 4 yil ichida 327 ta shunday majmua restavratsiya va konservatsiya qilindi. Hozir yana 485 ta obyekt ta‘mirlashga muhtoj. Agar O‘zbekiston o‘z salohiyatidan foydalana olsa, birgina turizm sohasi 2025-yilga borib 15 million sayyohni jalb qilishi va eksport hajmini 4 milliard dollarga yetkazishi mumkin [1].

Qadimiy ziyoratgohlarni 3D modellashtirish juda mas‘uliyatli va murakkab jarayon bo‘lib, quyidagi muhim jihatlarga e‘tibor berish talab etiladi [2-9]:

- aniqlik va detalizatsiya - qadimiy ziyoratgohlarning har bir detali (naqshlar, yozuvlar, me‘moriy elementlar) ularning tarixiy va madaniy ahamiyatini aks ettiradi 3D modellashtirishda yuqori aniqlik (high resolution) va batafsil detallarni aks ettirish juda muhim. Skanerlar yoki fotogrammetriya texnologiyalari yordamida obidalarining har bir qismini aniq qayd etish kerak;

- tarixiy va me‘moriy to‘g‘rilik. 3D modellashtirish jarayonida obidalarining asl me‘moriy xususiyatlarini saqlab qolish. Buning uchun tarixiy hujjatlar, arxeologik tadqiqotlar va mutaxassislarining fikrlaridan foydalanish kerak, ya‘ni agarda obidaning ayrim qismlari shikastlangan yoki yo‘qolgan bo‘lsa, ularni tiklashda ilmiy asoslangan taxminlardan foydalanish lozim;

- atrof-muhitni hisobga olish – ziyoratgohlarning atrofidagi tabiiy va me‘moriy muhit ham ularning umumiy tasviriga ta‘sir ko‘rsatadi. 3D modellashtirishda obidaning atrofidagi landshaft, yo‘llar, daraxtlar va boshqa inshootlarni ham aks ettirish muhim. Bu, ayniqsa, virtual reallik (VR) yoki turistik

maqsadlarda foydalanishda muhim rol o'ynaydi.

- texnologiyalarni to'g'ri tanlash – 3D modellashtirish uchun mos texnologiyalarni tanlash;

- ma'lumotlarni saqlash va boshqarish – 3D modellashtirish jarayonida yig'ilgan ma'lumotlar juda katta hajmda bo'ladi. Shuning uchun ularni ishonchli va uzoq muddatli saqlash tizimlarida saqlash va ma'lumotlarni kelajakda qayta ishlash yoki yangilash imkoniyatini hisobga olish lozim;

- madaniy va diniy jihatlarni hurmat qilish – qadimiy ziyoratgohlar ko'pincha mahalliy aholi uchun diniy yoki madaniy ahamiyatga ega. Shuning uchun, ularni modellashtirishda mahalliy odamlar, diniy yetakchilar va mutaxassislar bilan maslahatlashish kerak;

- virtual reallik (VR) va interaktivlik – agar 3D modellar virtual reallik yoki turistik maqsadlarda foydalanish uchun mo'ljallangan bo'lsa, ularni interaktiv qilish kerak. Masalan, foydalanuvchilar obidani ichkaridan va tashqaridan ko'rishlari, ma'lumotlar olishlari yoki virtual qo'llanma bilan sayohat qilishlari mumkin;

- qonuniy jihatlar – qadimiy ziyoratgohlarni 3D modellashtirishda ularning huquqiy maqomi va mulkiy huquqlarini hisobga olish kerak. Ba'zi obidalar davlat yoki mahalliy jamoalar mulki bo'lishi mumkin, shuning uchun ularni modellashtirish uchun ruxsat olish zarur;

- kelajakda yangilash va saqlash - 3D modellar bir marta yaratilgandan keyin ham ularni yangilab borish kerak. Obidalar vaqt o'tishi bilan o'zgarishi yoki shikastlanishi mumkin, shuning uchun ularni doimiy ravishda yangi ma'lumotlar asosida yangilash lozim;

- jamoatchilikni jalb qilish - 3D modellashtirish loyihalarida jamoatchilikni jalb qilish va ularni madaniy merosni saqlash jarayonida ishtirok ettirish muhim. Bu orqali obidalarining ahamiyati haqida xabardorlikni oshirish mumkin.

O'zbekistonda juda ham minglab tarixiy obidalar mavjud. Ularning ayrimlari o'zi tarix zarvaraqlaridan o'chib ketish arafasida, lekin ularni asrab qolish va avvalgi holida tasvirlash katta mablag' talab qiladi. Shuning uchun, dastlabki bosqichda ularning 3D shaklini shakllantirish sanaladi. Bu katta samara berganidan so'ng uni tiklash jarayonlarini amalga oshirish mumkin.

Barchaga ma'lum, Buxoro – O'zbekistonning eng qadimiy va muqaddas shaharlaridan biri bo'lib, uning har bir ko'chasi tarix va ma'naviyat bilan sug'orilgan. Ushbu go'zal shahar Islom olamining muhim markazlaridan biri hisoblanib, o'zining qadimiy me'morchilik obidalari, mashhur allomalari va boy madaniy merosi bilan butun dunyoga tanilgan. Buxoro nafaqat tarixiy ahamiyatga ega, balki turli diniy va ilmiy an'analar tug'ilgan joy sifatida ham qadrlanadi.

Har yili minglab sayyohlar, ziyoratchilar va tadqiqotchilar bu yerga tashrif buyurib, tarixiy va diniy yodgorliklarni ziyorat qilishadi. Ularga nafaqat me'moriy obidalar, balki Buxoroning o'ziga xos muhitidan bahramand bo'lish ham katta taassurot qoldiradi. Shu sababli, shaharning tarixiy yodgorliklari haqida ishonchli va batafsil ma'lumotga ega bo'lish har bir mehmon uchun muhim sanaladi.

Buxoro shahridagi ziyoratgohlarga qiziqadigan sayyoh uchun, ushbu yo'nalishda eng yaxshi manbalardan biri Buxoro-Turizm veb-saytidir. Bu sayt orqali

Buxoroning eng mashhur ziyoratgohlari, ularning tarixi, ularga oid ma'lumotlar haqida batafsil ma'lumotga ega bo'lish mumkin va eng qiziqarli jihati ziyoratgohlarning 3D ko'rinishi orqali tomosha qilish imkoniyati mavjud. Sayt Buxoroga safar qilishni rejalashtirayotganlar, tarix va madaniyatga qiziquvchilar, shuningdek, ziyoratchilar uchun ajoyib qo'llanma bo'lib xizmat qiladi.

Buxoro-Turizm veb-sayti zamonaviy va qulay texnologiyalar asosida ishlab chiqilgan bo'lib, foydalanuvchilar uchun tezkor va intuitiv interfeysni ta'minlaydi. Sayt quyidagi texnologiyalardan foydalanilgan holda yaratildi:

Birinchi bo'lib, saytning UI ko'rinishi Figma sayti orqali yasaldi.

Frontend qismi. Saytning asosiy foydalanuvchi sahifasi (user page) React.js kutubxonasi yordamida ishlab chiqilgan. React veb-ilovani tez ishlashi va interaktiv elementlarini samarali boshqarish uchun ishlatiladi. Saytda turli API ma'lumotlari bilan ishlash uchun Axios kutubxonasidan foydalanilgan. U server bilan bog'lanish va ma'lumotlarni olish jarayonini tez va qulay qiladi. Saytda tilni almashtirish va boshqa umumiy holatlarni boshqarish uchun Zustand global state management kutubxonasidan foydalanilgan. Bu kutubxona saytni yengil va samarali ishlashiga yordam beradi. Saytning dizayni Tailwind CSS yordamida ishlab chiqilgan bo'lib, u tezkor va moslashuvchan UI (User interface - foydalanuvchi interfeysi) yaratish imkonini beradi. Tailwind orqali responsiv dizayn (mobil, planshet va kompyuter ekranlari uchun moslashish) amalga oshirilgan. Saytda turli shakllar (formalar) bilan ishlash oson va qulay bo'lishi uchun React Hook Form kutubxonasidan foydalanilgan. Bu foydalanuvchilar tomonidan to'ldiriladigan ma'lumotlarni optimallashtirish va tekshirish jarayonini soddalashtiradi.

Admin boshqaruv panel. Admin panel ham React va Tailwind CSS asosida ishlab chiqilgan bo'lib, u sayt tarkibini boshqarish va ma'lumotlarni kiritish uchun foydalaniladi. Admin panelda ham global state management uchun Zustand ishlatilgan, bu esa sahifalar orasidagi ma'lumotlarni boshqarishni osonlashtiradi. Administratorlar uchun mo'ljallangan formalar orqali yangi ma'lumotlarni kiritish va yangilash jarayonini optimallashtirish uchun ishlatilgan.

Backend qismi. Saytning backend qismi Nest.js freymvorkida ishlab chiqilgan. Nest.js Node.js asosida yaratilgan bo'lib, tezkor va xavfsiz backend yaratish uchun ideal tanlov hisoblanadi. U orqali ma'lumotlarni saqlash, qayta ishlash va foydalanuvchilarga yetkazish jarayonlari amalga oshirilgan [2-7].

Hosting qismi. Saytning frontend qismi Netlify platformasida joylashtirilgan. U tezkor yuklanish, xavfsizlik va avtomatik deploy (joylashtirish) imkoniyatlarini ta'minlaydi. Nest.js asosidagi backend maxsus serverda joylashtirilgan va ma'lumotlarni foydalanuvchilarga xavfsiz yetkazish uchun optimallashtirilgan.

Sayt Buxorodagi muqaddas joylar haqida batafsil ma'lumot, chiroyli va tushunarli dizayn, qulay navigatsiya, foydaali maslahatlar va sayohat qo'llanmalari, tezkor yuklanish va xavfsiz ishlash, foydalanuvchilarga qulay interfeys, admin panel orqali ma'lumotlarni boshqarish imkoniyati kabi xususiyatlarga ega.

Taqdim etilayotgan dastur quyidagi bo'limlardan iborat:

Bosh sahifa - ziyoratgohlarga oid asosiy ma'lumotlar berilgan.

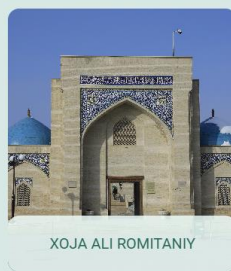
TOP ZIYORATGOHLAR



SAYYID AMIR KULOL



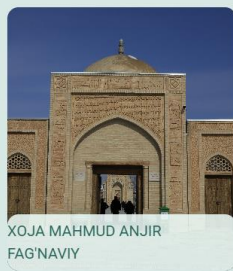
XOJA MUHAMMAD BOBO
SAMOSIY



XOJA ALI ROMITANIY



BAHOUDDIN MUHAMMAD IBN
MUHAMMAD NAQSHBAND



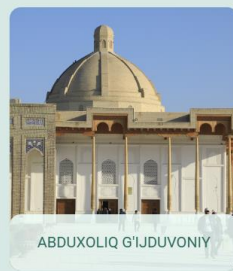
XOJA MAHMUD ANJIR
FAG'NAVIY



MIR ARAB MADRASASI



XOJA ORIF REVGARIY



ABDUXOLIQ G'IJDUVONIY

Bosh sahifadagi “Top ziyoratgohlar” bo‘limi

Bosh sahifada eng ko‘p kuzatilgan ziyoratgohlar haqida qisqacha ma’lumotlar keltirib o‘tilgan. “Ko‘proq” tugmasini bosish orqali ziyoratgohlarning umumiy sahifasiga o‘tish mumkin. “Batafsil” tugmasi orqali esa tanlangan ziyoratgoh haqidagi ma’lumotlar yozilgan sahifaga o‘tiladi.

Ziyoratgohlar - har bir ziyoratgoh haqda batafsil ma’lumot beriladi.

Ziyoratgohlar / SAYYID AMIR KULOL

SAYYID AMIR KULOL

“Amir Kalon”, ya’ni Sayyid Amir Kulol ibn Amir Hamza ibn Amir Ibrohim taxminan 680/1281-yili Buxoro atrofidagi Suxor (hozirgi Kogon tumani, Yangi hayot qishlog‘i) qishlog‘ida dunyoga kelgan.

Amir Hamza Hijozning Madina shahridan bo‘lib, Movarounnahrqa ko‘chib kelgach, Buxoro atrofida yashagan. Amir Hamza yassaviya shayxlaridan biri Sayyid Otaning do‘sti bo‘lgan. Sayyid Ota har safar Buxoroga kelganida Amir Hamza bilan uchrashar edi. Ushbu turk shayxi bir safar kelganida uning xonadonida butun jahonni o‘ziga xizmat qildiradigan bir buyuk o‘g‘lon dunyoga kelishini bashorat qilib, uning otini Amir Kalon deb qo‘yishni tavsiya qiladi. Xojagon – naqshbandiya tariqati manbalarida ta’kidlanishicha, Sayyid Amir Kulol xuli onasining kornida ekanidayok, uning kelajakda pokiza va buyuk bir inson bulishi malum bulib, onasi xar safar halollligiga shubha bo‘lgan biror narsani yeb qo‘yganida ichida qattiq og‘riq paydo bo‘lardi.

Manbalarda bu voqea bayonidan so‘ng quyidagi baytlar keltiriladi:

Nishoni on, ki man farzandi pokam,
Padar ham pok, modar ham afifa,
Dilam pok astu, doman pok doram,
Tariqi rost roh bo‘i aqlqa.

Mazmuni: Otam onamning pokliklari bu mening va pokligimning belgisidir. Mening yuragimu etagim ham pok, shuning uchun tariqatim–yo‘lim pok bo‘lib, undan haqiqatning hidi kelmokda.

Nazmiy parcha ko‘rsatadiki, Hazrat Sayyid Mir Kulol dunyoga kelishi bilan poklik va haqiqat u kishiga hamroh bo‘lgan. YA’ni haqiqatga yetishishning asosiy vositasi bu poklik ekanligini ko‘rsatadi.

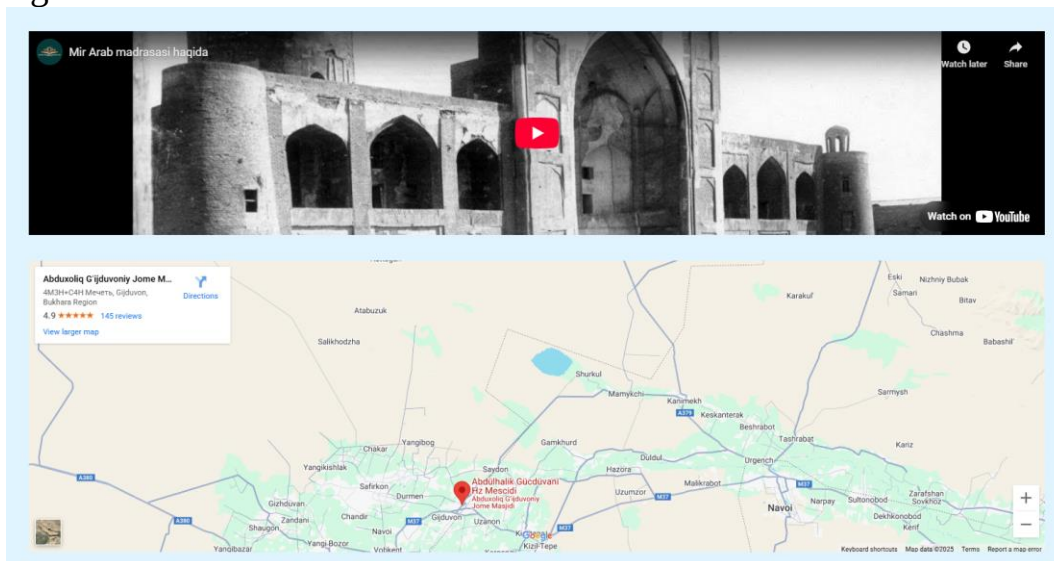
Sayyid Amir Kulol taxminin 3-4 yoshlarida Sayyid Ota kelib, sallasining yarmini kesib, uning boshiga o‘raydi-da, uning kelajakda sayru-sulukda yuksak maqomlar va martabalariga erishishini bashorat qiladi.

U kulolchilik hunarini puxta egallagani sababli “Amir Kulol” nomi bilan mashhur bo‘lgan, shu ishdan topgan daromad evaziga oila tebratgan. Qolgan murlilariga ham halol luqma orqali umrguzaronlik qilishni tavsiya etgan. O‘z izdoshlariga hazrat doimo harom va halol, savob va gunohni bilish va shunga asosan harakat qilish lozimligini uqtirgan. Hazrat Amir Kuloldan quyidagi hikmatli so‘z saqlangan:

Bu sahifada 15 ta ziyoratgohlarning rasmi va qisqacha ma’lumotlarini chiqadi. Ushbu rasmda kartalarning hover (ustiga sichqoncha olib borilgandagi) ko‘rinishi tasvirlangan. Bu ko‘rinishda karta yuqoriga ko‘tarilib, pastidan “Batafsil” yozuvi chiqadi. “Batafsil” tugmasini bosgandan keyin batafsil ma’lumotlar yozilgan sahifaga o‘tiladi.

“Batafsil” tugmasi bosilganidan keyin ushbu sahifaga o‘tiladi. Bu yerda ziyoratgohning tarixi, turistik jozibadorligi haqida ma’lumotlar berib o‘tilgan.

Matnlardan so‘ng pastda “3D” ko‘rinishi tugmasi orqali ziyoratgohning google.maps ilovasidagi 3D ko‘rinishi ko‘rish mumkin.



Ushbu sahifaning davomida ziyoratgohga tegishli videolavha va ziyoratgohning xaritada joylashuvi ilova qilingan. Videolavha You Tube orqali ulanadi, joylashuv esa Google Maps ilovasi orqali ulanadi.

3D - ziyoratgohlarning Google.maps ilovasidagi 3D ko‘rinishlari

3D ko‘rinishga ega ziyoratgohlar

SAYYID AMIR KULOL	XOJA MUHAMMAD BOBO SAMOSIY	XOJA ALI ROMITANIY
BAHOUDIN MUHAMMAD IBN MUHAMMAD NAQSHBAND	XOJA MAHMUD ANJIR FAG'NAVIY	MIR ARAB MADRASASI
XOJA ORIF REVGARIY	ABDUXOLIQ G'IJDUVONIY	SAYFIDDIN BAXORZI
ISMOIL SOMONIY	MOGAKI ATTOR MASJIDI	ChOR BAKR
ChASHMA AYYUB	BIBI ORIFA MAQBARASI	ABU HAFS KABIR

3D bo‘limi yuqoridagidek ko‘rinishga ega. Bu yerdagi buttonlar Google mapsga bog‘langan, ya‘ni ustiga bosilganda 3D ko‘rinish Google maps orqali ko‘riladi. Albatta tarixiy obidalarni 3D shaklini ishlab chiqishda qulay dasturni tanlash muhim.

Masalan, krpano Panorama Viewer - veb-saytlar va boshqa raqamli muhitlarda 360 daraja panoramali tasvirlar va virtual sayohatlarni namoyish qilish uchun mo‘ljallangan dasturiy platforma. Bu foydalanuvchilarga interaktiv panoramalarni yaratish va ko‘rish imkonini beradi, bu esa tasvirlar, videolar va audio kabi turli xil media formatlarini qo‘llab-quvvatlaydi.

Albatta, 3D shaklini ishlab chiqishda quyidagi holatlarga e‘tibor qaratish lozim:

360 darajali ko‘rinishlar - sferik va silindrsimon panoramalarni qo‘llab-quvvatlaydi va foydalanuvchilarga 360 darajali tasvirlarni o‘rganish;

Interfaol boshqaruv elementlari - Panorama bilan ishlash uchun kattalashtirish,

egish va aylantirish;

Virtual sayohatlar - foydalanuvchilarga bir nechta panoramali tasvirlarni bir-biriga bog'lash, o'tish tajribasini taqlid qilish orqali virtual sayohatlar yaratish;

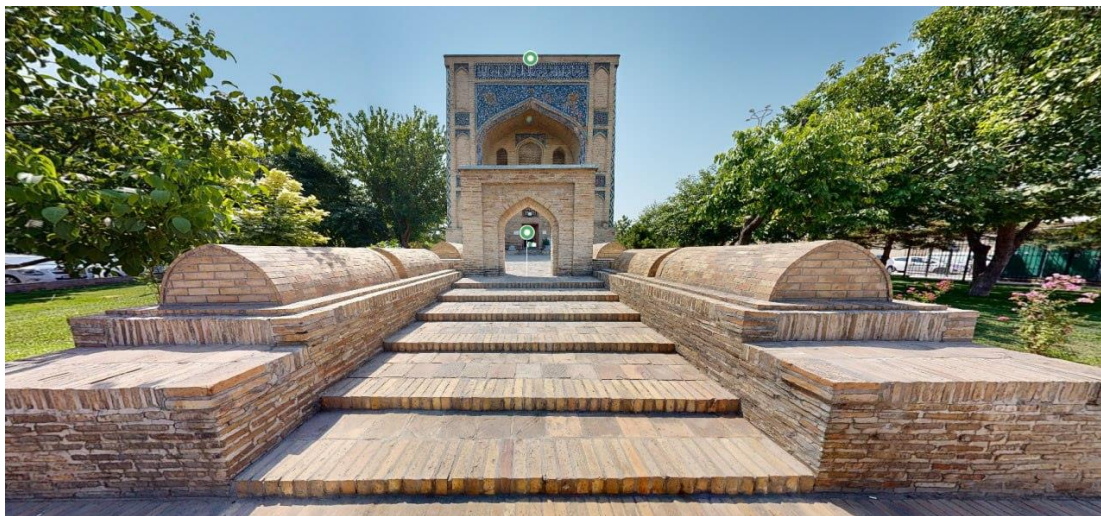
Platformalararo muvofiqlik -HTML5, WebGL va Flash kabi texnologiyalardan foydalangan holda turli platformalarda, jumladan ish stoli, mobil va VR qurilmalarida ishlashi;

Moslashtirish opsiyalari - tomoshabin interfeysini sozlashingiz, faol nuqtalar, animatsiyalar va boshqa interaktiv elementlarni qo'shish.

15 ta muqaddas joyning 3D ko'rinishini yaratish uchun biz Kuuladan foydalandik. Kuula - bu har qanday biznes uchun virtual sayohatlar yaratishni osonlashtiradigan eng mashhur, mukofotga sazovor bo'lgan 3D 360 virtual sayohat dasturi [8]. Poli joylarning 3D ko'rinishini yaratish jarayoni quyidagi rasmda keltirilgan.

Kuula butun dunyo bo'ylab 500 000 dan ortiq professionallar, rassomlar va kompaniyalar tomonidan qo'llaniladi. Bizning foydalanuvchilarimiz 15 000 000 dan ortiq panoramali fotosuratlarini yuklashdi va 2 milliard martadan ortiq ko'rilgan 1,5 milliondan ortiq virtual sayohatlarni yaratishdi.

Ayni paytda 15 ta ziyoratgohning 3D modellari ishlab chiqilmoqda. Ushbu sayt ishga tushirilgach, sayohatchilar Buxoroning 15 ta ziyoratgohini masofadan turib tomosha qilishlari mumkin bo'ladi. Bu, o'z navbatida, Buxoroga kelayotgan sayyohlar sonining ko'payishiga olib keladi.



Qadimiy ziyoratgohlarni 3D modellashtirishda aniqlik, tarixiy to'g'rilik, madaniy hurmat va texnologiyalarni to'g'ri tanlash kabi jihatlarga e'tibor berish kerak. Bu jarayon nafaqat obidalarni saqlash, balki ularni yangi avlodlarga yetkazish va ilmiy tadqiqotlarni rivojlantirish uchun ham muhimdir.

Albatta, ushbu loyiha muvaffaqiyatli amalga oshirilgach, O'zbekistonning boshqa tarixiy joylari va diqqatga sazovor joylarining 3D ko'rinishini butun dunyoga taqdim etish orqali 2030-yilga borib sayyohlar sonini 20 millionga yetkazish mumkin. Albatta, har bir 3D model O'zbekiston – 360 platformasiga qo'shiladi [9].

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. stat.uz – O'zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo'mitasining rasmiy

sayti.

2. <https://react.dev> – Site about React.
3. <https://axios-http.com> – Site about Axios.
4. <https://zustand.docs.pmnd.rs> – Zustand Introduction.
5. <https://tailwindcss.com> – Rapidly build modern websites without ever leaving your HTML.
6. <https://react-hook-form.com> – React Hook Form. Performant, flexible and extensible form library.
7. <https://nestjs.com> – NestJS - A progressive Node.js framework.
8. <https://krpano.com> – Official site of krpano Panorama Viewer.
9. <https://uzbekistan360.uz> – O‘zbekiston bo‘ylab virtual sayohat qilish sayti.

Xolida QODIROVA,
TDAU “Biznesni boshqarish” kafedrasida katta o‘qituvchisi

ZIYORAT TURIZMI YO‘NALISHIDA AMALGA OSHIRILAYOTGAN TARKIBIY-MIQDORIY O‘ZGARISHLAR DINAMIKASI

Annotatsiya. Ushbu maqolada Qoraqalpog‘iston Respublikasi iqtisodiyotini yangi bosqichga olib chiqish, hudud aholisini bandligini ta‘minlash va yashash farovonligini oshirish, Qoraqalpog‘iston Respublikasining turizm salohiyatidan samarali foydalanish borasidagi bir qator chora-tadbirlar to‘grisida ma’lumotlar berilgan.

Kalit so‘zlar. Turizm salohiyati, ziyorat turizmi, jadal rivojlanish, Prezident farmonlari va qarorlari, xizmat ko‘rsatish, destinatsiya.

Аннотация. В данной статье представлена информация о ряде мероприятий, направленных на вывод экономики Республики Каракалпакстан на новый уровень, обеспечение занятости и повышение благосостояния населения региона, эффективное использование туристического потенциала Республики Каракалпакстан.

Ключевые слова. Туристский потенциал, паломнический туризм, динамичное развитие, указы и постановления президента, сервис, пункт назначения.

Annotation. This article provides information on a number of measures to bring the economy of the Republic of Karakalpakstan to a new level, ensure the employment of the population of the territory and increase the well-being of living, and effectively use the tourism potential of the Republic of Karakalpakstan.

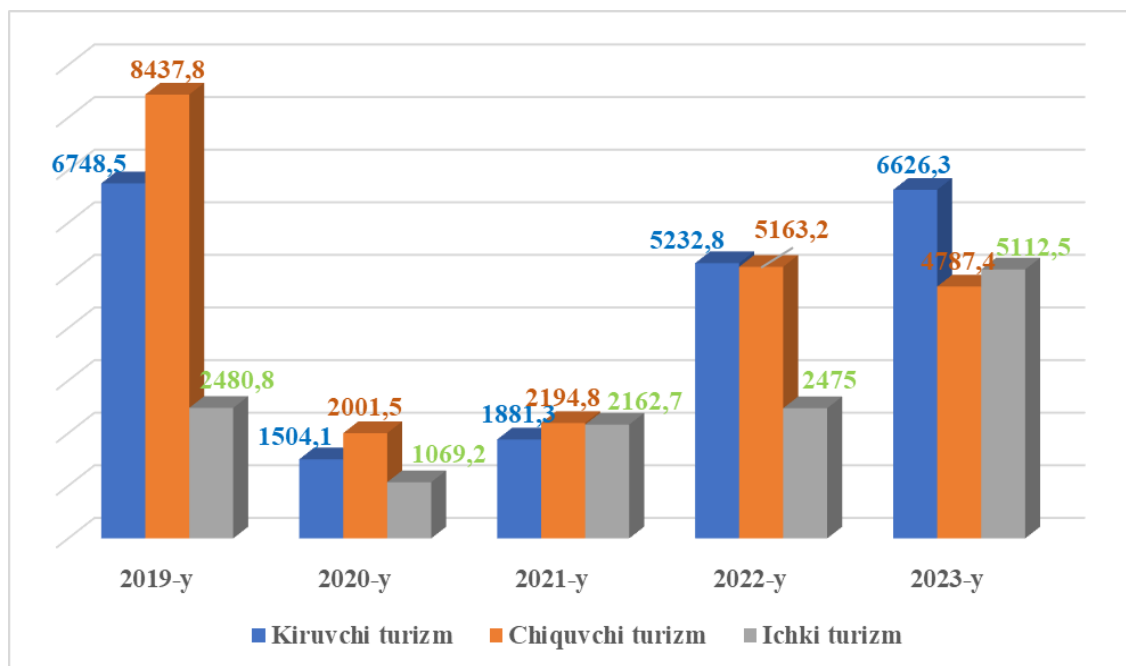
Keywords. Tourism potential, pilgrimage tourism, rapid development, presidential decrees and decisions service, destination.

Zamonaviy ziyorat turizmi nafaqat iqtisodiyot, balki uning ijtimoiy tarkibiy qismi, jumladan, ijtimoiy-iqtisodiy sohani rivojlantirish, madaniy salohiyat imkoniyatini oshirish, oqilona foydalanish va takror ishlab chiqarish quvvatlariga faol ta’sir ko‘rsatadi. Qoraqalpog‘istonda turizm biznesini yuritish va yashash uchun

jozibador mexanizmlarni amaliyotga joriy etish talabini qoʻymoqda.

Iqtisodiyot tarmoqlarida amalga oshirilayotgan tarkibiy-miqdoriy oʻzgarishlardan kelib chiqib, Qoraqalpogʻistonda turizm sohasini ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishini boshqa tarmoqlari bilan ketma-ket va birgalikda tashkil etish kerak. Chunki turizmning hududlar iqtisodiyotiga ijobiy taʼsir etishi, boshqa soha va tarmoqlar rivojiga zarar keltirmagan holda amalga oshiriladi. Har bir hududning oʻziga xos xususiyatlaridan kelib chiqib, turizmni rivojlantirish jarayoni, uning doimiy ravishda sifat oʻzgarishlari, turizmga zamonaviy texnologiyalarning kirib kelishi va qoʻllanilishi, turpaket va turagentlarning koʻpayishi har bir hududning iqtisodiy rivojlanishi uchun tizimni boshqaruv usullarini doimiy yangilash, innovatsiyalarni amaliyotga qoʻllash va takomillashtirishni taqozo qiladi.

Turizm xalqaro xizmatlar bozori tarkibidagi muhim tarmoqlardan biri boʻlib, buning natijasida XXI asrning boshida (bir qator tabiiy ofatlar, global inqiroz va siyosiy mojarolarning keskinlashuviga qaramay) iqtisodiy samaradorlik boʻyicha dunyoda birinchi oʻrinni egallagan boʻlib neft ishlab chiqarish va avtomobilsozlik kabi muhim tarmoqlarni ortda qoldirgan. Oʻzbekistonda turizmning turli yoʻnalishlarini rivojlantirish uchun qadimiy shaharlar, tarixiy obidalar va koʻp asrlik madaniy boy merosga hamda yuqori salohiyatga ega mamlakat hisoblanadi. Oxirgi yillarda Oʻzbekiston boʻylab sayohat qil, Ochiq osmon tizimini joriy etilishi hamda mahalliy, xorijiy turistlarni jalb etish borasida hududlarda qulay infratuzilmani yaratilib, viloyat, tuman hokimliklarida hududni turizm sohasini rivojlantirish boʻyicha masʼullar lavozimlar kiritildi. Bu esa, oʻz navbatida hududlarda turizm salohidan unumli foydalanish va mahalliy budjetni oshirishda muhim omil boʻlmoqda. Oʻzbekistonda 2019-2023-yillarda kiruvchi, chiquvchi, ichki turizm boʻyicha ijobiy natijalarga erishildi (1-rasm).



1-rasm. Oʻzbekistonda 2019-2023-yillarda kiruvchi, chiquvchi, ichki turizmning asosiy koʻrsatkichlari, (ming kishi)²⁰³

²⁰³ Oʻzbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika agentligi maʼlumotlari asosida tayyorlangan.

2019-2023-yillarda mamlakatimizga kelgan sayyohlar soni 3,2 baravarga oshdi va 6,6 million kishini tashkil etdi. 2020-yilda butun dunyoda sodir bo'lgan pandemiya sababli respublikamizga 1,5 million turist tashrif buyurdi, ya'ni tashriflar soni 5 barobar kamaydi. 2021-yil turizm sohasini yangi bosqichga olib chiqish davri bo'ldi, yil davomida O'zbekistonga 1,9 million xorijiy sayyoh tashrif buyurdi. Mamlakatga kelgan sayyohlar soni 2023-yilda 2021-yilga nisbatan 3,5 barobarga oshgan, ichki turizm esa 2,5 barobarga ortgan hamda hududlarning iqtisodiy-ijtimoiy rivojlanishda muhim sohalardan biri bo'lib xizmat qilgan. 2020-yilda tashqi davlatlar bilan chegaralarning yopilishi chet ellik sayyohlar tashrifini to'xtatishiga olib kelgan hamda turizm sohasini barqarorligiga bevosita ta'sir ko'rsatgan. Bundan tashqari, mamlakatimizda karantin cheklovlari joriy etilishi ichki turizmni ham to'xtatishiga hamda turistik subyektlar faoliyatini amalga oshirishga to'sqinlik qildi.

2019-yilda Qoraqalpog'iston Respublikasida faoliyat yuritgan turistik firmalar soni 7 tani tashkil qilgan bo'lsa, 2023-yilga kelib 13 taga yetdi. Ular tomonidan xizmat ko'rsatilgan shaxslar soni 2023-yilda 9700 nafarni tashkil etgan, 2019-yilda 8200 nafarni tashkil qilib, 1,2 barobarga ortgan. 2019-yilda turistik tashkilotlar tomonidan 200 nafar turistlar qabul qilingan bo'lsa, 2023-yilda bu ko'rsatkich 1400 nafarga ortgan yoki 7 barobarga oshgan.

Tadqiqotlarimiz davomida, hududda turizm sohasini davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash bilan birga, sohada faoliyat yurituvchilar va qiziquvchilar yilga-yilgan ortib borayotganligidir. Chunki, turizm sohani hududning o'ziga xos xususiyatlari, turistik obyektlarni reklama qilish orqali iqtisodiyotni yaxshilash imkonini beradi.

Lekin, erishilgan ijobiy natijalar hududdagi mavjud madaniy meros obyektlari, turistik zonalar salohiyatidan kelib chiqib, yana bir necha barobarga oshirish imkoniyati mavjud. Bu borada, O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.Mirziyoyev 2024-yilning 23-dekabr kuni "Qoraqalpog'iston Respublikasida qo'shimcha imkoniyatlarni ishga solish, investitsiyani ko'paytirish va aholi bandligini oshirish bo'yicha 2025-yildagi ustuvor vazifalar yuzasidan o'tkazilgan yig'ilish"da Qoraqalpog'istonda 3 ta asosiy yo'nalish – qishloq xo'jaligi, sanoat va turizmni rivojlantirish bo'yicha loyiha ofisi tashkil etilishi hamda mazkur tuzilma har bir tumanning o'sish nuqtalarini tahlil qilib, yangi turizm yo'nalishlarini ochish va ularga infratuzilma olib borish bo'yicha takliflar ishlab chiqish topshiri berildi²⁰⁴.

Mamlakatimizda hukumatning turizm sohasini yanada rivojlantirish va uni barqarorligini ta'minlashga qaratilgan izchil sa'y-harakatlari qatoriga ziyorat turizmi yo'nalishini jonlantirishga alohida urg'u berilishini ko'rishimiz mumkin. Ta'kidlash joizki, O'zbekistonning ziyorat turizmi jozibadorligini oshirishga qaratilgan bir qator chora-tadbirlar amalga oshirilgan. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 5-yanvardagi "O'zbekiston Respublikasida turizmni jadal rivojlantirishga oid qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi PF-5611-sonli farmoniga ko'ra, O'zbekistonning madaniy meros obyektlari, tarixiy obidalari va diniy merosi, urf-odatlarini, an'analarini o'rganish uchun xorijdan tashrif buyuruvchi fuqarolariga

²⁰⁴ O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.Mirziyoyevning 2024-yil 23-dekabr kuni Qoraqalpog'iston Respublikasida qo'shimcha imkoniyatlarni ishga solish, investitsiyani ko'paytirish va aholi bandligini oshirish bo'yicha 2025-yildagi ustuvor vazifalar yuzasidan yig'ilishi. "Yangi O'zbekiston" gazetasi 24.12.2024 y., № 260 (1321).

2 oygacha bo'lgan muddat bilan beriluvchi "Pilgrim visa" joriy etildi²⁰⁵. Shu bilan birga, ziyorat turizmi obyektlari bo'yicha ma'lumotlar bazasini shakllantirish, turistlarning kelayotgan mamlakati, madaniyati, urf-odatlarini, diniy qadriyatlarini kabilar e'tiborga olingan holda tur paketlar tasniflanmaganligi, turistik obyektlar bo'yicha turizm marshrutlari to'liq ishlab chiqilmaganligi, ziyorat turizmi infratuzilmasining yetarli darajada shakllanmaganligi hamda ziyorat turizmi faoliyatini tashkil etishda zamonaviy bozor mexanizmlaridan foydalanishning ilmiy asoslanmaganligini ta'kidlash zarur bo'ladi.

Hududlarda ziyorat turizmini rivojlantirish uchun zarur infratuzilma obyektlari – mehmonxonalar tizimini jahon standartlariga moslashtirish, ularning qurilishini ko'paytirish va zamonaviy jihozlash, aeroport va vokzallarda mehmonlarni kutish va jo'natish zallarini ziyorat turizmini tashkil etish talabalariga moslash yo'llarini hal etish muhim hisoblanadi.

Qoraqalpog'iston Respublikasida turizmni rivojlantirish borasida amalga oshirilgan ishlarga e'tibor qaratadigan bo'lsak, 2023-yilda 1,2 mln turist (110 ming xorijiy, 1,1 mln. mahalliy) tashrif buyurib, turizm xizmatlari eksporti 21 mln. dollarni tashkil qilganligini ko'rish mumkin. Xorijiy turistlarning o'rtacha qolish muddati davomiyligi 1,5 kundan 3 kunga yetdi. Erishilgan bu ko'rsatkichlarni yanada yaxshilash uchun hududda yetarli salohiyat mavjud. Jumladan, Qoraqalpog'istonda insoniyat tamaddunidan hikoya qiluvchi arxeologik yodgorlik va madaniy meros obyektlari bisyor. Hozirgi kunda Qoraqalpog'istonda ziyorat turizmini rivojlantirishda 300 dan ortiq arxeologik obyektlar mavjud bo'lib, ulardan eng mashhurlari – Ko'hna Urganch, Tupraqal'a, Ellikqal'a va Ayoqzal'a hududlaridagi qadimiy manzillarni alohida ta'kidlash joizdir. Bular, o'z navbatida, hududga sayyohlarni jalb etish uchun jozibadorlikni oshirish hamda turistik imkoniyatlarini kengaytirishda muhim hisoblanadi.

Qoraqalpog'istonning ekologik, ziyorat, arxeologik, gastronomik, tarixiy-madaniy va boshqa turizm turlari bo'yicha yetarli darajada ochilmagan qirralari mavjud. Xususan, qadimiy Mizdaxqon majmuasiga miloddan avvalgi IV-III asrlarda asos solinganini, Mazlumxon-sulu, Xalifa-Yerejep, Shamun-nabi maqbaralarini va Jumart-qassob, Gaur qal'a kabi me'moriy yodgorliklarini alohida ta'kidlab o'tish lozim bo'ladi. Hududdagi turizm salohiyatidan, xususan, turizm resurslaridan samarali foydalanish, yangi turizm mahsulotlari va yo'nalishlari yaratish muhim ahamiyatga ega.

Ushbu ziyorat maskanlari va tarixiy-me'moriy yodgorliklariga tashrif buyuruvchilarni ko'paytirish, turistik obyektlar salohiyatidan samarali foydalanish asosida ziyorat turizmini tizim sifatida rivojlantirishda dolzarb masalalardan biri hisoblanadi. Shu bilan birga, Qoraqalpog'istonda ziyorat turizmi salohiyatini oshirishda o'ziga xos bo'lgan jozibadorlik xususiyatlariga ham ega. Hududda ziyorat turizmi salohiyati mavjud resurslar va imkoniyatlar, respublikamizda amalga oshirilayotgan iqtisodiy-tarkibiy o'zgarishlar doirasida ziyorat turizmi industriyasini rivojlantirish va uning faoliyat jozibadorligini oshirish mumkin.

²⁰⁵ O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 5-yanvardagi "O'zbekiston Respublikasida turizmni jadal rivojlantirishga oid qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi PF-5611-sonli farmoni.

Qoraqalpog‘iston Respublikasida ziyorat turizmini rivojlantirishni davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlash hamda rivojlantirishdagi asosiy muammolar va ularning yechimlari bo‘yicha tahlillar o‘tkazilishi quyidagicha xulosalarni chiqarishga imkon berdi:

1. 2019-2023-yillarda Qoraqalpog‘iston Respublikasida faoliyat yuritgan turistik firmalar, ular tomonidan xizmat ko‘rsatilgan shaxslar soni, shundan, qabul qilinganlar va jo‘natilganlar soni tahlil qilindi hamda hududda turizm sohasini davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlash bilan birga, sohada faoliyat yurituvchilar va qiziquvchilar yilga-yilgan ortib borayotganligi qayd etildi. Chunki, turizm sohani hududning o‘ziga xos xususiyatlari, turistik obyektlarni reklama qilish orqali iqtisodiyotni yaxshilash imkonini beradi.

2. Qoraqalpog‘iston Respublikasida ziyorat turizmini davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlash va uni tashkil etishda tabiiy-resurslar, tarixiy-madaniy obyektlar, ijtimoiy va iqtisodiy salohiyatining asosiy tarkibiy qismlarini tahlil qilish hamda hisobga olish kerakligi asoslandi. Bu orqali, hududda ziyorat turizmi salohiyati mavjud resurslar va imkoniyatlar, respublikamizda amalga oshirilayotgan iqtisodiy-tarkibiy o‘zgarishlar doirasida ziyorat turizmi industriyasini rivojlantirish va uning faoliyat jozibadorligini oshirish mumkin bo‘ladi.

Muhriddin HOMIDOV,
O‘zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi katta o‘qituvchisi
Farida ABDUSALOMOVA,
O‘zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi magistranti

BUXORO VILOYATIDA ZIYORAT TURIZMI ISTIQBOLINI EKONOMETRIK BAHOLASH

Annotatsiya. Ushbu maqolada Buxoro viloyatida ziyorat turizmining rivojlanish istiqbollari ekonometrik usullar yordamida baholandi. Tadqiqot doirasida viloyatga kelgan sayyohlar soni va mavjud mehmonxonalar soni o‘rtasidagi bog‘liqlik tahlil qilindi. Ekonometrik modellardan foydalangan holda, turizm infratuzilmasining (xususan, mehmonxonalar sonining) ziyoratchilar oqimiga ta’siri aniqlanib, ularning o‘zaro statistik ahamiyatli bog‘liqligi isbotlandi. Natijalar Buxoro viloyatida turizm sohasini yanada rivojlantirish uchun zarur bo‘lgan infratuzilmaviy investitsiyalar va rejalashtirish bo‘yicha takliflar ishlab chiqishga xizmat qiladi.

Kalit so‘zlar: turizm, iqtisodiy samaradorlik, ijtimoiy samaradorlik, infratuzilma, turistik paketlar, turistik firmalar, mehmonxonalar.

Аннотация. В данной статье оценены перспективы развития паломнического туризма в Бухарской области с использованием эконометрических методов. В рамках исследования был проанализирован взаимосвязь между количеством туристов, прибывающих в регион, и числом имеющихся гостиниц. С применением эконометрических моделей выявлено влияние туристической инфраструктуры (в частности, количества гостиниц)

на поток паломников, а также доказана их статистически значимая взаимосвязь. Полученные результаты могут служить основой для выработки предложений по инвестициям в инфраструктуру и планированию дальнейшего развития туристической отрасли в Бухарской области. Кроме того, статья демонстрирует эффективность применения эконометрического подхода при анализе устойчивого развития паломнического туризма.

Ключевые слова: туризм, экономическая эффективность, социальная эффективность, инфраструктура, туристические пакеты, туристические фирмы, гостиницы.

Abstract. This article evaluates the prospects for the development of pilgrimage tourism in the Bukhara region using econometric methods. The study analyzes the relationship between the number of tourists arriving in the region and the number of available hotels. By applying econometric models, the influence of tourism infrastructure (in particular, the number of hotels) on the flow of pilgrims was identified, and their statistically significant correlation was confirmed. The results can serve as a basis for developing proposals related to infrastructure investment and planning for the further development of the tourism sector in the Bukhara region. Furthermore, the article demonstrates the effectiveness of using an econometric approach in analyzing the sustainable development of pilgrimage tourism.

Keywords: tourism, economic efficiency, social efficiency, infrastructure, tourist packages, travel companies, hotels.

So‘nggi yillarda turizm sohasi O‘zbekiston iqtisodiyotining ustuvor yo‘nalishlaridan biriga aylangan bo‘lib, uning tarkibiy qismlaridan biri bo‘lgan ziyorat turizmi ham jadal rivojlanmoqda. Ziyorat turizmi – bu muqaddas qadamjolarga, diniy-ma‘naviy obidalarga tashrif buyurish orqali sayyohlarning ma‘naviy ehtiyojlarini qondirishga xizmat qiluvchi muhim yo‘nalish hisoblanadi. O‘zbekistonning qadimiy va tarixiy shaharlari, jumladan, Buxoro viloyati bu borada alohida o‘rin tutadi.

Buxoro viloyati o‘zining boy diniy merosi, tarixiy obidallari va qadimiy ziyoratgohlari, xususan, “Yetti pir” maskanlari bilan ziyorat turizmining yetakchi markazlaridan biri hisoblanadi. Ushbu maskanlarga bo‘lgan talabning ortib borayotgani viloyatga tashrif buyurayotgan sayyohlar sonining yildan-yilga ko‘payishiga sabab bo‘lmoqda. Bu esa o‘z navbatida turistik infratuzilmaning, xususan, mehmonxonalar sonining ham ortib borishini talab etadi.

Mazkur tadqiqotda aynan ikki asosiy ko‘rsatkich – Buxoro viloyatiga tashrif buyurayotgan turistlar soni hamda mehmonxonalar soni – o‘rtasidagi o‘zaro bog‘liqlik ekonometrik usullar asosida tahlil qilinadi. Statistik modellash orqali bu omillar o‘rtasidagi korrelyatsiya va regressiya munosabatlari aniqlanib, ziyorat turizmining viloyatdagi istiqboli iqtisodiy jihatdan baholanadi. Ushbu yondashuv sohaga oid ilmiy asoslangan tavsiyalar ishlab chiqish, rejalashtirish va qaror qabul qilish jarayonlarini takomillashtirishga xizmat qiladi.

Ekonometrik tahlilni amalga oshirish jarayonida ma‘lumotlar sifatida 2020 va 2021-yillarga oid ko‘rsatkichlar tahlildan istisno qilindi. Bunga asosiy sabab – mazkur yillarda dunyo miqyosida kuzatilgan COVID-19 pandemiyasi tufayli turizm

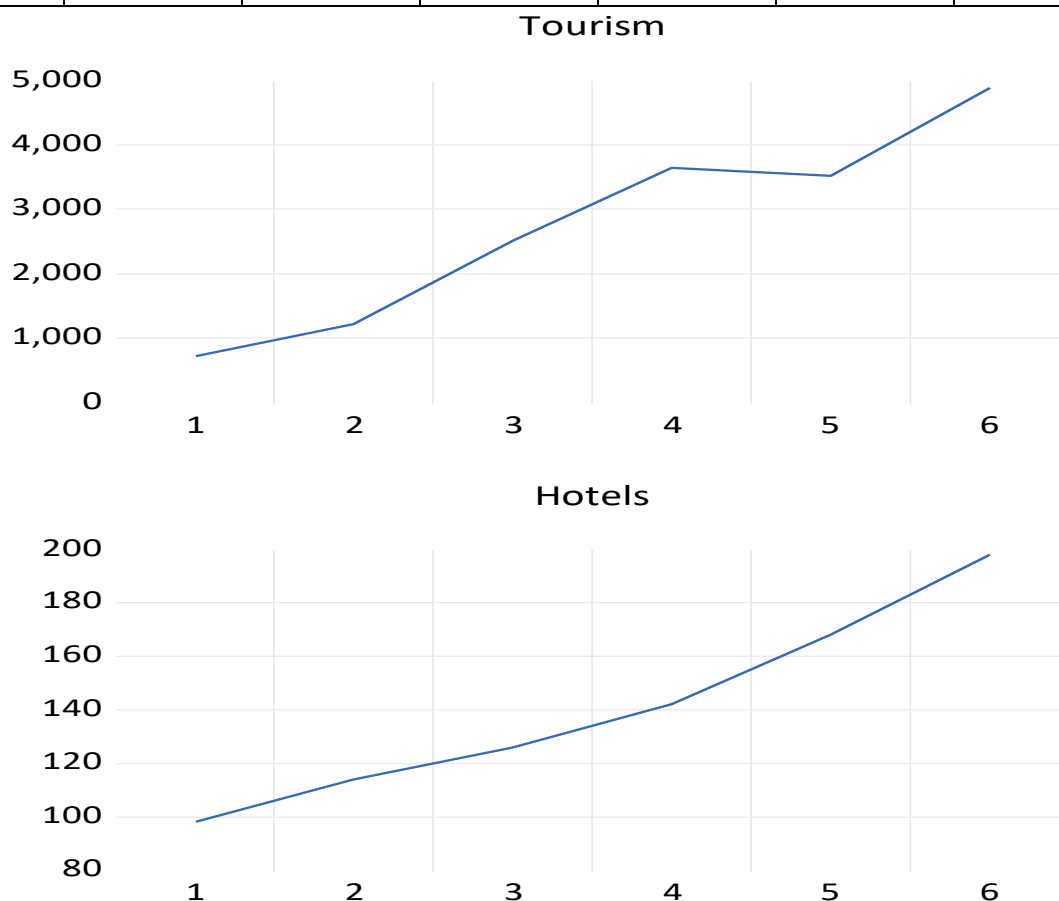
sohasining keskin pasayishi va noodatiy inqiroz holatidir. Jahon sog'liqni saqlash tashkiloti tomonidan global pandemiya deb e'lon qilingan bu davrda xalqaro va ichki sayohatlar deyarli to'xtab qolgan, mehmonxonalarning faoliyati cheklangan va sayyohlar soni tarixiy minimum darajaga tushib ketgan.

Natijada, ushbu yillardagi statistik ko'rsatkichlar odatdagi iqtisodiy sharoitlardan keskin farq qilgan va anomal holat sifatida qaraladi. Shuning uchun bu davr ma'lumotlarini tahlilga qo'shish, umumiy tendensiyalarni noto'g'ri aks ettirish xavfini tug'diradi va regressiya modeli natijalarining ishonchliligiga salbiy ta'sir ko'rsatishi mumkin. Shu boisdan, tahlilning aniqligi va iqtisodiy real holatni to'g'ri aks ettirishini ta'minlash maqsadida 2020–2021 yillarning statistik ma'lumotlari bazaviy davr sifatida qamrab olinmadi.

2.3.1-jadval²⁰⁶

Yillar kesimida Buxoroga tashrif buyurgan turistlar(ming nafar) va mehmonxonalar soni

Yillar	2016	2017	2018	2019	2022	2023
Tourism	717	1219	2501	3640	3513,7	4877,8
Hotels	98	114	126	142	168	198



Grafiklardan ko'rinib turibdiki, **2016–2019-yillar oralig'ida** Buxoroga tashrif buyurgan turistlar soni barqaror va sezilarli o'sish sur'atlarini namoyon etgan. Jumladan, 2016-yildan 2019-yilgacha bo'lgan davrda turistlar soni deyarli ikki baravarga oshgan. Bu davrda turizm sohasiga qaratilgan davlat e'tibori, infratuzilma rivoji hamda ziyorat turizmining ommalashuvi muhim omillar sifatida qayd etilishi

²⁰⁶ Muallif tomonidan ishlab chiqildi

mumkin. Ammo **2020 va 2021-yillarda** bu o'sish tendensiyasi to'xtagan, hatto ma'lum darajada pasayish kuzatilgan. Bu holat dunyo miqyosidagi COVID-19 pandemiyasi bilan izohlanadi. Aytib o'tilganidek, pandemiya yillari turizm sohasini eng og'ir inqirozga uchratgan va bu Buxoro viloyatiga ham bevosita ta'sir ko'rsatgan. Shu sababli, ushbu ikki yil ekonometrik tahlil uchun bazaviy yil sifatida olinmagan. **2022 va 2023-yillarda** esa turizm sektori tiklana boshlagan, bu esa turistlar sonining yana o'sishini ta'minlagan. Ayniqsa, 2023-yilda sezilarli sakrash kuzatiladi, bu pandemiya oqibatlaridan so'ng sohaning tiklanish davri bo'lganini ko'rsatadi.

Mehmonxonalar soni bo'yicha grafik esa barqaror va izchil o'sish tendensiyasini ko'rsatadi. 2016-yildan 2023-yilgacha mehmonxonalar soni har yili ortib borgan bo'lib, bu infratuzilma sohasiga qaratilgan sarmoya va talabning ortishi bilan bog'liq. E'tiborlisi shundaki, pandemiya yillarida ham mehmonxonalar soni kamaymagan, bu esa uzoq muddatli strategik rejalashtirish va turizm salohiyatiga bo'lgan ishonchni namoyon etadi.

2.3.2-jadval

Turistlar va mehmonxonalar sonining umumiy statistik jadvali²⁰⁷

	TOURISM	HOTELS
Mean	2744.750	141.0000
Median	3007.350	134.0000
Maximum	4877.800	198.0000
Minimum	717.0000	98.00000
Std. Dev.	1577.451	36.82934
Skewness	-0.057299	0.448710
Kurtosis	1.706346	1.968232
Jarque-Bera	0.421669	0.467477
Probability	0.809908	0.791569
Sum	16468.50	846.0000
Sum Sq. Dev.	12441756	6782.000
Observations	6	6

2.3.2-jadvalda turizm (Tourism) hamda mehmonxonalar soni (hotels) ning umumiy statistik jadvali ko'rsatilgan. Ushbu jadvalga asoslanib o'rtacha turistlar soni 2477750 nafar ekanligini ko'rishimiz mumkin. Yuqoridagi jadval evIEWS 12 dasturi yordamida hosil qilindi.

Tadqiqotning keyingi bosqichida korrelyatsiya matritsasini evIEWS 12 dasturi yordamida topamiz:

2.3.3-jadval

	TOURISM	HOTELS
TOUR...	1	0.94768411...
HOTELS	0.94768411...	1

Korrelyatsiya koefitsiyenti $r = 0.948$ bo'lganligi uchun tourism va mehmonhanalar soni Hotels orasida kuchli musbat korrelyatsion bog'liqlik mavjud ekanligi tasdiqlandi. Bu bog'liqlikni regressiya chizig'i orqali ifodalaymiz:

$$Tourism_t = a + b \cdot Hotels_t + \varepsilon_t \quad (2.3.1)$$

Bu yerda ε_t modelning tasodifiy qismi.

EvIEWS 12 dasturi yordamida eng kichik kvadrat usuli bilan regressiya parametrlarini baholaymiz:

²⁰⁷ Muallif tomonidan ishlab chiqildi

Regressiya tahlilining natijalari²⁰⁸

Dependent Variable: TOURISM

Method: Least Squares

Date: 04/24/25 Time: 05:57

Sample: 1 6

Included observations: 6

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-2978.526	990.9114	-3.005845	0.0397
HOTELS	40.59061	6.836094	5.937690	0.0040
R-squared	0.898105	Mean dependent var	2744.750	
Adjusted R-squared	0.872631	S.D. dependent var	1577.451	
S.E. of regression	562.9721	Akaike info criterion	15.76554	
Sum squared resid	1267750.	Schwarz criterion	15.69613	
Log likelihood	-45.29662	Hannan-Quinn criter.	15.48767	
F-statistic	35.25617	Durbin-Watson stat	1.822934	
Prob(F-statistic)	0.004034			

2.3.4-jadvalga ko‘ra : Regressiya modeli quyidagi ko‘rinishda berilgan:

$$Tourism_t = -2978.56 + 40.59 \cdot Hotels_t + \varepsilon_t \quad (2.3.2)$$

Bu modelga ko‘ra, Buxoro viloyatidagi mehmonxonalar soni (HOTELS) har birta birlikka oshganda, turistlar soni o‘rtacha **40.59 ming kishiga** oshadi (agar boshqa omillar o‘zgarmasa). Bu ijobiy va iqtisodiy jihatdan mazmunli natijadir. Tahlil natijalari shuni ko‘rsatadiki, **Buxoro viloyatida mehmonxonalar sonining ortishi bevosita tarzda turistlar sonining oshishiga ta’sir qilmoqda.** Model yuqori izohlovchi kuchga ega va statistik jihatdan ishonchli. Demak, viloyatda ziyorat turizmini rivojlantirish uchun turistik infratuzilmani, xususan mehmonxonalar sonini ko‘paytirish muhim ahamiyat kasb etadi.

Ekonometrik tahlil natijalariga ko‘ra, turistlar soni va mehmonxonalar soni o‘rtasidagi bog‘liqlik juda kuchli. Mehmonxona xizmatlarining soni va sifati turistlar soniga bevosita ta’sir ko‘rsatadi. Bu shuni anglatadiki, turistlar soni ortgan sari mehmonxona xizmatlariga bo‘lgan talab ham oshadi, va shu bilan birga, mehmonxonalar miqdorining oshishi iqtisodiy o‘shishga ijobiy ta’sir qiladi. Shu bilan birga, mehmonxonalar sonining ortishi viloyatga yangi investitsiyalar kiritilishiga ham olib keladi. Bu o‘z navbatida mahalliy iqtisodiyotning rivojlanishiga, ish o‘rinlarining ko‘payishiga va xizmatlar sohasining yanada takomillashishiga olib keladi.

Buxoro viloyatida ziyorat turizmi rivojlanishi uchun mehmonxona infratuzilmasi va turizm xizmatlarini takomillashtirish zarur, chunki turistlar sonining o‘shishi va mehmonxona xizmatlariga bo‘lgan talabning oshishi iqtisodiy rivojlanishga katta ta’sir ko‘rsatadi. Shuning uchun, mehmonxona sohasidagi rivojlanish ziyorat turizmining muvaffaqiyatli kelajagi uchun muhim ahamiyatga ega.

Buxoro viloyatida ziyorat turizmini rivojlantirish uchun katta salohiyat mavjud, ammo buni amalga oshirish uchun kompleks yondashuv va strategiya kerak. Yaxshi

²⁰⁸ Muallif tomonidan ishlab chiqildi

rivojlangan infratuzilma, sifatli xizmatlar, samarali marketing va iqtisodiy tahlillar asosida amalga oshirilgan investitsiyalar yordamida Buxoro viloyati nafaqat o'zining turizm salohiyatini oshirishi, balki butun iqtisodiyot uchun yangi imkoniyatlar yaratishi mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2024-yil 12-yanvardagi PF-9-son "Respublikaga xorijiy turistlar oqimini keskin oshirish hamda ichki turizmni yanada jadallashtirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi Farmoni.
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 27-iyuldagi PQ-238-son "Turizm yo'nalishidagi islohotlarni yanada jadallashtirish va sohada davlat boshqaruvi tizimini samarali tashkil qilish chora-tadbirlari to'g'risida" gi Qarori.
3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2024-yil 23-sentyabrdagi PQ-335-son "O'zbekiston Respublikasida tibbiy va sog'lomlashtirish turizmini yanada rivojlantirish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi Qarori.
4. Xasanova G.D. Buxoro viloyatida vujudga kelayotgan yangi turistik hududlar. "Barqaror raqobatbardosh turistik hududlarni shakllantirishning ustuvor yo'nalishlari: innovatsion boshqaruv, xorij tajribasi va rivojlantirish strategiyalari". Respublika ilmiy-amaliy anjumani tezislari to'plami. Buxoro. 2018. 305-308 b.
5. O'zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo'mitasi Buxoro viloyati statistika boshqarmasi rasmiy sayti (<https://www.buxstat.uz/>).

Uktam JIYANOV,
O'zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi katta o'qituvchisi

BUXORO VILOYATIDA ZIYORAT TURIZMINI RIVOSHLANTIRISHDA INNOVATSION STRATEGIYALAR

Annotatsiya. Ushbu maqolada, Buxoro viloyatida ziyorat turizmini rivojlantirish uchun qo'llaniladigan innovatsion strategiyalarni o'rganish, shu sohada tajribalarni tahlil qilish va yangi yondashuvlarni ishlab chiqish masalalari ko'rib chiqiladi. Maqolada, innovatsion texnologiyalarni qo'llash, raqamli marketing, ziyorat joylarini boshqarishning yangi usullari, ekoturizm va boshqa yangi yondashuvlar orqali ziyorat turizmini rivojlantirishning istiqbollari va zarur strategiyalariga e'tibor qaratiladi.

Kalit so'zlar: ziyorat turizmi, Buxoro viloyati, innovatsion strategiyalar, raqamli marketing, turizm rivojlantirish, ekoturizm.

Аннотация. В данной статье рассматриваются вопросы изучения инновационных стратегий, используемых для развития паломнического туризма в Бухарской области, обобщен опыт в этой области и необходимость разработки новых подходов. В статье рассматриваются перспективы и необходимые стратегии развития паломнического туризма посредством использования инновационных технологий, цифрового маркетинга, новых методов управления местами паломничества, экотуризма и других новых

подходов.

Ключевые слова: паломнический туризм, Бухарская область, инновационные стратегии, цифровой маркетинг, развитие туризма, экотуризм.

Abstract. This article examines the issues of studying innovative strategies used to develop pilgrimage tourism in the Bukhara region, analyzing experiences in this area, and developing new approaches. The article focuses on the prospects and necessary strategies for developing pilgrimage tourism through the use of innovative technologies, digital marketing, new methods of managing pilgrimage sites, ecotourism, and other new approaches.

Keywords: pilgrimage tourism, Bukhara region, innovative strategies, digital marketing, tourism development, ecotourism.

Ziyorat turizmi, dunyoning ko‘plab mamlakatlarida, ayniqsa, musulmonlar orasida muhim ahamiyatga ega bo‘lgan, diniy va madaniy merosni o‘rganish hamda bu bilan birga sayohatchilarga diniy xizmatlar ko‘rsatish jarayonini o‘z ichiga olgan turizm shaklidir. Buxoro viloyati, o‘zining boy diniy, madaniy va tarixiy merosi bilan ajralib turadi va bu regionda ziyorat turizmining rivojlanishi katta iqtisodiy va madaniy ahamiyatga ega. Buxoro shahrida joylashgan tarixiy obidalar, masjidlar, madrasalar va maqbaralar musulmonlar uchun nafaqat diniy, balki tarixiy va madaniy qimmatga ega bo‘lgan joylardir. Ushbu obidalar nafaqat O‘zbekiston, balki butun dunyo bo‘ylab ziyorat qilish uchun keladigan odamlarni o‘ziga jalb qiladi.

Buxoro viloyatining ziyorat turizmi, mamlakatimizning turizm sohasidagi istiqbollardan biri sifatida, so‘nggi yillarda katta e‘tibor qaratilayotgan soha bo‘lib qolmoqda²⁰⁹. Shu bilan birga, ziyorat turizmi iqtisodiyotning muhim tarmog‘iga aylangan va uning rivojlanishi ko‘plab boshqa sohalarni, jumladan, infratuzilma, xizmat ko‘rsatish, savdo va mehmonxona xizmatlari, transport va kommunikatsiyalarni yanada rivojlantirishga yordam beradi. Buxoro viloyatida ziyorat turizmining rivojlanishi, uning o‘ziga xos strategiyalarini ishlab chiqishni talab qiladi.

Innovatsion strategiyalarni qo‘llash, turizm sohasidagi o‘zgaruvchan talab va sharoitlarga tezkor javob berishga imkon yaratadi. Ziyorat turizmida innovatsion yondashuvlar, zamonaviy texnologiyalar va raqamli marketing usullarini qo‘llash orqali sayohatlarni boshqarish va brendni rivojlantirishda yangi imkoniyatlar yaratiladi. Shu bilan birga, ziyorat turizmi bilan bog‘liq xizmatlarni optimallashtirish, mijozlarga qulaylik yaratish va madaniy hamda diniy obidalar haqida to‘liq ma’lumot taqdim etish orqali bu sohani yanada jozibador qilish mumkin.

Bugungi kunda innovatsiyalarni qo‘llash, masalan, aqlli telefonlar orqali ziyorat qilishni rejalashtirish, mobil ilovalar yordamida ziyorat joylarini kashf etish, raqamli xaritalar va onlayn tizimlar orqali mehmonlarni yo‘naltirish kabi strategiyalar turizmning rivojlanishini tezlashtirishi mumkin. Shuningdek, ziyorat turizmini rivojlantirishda ecoturizm, madaniy turizm, gastronomik turizm kabi boshqa turlarni

²⁰⁹ S.Zaynutdinov va M.Sharifxodjaev. Innovatsion strategiyalar yordamida Buxoro viloyatida ziyorat turizmini rivojlantirish. Buxoro Universiteti Nashriyoti. 2024 yil.

integratsiya qilish va innovatsion xizmatlarni joriy etish ham muhim o‘rin tutadi. Bu jarayon, nafaqat sayohatlarni osonlashtiradi, balki ziyoratchilarni yanada ko‘proq jalb qilish imkonini yaratadi.

Ziyorat turizmi Buxoro viloyatida turizm infratuzilmasini rivojlantirish, yangi ish o‘rinlarini yaratish, mahalliy iqtisodiyotni mustahkamlash va ijtimoiy barqarorlikni ta‘minlashda katta rol o‘ynaydi. Innovatsion strategiyalar yordamida bu sohani yanada rivojlantirish, uning global miqyosda tanilishiga va sayyohlarni jalb qilishga yordam beradi.

Buxoro viloyatidagi turizm sohasining rivojlanishi va ziyorat turizmiga bo‘lgan qiziqishning ortishi, raqamli marketing va innovatsion texnologiyalarni joriy etish orqali yanada samarali bo‘ladi. Yangi texnologiyalar, masalan, 5G tarmog‘i, raqamli xizmatlar va shaxsiylashtirilgan reklama strategiyalari sayyohlarni jalb qilishda katta rol o‘ynaydi va viloyatning turizm sohasini iqtisodiy jihatdan mustahkamlaydi.

Buxoro viloyatida turizmni rivojlantirishning maqsadli ko‘rsatkichlari 2022-2026-yillarda sezilarli o‘sish prognozlarini ko‘rsatmoqda. Ichki va xorijiy sayyohlar soni, xizmatlar eksporti va turizm infratuzilmasi sohasida ijobiy o‘zgarishlar kutilmoqda. Bu ko‘rsatkichlar, innovatsion strategiyalarni qo‘llash, masalan, raqamli marketing, mobil ilovalar va yuqori texnologiyali xizmatlar orqali amalga oshirilishi kerak. Ziyorat turizmiga alohida e‘tibor berish, xalqaro va mahalliy sayyohlarni jalb qilishda muhim rol o‘ynaydi.

2022 - 2026-yillarda Buxoro viloyatida turizm sohasini rivojlantirishning maqsadli ko‘rsatkichlari²¹⁰

T/r	Ko‘rsatkichlar nomi	yillar				
		2022	2023	2024	2025	2026
1.	Ichki turistlar tashrifi soni (mln. kishi)	2,4	2,9	3,4	3,8	4,1
2.	Xorijiy sayyohlar soni (ming kishi)	450,0	900,0	1,200	1,500	1 800
3.	Xizmatlar eksporti (mln. AQSh doll)	121	200	230	270	300
4.	Joylashtirish vositalaridagi xonalar soni (ming)	5,399	6,131	6,721	7,336	7,976
5.	Mehmonxonalar nomer fondining bandlik darajasi	45,0	51,0	61,0	71,0	93,0
6.	Joylashtirish vositalaridagi o‘rinlar soni (ming)	12,147	13,672	14,902	16,182	17,512
7.	Mehmonxonalar soni (dona)	178	198	218	238	258
8.	Oilaviy mehmon uylari soni (dona)	264	314	325	335	345
9.	Xostellar soni (dona)	55	61	66	71	76
10.	Internet (4G va 5G texnologiyalarini hisobga olgan holda) qamrovi darajasini oshirib borish	7	8	9	10	11

Ziyorat turizmi, dunyoning ko‘plab mamlakatlarida, ayniqsa musulmonlar orasida diniy sayohatlar va diniy xizmatlar ko‘rsatish jarayonini o‘z ichiga olgan turizm shaklidir. Buxoro viloyati bu turizm turida yetakchi hududlardan biri bo‘lishi mumkin, chunki bu yerda ming yillik tarixiy va diniy obidalar mavjud. Shunga qaramay, ziyorat turizmini rivojlantirishda zamonaviy innovatsion strategiyalarni qo‘llash zarurati ortib bormoqda. Innovatsion strategiyalar yordamida ziyorat turizmi nafaqat sayyohlar uchun qulay va qiziqarli bo‘ladi, balki iqtisodiy foyda olish imkoniyatlarini ham oshiradi.

²¹⁰ <https://lex.uz/docs/-6212874>

Buxoro viloyatida ziyorat turizmini rivojlantirishda bir qator innovatsion strategiyalar mavjud bo'lib, ularni quyida ko'rib chiqamiz:

1. *Raqamli marketing va onlayn platformalar.* Raqamli marketing zamonaviy turizm sohasining ajralmas qismiga aylangan. Buxoro viloyatida ziyorat turizmini rivojlantirishda raqamli marketing strategiyalarini qo'llash juda muhimdir. Ijtimoiy media, Google Ads, SEO (Search Engine Optimization), influencer marketing va boshqa onlayn vositalar orqali sayyohlarni jalb qilish mumkin. Buxoro viloyatidagi tarixiy va diniy obidalar haqidagi ma'lumotlarni onlayn platformalarda taqdim etish, sayyohlar uchun qulaylik yaratadi va ziyorat qilishni rejalashtirayotganlarga foydali ma'lumotlar taqdim etadi. Masalan, mahalliy sayyohlik agentliklari va mehmonxonalari mobil ilovalar orqali ziyorat joylari haqida interaktiv ma'lumotlar taqdim etib, sayyohlarni sayohatlarni rejalashtirishda yordam bera olishlari mumkin. Bu usul sayyohlarni ko'proq jalb qilishga yordam beradi va marketingning samaradorligini oshiradi.

2. *Aqlli texnologiyalar va aqlli turizm tizimlari.* Aqlli texnologiyalar ziyorat turizmini yanada samarali qilishda muhim rol o'ynaydi. Aqlli telefonlar yordamida ziyorat joylarining interaktiv xaritalarini yaratish, ziyoratchilarni joylarga yo'naltirish, xizmatlar haqida to'liq ma'lumot taqdim etish imkoniyatlari yaratilishi mumkin. Buxoro viloyatida ziyorat joylarida aqlli tizimlarni joriy etish, masalan, mobil ilovalar yoki aqlli turistik tizimlar orqali sayohatchilarni ma'lum bir joyga avtomatik ravishda yo'naltirish, joylarning tarixiy va madaniy ahamiyatini batafsil tushuntirish imkonini yaratadi.

3. *Turistik infratuzilmani innovatsion yangilash.* Ziyorat turizmini rivojlantirish uchun infrastruktura muhim ahamiyatga ega. Buxoro viloyatida zamonaviy mehmonxona xizmatlari, sayyohlar uchun yangi transport tizimlari, avtobuslar, shuningdek, restoranlar va boshqa xizmatlar uchun innovatsion yondashuvlar joriy etish zarur. Mahalliy hokimiyat va turizm kompaniyalari tomonidan turistik infratuzilmani modernizatsiya qilish, zamonaviy texnologiyalarni qo'llash orqali sayohatlarni osonlashtiradi va sayyohlarning qulayligini ta'minlaydi.

4. *Ekoturizmni rivojlantirish.* Buxoro viloyati tabiat va tarixiy joylar bilan boy bo'lib, ekoturizmni rivojlantirish uchun ajoyib imkoniyatlarga ega. Ekoturizm, ekologik barqarorlikni ta'minlash bilan birga, sayyohlar uchun tabiat bilan uyg'un bo'lgan sayohatlar taqdim etadi. Mahalliy an'analar, madaniyat va tabiatni saqlashga qaratilgan innovatsion strategiyalar yordamida ekoturizmni rivojlantirish Buxoro viloyatining ziyorat turizmi uchun yangi imkoniyatlar yaratadi.

5. *Gastronomik turizm va madaniy yondashuv.* Buxoro viloyatining gastronomik merosi, madaniy va diniy obidalar bilan birgalikda sayyohlarni jalb qilishning yana bir muhim yo'li bo'lib, ziyorat turizmi rivojlanishida innovatsion strategiya sifatida ishlatilishi mumkin. Mahalliy oshxona, xalq taomlari va milliy an'analarga bag'ishlangan sayohatlar tashkil etish, sayyohlarni yanada ko'proq jalb qilish imkonini yaratadi. Gastronomik turizmni rivojlantirishda innovatsion yondashuvlar, masalan, onlayn taomlar kurslari, sayohatlarda xalq taomlarini o'rgatish imkoniyatlarini yaratish zarur.

Xulosa qilib aytganda, Buxoro viloyatida ziyorat turizmini rivojlantirishda innovatsion strategiyalarni joriy etish, nafaqat turizm sohasini rivojlantirish, balki

viloyat iqtisodiyotini diversifikatsiya qilish va xalqaro miqyosda tanitish uchun muhim ahamiyatga ega. Raqamli marketing, aqlli texnologiyalar, ekoturizm va gastronomik turizm kabi innovatsion strategiyalarni qo'llash, Buxoro viloyatining turizm salohiyatini oshirish va sayyohlarni ko'proq jalb qilish imkoniyatlarini yaratadi. Bu esa, ziyorat turizmining rivojlanishi bilan birga, viloyatning iqtisodiy va madaniy o'sishiga hissa qo'shadi.

Adabiyotlar ro'yxati

1. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining "2022 – 2026-yillarda Buxoro viloyatida turizm sohasini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi qarori, 28.09.2022 yildagi 543-son.

2. S.Zaynutdinov va M.Sharifxodjaev. Innovatsion strategiyalar yordamida Buxoro viloyatida ziyorat turizmini rivojlantirish. Buxoro Universiteti Nashriyoti. 2024 yil.

Uralbay ALLANAZAROV,
Berdaq nomidagi Qoraqalpog' davlat universiteti katta o'qituvchisi

“ZIYORAT TURIZMI” TUSHUNCHASINING IJTIMOIIY-IQTISODIY MAZMUNI VA MOHIYATI

Annotatsiya. “Ziyorat turizmi” tushunchasiga berilgan ta'riflari, maqsadlar bo'yicha turizm turlari va diniy turizmning asosiy yo'nalishlari va ziyorat turizmining asosiy elementlaridan biri ekskursiya bo'lib hisoblanishi tahlil qilingan.

Kalit so'zlar: Ziyorat turizmi, ekskursiya, diniy turizm, element, ta'rif, muqaddas joylar.

Аннотация. Анализируются определения понятия «паломнический туризм», виды туризма по целям и основные направления религиозного туризма, а также то, что одним из основных элементов паломнического туризма является экскурсия.

Ключевые слова: Паломнический туризм, экскурсия, религиозный туризм, элемент, определение, святые места.

Abstract. The definitions of the concept of "pilgrimage tourism", types of tourism by purpose and the main directions of religious tourism, and the fact that one of the main elements of pilgrimage tourism is an excursion are analyzed.

Keywords: Pilgrimage tourism, excursion, religious tourism, element, definition, sacred places.

Kirish. So'nggi yillarda turizmning turli yo'nalishlari jadal rivojlanib, ularning ichida diniy va ziyorat turizmi alohida e'tiborni tortmoqda. Bu turizm turi nafaqat sayyohlik faoliyati sifatida, balki madaniy-ma'naviy merosni saqlash va targ'ib qilish vositasi sifatida ham muhim ahamiyat kasb etadi. “Ziyorat turizmi” tushunchasiga berilgan turli ta'riflar, uning maqsadlari va asosiy yo'nalishlari, shuningdek, ekskursiya kabi asosiy elementlari orqali bu sohaning mohiyati chuqurroq anglash mumkin. Ushbu ishda ziyorat turizmining nazariy asoslari va amaliy ahamiyati tahlil

qilinadi.

Turizmning faoliyat sifatidagi ta'rifi ziyorat tushunchasi va mohiyatidan aslo kam emas. "Ziyorat va diniy sayohatlarning ilmiy ta'rifiga asoslanib aytishimiz mumkinki, u insonning ma'naviy faoliyatidan ko'ra ko'proq turizm bilan bog'liq" [1] bo'lib, shu asosda ziyoratni ekskursiya sifatida bimalol gapirish mumkin.

Asosiy qism. Ziyorat turizmini o'ziga xos xususiyatlarini aniqlash va uni rivojlantirish istiqbollarini belgilash maqsadida turizm obyekti sifatidagi "ziyosat" atamasining mohiyati va tabiatini anglab olish lozim. Adabiyotlarda bu atamaga turlicha ta'rif berilib, uning xususiyatlari hali-hanuzgacha to'liq yoritilmagan.

Olib borilgan ilmiy-tadqiqotlardan ma'lum bo'ldiki, diniy va ziyorat turizmning ta'riflari hamda mazmuniga turlicha yondashuvlar mavjud. Ziyorat turizmi ko'pchilik xorijiy tadqiqotchilar tomonidan diniy turizmning bir turi sifatida qaraladi. Jumladan, A.V.Babkin, M.B.Birjakov, T.T.Xristov kabi turizm sohasida ko'plab tadqiqotlar olib borgan olimlar diniy turizmning ikkita asosiy turdan iboratligini ta'kidlashganlar. Ya'ni ular ziyorat turizmi hamda o'rganishga oid ekskursion yo'nalishdagi diniy turizmni ajratib ko'rsatadi.

A.V.Babkinning "Специальные виды туризма" nomli o'quv qo'llanmasida "ziyosat turizmi muqaddas joylar, diniy markazlarga borayotgan turistlarga xizmat ko'rsatish va ularning ehtiyojlarini qondirish bilan bog'liq bo'lgan faoliyat turi" [2] ekanligini keltirib o'tadi.

L.V.Baylagasov va M.I.Goppalar "О классификации паломнического туризма" mavzusidagi ilmiy maqolasida ziyorat turizmiga kengroq tushuncha sifatida qarashadi. Olimlarning fikricha, "ziyosat turizmi nafaqat din bilan bog'liq, balki mashhur kishilar qabri yoki uy muzeyini borib ko'rish, ularni xotirlashni ham o'z ichiga oladi" [3] degan fikrni ilgari surishadi.

Bugungi kungacha ziyorat turizmi turlicha tariflangan bo'lib, ziyorat turizmi fenomenasi uzoq yillik ziyoratgohlarga ruhan poklanish maqsadida tashrif buyurishga ham bog'liqdir. Ziyorat turizmi bo'yicha olib borilgan tadqiqotlarimiz natijasida «Ziyorat turizmi» tushunchasiga olimlar tomonidan berilgan turlicha ta'riflarni o'rganib chiqdik. Ushbu ta'riflarni quyidagi jadvalga birlashtirdik (1-jadval). Ziyorat turizmiga berilgan ta'riflarni o'rgangan holda hamda tadqiqotlarimizdan kelib chiqib aytish mumkinki "Ziyorat turizmi ma'lum bir dinga e'tiqot qiladigan insonlarning ma'nan va ruhan poklanish ehtiyojlarini qondirishga, shuningdek ziyorat obyektlari hamda jarayonlarini tomosha qilishga qaratilgan sayr-sayohat shaklidir".

1-jadval

"Ziyorat turizmi" tushunchasiga berilgan ta'riflar

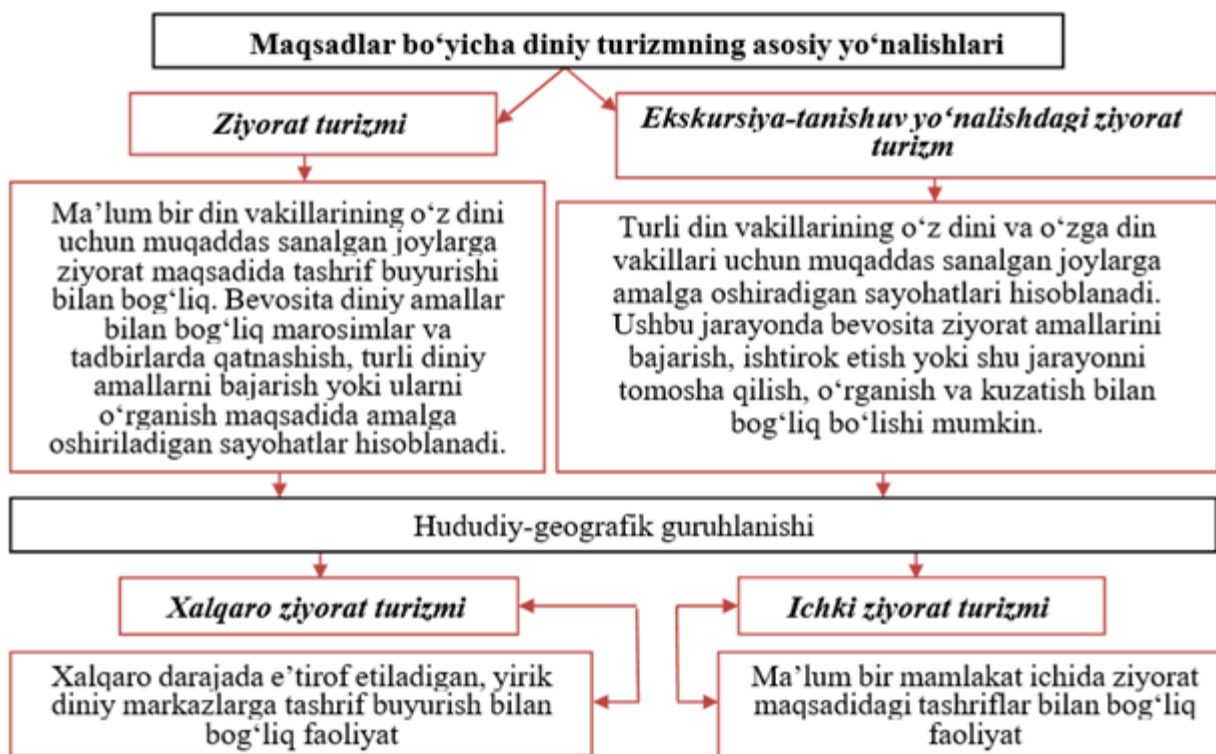
Barber (Barber, R. (1993). Pilgrimages. London: The Boydell Press.)	Ziyorat- ma'lum diniy maqsadlarga qaratilgan bo'lib, muqaddas hududlarga tashrif buyurishni ko'zlaydi hamda ruhiy va ichki e'tiqodga erishish maqsadida amalga oshiriladi.
Smit (Smith, V. L. (1992). Introduction. The quest in guest. Annals of Tourism Research, 19(1), 1–17.)	Ziyorat- atamasi diniy sayohat, ziyorat safari, ayniqsa, qabr yoki muqaddas joylarga tashrif buyurish demakdir. Biroq, u lotin tilidan "peregrinus" so'zidan olinganligi sabab u sayyoh, muxojir, musofir, kelgindi va begona ma'nolarini ham beradi.
Eickelman va Piscatori	Ziyorat sayr-sayohat shakli bo'lib, aholi harakatining bir

	turi. “Harakatlar” ma’lum tartib–qoidalar asosida yuzaga keladi.
Eickelman, D. F., & Piscatori, J. (1990). Muslim travelers – Pilgrimage, migration and the religious imagination. London: Routledge.)	Ushbu harakat insonlarning katta hajmdagi harakatlarini dunyo bo‘ylab o‘z ichiga oladi hamda har kungi sayohatlarga ta’luqlidir.
Islom ensiklopediyasi («O‘zbekiston milliy ensiklopediyasi» Davlat ilmiy nashriyoti. Toshkent-2017)	Ziyorat – muqaddas joylarga, mozar va qabristonlarga borib muayyan rasm-rusumlarni bajarib kelish. Ziyorat marosimi, odatda qabr tepasida ayrim suralarni o‘qib marhum haqiga duo qilish, shuningdek, hayr-ehson, sadaqa berish kabilardan iborat.
A.V.Babkin (Spesialnie vidi turizma. Rostov-na-Donu: Feniks, 2008. - 252 s.)	Ziyorat turizmi muqaddas joylar, diniy markazlarga borayotgan turistlarga xizmat ko‘rsatish va ularning ehtiyojlarini qondirish bilan bog‘liq faoliyat turi.
L.V.Baylagasov, M.I.Goppa (О классификации паломнического туризма // Международный научный журнал «Символ науки», - 2016, - №10. - 192-194 с)	Ziyorat turizmi nafaqat din bilan bog‘liq, balki mashhur kishilar qabri yoki uy muzeyini borib ko‘rish, ularni xotirlashni ham o‘z ichiga oladi.
M.A.Vinokurov (Что такое туризм? // Известия Иркутской государственной экономической академии. – 2004. – № 3. – С. 19-24.))	“diniy turizm (ziyosat turizmi) muhim diniy marosimlarda ishtirok etish uchun safarga chiqish, diniy yodgorliklar yoki boshqa dinlar tarixi va madaniyati bilan tanishish maqsadidagi turlar, shuningdek, mutaxassislarning din masalalari bilan bog‘liq ilmiy safarlarini ko‘zda tutadi” [4]

Bizning fikrimizcha ziyorat turizmi - ma’lum bir din vakillarining o‘z dini uchun muqaddas sanalgan joylarga, tarixiy, madaniy va tabiiy resurslar bilan bog‘liq bo‘lgan muqaddas qadamjollarga, o‘ziga xos ziyorat jozibadorligiga ega obyektlarga turistlarning tashriflarini tashkil etish bilan bog‘liq bo‘lgan turistik faoliyatdir. Ziyorat turizmi bilan bog‘liq faoliyat bevosita ziyorat amallarini bajarish, diniy amallar bilan bog‘liq marosimlar va tadbirlarda qatnashish yoki ularni o‘rganish maqsadida amalga oshirilishi mumkin.

Ziyoratchilarning psixologik xususiyatlari juda xilma-xildir. Ko‘p hollarda ziyoratchi allaqachon o‘rnatilgan qadriyatlar tizimiga ega bo‘lgan chuqur dindor shaxsdir. U o‘zining ma’naviy va axloqiy maqsadlariga erishish uchun odatdagi turmush tarzidan: ijtimoiy davradan, zavqlanishdan, oziq-ovqatdan bir muddat voz kechishga tayyor. Ziyorat g‘oyasi ma’lum bir qiyinchilik sharoitidagi amallarni, shu sharoitda bo‘lish uchun ixtiyoriy ravishda zimmasiga olgan majburiyatlarni nazarda tutadi. Bu insonning abadiy ruhiy nomi uchun vaqtinchalik va o‘tkinchi materialni qurbon qilishga tayyorligini anglatadi. Hinduizm, buddizm, nasroniylik va boshqa dinlarda piyoda ziyorat qilish, ayniqsa allaqachon mavjud yo‘llar bo‘ylab rivojlangan.

Bu jarayonda, turli din va aholi qatlamlari vakillarini nafaqat ziyorat, balki ular tashrif buyurgan joylarning tarixiy, madaniy va badiiy qadriyatlari bilan tanishtirish imkoniyatini beradi.



1-rasm. Maqsadlar bo'yicha turizm turlari va diniy turizmning asosiy yo'nalishlari

Ziyorat insonning voqelikka muayyan munosabatini nazarda tutadi.

Yuqoridagi tahlillar asosida ziyorat turizmi diniy qadriyatlar, madaniy meros va tarixiy obidalarni birlashtiruvchi, insonlarning ma'naviy-ma'rifiy ehtiyojlarini qondiruvchi muhim turizm yo'nalishidir. Uning asosiy elementlaridan biri hisoblangan ekskursiyalar esa bu jarayonda axborot berish, tafakkurni boyitish va bilim olishga xizmat qiladi. Shu bois, ziyorat turizmini rivojlantirish orqali nafaqat iqtisodiy foyda, balki jamiyatning madaniy saviyasi va ruhiy salomatligiga ham ijobiy ta'sir ko'rsatish mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Beknazarov F.A. Ziyorat turizmi tushunchasining mohiyati va uni rivojlantirishning o'ziga xos xususiyatlari // Servis. – 2019, №3.
2. Бабкин А.В. Специальные виды туризма. Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. - 252 с.
3. Байлагасов Л.В., Гоппа М.И. О классификации паломнического туризма // Международный научный журнал «Символ науки», - 2016, - №10. - 192-194 с
4. Что такое туризм? // Известия Иркутской государственной экономической академии.–2004.–№ 3.–С.19-24

ETNOGRAFIK TURIZM VA MARKETING

Annotatsiya. Mazkur maqola O'zbekiston Respublikasining turizm salohiyatini rivojlantirishda etnografik turizm yo'nalishining ahamiyati, mavjud imkoniyatlari hamda marketing yondashuvlari asosida xorijiy sayyohlarni jalb qilish muammolari va istiqbollarini ilmiy tahlil qiladi. Shuningdek, Maqolada mamlakatimizning turli hududlarida mavjud bo'lgan, ammo foydalanilmagan etnografik resurslar tahlil qilinadi. Xususan, mavsumiy uzilishlar, raqobatbardosh mahsulotlarning kamligi, milliy brendning to'liq shakllanmaganligi va marketing strategiyalarining yetarlicha yo'lga qo'yilmaganligi mavjud muammolar sifatida ko'rsatilgan. Shu bilan birga, etnografik turizm destinatsiyalarining tarixiy va madaniy jihatdan o'zaro uyg'unligi, ularni kombinatsiyalash asosida raqobatbardosh turistik marshrutlar yaratish imkoniyati yoritilgan.

Kalit so'zlar: etnografik turizm, turizm marketingi, mahalliy resurslar, xorijiy turistlar, madaniy meros, turistik mahsulot, turizm brendi, marketing strategiyasi, turizm bozori, bozor segmentatsiyasi, raqobatbardoshlik, barqaror turizm, turizm infratuzilmasi, rekreatsion resurslar.

Abstract. This article provides a scientific analysis of the importance of ethnographic tourism in the development of the tourism potential of the Republic of Uzbekistan, its existing opportunities and marketing approaches to attracting foreign tourists. The article also analyzes the existing but unused ethnographic resources in various regions of our country. In particular, seasonal disruptions, a lack of competitive products, incomplete formation of a national brand, and insufficient development of marketing strategies are identified as existing problems. At the same time, the historical and cultural compatibility of ethnographic tourism destinations and the possibility of creating competitive tourist routes based on their combination are highlighted.

Keywords: ethnographic tourism, tourism marketing, local resources, foreign tourists, cultural heritage, tourism product, tourism brand, marketing strategy, tourism market, market segmentation, competitiveness, sustainable tourism, tourism infrastructure, recreational resources.

O'zbekistonga etnografik turizm yo'nalishida xorijiy turistlarni jalb qilishning ichki imkoniyatlari va istiqbolli yo'nalishlarini tadqiq etish lozim. Monografik kuzatuvlar xulosalari asosida ma'lum bo'lganki, O'zbekistonga tashrif buyurgan xorijiy turistlar ko'p hollarda tarixiy-madaniy, ziyorat, tibbiy, ekologik va gastronomik marshrutlar doirasida o'z sayohatlarini amalga oshiradi. Bugungacha O'zbekistonning etnografik jozibadorligini yorqin ifoda etgan va shu yo'nalishga ixtisoslashgan raqobatbardosh turistik marshrutlar yetarli emas. Qolaversa, mintaqalar etnografik turizm salohiyatidan foydalanishda ishga solinmagan zaxiralar mavjud. Etnografik turizm marshrutlari bo'ylab xorijiy turistlarni jalb qilishda mavsumiy uzilishlar bartaraf etilmagan. O'zbekistonning etnografik turizm brendi

to'la shakllanib ulgurmagan. Milliy etnografiya motivlarini o'zida mujassam etgan turistik mahsulotlarning tashqi bozorlardagi reklamasi tizimli yo'lga qo'yilmagan. Kombinatsion turlar tarkibida etnografik turizm marshrutlari salmog'i sezilarli darajada emas.

Taklif etilayotgan etnografik turizm destinatsiyalari o'z tarkibida kelib chiqish tarixi va an'analari nisbatan yaqin bo'lgan resurslarni jamlagan. Shu nuqtai nazardan, mazkur destinatsiyalar doirasida turistik marshrutlarni loyihalashtirish kelgusida etnografik turlar raqobatbardoshligini ta'minlaydi. O'z o'rnida, ayni sohaga oid amaliy chora-tadbirlarni ishlab chiqishda ba'zi terminlar mohiyatini ilmiy asoslangan tartibda sharhlash ham maqsadga muvofiq bo'ladi. Etnografik turizm deganda muayyan hududning folklor merosi, tubjoy aholisi turmush tarzi tarixi va hunarmandchilik an'alariga tegishli madaniy unsurlar bilan tanishish maqsadida uyushtiriladigan sayohatlar tushuniladi.

Turizm industriyasida marketing faoliyatlari XX asr oxirlarida, tunash va sayohat byurolari bilan birgalikda Angliya va keyinchalik Yevropa qit'asida amalda qo'llanila boshlagan. Turizm marketingining tizimli (tizimtik) bir shaklda inobatga olinishi va o'rganilishi 1950-yillarda Yevropada amalda qo'llanilgan. Ikkinchi jahon urushigacha lyuks bir iste'mol soha bo'lgan turizm tarmog'i, urushdan keyin Yevropadagi sanoatlashuv harakati bilan birga rivojlanishga va tarqalishga boshlagan. Iste'molchilarning sotib olish imkoniyatlari ortgan va turizm tarmog'i xalqaro bir xususiyat qozonib talab va taklif muvozanati buzilishni boshlagan.

Marketingni yangi iqtisodiy nazariya sifatida tavsiflashga birinchi urinishlar 20-asrning boshlarida AQSHda amalga oshirildi. 1901 yilda Amerikaning bir qator universitetlarida (Garvard, Illinoys va Michigan) ular mustaqil marketing kursini yaratdilar va o'qishni boshladilar, bu esa uni tadbirkorlikning umumiy iqtisodiy nazariyasi – "Iqtisodiyot" dan ajratib ko'rsatishdi. Yangi kurs xayoliy bo'lib, sanoat korxonalarining marketing amaliyotlari, ulgurji va chakana savdo operatsiyalarining tavsifini o'z ichiga olgan Savdogarlar. reklama kompaniyalarini tashkil etish muammolariga alohida e'tibor qaratildi. Shuning uchun evolyutsiyaning birinchi bosqichida (1900-1940 yillar) marketing savdo bilan bog'liq edi va "savdo marketing" deb nomlandi.

Bulardan kelib chiqadiki, marketingdan foydalanish sohalarining ko'pligi marketingga beriladigan ta'riflarning xilma-xillashib ketishiga olib keladi. Turizm marketingi – diqqatni jalb qilish va turistik xizmatlarni ilgari surishni tashkil etishning usul va uslublari yig'indisi hisoblanadi.

Turistik marketing mavjud bo'lgan va istiqboldagi mijozlar bilan aloqa o'rnatishi turizm sohasini rivojlantirishi (qurilish, yangi turlarni loyihalashtirish); turistik talabning qondirilishini nazorat etishi lozim. Ma'lumki, turizm bozorida tijorat faoliyatining muvaffaqiyati, avvalambor, jozibali turistik mahsulot bilan belgilanadi. Turistik mahsulotni sotish joyining uni iste'mol qilingan joyidan fazoviy uzoqligi kuzatiladi. Turistik mahsulotning iste'mol xususiyatlari moddiy, ijtimoiy va tabiiy, madaniy va madaniy muhitda manbalari aniqlanadigan imtiyozlar bilan belgilanadi. Turistik mahsulotning iste'mol qiymati va uning qiymati raqobatbardoshlik mintaqaning rekreatsion resurslariga, uning tabiiybiologik quyi tizimining sifatiga, noyob tarixiy, madaniy va tabiiy joylarning mavjudligiga bog'liq.

Ushbu imtiyozlarning barchasini bitta mahsulotga birlashtirish mijozning barcha ehtiyojlarini qondirish zarurati bilan bog'liq va turizm sohasining o'ziga xos xususiyati hisoblanadi. Turistik mahsulot tarkibiy qismlari qat'iy belgilangan ifodaga ega emas. Bir vaqtning o'zida taqdim etiladigan turistik xizmatning hayotiylik davri va xizmatga qayta kirishda xususiyatlarning o'zgarishi, turistik mahsulotdan foydalanish qiymatidagi farq faqat xizmatlarni sotib olishda aniqlanadi. Turistik mahsulotlar sifati mezonlarining noaniqligi va subektivligini alohida ta'kidlashingiz mumkin, bu to'g'ridan-to'g'ri ko'rsatkichlardan tashqari bir qator o'zgaruvchiga bog'liq.

Turizm marketinggi umuman, har qanday muhim marketing qoidalaridan tubdan farq bo'lmaydi. Shu sababli zamonaviy marketingning barcha asosiy tamoyillari turizm sohasida juda yaxshi qo'llanilishi mumkin. Ammo turizm biznesining o'ziga xos xususiyatlari borligini inobatga olish kerak. Biz ularni batafsilroq tahlil qilamiz. Turizm marketingi xizmat va tovarlar savdosi bilan shug'ullanadi. Mutaxassislar fikriga ko'ra, har bir turistik korxona xizmatlar ulushi shunchaki ko'pmi yoki unda tovarlar hamma narsani qanday tashkil etadi? Kabi savollar mavjud bo'ladi. Mehnatning ma'lum bir natijasiga ega bo'lgan tijorat faoliyatining an'anaviy turlari uchun marketingning kontseptsiyasi shunday o'ziga xos tarkibga ega. Turistik faoliyatda turizm mahsuloti mehnat mahsulidir. Ushbu atama ostida, sayyohlarga taqdim etiladigan har qanday xizmatni (maishiy, mehmonxona, transport, diqqatga sazovor joylar va h.k.) tushunish odatiy holdir. Turizm mahsuloti deganda ham birgalikda sayohatni tashkil etadigan tovarlar va xizmatlar tizimi tushunilishi mumkin.

Turizm sohasidagi ko'plab marketing tadqiqotlari natijalariga bo'yicha, potentsial turistni jalb qilish uchun, birinchi o'rinda jonli da'vat degan xulosaga kelishingiz mumkin. Bu, o'z navbatida, dam olish, sport, sog'liqni saqlashga bo'linishi mumkin. Ushbu omillarning barchasini inobatga olgan holda, bir yoki boshqa maqsadli segmentni maksimal darajada qondiradigan bir qator qo'shimcha xizmatlarni taklif qilish bilan jozibador turlarni amalga oshirish kerak.

Xizmat o'zgaruvchanligini pasaytirish uchun standartlashgan xizmat ko'rsatish ishlab chiqiladi. Xizmat ko'rsatish standarti – hamma ishlab chiqilgan operatsiyalarning belgilangan sifat darajasini kafolatlashga chaqiruvchi, mijozlarning xizmat ko'rsatishdagi qoidalarini bajarish uchun kerakli kompleks, hartomonlama majburiyatdir. Masalan, mashhur aviakompaniyalardan birida xizmat ko'rsatish standarti quyidagi ko'rinishda bo'lgandi:

- buyurtma qo'ng'iroqlariga 20 sekunddan so'ng javob berish lozim;
- yo'lovchilarning 85% i 5 minutdan ortiq navbatda turmasligi kerak;
- reyslar vaqti jadvaldagidan 5 minutdan ortiq bo'lmagan vaqtga o'zgarishi mumkin;
- samolyot qo'ngandan so'ng eshiklar 70 sekunddan so'ng ochilishi kerak;
- salonda har doim zaruriy jurnallar zahirasi mavjud bo'ladi.

Qoidalarga qunt bilan rioya qilinishi yo'lovchilar afzal ko'radigan firmalardan biri bo'lishiga olib keladi. Xizmat ko'rsatishning asosiy xususiyati saqlanishga qobiliyatsizligi hisoblanadi. Xizmat ko'rsatishni kelajakda sotish uchun saqlab qo'yish mumkin emas. Agar talab taklifdan oshib ketsa, masalan, do'kondagi

mahsulotni ombordan olish kabi, vaziyatni o'zgartirib bo'lmaydi. Boshqa tomondan, agar xizmat ko'rsatish qudrati ularga bo'lgan talabdan oshib ketsa, foydaning yo'qotilishiga olib keladi. Xizmat ko'rsatishning saqlanmasligi talab va taklifni tenglashtirish bo'yicha maxsus choralar ko'rilishi zarurligini bildiradi. Bu qatorga quyidagilarni kiritish mumkin:

- tabaqalashgan narxlarni o'rnatish;
- chegirmalarni qo'llash;
- oldindan beriladigan buyurtmalar tizimini kiritish;
- xizmat ko'rsatish tezligini oshirish;
- shaxslar funksiyalarini birlashtirish.

Marketing tadqiqotlari asosida xorij aviakomponiyalari tomonidan talabning kamayish va ko'tarilish davrlari belgilangan; ko'tarilish 15-iyundan 30-sentabrgacha hamda dam olish kunlari kuzatilgan, kamayish esa boshqa davrlarga to'g'ri kelgan. Bu talabning pasayish davridagi sayohatlar uchun rag'batlantirish tizimini ishlab chiqishga yordam berdi. Chiptalarga eng arzon narxlar pasayish davrida belgilangan. Yangi yil bayramlarida ular o'rtacha 10%ga oshiriladi. Haftaning o'rtalarida chiptalar dam olish kunlariga nisbatan arzonroq. Talabni o'zgartirish uchun dam olish kunlaridan boshlab yakshanba qoidasi amal qiladi. Bunga muvofiq, yo'lovchilar kelasi dushanbada imtiyozli qaytish chiptasidan foydalanishi mumkin. Boshqa vaziyatlarda ular narxning to'liq ta'rifi bo'yicha to'lashlari kerak.

Turistik korxona marketingi muhiti mavzusiga oldin qisman e'tibor berilgan. Endi bu mavzuda bizlar turistik bozorda mavjud bo'ladigan vaziyatlar va tashqi hamda ichki muhitning tahlilini o'tkazishga harakat qilamiz. Turistik korxona faoliyati sharoitlari butunligidan kelib chiqqan holda, uning oldida bozor imkoniyatlari, ya'ni faoliyatning imkoniy yo'nalishlari ochiladi. Bozor imkoniyatlarini aniqlashda marketing muhitining tahlili ko'maklashadi. U ikki asosiy yo'nalishda amal qilishi mumkin.

1. Tashqi muhit holatini va rivojlanish yo'nalishlarni o'rganish.

2. Turistik korxona ichki salohiyati (ichki muhit)ning tahlili va baholanishi. Firmaning tashqi muhiti o'zgarmagan holda yuzaga chiqadi. Firma tashqi muhitga ta'sir qila olmaydi va samarali faoliyati uchun unga (tashqi muhitga) yondoshishi, doimo uning o'zgarishlarga e'tibor berishi, oldindan o'rganishi va o'z vaqtida javob berishga majbur. Shuni aytib o'tish kerakki, servis va turizm sohasining korxonalari korxonaning bevosita tashqi muhit bilan aloqa qilish tafsiloti va mazmuniga sezilarli ta'sir o'tkazishlari mumkin. U qo'shimcha imkoniyatlarni shakllanishida va uning kelgusidagi hayotda tahdidlarni bartaraf qilishda faol qatnashishi mumkin. Tashqi tahlilning asosiy vazifasi bugungi kunda yoki kelajakda firma uchun vujudga keladigan imkoniyatlar va tahdidlarni aniqlash. Korxona imkoniyatlari – sotish hajmi va foydani o'sishiga olib keluvchi tashqi muhitning ijobiy omillari (yo'nalishlari va hodisalari). Tahdidlar bo'lib tashqi muhitning salbiy omillari (yo'nalishlar va hodisalar) hisoblanadi, chunki ular, korxonaning mos keladigan reaksiyasi yo'qligidan foydalanib, sotish hajmi va foydani ahamiyatli darajada pasayishiga olib kelishi mumkin. Muvaffaqiyatli marketing faoliyati uchun firma kelajakda ruy beradigan qiyinchiliklarni hamda paydo bo'ladigan yangi imkoniyatlarni oldindan bilishi zarur.

Bozor mexanizmlarning rivojlanishi sari marketing tamoyilidan samarali foydalanish imkoniyatlari tobora rivojlanib boradi. Marketingga biznes falsafasi sifatida tayanishi xodimlarning ruhiyatini asta-sekin qayta o'zgarishiga, bozor sharoitidagi korxonaning ijobiy faoliyati faqat marketing xizmatiga emas, balki har bitta xodimning ishiga bog'liq bo'lishini tushunishiga yordam beradi.

Xulosa qilib aytganda, barqaror turizm missiyasi biznes subyektlari va mintaqalar darajasida texnologik, tashkiliy va marketing innovatsiyalari muvaffaqiyatining bosh omili hisoblanadi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Akhmedova, N. M. (2020). Etnografik turizm va uning O'zbekistondagi rivojlanish istiqbollari. Toshkent: "Fan" nashriyoti.
2. Rasulov, D. M. (2019). Turizm marketingi asoslari. Toshkent: Iqtisodiyot.
3. Mahmudov, A. T. (2021). O'zbekistonda madaniy meros va turizm aloqalari. Samarqand: SamISI.
4. Harrison, D. (2003). Cultural Tourism in Central Asia: The Future of the Past. UNESCO Publishing.
5. Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. (2017). Marketing for Hospitality and Tourism. Pearson Education.
6. Sharipova, M. Z. (2022). Hududiy turizm brendini shakllantirishda etnografik omillarning o'rni. O'zbekiston iqtisodiy sharhi jurnali, №3.

**Sadiq QUTLIMURATOV, assisent,
Qoraqalpoq davlat universiteti**

ZIYORAT TURIZMINI RIVOJLANTIRISHGA TA'SIR ETUVCHI OMILLAR VA TARTIBGA SOLISHNING TASHKILIIY-HUQUQIIY MEXANIZMLARI

Annotatsiya: Ziyorat turizmini rivojlantirish, turistik salohiyatidan foydalanish samaradorligini oshirishning tashkiliy, iqtisodiy va ijtimoiy omillari, industriyani rivojlantirish asosiy imkoniyatlari tahlil qilingan.

Kalit so'zlar: Ziyorat, turizm, rivojlantirish, soha, omil, daromad, aholi, xizmat, jahon, iqtisodiyot.

Аннотация: Анализируются организационные, экономические и социальные факторы развития паломнического туризма, повышение эффективности использования туристского потенциала, основные возможности развития отрасли.

Ключевые слова: Паломничество, туризм, развитие, промышленность, фактор, доход, население, услуга, мир, экономика.

Abstract: The organizational, economic and social factors of developing pilgrimage tourism, increasing the efficiency of using tourism potential, and the main opportunities for developing the industry are analyzed.

Keywords: Pilgrimage, tourism, development, industry, factor, income,

Bugungi kunda, zamonaviy turizm transport, ovqatlantirish, ijtimoiy va xizmat ko'rsatish sohasining yuqori darajada rivojlanishiga asoslanadi. Bu esa natijada turizmni iqtisodiyotning yuqori daromadli, strategik tarmog'iga aylantiradi.

Pandemiyadan oldin, "2019-yilda dunyoda 1,5 milliard xalqaro sayohat amalga oshirilgan va turizm jahon yalpi ichki mahsulotining 7% ini ta'minlagan. Ammo 2020-yilgi pandemiya asosidagi inqiroz tufayli butun turizm tarmog'i tom ma'noda harakatsiz qotib qoldi. Jahon yalpi ichki mahsuloti pasayishining 70% i turizmdagi yo'qotishlar bilan bog'liq. Inqiroz natijasida aynan turizm sohasi eng ko'p zarar ko'rdi. Bu nafaqat sohaning o'zi, balki turizm tirikchilik manbai bo'lgan har bir kishi uchun og'ir kechdi" [1].

Tadqiqochi olimlarning fikricha, xozirgi kunda turizm sohasining tez sug'atlarda o'sishi, uning boshqa tarmoq va sohalarga ta'siri doirasining kuchayishi hamda butun dunyo mamlakatlari o'rtasidagi aloqalarning rivojlanib borishida muhim omil bo'lib xizmat qilmoqda.

Turizm sohasi jahon iqtisodiyotining eng faol va jadal sug'atlar bilan rivojlanayotgan tarmoqlardan biri bo'lib, turizm neft sanoati va avtomobilsozlik sanoatidan keyin eksport bo'yicha yetakchi uchta sohadan biri hisoblanadi. Hozirgi vaqtda turizm jahon iqtisodiyotining eng daromadli sohasi ekan, quyidagi muhim jihatlar mazkur industriyani rivojlantirish uchun asos bo'ladi:

- kirish turizmining ulushini barqaror oshirish;
- turizm industriyasini resurslar bilan ta'minlash va undan foydalanish darajasi o'rtasidagi nomutanosiblikni kamaytirish;
- milliy turistik mahsulotlarni targ'ib qilish asosida ommalashtirish;
- ichki turizmni davlat tomonidan har tomonlama qo'llab-quvvatlash.

Ma'lumki, turizm industriyasi ma'lum bir davlat tashkilotlari va xizmatlari bilan kompleks ishlaydi. Xususan, huquqiy jihatdan (qonunchilik va me'yoriy-huquqiy bazani, bojxona va b.larni qamrab oladi), moliyaviy-iqtisodiy jihatdan (soliq, sug'urta xizmatlari, moliyaviy munosabatlar va b.), kadrlar bilan ta'minlash jihatdan (turizm sohasi uchun malakali kadrlar tayyorlash, samarali ilmiy- tadqiqotlar olib borish va b.) kabilar bilan uzviy aloqadorlikka ega. Shuni alohida ta'kidlab o'tish joyizki, turizm sohasining davlat tomonidan qo'llab-quvvatlanishi bu aholining turizm xizmatlariga bo'lgan ehtiyojlarini rag'batlantirishdan iborat. Davlatning turizm sohasidagi siyosatining samaradorligi turizm sohasining rentabelligi va uning milliy iqtisodiyotga qo'shayotgan hissasida namoyon bo'ladi.

"Dunyoda turizm mamlakatlar iqtisodiyotidagi barcha tegishli infratuzilmalarning rivojlanishiga bevosita va bilvosita ta'sir ko'rsatadigan ijtimoiy-iqtisodiy jarayon sifatida qaralmoqda" [2].

Statistik va tahliliy ma'lumotlarga ko'ra, turizm sohasi iqtisodiyotning deyarli barcha tarmoq va sohalarga ijobiy ta'sirini ko'rsatayotganligiga guvoh bo'lishimiz mumkin. "Turizm sohasi mahalliy aholi yoki xorijiy fuqarolarning tashrif buyurgan mamlakat yoki mintaqalarning tarixi, tarixiy-arxitektura obyektlarlari, urf-odatlar, an'analari, marosimlari, etnografiyasi bilan tanishishi, dam olishi va davolanishi uchun sharoitlar yaratib beradi va shu orqali mamlakat yoki mintaq iqtisodiyotiga

bevosita valyuta oqimini olib keladi, mahalliy aholining yashash sharoitini yaxshilashga ko‘maklashadi” [3].

Dunyo mamlakatlari kabi, O‘zbekiston Respublikasida ham turizm sohasini rivojlantirish, turistik xizmatlar sifati, samaradorligi, assortimenti va ularning eksport xajmini oshirish zamon talabi bo‘lib qolmoqda. Ko‘p yillik olib borilgan ilmiy-tadqiqotlar natijalariga ko‘ra turizm sohasida yaratilgan bitta ish o‘rni turdosh tarmoqlarda yettitagacha yangi ish o‘rlarining yaratilishiga olib keladi. Shunday ekan ushbu sohada barqaror o‘sish sug‘atlariga erishish mamlakatimiz aholisining ish bilan bandlik darajasini oshirishimiz imkoniyatini yaratadi.

Bugungi kunda, mamlakatimizda turizmni rivojlantirish borasida olib borilayotgan islohotlar barcha turizm turlarini rivojlantirishga asos yaratmoqda. Xususan, Respublikamizning deyarli barcha hudadlarida ekoturizm, ziyorat turizmi, gastronomik turizm, tarixiy obidalar turizmi kabi turlarini rivojlantirish uchun katta turistik salohiyat mavjud.

Bugungi kunda O‘zbekistonda ziyorat turizmini rivojlantirishga alohida e‘tibor qaratilib, uni rivojlantirish uchun barcha zaruriy shart-sharoitlar yaratilmoqda va me‘yoriy-huquqiy asosi mustahkamlanmoqda. Shu tufali, islom diniga e‘tiqod qiluvchi va musulmon aholiga ega bo‘lgan ko‘plab davlatlardan musulmon turistlar tashrif kun sayin oshib bormoqda.

Ma‘lumki ishlab chiqarish bo‘ladimi yoki xizmat ko‘rsatish sohasi bo‘ladimi qatiiy nazar ularning rivojlanishiga ma‘lum bir omillar ta‘sir qiladi. Shuningdek, mazkur soha yoki jarayonlarning ta‘siri ostida iqtisodiyotning qaysidir tarmog‘ini rivojlantirish imkoniyati yaratiladi. Shunday ekan, mamlakatimizda turizm sohasi, jumladan, ziyorat turizmi ham bir tashkiliy, iqtisodiy va ijtimoiy omillar asosida rivojlanadi (1-rasm).



1-rasm. Ziyorat turizmini rivojlantirish hamda turistik salohiyatidan foydalanish samaradorligini oshirishning tashkiliy, iqtisodiy va ijtimoiy omillari

Ma‘lumki, mamlakatda turizm sohasini, uning alohida turlarini rivojlantirishning asosiy natijasi bo‘lib turistlar tomonidan qilinadigan harajatlarning

ushbu sohaga jalb qilinish darajasi bilan baholanadi. Turistlar sayohati davomida oddiy hayot tarziga nisbatan ko‘proq pul mablag‘larini sarflaydi, shu tufayli turizm sohasi mahalliy bozorni qo‘shimcha valyuta bilan ta‘minlashga hamda mamlakat byudjetini valyuta bilan ta‘minlashga imkoniyat yaratadi.

Turizm sohasi ochiq dinamik rivojlanayotgan tizim sifatida turli omillarning ta‘siriga duchor bo‘ladi. Ularning roli har qanday vaqtda kuchi, davomiyligi va ta‘sir yo‘nalishi bo‘yicha turli xil bo‘lishi mumkin. Shu tufayli sohadagi asosiy tendensiya va rivojlanish omillarini aniqlash, ularni hisobga olish, rivojlanish darajasini tahlil qilish, turizm turlari, sohalari va yo‘nalishlarini tasniflash turizm industriyasini shakllantirish, faoliyat yuritish va rivojlantirishning eng muhim vazifalaridan hisoblanadi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. <https://news.un.org/ru/story/2022/01/1416522>
2. Beknazarov F.A. Ziyorat turizmini rivojlantirishga ta‘sir etuvchi tashkiliy, iqtisodiy va ijtimoiy omillar // «Real sektor sohasi iqtisodiyotini rivojlantirishning ilmiy asoslari va muammolari» xalqaro ilmiy – amaliy anjuman materiallari. – Samarqand, 2022. B. 540-546.
3. Abduhamidov S.A. Mintaqaviy turizmning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmini takomillashtirish. Iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori ilmiy darajasini olish uchun yozilgan avtoreferati. – S.: 2021-y.

Shaxodat UMARKULOVA,
Toshkent arxitektura-qurilish universiteti assistenti

“QARSHI SHAHRIDAGI DARYO BO‘YINI REKREATSION HUDUD SIFATIDA RIVOJLANTIRISH VA TURIZM SALOHIYATINI OSHIRISHDA INNOVATSION YONDASHUV”

Annotatsiya. Ushbu maqolada Qarshi shahrining rekreatsion turizm salohiyatini rivojlantirish istiqbollari o‘rganilgan. Muallif shahar hududida mavjud tarixiy obidalar, ziyoratgohlar va tabiiy manzillar asosida turizmning ushbu ikki yo‘nalishini kengaytirish imkoniyatlarini tahlil qilgan. Maqolada Qarshi shahrining turistik infratuzilmasi, transport tarmoqlari, mehmonxona va xizmat ko‘rsatish sohasi bilan bog‘liq masalalarga e‘tibor qaratilgan. Shu bilan birga ziyorat va dam olish turizm turlarini birlashtirish orqali ichki va tashqi turistlar oqimini ko‘paytirish, mahalliy aholi bandligini oshirish hamda iqtisodiy rivojlanishga hissa qo‘shish bo‘yicha takliflar berilgan hamda hudud uchun landshaft taklif loyihasi ishlab chiqilgan.

Kalit so‘zlar: Turizm, turistik infratuzilma, tarixiy obidalar, dam olish maskanlari, iqtisodiy rivojlanish, landshaft, tashqi turizm.

Аннотация. В данной статье рассмотрены перспективы развития рекреационного туризма в городе Карши. Автор проанализировал возможности расширения данного направления туризма на основе существующих на территории города исторических памятников, святых мест

и природных достопримечательностей. В статье уделено внимание вопросам туристической инфраструктуры Карши, транспортной сети, гостиничного и сервисного обслуживания. Также предложены меры по увеличению потока внутренних и иностранных туристов, повышению занятости местного населения и внесению вклада в экономическое развитие за счёт объединения паломнического и рекреационного туризма. В рамках исследования разработан ландшафтный проект, ориентированный на развитие указанной территории.

Ключевые слова: Туризм, туристическая инфраструктура, исторические памятники, зоны отдыха, экономическое развитие, ландшафт, внешний туризм.

Annotation. This article explores the prospects for the development of recreational tourism in the city of Karshi. The author analyzes the opportunities to expand this tourism direction based on the city's existing historical monuments, pilgrimage sites, and natural attractions. The article focuses on issues related to Karshi's tourism infrastructure, transportation networks, hotels, and service sectors. It also provides proposals aimed at increasing the flow of domestic and international tourists, improving local employment, and contributing to economic development by integrating pilgrimage and recreational tourism. As part of the research, a landscape proposal project has been developed for the targeted area.

Keywords: Tourism, tourism infrastructure, historical monuments, recreational areas, economic development, landscape, international tourism.

Qashqadaryo viloyati O'zbekistonning janubiy qismida joylashgan bo'lib, o'zining boy tabiiy resurslari, qadimiy tarixiy obidalari, noyob madaniy merosi va go'zal tabiati bilan sayyohlikni rivojlantirish uchun katta salohiyatga ega. Ushbu hududda turli turistik yo'nalishlarni shakllantirish, mavjud imkoniyatlarni zamonaviy talablar asosida qayta baholash va innovatsion infratuzilma orqali boyitish bugungi kundagi dolzarb vazifalardan biridir.

Qashqadaryo hududida joylashgan Kitob, Shahrisabz, Yakkabog', Qamashi, Dehqonobod va boshqa tumanlar tabiiy-iqlimiy jihatdan har xil zonalariga mansubligi sababli turizmning bir nechta yo'nalishlarini tashkil etish imkonini beradi. Xususan, Shahrisabz shahri – Amir Temur vatani sifatida, tarixiy-me'moriy obidalari bilan ajralib turadi. Shohruxiya madrasasi, Dorut Tilovat majmuasi, Oqsaroy saroyi qoldiqlari kabi yodgorliklar YUNESKO meroslari ro'yxatiga kiritilishi lozim bo'lgan obektlar sirasiga kiradi. Bu maskanlar nafaqat tarixiy ziyorat, balki madaniy-ma'rifiy turizm uchun ham muhim ahamiyat kasb etadi [1].

Bundan tashqari viloyatdagi G'uzor va Dehqonobod tumanlaridagi tog'li hududlar ekoturizm va tog' sport turlarini rivojlantirish uchun qulaydir. Kitob tumanida joylashgan O'zbekiston Fanlar akademiyasining astronomik stansiyasi hamda Geologiya muzeyi ilmiy-tarixiy turizm uchun noyob obyektlardir. Ushbu hududda ilmiy sayohatlar va talabalar uchun ekspeditsiyalarni yo'lga qo'yish orqali sayyohlik faoliyatiga yangi kontseptual yondashuvlar olib kirish mumkin.

Sayyohlik hududlarini tashkil etishda faqat mavjud resurslardan foydalanish bilan cheklanib qolmasdan, ularni innovatsion infratuzilma bilan uyg'unlashtirish lozim. Masalan, "aqlli turizm" (smart tourism) konsepsiyasi asosida mobil ilovalar,

interaktiv xaritalar, sun'iy intellekt asosidagi gid tizimlari va QR-kodli tavsiflar orqali sayyohlarning ehtiyojlarini tez va samarali qondirish mumkin. Bunda mahalliy tadbirkorlik subyektlari, ayniqsa yoshlar va xotin-qizlar o'z bizneslarini sayyohlik xizmatlari, oilaviy mehmonxonalar, suvenir mahsulotlari tayyorlash orqali yo'lga qo'yishlari uchun davlat tomonidan rag'batlantirish zarur [2].

Qashqadaryo viloyatida sayyohlik hududlarini shakllantirishda transport va logistika tizimining zamonaviylashuvi ham muhim rol o'ynaydi. Shahrisabz shahrini Qarshi va Samarqand bilan bog'lovchi yo'llarni rekonstruksiya qilish, tog'li hududlarga olib boruvchi yo'nalishlarga mikrotransport xizmatlarini tashkil etish, mehmonxonalar va yotoq joylarini ko'paytirish orqali sayyohlik oqimini tartibli boshqarish mumkin bo'ladi. Bundan tashqari, xalqaro sayyohlarni jalb etishda brending, marketing kampaniyalari, xalqaro ko'rgazmalarda qatnashish va Qashqadaryo turistik imijini yaratish ustida izchil ish olib borish kerak. Shu kabi masalalarga yechim sifatida ushbu hududni turistik salohiyatini oshirishga qaratilgan landshaft taklif loyihasi ishlab chiqildi.

Qarshi shahri – Qashqadaryo viloyatining markaziy siyosiy, iqtisodiy va madaniy markazi hisoblanadi. Uning tabiiy landshafti hamda shaharning markazidan o'tuvchi daryo bo'yidagi hududlar katta salohiyatga ega. So'nggi yillarda shaharning ijtimoiy-infratuzilmaviy rivojlanishi fonida shaharsozlikning yangi bosqichiga o'tish zarurati paydo bo'lmoqda [3]. Daryo bo'ylarini obodonlashtirish, ekologik va estetik jihatdan jozibador landshaft hududlariga aylantirish zamonaviy urbanistik rivojlanishning ajralmas qismiga aylangan.

Qarshi shahrining daryo bo'yidagi hududini zamonaviy rekreatsion makonga aylantirish maqsadida ishlab chiqilgan landshaft loyihasi ekologik barqarorlik, estetik uyg'unlik va qulay ijtimoiy infratuzilmani yaratishga qaratilgan [4]. Loyiha aholining dam olishi, sport bilan shug'ullanishi, madaniy-ko'ngilochar faoliyat bilan mashg'ul bo'lishi uchun barcha sharoitlarni yaratadi. Shu bilan birga loyiha o'zida o'zbek milliy arxitekturasini va zamonaviy dizayn unsurlari uyg'unlashtirgan bo'lib, shahar turizm salohiyatini oshirishga xizmat qiladi.

Loyihada ikkita asosiy zona – A va B hududlarga ajratilgan bo'lib, A hududi 5.45 gektar, B hududi esa 5.74 gektarni tashkil etadi. Umumiy maydon suv hududi bilan birga 20.2 gektarni tashkil qiladi, shundan 11.19 gektar quruqlikdagi landshaft maydonini qamrab olgan. A hududi 830 metr uzunlikda bo'lib, eni 60–70 metr oralig'ida, B hududi esa 755 metr uzunlikda bo'lib, eni 45 metrdan 80 metrgacha o'zgaradi. Hududda bir nechta funksional hududlarga ajratilgan bo'lib, bular: Wi-Fi hududi, avtoturargoh, Work-out zonasi, bolalar maydonchalari, yozgi kafe va magazinlar, tinch dam olish hududi, sohilbo'yi rekreatsion maskanlar, restoran hamda coworking zonalari. Har bir zona aholi ehtiyojlari va zamonaviy landshaft dizayni talablari asosida loyihalangan.

Loyihaning diqqatga sazovor jihatlaridan biri – o'zbek milliy naqshlaridan ilhomlangan shakllarning landshaft kompozitsiyasida qo'llanilishidir. Bu orqali loyiha bir vaqtning o'zida funksional, hamda estetik jihatdan ham milliy ruhni aks ettiradi. Shu bilan birga ushbu hududga bo'lgan turistlar oqimini kuchayishiga olib keladi.

Hududdagi asosiy bino – qalampirmunchiq shaklida loyihalangan ikki qavatli

ko'p tarmoqli savdo majmuasidir. Uning markaziy qismida coworking hududi, atrofida esa savdo va xizmat ko'rsatish zonalarini joylashgan. Ikkinchi qavatda kofe, muzqaymoq va shirinliklar savdosi uchun kichik do'konlar bilan birgalikda, yashil rekreatsion zona tashkil etilgan bo'lib, u mehmonlarga o'zgacha muhitda dam olish imkonini yaratadi. Bunday savdo majmualari A va B zonalarida ham rejalashtirilgan.

Loyihaning yana bir noyob jihati – panorama ko'priklar orqali hududning tabiiy go'zalligi va dizaynining yuqoridan kuzatilish imkonini mavjudligidir. Bu tashrif buyuruvchilarga landshaftning umumiy ko'rinishini baholash va undan zavq olish imkonini beradi.

Qarshi shahrining daryo bo'yidagi tabiiy hududlarini zamonaviy rekreatsion makonga aylantirish maqsadida ishlab chiqilgan landshaft loyihasi ekologik barqarorlik, estetik uyg'unlik va jamoaviy faoliyat uchun qulay muhit yaratishga qaratilgan. Loyihada aholining faol dam olishi, sog'lom turmush tarzini qo'llab-quvvatlash, madaniy tadbirlar o'tkazish hamda turistik jozibadorlikni oshirish uchun barcha shart-sharoitlar yaratiladi. Milliy arxitektura elementlari bilan zamonaviy landshaft dizayni uyg'unlashtirilib, shaharning o'ziga xos qiyofasi shakllantiriladi.

Hududda quyidagi asosiy yo'nalishlarda funksional va estetik yechimlar taklif etiladi:

Yashil hududlar va dendropark zonasi: Daryo bo'yidagi tabiiy resurslar – daraxtzorlar, butazorlar va suv ekotizimi saqlangan holda keng ko'lamli yashil hududlar barpo etiladi. Mahalliy iqlimga mos o'simliklar – chinor, terak, tut, yong'och, archa singari daraxtlar ekilib, maxsus joylarda mavsumiy gullar bilan bezatilgan landshaft kompozitsiyalari yaratiladi.

Sayr yo'laklari va veloyollar: Daryo bo'yi bo'ylab 3–5 km uzunlikdagi piyoda va velosiped yo'laklari tashkil etiladi. Yo'laklar xavfsizlik va qulaylikni ta'minlash maqsadida tungi yoritish tizimi va kuzatuv kameralari bilan jihozlanadi. Har 500 metrda dam olish skameykalari va ichimlik suvi favvorachalari o'rnatiladi.

Amfiteatr va ochiq sahna zonasi: Hududning eng manzarali qismlaridan birida ochiq osmon ostida kichik amfiteatr barpo etiladi. Bu joy kontsertlar, xalq bayramlari, teatr tomoshalari kabi madaniy tadbirlar uchun mo'ljallangan.

Bolalar va sport maydonchalari: Turli yoshdagi bolalar uchun xavfsiz, ekologik toza materiallardan qurilgan o'yin maydonchalari hamda ochiq sport zonalarini tashkil etiladi. Street workout zonalarini, yugurish yo'laklari, mini-futbol va basketbol maydonchalari aholining sog'lom turmush tarzini qo'llab-quvvatlaydi.

Suv bilan bog'liq landshaft elementlari: Sun'iy sharsharalar, suv favvoralari, dekorativ ko'priklar hamda "suv ustidagi yurish yo'lagi" kabi elementlar orqali hudud estetik jihatdan boyitiladi va mikroiklim yaxshilanadi.

Kichik biznes uchun imkoniyatlar: Sohil bo'yi bo'ylab milliy uslubda, zamonaviy va ekologik dizaynga ega kiosklar va pavilonlar barpo etilib, tadbirkorlar uchun qulay savdo sharoitlari yaratiladi. Bu yerda milliy taomlar, suvenirlar va qo'l mehnati mahsulotlari taklif etiladi.

Smart park konsepsiyasi: Butun hudud bo'ylab bepul Wi-Fi, interaktiv axborot panellari, QR-kodli ekskursiya tizimlari hamda mobil ilovalar orqali tashrif buyuruvchilar uchun qulay ma'lumot olish tizimi joriy etiladi va shu bilan birga ekologik axlat qutilari va chiqindini saralash tizimi orqali barqarorlikka erishiladi [5].

Bu loyiha orqali Qarshi shahrida daryo bo'yidagi hudud zamonaviy, ekologik va estetik jihatdan jozibador landshaft arxitekturasini namunasi sifatida shakllanadi. Bu nafaqat shahar aholisining yashash sifati va salomatligini yaxshilaydi, balki turizm va investitsiya jozibadorligini oshirib, iqtisodiy rivojlanishga ham ijobiy ta'sir ko'rsatadi. Ayni paytda loyiha shahar madaniy hayotini boyitadi, yoshlar va oila a'zolari uchun mazmunli dam olish joyini yaratadi va ekologik madaniyatni shakllantirishga xizmat qiladi [6].

Xulosa o'rnida aytish mumkinki, Qashqadaryo viloyati o'zining tarixiy, tabiiy va madaniy boyliklari bilan hamda xalqaro turizm bozorida ham munosib o'rin egallash imkoniyatiga ega. Mazkur salohiyatni ro'yobga chiqarish esa faqat kompleks va strategik yondashuv orqali, davlat siyosati, xususiy sektor va mahalliy jamoatchilikning hamkorligida amalga oshiriladi.

Qarshi shahridagi daryo bo'yini rekreatsion hududga aylantirish bo'yicha ishlab chiqilgan landshaft loyihasi O'zbekistonning ichki va tashqi turistik salohiyatini oshirishda muhim ahamiyat kasb etadi. Loyiha doirasida hududda turizm xizmatlari sifatini yaxshilash, aholining dam olishi uchun qulay sharoitlar yaratish, milliy me'moriy meros va zamonaviy dizayn yechimlarini uyg'unlashtirish asosiy mezon sifatida belgilangan. Loyihaning milliy landshaft elementlari asosida shakllantirilganligi, ekologik barqarorlikni ta'minlashga qaratilgan yechimlari va zamonaviy infratuzilma bilan uyg'unligi uni mintaqaviy turizmni rivojlantirishga xizmat qiluvchi barqaror modelga aylantiradi. Bu kabi tashabbuslar O'zbekistonning raqobatbardosh turistik makonga aylanishida muhim bosqichlardan biridir.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Ergashov, M.M., Qodirov, B.M. *Turizmni rivojlantirishning hududiy omillari*. Samarqand: "Ilm ziyo" nashriyoti, - 2022.
2. Abdullayeva, M.M. *Shaharsozlik va landshaft dizaynining zamonaviy yo'nalishlari*. TDYU nashriyoti, T.,- 2022
3. Qodirova, M.Qashqadaryoda madaniy turizm istiqbollari", *O'zbekiston turizm jurnali*, №2, 45–50-betlar.
4. Xolmatov, S. "Rekreatsion hududlarni shakllantirishda milliy arxitektura elementlarining ahamiyati." *O'zbekiston me'morchiligi jurnali*, №3, 45–51. T.,- 2021.
5. O'zbekiston Respublikasi Turizmni rivojlantirish davlat qo'mitasi. *2021–2025 yillarda turizm sohasini raqamlashtirish strategiyasi*. Toshkent: Komitet nashrlari.
6. Xudoyberganov, A., "Raqamli texnologiyalar asosida turistik infratuzilmani modernizatsiya qilish." *Innovatsion rivojlanish jurnali*, №2, 73–80. T.,- 2023.

ZIYORAT TURIZMINI RIVOJLANTIRISHDA AXBOROT-KOMMUNIKATSIYA TEXNOLOGIYALARIDAN FOYDALANISH

Annotatsiya. Ziyorat turizm sanoatida o'zaro bog'langan kompyuter va kommunikatsiya texnologiyalari tizimi, IT tizimining imkoniyatlari va axborot texnologiyalari tizimining asosiy yo'nalishlari ochib berilgan.

Kalit so'zlar: Ziyorat turizm, axborot texnologiya, tizm, kompyuter, kommunikatsiya, texnologiya.

Аннотация. Раскрывается взаимосвязанная система компьютерных и коммуникационных технологий, возможности ИТ-системы, а также основные направления развития системы информационных технологий в индустрии паломнического туризма.

Ключевые слова: Паломнический туризм, информационные технологии, система, компьютер, связь, технология.

Abstract. The interconnected computer and communication technology system, the capabilities of the IT system and the main directions of the information technology system in the pilgrimage tourism industry are revealed.

Keywords: Pilgrimage tourism, information technology, system, computer, communication, technology.

Ziyorat turizm sohasi hozirgi vaqtda milliy iqtisodiyotning muhim tarkibiy qismi bo'lib, iqtisodiyotning barcha tarmoqlariga bevosita ta'sir etishi bilan bir qatorda uning ijtimoiy-iqtisodiy ahamiyati ham tobora ortib, insonlarning yashash sharoitlari va sifatlarini oshiruvchi kuchli tarmoq sifatida shakllanib bormoqda. Ziyorat turizm sohasini barqaror rivojlantirish, uni yangi bosqichlarga olib chiqish, zamonaviy ziyorat turizm infratuzilmalarini shakllantirish, turistik xizmatlar turlarini ko'paytirish, xizmat ko'rsatish sifatini oshirish, mintaqalarning turistik salohiyatidan ustivor darajalarda foydalanish yo'llarini ishlab chiqish bugungi kunning dolzarb masalalaridan hisoblanadi.

Bugungi kunda, hukumatimiz tomonidan ziyorat turizm sohasini rivojlantirishga alohida ahamiyat berilishi, uning istiqbolda rivojlanishiga katta zamin yaratilganligi, yurtimizga sayohat qiladigan mahalliy va xorijiy turistlarga sifatli xizmat ko'rsatish uchun ziyorat turizmni nazariy hamda amaliy jihatdan o'rganish bo'yicha tadqiqotlar olib borish talab etilmoqda [1]. Ziyorat turizm nafaqat o'tmishni o'rganish, o'zga xalqlar va elatlar, ularning urf-odatlarini, an'analari, milliy meroslari bilan tanishish, ularning madaniy yodgorliklaridan bahramand bo'lish bilan birgalikda u katta biznes manbasi hamdir.

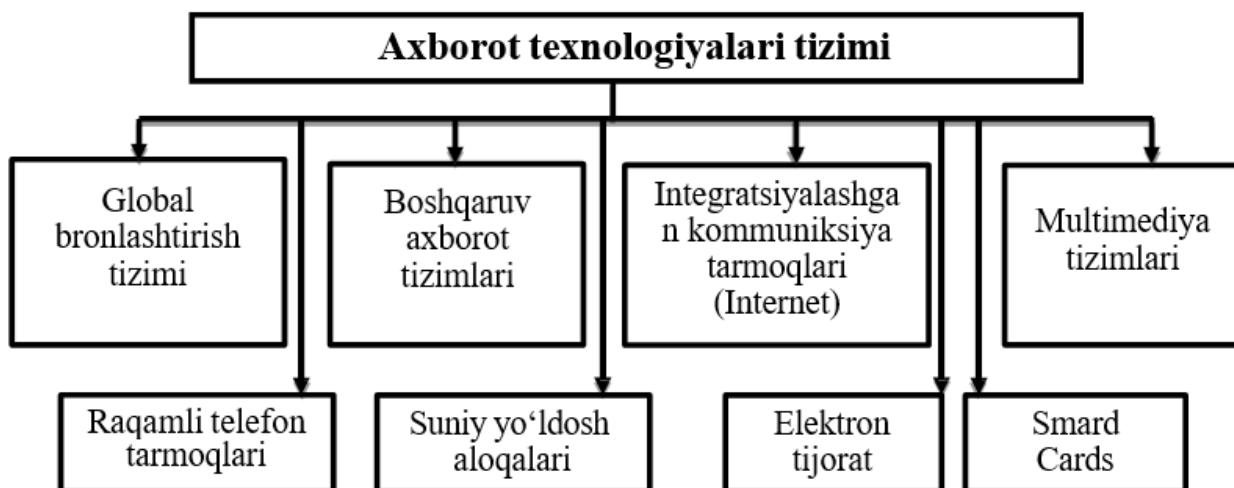
Yildan yilga mamlakatimizning turistik salohiyati faol rivojlanib va kengayib bormoqda. Bugungi kunda ziyorat turizm mamlakat iqtisodiyotining eng yirik va daromadli sohalaridan biri hisoblanadi. Ziyorat turizm sohasini rivojlantirishda butun dunyoda axborot-kommunikatsion texnologiyalari, uch o'lchovli modellash va Internet xizmatlari jadal rivojlanmoqda va obyektlar

hamda hodisalarni virtual tomosha qilishga bo'lgan talab kundan-kunga oshib bormoqda.

Bugungi kunda internet va axborot-kommunikatsion texnologiyalari mehmonxona hamda turistik korxonalar harajatlarini minimallashtirish va ishlab chiqaruvchilarni uzoqdagi yetkazib beruvchilar va iste'molchilarga yaqinlashtirishda tobora muhim rol o'ynamoqda. Internet mashhur bo'lmagan va noma'lum yo'nalishlarga yirik operatorlar kabi ma'lumotlarni potensial iste'molchiga etkazish imkonini beradi [2], bu esa butun dunyo bo'ylab ziyorat turizm biznesining rivojlanishini rag'batlantiradi.

Internet texnologiyalari mehmondo'stlik sanoati bozorini butunlay o'zgartirdi. Turistlar o'zlari sotib olmoqchi bo'lgan turmahsulotlarining narxlarini onlayn taqqoslaydilar va eng past narxlarda sotib olish imkoniyatiga ega bo'ladilar. Bu esa ularning vaqt va harajatlarini tejashda muhim ahamiyat kasb etmoqda.

Ziyorat turizm sohasi ko'plab turistik yo'nalishlar, turlar va sohalarga ega bo'lib, u alohida turistik korxonalar yoki mehmonxona va shunga o'xshash joylashtirish vositalarining ishini avtomatlashtiradigan maxsus dasturiy vositalarni ishlab chiqishdan tortib, global kompyuter tarmoqlaridan foydalanishgacha bo'lgan turli xil axborot texnologiyalaridan foydalanishni talab qiladi.



1-rasm. Axborot texnologiyalari tizmining asosiy yo'nalishlari [3]

Hozirgi vaqtda turistik mahsulotni shakllantirish, transport uchun chiptalarni tez va qulay bronlashtirish, mehmonxonalarda joyini band qilish, avtotransport vositalarini ijaraga olish, valyuta ayirboshlash, ko'ngilochar va sport dasturlari uchun chiptalarni harid qilishni ta'minlaydigan global distribyutorlik tizimlari (Global Distribution System)dan foydalanish zaruratini tug'diradi [4]. Ziyorat turizm sohasida bron qilish tizimlari, elektron pochta, teleks va elektron gazetalar imkoniyatlarini o'zida mujassam etgan videomatin ham keng qo'llaniladi.

Ziyorat turizm – xalqaro va ichki axborot texnologiyalari imkoniyatlaridan eng ko'p foydalanadigan soha hisoblanadi. Ziyorat turizmida qo'llaniladigan axborot texnologiyalari va tizimlari bronlashtirish (joylarni oldindan band qilish) tizimi, tele va videokonferensiyalar tizimi, avtomatlashtirilgan boshqaruv tizimlari, aviakompaniyalarning elektron axborot tizimlari, elektron pul o'tkazmalari, telefon tarmoqlari, mobil aloqa va boshqalardan iborat. Shuningdek, aytish joyizki, ushbu

texnologiyalar tizimi turistik korxona va tashkilotlar, mehmonxonalar yoki aviakompaniyalar tomonidan alohida emas, balki ularning barchasi tomonidan qo'llaniladi. Ya'ni ularni bir tizim ostida birlashtiradi va ish unumdorligi hamda samaradorligini yanada oshiradi.

Ziyorat turizm sanoatida o'z-o'zidan kompyuterlar, telefonlar yoki video tizimlar emas – bu yerda o'zaro bog'langan kompyuter va kommunikatsiya texnologiyalari tizimi ishlamoqda. Bundan tashqari, Ziyorat turizm industriyasining alohida tarkibiy qismlari bir-biri bilan chambarchas bog'langan chunki, ko'plab tur ishlab chiqaruvchilar vertikal yoki gorizontaal ravishda bir-birining faoliyatida ishtirok etadilar.

Iqtisodiyot va uning tarixiy tuzilmalarida, xususan ziyorat turizm sohasida innovatsiyalarning asosiy yo'nalishlaridan biri hisoblanadigan IT tizimining imkoniyatlari ko'zga tashlanmoqda [5]. Albatta, har qanday innovatsiya katta iqtisodiy salohiyat, bilim va malaka talab etadi. Shunday ekan bu jarayonga barcha ishtirokchilarning tashkiliy-iqtisodiy imkoniyatlarini safarbar qilish talab etiladi. Sayyohlik xizmatlarni yaratish va taklif qilish jarayonlarini texnologik yangiliklarga moyil qilib tashkil etish lozim bo'ladi.

IT tizimining reklama uzatishdagi ahamiyati yuqori. Ma'lumki, odatda reklamada istemolchiga passiv rol ajratiladi, jarayonni tashkil etishda u qatnashmaydi, balki bu xizmatning mijozi bo'ladi. O'z navbatida internet tizimi klassik ko'rinishdagi reklamani kamchiliklarini yengib o'tishga yordam beradi. Bunday holatlarda tegishli vaziyatni marketolog emas, balki iste'molchi nazorat qiladi. Istemolchini saytdagi tegishli axborot qoniqtirmasa, darhol uni tark etadi. Internet tarmoqlari orqali istemolchining o'zi tur kompaniyaga axborot va ma'lumot olish uchun murojaat qiladi. Bunday xolatda marketologning tegishli axborotni pochta orqali jo'natishga hojat qolmaydi. Elektron tarmoqda adresat oldindan ma'lum. Telekomunikatsion reklamadan ko'ra istemolchining o'zi saytni tanlagan qulay bo'ladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Alimova M.T. "Xududiy turizm bozorining rivojlanish xususiyatlari va tendensiyalari (Samarqand viloyati misolida)"doktorlik si avtoreferati. Samarqand 2017.

2. Fayziyeva Sh. R. O'zbekistonda turizm rivojlanishining iqtisodiy mexanizmini takomillashtirish: I.f.n. ilmiy darajasini olish uchun . –T.: 2006. -156 b.

3. <https://studfile.net/preview/4113291/page:2/>

4. Usmonov M.R. O'zbekistonda turizmni rivojlantirishning mintaqaviy xususiyatlari (Samarqand viloyati misolida). Geografiya fan. nomzodi dis. avtoreferati. –T.: O'zMU, 2003. – 25 b.,

5. Norchayev A.N. Xalqaro turizm rivojlanishining iqtisodiy o'sishga ta'siri (Ispaniya misolida): iqtisod fanlari nomzodi ilmiy darajasini olish uchun yozilgan avtoreferati. –T.: 2004. -136 b.

O'ZBEKISTONDA ZIYORAT TURIZMI RESURSLARIDAN SAMARALI FOYDALANISHNING ZAMONAVIY MEXANIZMLARI

Annotatsiya. Turizm jahon iqtisodiyotining yuqori daromadli va jadal rivojlanayotgan sohalaridan biri bo'lib, mamlakatlar va mintaqalar iqtisodiyotida muhim o'rin egallaydi. Sohaning o'ziga xos jihati – resurslarni boshqarish orqali ularning samaradorligini oshirishdir. Mazkur maqolada xorijiy davlatlar tajribasi asosida turistik resurslarni boshqarish va samarali boshqaruv tizimlarini takomillashtirish mexanizmlari o'rganildi hamda ularning asosiy omillari tahlil qilindi. Shuningdek, O'zbekiston hududida mavjud bo'lgan ziyorat turizmi resurslaridan samarali foydalanishning zamonaviy mexanizmlari yoritildi, ziyorat turizmi infratuzilmasini rivojlantirish, xizmatlar sifatini oshirish, raqamli texnologiyalarni joriy etish, xalqaro hamkorlikni kengaytirish va hududiy brending tizimini shakllantirish bo'yicha taklif va tavsiyalar berildi.

Kalit so'zlar: ziyorat turizmi, turistik resurslar, IoT, big data, sun'iy intellekt, blokcheyn, mobil ilovalar, innovatsion boshqaruv, dasturiy ta'minot.

Аннотация. Туризм является одной из высокодоходных и стремительно развивающихся отраслей мировой экономики, занимая важное место в экономике стран и регионов. Особенностью данной сферы является повышение эффективности ресурсов за счёт их грамотного управления. В статье изучен зарубежный опыт управления туристическими ресурсами и механизмы совершенствования эффективных систем управления, проанализированы их основные факторы. Кроме того, освещены современные механизмы эффективного использования ресурсов паломнического туризма, имеющих на территории Узбекистана, а также представлены предложения и рекомендации по развитию инфраструктуры паломнического туризма, повышению качества услуг, внедрению цифровых технологий, расширению международного сотрудничества и формированию системы регионального брендинга.

Ключевые слова: паломнический туризм, туристические ресурсы, IoT, big data, искусственный интеллект, блокчейн, мобильные приложения, инновационное управление, программное обеспечение.

Abstract. Tourism is one of the high-income and rapidly developing sectors of the world economy, occupying an important place in the economies of countries and regions. A distinctive feature of this sector is the increase in resource efficiency through effective management. This article studies international experiences in managing tourism resources and improving effective management systems, analyzing their key factors. In addition, modern mechanisms for the efficient use of pilgrimage tourism resources available in Uzbekistan are highlighted. The article also provides proposals and recommendations for the development of pilgrimage tourism infrastructure, improvement of service quality, introduction of digital technologies, expansion of international cooperation, and the formation of a regional branding

system.

Keywords: *pilgrimage tourism, tourism resources, IoT, big data, artificial intelligence, blockchain, mobile applications, innovative management, software.*

Turizm – XXI asrning iqtisodiy fenomeni hisoblanadi. Iqtisodiyotning mehmondo'stlik sektori ko'plab davlatlarning yalpi ichki mahsulotini shakllanishida muhim rol o'ynaydi, aholi bandligini ta'minlaydi, yangi texnologiyalarning joriy etilishiga yordam beradi hamda jahon tovar va xizmatlar bozorini faollashtiradi. Turizm transport sohasi, aloqa va qurilishga ham ta'sir ko'rsatadi. Ushbu sektor milliy iqtisodiyotning bir qismi sifatida yaqin kelajakda yanada muhim ahamiyat kasb etadi.

Turizm iqtisodiyotga bevosita va bilvosita ta'sir ko'rsatadi²¹¹. Bevosita ta'siri – har safar sayyohlar yashash joyi, ovqatlanish, transport va ko'ngilochar xizmatlar uchun to'lov qilganda, mintaqa yoki mamlakat byudjetining daromad qismini oshirishida namoyon bo'ladi. Ushbu mablag'lar infratuzilmani rivojlantirishga yo'naltiriladi, bu esa mahalliy aholi hayot sifatini oshirishga va yangi turistik joylarning ochilishiga imkon yaratadi. Bilvosita iqtisodiy ta'sir esa turizm yangi iste'mol talabini shakllantirishida ko'rinadi.

Hozirgi kunda cheksiz turistik yo'nalishlar, faoliyat turlari, transport vositalari, turar joylar va boshqa imkoniyatlar tufayli har kim o'zining mukammal sayohatini rejalashtira oladi. Shuning uchun sayohat va turizm sanoati dunyodagi eng raqobatbardosh tarmoqlardan biri ekanligi ajablanarli emas. Butunjahon sayyohlik tashkiloti (UN Tourism) ma'lumotlariga ko'ra, 2023-yilda sayohat va turizmning yalpi ichki mahsulotga (YaIM) to'g'ridan-to'g'ri hissasi taxminan 9,9 trillion AQSh dollarini tashkil etib, global YaIMning 9,1 foiz ulushini egalladi²¹².

So'nggi yillarda mamlakatimizda turizm sektorini rivojlantirishga alohida e'tibor qaratilmoqda. O'zbekistonda turizmni rivojlantirish istiqbollari juda keng bo'lib, u mamlakatning boy madaniy merosi, tabiiy go'zalliklari va strategik geografik joylashuvi bilan uzviy bog'liq. Ziyorat turizmi, madaniy va eko-turizm kabi yo'nalishlarning jadal rivojlanishi, infratuzilmaning modernizatsiya qilinishi, raqamli texnologiyalarning keng joriy etilishi va xalqaro hamkorlikning mustahkamlanishi mazkur sohaga yangi imkoniyatlar eshigini ochadi. Xususan, sayyohlar uchun viza rejimining soddalashtirilishi, mehmonxona va transport xizmatlarining xalqaro standartlarga moslashtirilishi, mahalliy tadbirkorlar uchun turizm bilan bog'liq bizneslarni qo'llab-quvvatlash choralari kelgusida O'zbekistonni global turizm xaritasida yanada muhim o'ringa olib chiqishi mumkin. Shu bilan birga, milliy madaniy merosni saqlash va barqaror turizmni ta'minlash maqsadida ekologik va innovatsion yondashuvlarga e'tibor qaratish ham katta ahamiyat kasb etmoqda.

O'zbekiston ziyorat turizmini rivojlantirish uchun yetarlicha salohiyatga ega. Respublika hududida 8400 yaqin madaniy meros obyektlari mavjud bo'lib, ulardan

²¹¹ Thommandru, Abhishek, et al. "Role of tourism and hospitality business in economic development." *Materials Today: Proceedings* 80 (2023): 2901-2904.

²¹² <https://www.unwto.org/tourism-statistics/tourism-statistics-database>

209 tasi to'rtta muzey shaharlarda joylashgan²¹³. Respublikamiz prezidenti Shavkat Mirziyoyev 16-20-oktabr kunlari Samarqandda bo'lib o'tgan Butunjahon turizm tashkiloti Bosh Assambleyasining 25-sessiyasi ochilish marosimidagi nutqida ayni paytda ziyorat turizmi dasturi doirasida sayohatga keluvchilar sonini hozirgidan uch barobar ko'proqqa oshirish mo'ljallayotganini ta'kidladi²¹⁴. Shu sababli, ziyorat turizmi resurslaridan samarali foydalanish masalalari bugungi kunda dolzarb ahamiyatga ega.

Turizm boshqaruvi o'ziga xos xususiyatlarga ega bo'lib, boshqa sektor faoliyatidan sezilarli darajada farq qiladi. Turizmning birinchi o'ziga xos jihati uning chuqur ildiz otganligi va tarkibiy elementlari o'rtasidagi murakkab o'zaro bog'liqlikdir. Ko'plab turistik korxonalar kichik hajmga ega bo'lib, yirik turistik kompaniyalar faqat aholisi zich joylashgan hududlarda tashkil etiladi. Turizm industriyasida tur xil turistik korxonalar va tashkilotlar faoliyat yuritadi va ular yagona mintaqaviy boshqaruv tizimiga moslashishi lozim. Buning asosiy maqsadi uzoq muddatli barqarorlik va bozor raqobatbardoshligini ta'minlashdan iborat.

Turizmni boshqarishning ikkinchi o'ziga xos xususiyati aniq va o'lchanadigan maqsadlarning yo'qligi bilan bog'liq. Turistik tashkilotning faoliyati o'lchanadigan ko'rsatkichlarga ega bo'lmaganligi sababli, uning samaradorligi va muvaffaqiyatini aniq baholash mushkul vazifa sanaladi. Turizm industriyasida sodir bo'ladigan jarayonlar ehtimollik xususiyatiga ega bo'lib, ushbu hodisalar va jarayonlarni aniq prognoz qilish qiyin. Masalan, siyosiy vaziyatning o'zgarishi yoki iqlim sharoitining keskin yomonlashishi turizmga bevosita ta'sir ko'rsatishi mumkin.

Keyingi xususiyat esa manfaatdor mijozlarning kuchli ta'sirida namoyon bo'ladi. Har bir turistik korxona o'z faoliyatini turli manfaatdor tomonlar va mijozlar bilan o'rab turgan muhitda olib boradi. Turistik tashkilotlar ko'plab manfaatdor tomonlar bilan ishlaydi va ular tashkilot faoliyatiga sezilarli darajada ta'sir o'tkazadi. Bundan tashqari, har bir manfaatdor guruh ichida o'ziga xos manfaatlar mavjud bo'lib, bu esa ichki qarama-qarshiliklarga sabab bo'lishi mumkin. Masalan, mehmonxona egalari, mahalliy aholi va kelayotgan sayyohlar o'rtasida manfaatlar to'qnashuvi kuzatilishi mumkin, chunki ularning barchasi turizmning rivojlanishidan turli darajada manfaatdor²¹⁵.

Turizm sanoati dunyo bo'ylab turli strategiyalar asosida boshqariladi. Ayrim davlatlar turistik resurslarni samarali boshqarish orqali ushbu sohani milliy iqtisodiyotning asosiy yo'nalishlaridan biriga aylantirishga muvaffaq bo'lgan. 1-jadvalda bir qator mamlakatlarning turistik resurslar boshqaruvidagi strategiyalari va ular doirasida amalga oshirilgan chora-tadbirlar berilgan.

To'rtinchi sanoat inqilobi natijasida yuzaga kelgan global raqamlashtirish jamiyat ijtimoiy-iqtisodiy hayotining barcha sohalarida tub o'zgarishlarga olib kelmoqda. Global raqamlashtirishning ta'sirini eng birinchi bo'lib turizm sohasi his qildi, chunki turizm axborot bilan boyitilgan sanoat bo'lib, barcha o'zgarishlarga tezkor munosabat bildirishga intiladi. Raqamlashtirishning turizm va mehmondo'stlik

²¹³ <https://madaniymeros.uz/>

²¹⁴ <https://president.uz/oz/lists/view/6764>

²¹⁵ Bazargani, Reza Hossein Zadeh, and Hasan Kiliç. "Tourism competitiveness and tourism sector performance: Empirical insights from new data." *Journal of Hospitality and Tourism Management* 46 (2021): 73-82.

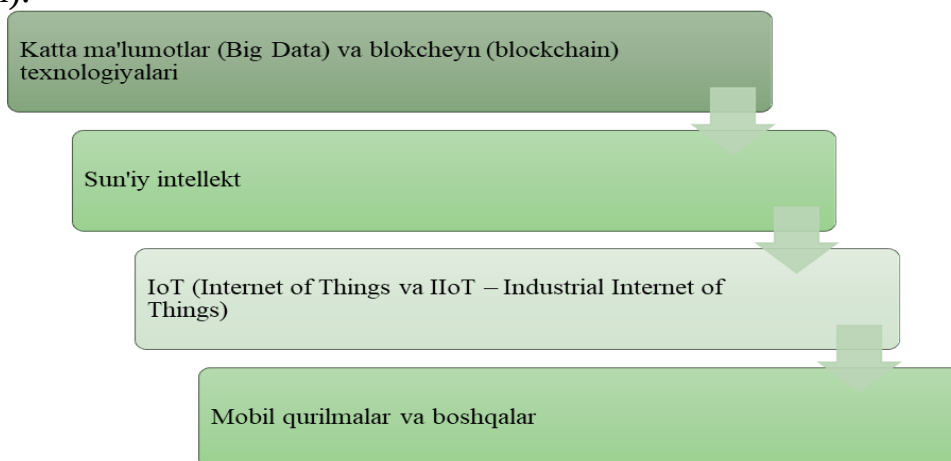
sohasiga ta'siri, bir tomondan, turizm industriyasi korxonalarining biznes jarayonlariga raqamli texnologiyalarni joriy etish bilan bog'liq bo'lsa, boshqa tomondan, sayohatchining o'zgarishi orqali ham namoyon bo'ladi.

1-jadval

Turizm resurslarini boshqarishda xorijiy mamlakatlar tajribasi²¹⁶

T/r	Mamlakat	Turistik resurs boshqaruvi	Amalga oshirilgan chora-tadbirlar
1.	Fransiya	Yagona milliy strategiya	Hukumat madaniy meros obyektlari, muzeylar va tabiiy landshaftlarni saqlash hamda ularning jozibadorligini oshirish uchun doimiy ravishda sarmoya kiritadi. Shuningdek, raqamli texnologiyalar va onlayn bronlash tizimlari faol qo'llaniladi.
2.	Turkiya	Turizm yo'nalishlarining uyg'unlashuvi	Hukumat turistik infratuzilmani rivojlantirishga katta e'tibor berib, xalqaro miqyosda marketing va reklama kampaniyalarini faol olib boradi. Maxsus turistik hududlar tashkil etilib, xorijiy sarmoyadorlar uchun qulay shart-sharoitlar yaratilmoqda.
3.	BAA	Turistik resurslarni innovatsion boshqarish	Dubay va Abu-Dabi kabi shaharlarda sun'iy orollar, hashamatli mehmonxonalar va zamonaviy dam olish maskanlari qurilib, turizm iqtisodiyotning muhim sektoriga aylantirilgan.
4.	Malayziya	Ekologik va madaniy turizmni rivojlantirish	Hukumat milliy bog'lar va tarixiy yodgorliklarni muhofaza qilish bilan birga, mahalliy aholining turizm jarayonlarida faol ishtirok etishini rag'batlantiradi. Turizm sohasi davlat tomonidan to'liq qo'llab-quvvatlanib, xalqaro sayyohlarga yo'naltirilgan maxsus dasturlar ishlab chiqilgan.
5.	Yaponiya	Tarixiy va zamonaviy turizmni uyg'unlashtirish	Turizm resurslarini boshqarishda yuqori texnologiyalar va raqamli yechimlardan keng foydalaniladi. Sayyohlar uchun qulay infratuzilma yaratilgan bo'lib, ayniqsa, transport tizimi va axborot xizmatlari yuqori darajada rivojlangan.

Zamonaviy raqamli texnologiyalar, turizm faoliyatining raqamlashtirilishiga zamin yaratib beruvchi asosiy omillar hisoblanadi. Bularga quyidagilar kiradi (1-rasm).



1-rasm. Turistik resurslarni boshqarishda qo'llaniladigan asosiy raqamli texnologiyalar²¹⁷

Bugungi kunda turizm va mehmonxona biznesining asosiy raqobatbardosh ustunligi – shaxsiylashtirilgan xizmatdir²¹⁸. Bunga erishish raqamli texnologiyalarsiz

²¹⁶ <https://www.france.fr/en/>, <https://goturkiye.com/>, <https://u.ae/en/information-and-services/visiting-and-exploring-the-uae>, <https://www.tourism.gov.my/>, <https://www.japan.travel/en/> ma'lumotlari asosida muallif ishlanmasi.

²¹⁷ Muallif ishlanmasi

²¹⁸ Greiner, Celina, and Sandra Goh. "Providing personalized service excellence: Findings from tourism and hospitality

imkonsiz. Mijozlarning istak va ehtiyojlarini tushunish uchun ularning oldingi sayohatlari va mehmonxona tajribasi haqidagi katta hajmdagi shaxsiy ma'lumotlarni to'plash, qayta ishlash va tizimlashtirish zarur. Bu esa virtual sayyoh obrazini yaratish va sun'iy intellekt yordamida ularning ehtiyojlarini aniqlash imkonini beradi. Shuningdek, chat-botlar orqali masofaviy maslahat xizmatlari ko'rsatilishi mumkin. Sun'iy intellekt mijozlarga xizmat ko'rsatishda tezlik va aniqlikni ta'minlaydi. Eng istiqbolli raqamli texnologiyalardan biri Big Data va blockchain hisoblanadi²¹⁹.

Blokcheyn texnologiyasiga asoslangan LockChain platformasi turar joy vositalarini vositachilarsiz va komissiyasiz bron qilish imkonini beradi²²⁰. Shuningdek, Beenest va BeeToken²²¹ platformalari turar joy uchun komissiyasiz to'lov qilishga yordam beradi. Winding Tree platformasi esa blokcheyn orqali turistik xizmatlarni vositachilarsiz bron qilish imkoniyatini taqdim etadi²²². ShoCard & SITA blokcheyn platformasi mijozlarning identifikatsiya jarayonini boshqarishga imkon beradi²²³.

Kelajakda boshqaruv tizimi jarayonini yaxshilash va taqsimlash turistik resurslar uchun integratsiyalashgan tizimlarning ko'payishiga olib keladi. Bundan tashqari, yangi SAAS (Software as a Service – xizmat sifatida dasturiy ta'minot) texnologiyalaridan pullik obuna orqali foydalanish imkoniyati paydo bo'ladi²²⁴.

Mamlakatimizda ziyorat turizmini rivojlantirishda raqamlashtirish va zamonaviy texnologiyalardan foydalanish katta ahamiyatga ega. Ushbu texnologiyalarga quyidagilarni misol qilib keltirish mumkin:

- elektron vizalar va onlayn ro'yxatdan o'tish tizimi;
- virtual ekskursiyalar va 3d turlar – ziyoratgohlar haqida keng ma'lumot olish imkonini yaratadi;
- mobil ilovalar va chatbotlar – sayyohlar uchun navigatsiya va yo'riqnoma vazifasini bajaradi;
- big data va sun'iy intellekt – sayyohlarning ehtiyojlarini aniqlash va xizmat sifatini oshirishda qo'llaniladi.

O'zbekistonning ziyorat turizmi resurslarini samarali boshqarish uchun innovatsion texnologiyalar, ekologik yondashuvlar va xalqaro marketing strategiyalarini joriy etish muhimdir. Zamonaviy mexanizmlar yordamida ziyorat turizmini yanada rivojlantirish va mamlakatning turistik salohiyatini oshirish mumkin.

Shuningdek, ziyorat turizmi resurslaridan samarali foydalanish milliy madaniyat va an'analarni saqlab qolish bilan birga, mahalliy aholi farovonligini oshirishga ham xizmat qiladi. Zamonaviy texnologiyalar va boshqaruv mexanizmlaridan foydalanish orqali turizm xizmatlarini diversifikatsiya qilish,

businesses in Asia." *Service excellence in tourism and hospitality: Insights from Asia* (2021): 73-87.

²¹⁹ Deepa, Natarajan, et al. "A survey on blockchain for big data: Approaches, opportunities, and future directions." *Future Generation Computer Systems* 131 (2022): 209-226.

²²⁰ <https://www.revfine.com/blockchain-technology-hospitality-industry/>

²²¹ <https://www.thebeetoken.com/>

²²² <https://windingtree.com/>

²²³ <https://www.sita.aero/>

²²⁴ Lumbantobing, Roy Deddy Hasiholan, et al. "Development of Software as a Service (SaaS) to Create Mobile Tourism Application." *Jurnal Nasional Teknik Informatika dan Elektro (JURNALTIO)* 2.01 (2021): 17-23.

sayyohlarga qulaylik yaratish va ziyorat maskanlarini jahon darajasida tanitish mumkin.

Kelajakda raqamlashtirish, barqaror turizm tamoyillarini tatbiq etish va xalqaro hamkorlikni kengaytirish orqali ziyorat turizmi nafaqat mamlakat iqtisodiyotiga, balki uning madaniy merosini keng targ'ib qilishga ham xizmat qiladi. Shu sababli, turizm sohasidagi innovatsion yondashuvlarni doimiy ravishda rivojlantirish va ilg'or tajribalarni qo'llash zarur hisoblanadi.

Islom UMURZOQOV,
O'zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi magistranti
Ilmiy rahbar: akademik N.To'xliyev
O'zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi professori, i.f.d.

BUXORO VILOYATIDA RAQAMLI TURIZMGA O'TISHGA TO'G'RI VA AKS TA'SIR ETADIGAN OMILLAR

Annotatsiya: Ushbu maqolada Buxoro viloyatining geografik joylashuvi, tarixiy yodgorliklari, madaniy-ma'rifiy inshootlarining ko'p ekanligi va boshqa bir qator omillarning mavjud ekanligi viloyatda turizm sohasini yanada takomillashtirish, zamonaviy texnologiyalar orqali tizimni raqamlashtirishga ijobiy va salbiy ta'sir etadigan bir nechta omillarni keltirib o'tamiz.

Kalit so'zlar: raqamli savodxonlik, moliyaviy resurs, virtual haqiqat (VR) va kengaytirilgan haqiqat (AR), cloud platformalar, kiberxavfsizlik tizimlari.

Аннотация. В данной статье рассматриваются географическое расположение Бухарской области, наличие исторических памятников, культурно-просветительских объектов, а также других факторов, способствующих совершенствованию туристической сферы региона. Особое внимание уделяется положительным и отрицательным аспектам влияния этих факторов на процесс цифровизации туристической системы с использованием современных технологий.

Ключевые слова: цифровая грамотность, финансовые ресурсы, виртуальная реальность (VR) и дополненная реальность (AR), облачные платформы, системы кибербезопасности.

Abstract. This article discusses the geographical location of the Bukhara region, the abundance of historical monuments and cultural-educational sites, and other factors that contribute to the improvement of the tourism sector. The article highlights both the positive and negative impacts of these factors on the digitalization of the tourism system through modern technologies.

Keywords: digital literacy, financial resources, virtual reality (VR) and augmented reality (AR), cloud platforms, cybersecurity systems.

Yurtimizning tarixi, boy madaniy-me'rosi, ilm-fanda erishgan yutuqlarida bevosita Buxoro va viloyatda yashab, ilm-fan tamadduniga ulkan hissa qo'shgan allomalarning tutgan o'rni beqiyosdir. Shu boisdan dunyo hamjamiyatida yurtimizga,

xususan, Buxoro viloyatiga bo'lgan qiziqishlari kun sayin ortib bormoqda. Albatta, bu tendensiyalar viloyatda turizmni rivojlantirish, sohada raqamli texnologiyalarni tatbiq qilish kabi bir qator amaliyotlarni taqazo qiladi. Ushbu maqolada Buxoro viloyatida raqamli turizmga o'tishga ijobiy va salbiy ta'sir etadigan omillarni keltirib o'tamiz.

Quyida viloyatda raqamli turizmga o'tishga to'g'ri ta'sir ko'rsatadigan omillarni keltirib o'tamiz.

1. Buxoroning boy milliy me'rosi. Tarixiy shahar markazi YUNESKO ning Butunjahon merosi ro'yxatiga kiritilgan bo'lib, shaharning yoshi 2500-yildan oshgan, 1997-yilda 2500-yilligi tantanali tarzda nishonlandi. Buxoro viloyatida joylashgan 7 ta – Ismoil Somoniy maqbarasi, Chor Bakr, Bahouddin Naqshband majmualari, Mag'oki Attor masjidi, Poi-Kalon ansambli, Qadimgi Poykent shahri qoldiqlari va Tosharoy madrasalari ICESCOning Islom Olami Merosi ro'yxatiga kiritilgan. Hozirgi vaqtga kelib, Buxoro davlat me'moriy-badiiy muzey-qo'riqxonasi tarkibida 997 tarixiy yodgorliklar mavjud²²⁵. Ushbu raqamlar va keltirilgan nomlar jarayonlarga ijobiy ta'sir etib, sohani raqamlashtirishni tezlashtirishda asosiy omil bo'lib xizmat qiladi.

2. Xalqaro va mahalliy transport infratuzilmaning mavjudligi. Bugungi kunda Buxoro xalqaro aeroportida 40 yaqin shaharlarga xalqaro reyslar, Nukus, Urganch, Namangan, Samarqand, Termiz kabi shaharlarga mahalliy reyslar yo'lga qo'yilgan²²⁶.

Bundan tashqari, viloyatlararo avtobus yo'nalishlari ham yo'lga qo'yilgan bo'lib, masalan: Toshkent – Buxoro, Qoraqalpog'iston – Buxoro, Jizzax – Buxoro, Navoiy – Buxoro, Samarqand – Buxoro yo'nalishlarida muntazam qatnovlarni amalga oshirib kelmoqda²²⁷.

Hozirda viloyatlararo qatnovlarni amalga oshirayotgan avtobuslarning deyarli barchasi zamonaviy va qulayliklarga ega. Bugungi kunda Buxoroni o'n beshga yaqin shaharlar bilan bog'laydigan temir yo'l vositasi bo'lmish poyezdlar qatnovlari yo'lga qo'yilgan²²⁸. Yana shuni ta'kidlash kerakki, oxirgi yillarda Buxoroda viloyatida o'ttizga yaqin restoranlar ro'yxatdan o'tgan²²⁹. Viloyatda joylashgan mehmonxona va boshqa xizmat ko'rsatuvchi tashkilotlarning xalqaro va mahalliy tarmoqlarga ulanganligi. Albatta, bunday jarayonlarni viloyatda turizmni raqamlashtirishga undaydigan jihatlaridan biri deb aytish mumkin.

1-jadvalda mehmonxonalar tizimi bo'yicha xalqaro va mahalliy tarmoqlarning ba'zilarini keltirib o'tamiz.

3. Xalqaro loyihalar va dasturlar qo'llab quvvatlanishi. Viloyatdagi turistik amalga oshirilishi kerak bo'lgan va rejalashtirilgan eng yirikloyihalaridan biri bu – Buxoro shahrida “Boqiy Buxoro” tarixiy-etnografik parki barpo etilishidir. Mazkur parkning yaratilishidan ko'zlangan bosh maqsad qadim Buxoroning boy tarixi va

²²⁵ O'zbekiston Milliy Ensiklopediyasi. Birinchi jild. – Toshkent, 2000. Buxoro viloyati // Vikipediya: Erkin ensiklopediya [Elektron resurs]. – URL: https://uz.wikipedia.org/wiki/Buxoro_viloyati

²²⁶ O'zbekiston havo yo'llari. Parvozlard jadvali [Elektron resurs] // Uzbekistan Airways rasmiy veb-sayti. – URL: <https://www.uzairways.com/uz/schedule>

²²⁷ Avtoticket.uz. Avtobus chiptalarini onlayn xarid qilish xizmati [Elektron resurs]. – URL: <https://avtoticket.uz/>

²²⁸ O'zbekiston temir yo'llari aksiyadorlik jamiyati [Elektron resurs]. – URL: <https://eticket.railway.uz/uz/pages/trains-page>

²²⁹ Rasmiy hoteliers.uz sayti statistikasi [Elektron resurs]. – URL: <https://www.hoteliers.uz/stathotelsuz>

madaniyati, noyob moddiy va nomoddiy madaniy merosini asrab-avaylash, uni yanada kengroq targ‘ib etish hisoblanadi.

1-jadval

Xalqaro va mahalliy tarmoqlarda ro‘yxatdan o‘tgan mehmonxonalar²³⁰

№	Tarmoq nomi	Mehmonxonalar soni
1.	Booking.com	194
2.	info@poykenthotels.com	6
3.	Mybooking.uz	172
4.	yellowpages.uz	75
5.	www.goldenpages.uz	86

Tarixiy-etnografik park hududidan Buxoro an‘anaviy me‘morchiligi durdonalari va zamonaviy shaharsozlik uslublari uyg‘unligini o‘zida ifoda etgan obyektlar, jumladan, etnografik muzey, Buxoro vohasi uchun xos bo‘lgan tarixiy mahallalar, aholi uchun xizmat ko‘rsatuvchi choyxonalar va milliy taomlar tayyorlanadigan tamaddixonalar, an‘anaviy drenaj tizimlari – ariq va hovuzlar, hunarmandlar rastalari, zargarlik, zardo‘zlik, kashtachilik, yog‘och o‘ymakorligi, temirchilik, kulolchilik, naqqoshlik, pichoqchilik kabi amaliy san‘at ustaxonalari o‘rin oladi.

4. Turizmni boshqarish va targ‘ibotning yaxshi tashkil etilganligi. Xususan, bu borada birgina “2022 - 2026-yillarda viloyatida turizm sohasini yanada rivojlantirish” dasturi doirasida o‘ndan ortiq yo‘nalishlarda rejalar ishlab chiqilgan bo‘lib, bu borada ushbu ishlarni misol qilib keltirish mumkin.

Bu borada viloyatning turistik salohiyatini inobatga olgan holda kerakli taqdimotlarni tayyorlab, xorijiy davlatlarda namoyish qilish bo‘yicha ishchi guruh tashkil qilindi. Ular birgina 2023-yilning o‘zida Rossiyaning 3 ta shahri, Malayziya, Yaponiya, Birlashgan Arab Amirliklari, Fransiya, Lyuksemburg, Niderlandiya va Germaniya kabi davlatlarda viloyat turistik salohiyatini namoyish qilishdi. Ishchi guruhning keyingi yillarda Qozog‘iston, Hindiston, Ozarbayjon, Qatar, Saudiya Arabistoni va Janubiy Koreya kabi davlatlarda ushbu yo‘nalishda tashviqot ishlarini hamda namoyishlarni amalga oshirishni rejalashtirganlar.

Shuningdek, ushbu yo‘nalishda Irkutsk viloyati Bratsk shahrining Buxoro shahri bilan birodarlashganligini inobatga olib, mazkur hududdan turistik aloqalarni yangi bosqichga olib chiqish yuzasidan, Rossiya Federatsiyasi vakillari uchun turizmning agro-eko, eno, gastronomik shopping, ziyorat kabi yo‘nalishlarida sayohat qilishlari uchun o‘ziga xos turpaketlar tayyorlandi.

Shu jumladan, viloyat madaniyat va turizm boshqarmasi mas‘ul vakillaridan iborat delegatsiya Indoneziya davlatida xizmat safarida ham bo‘ldi. Vakillarimiz “PPHI” - Indoneziya “Halol Turizm” Assotsiatsiyasi hamda tarkibida turizm tizimida halol sertifikatiga ega turistik kompaniya, mehmonxona va restoranlar biznes tarmog‘iga ega “Sofyan Corp” korporatsiyasi rahbari Riyonto Sofyan hamda “Muslim Travel” Indoneziya turistik kompaniyasi mutasaddilari bilan uchrashdilar.

Muzokaralar asnosida Indoneziya davlati turistik kompaniyasi rahbariyatiga Buxoro viloyati Madaniyat va turizm boshqarmasining turizm salohiyatini targ‘ib

²³⁰ Muallif ishlanmasi [Elektron resurs]. – URL: <https://www.hoteliers.uz/stathotelsuz>

qilish, xorijiy turistlarni jalb qilish va ichki turizmni rivojlantirish shoʻbasi rahbari Akmal Rajabov tomonidan Oʻzbekistonda, Buxoroda “Halol turizm” yoʻnalishida olib borilayotgan amaliy ishlar, istiqbolli loyihalar, umuman, viloyatning ayni kundagi sayyohlik tarmogʻi salohiyati, Buxoroda Islom olami vakillari, moʻmin-musulmonlar ziyorati uchun yaratilgan shart-sharoitlar xususida batafsil maʼlumotlar berib oʻtdi.

Quyida Buxoro viloyatida turizm sohasini yanada takomillashtirish, zamonaviy texnologiyalar orqali tizimni raqamlashtirishga salbiy taʼsir etadigan bir nechta omillarni keltirib oʻtamiz.

1. Raqamli savodxonlikning yoʻqligi. Bu esa, viloyatda raqamli turizmga aks taʼsir etuvchi omillardan biri deyish mumkin.

Zeʼro, yurtimiz dunyoga allomalar, yetuk olimlarni tarbiyalab bergan goʻsha hisoblanadi. Bu borada esa, Buxoroi sharifning oʻrni beqiyos. Shu boisdan, oʻlkaga tashrif buyurayotgan ziyoratchilarning katta qismi musulmon diyorlardan boʻlib, asosan, ziyorat, ruhan poklanish va maʼnaviy ozuqa olish maqsadida tashrif buyurishadi. Ushbu jihatlarni inobatga olgan holda ziyoratchilarning aksar qismi oʻrta va undan katta yosh toifalariga toʻgʻri kelmoqda. Quyida bu boradagi statistik maʼlumotlarni keltirib oʻtamiz.

Statistik maʼlumotlarga eʼtibor berib qaraladigan boʻlsa, ziyoratchilarning katta qismi zamonaviy raqamli texnologiyalar bilan ishlash koʻnikmasi va ular orqali turistik amalyotlarni amalga oshirishda yetarlicha bilimga ega boʻlmagan qatlamni koʻrishimiz mumkin.

2-jadval

Tashrif buyurayotgan ziyoratchilarning yosh chegarasi (2022-2023-yillar kesimida)²³¹

№	Foizdagi ulushi	Yosh qamrovi
1	49,6%	31–55
2	20,4%	55 dan yuqori
3	16,2%	19–30
4	13,8%	0–18

2. Moliyaviy resurslarning cheklanganligi. Chunki sohani raqamlashtirish bevosita moliyaviy xarajatlar bilan bogʻliq jarayon boʻlib, raqamlashtirish jarayonining muvaffaqiyatli boʻlishi uchun turizm sohasidagi tashkilotlar bir qancha moliyaviy resurslarni talab qiladi:

– texnologiyaga sarmoya kiritish. Bu esa, raqamli infrastrukturani yaratish, masalan, veb-saytlar, mobil ilovalar, onlayn rezervatsiya tizimlari, va boshqa platformalar yaratish uchun sarmoya talab qiladi. Bu ham oʻz navbatida texnik ishlab chiqish, dizayn, testlash, va dasturiy taʼminotni sotib olish xarajatlarini taqazo qiladi;

– cloud platformalar va xizmatlar. Maʼlumotlar saqlash, server va bulut xizmatlari (AWS, Google Cloud, Microsoft Azure va boshqalar) uchun resurslar ajratilishi kerak. Bu tizimlar koʻp holatlarda obuna toʻlovlari va doimiy xarajatlarni talab qiladi;

²³¹ Muallif ishlanmasi. <https://stat.uz/uz/matbuot-markazi/qo-mita-yangiliklar/30448-turistik-maqsadlarda-o-zbekistonga-tashrif-buyurayotgan-turistlarning-aksariyatini-ayollar-tashkil-etadi-32>

– yangi texnologiyalar va innovatsiyalar. Bularga misol qilib quyidagilarni keltirish mumkin.

a) virtual haqiqat (VR) va kengaytirilgan haqiqat (AR) virtual turlar yordamida tarixiy joylar haqida ma'lumot berish. Bunday texnologiyalarni rivojlantirish va qo'llash katta mablag' talab qiladi.

b) IoT (Internet of Things) va Aqlli Texnologiyalar: Aqlli mehmonxona tizimlari, masalan, mehmonlar uchun raqamli xonalar, mobil ilovalar orqali boshqariladigan xizmatlar va IoT qurilmalari orqali izlanishlar yaratish ham sarmoya kiritishni talab qiladi.

– kiberxavfsizlik tizimlari – ma'lumotlarni saqlash va boshqarish. Raqamli platformalar va onlayn to'lov tizimlarini joriy qilish bilan birga, ma'lumotlar xavfsizligini ta'minlash uchun maxsus tizimlar kerak bo'ladi. Bularni yaratish va doimiy ravishda yangilab borish, katta ma'lumotlar bazasini yaratish va uni xavfsiz saqlash uchun maxsus resurslar (serverlar, bulut saqlash xizmati) ajratilishi kerak bo'ladi;

– kerakli xodimlarni jalb qilish, mutaxassislarni yollash va ishchi xodimlarni raqamli ko'nikmalar bilan ta'minlash. Raqamlashtirishni amalga oshirish uchun IT mutaxassislari, dasturchilar, raqamli marketing bo'yicha mutaxassislar va boshqa professionallarni jalb qilish kerak bo'ladi.

Raqamli tizimlar va texnologiyalarni qo'llash uchun xodimlarni o'qitish va malakasini oshirish zarur. Bu o'z ichiga yangi dasturlarni o'rgatish, ma'lumotlarni boshqarish tizimlarini tushunish va mijozlarga onlayn xizmat ko'rsatishni o'z ichiga oladi. Turizmni raqamlashtirishda moliyaviy resurslar juda katta ahamiyatga ega. Buning uchun boshlang'ich sarmoyadan tortib, doimiy yangilanishlar va texnik xizmatlarga qadar turli xil moliyaviy resurslar talab qilinadi.

3. Sohada mutaxassis-kadrlarning yetishmasligi. Raqamli turizm onlayn marketing bo'yicha mutaxassis, mahsulot menejeri, kontent bo'yicha mutaxassis, IT mutaxassislari, AR va VR bo'yicha mutaxassislar, kiberxavfsizlik masalalari bo'yicha mutaxassislarni talab qiladi va o'z o'rnida ular sohani tizimli rivojlantirib boradi. Afsuski, bugungi kunda viloyatning turizm sohasini raqamlashtirish borasida bunday kadr xodimlar yetarli emas.

4. Texnik infratuzilmaning cheklanganligi. Bu tashkilotning yoki biror sohaning faoliyatini amalga oshirish uchun zarur bo'lgan barcha texnologik va raqamli vositalar, tizimlar, asboblari, va resurslarning umumiy majmuasidir.

Texnik infratuzilmaning cheklanganligi quyidagi asosiy muammolarni keltirib chiqaradi:

– past sifatli internet ulanishi. Past sifatli internet ulanishi (sekin tarmoq, uzilishlar) mijozlarga xizmat ko'rsatishda qiyinchiliklar tug'diradi va foydalanuvchi tajribasini yomonlashtiradi. Ba'zi mintaqalarda (masalan, qishloq joylarda yoki sayyohlar kam tashrif buyuradigan hududlarda) internet aloqasi sekin bo'lishi mumkin. Bu turistlarga yoki foydalanuvchilarga sayohat xizmatlarini onlayn ravishda sotib olishda qiyinchilik tug'diradi;

– texnologik infratuzilmaning eskirganligi. Eskirgan texnik infratuzilma turizm sohasida yangi texnologiyalarni joriy qilishni qiyinlashtiradi. Misol uchun, eski serverlar, dasturiy ta'minotlar yoki tizimlar yangi talablarga javob bera olmaydi va

tez-tez ishlashdagi nosozliklarga olib keladi. Yangi texnologiyalar (masalan, virtual haqiqat, IoT, aqlli tizimlar) bilan integratsiya qilish qiyinlashadi, natijada, raqamli transformatsiyani sekinlashtiradi;

– bulutli texnologiyalarning cheklanganligi. Bulutli xizmatlarni taqdim etuvchi provayderlar, ularning xizmati yoki serverlari mahalliy ehtiyojlarni qondirishga yetarli bo'lmaydi. Bu, o'z navbatida, ma'lumotlar bazasini samarali boshqarish va resurslardan to'g'ri foydalanishni qiyinlashtiradi;

– kiberxavfsizlik va ma'lumotlar himoyasining yetarli bo'lmashligi. Raqamli infratuzilma va to'lov tizimlarida xavfsizlikning zaifligi turistlarning shaxsiy ma'lumotlari, to'lovlari va boshqa muhim ma'lumotlarni himoya qilishda katta xavf tug'diradi. Ma'lumotlarni himoya qilishda yetarli resurslar bo'lmashligi kiberhujumlar va ma'lumotlarning yo'qolishiga olib kelishi mumkin.

Xulosa o'rnida quyidagi mulohazalarni keltirib o'tish mumkin. Buxoro viloyatida raqamli turizmni rivojlantirish imkoniyatlari va istiqbollari, mavjud shart-sharoitlar va qarama-qarshi omillar nuqtai nazaridan tahlil qilindi. Tahlillar shuni ko'rsatdiki, viloyat o'zining boy tarixiy-madaniy merosi, ziyorat turizmi uchun muhim obyektlari va yildan-yilga ortib borayotgan sayyohlar oqimi bilan raqamli turizmni keng tatbiq etish uchun katta salohiyatga ega.

Ayniqsa, ziyorat turizmi obyektlarida QR-kodli yo'riqnomalar, virtual gidlar, onlayn bron tizimlari va mobil ilovalar orqali xizmat ko'rsatishni yo'lga qo'yish bu sohaga yangi impuls berishi mumkin. Biroq, mavjud imkoniyatlar bilan bir qatorda raqamli turizmga o'tishga aks ta'sir etuvchi omillar ham mavjud. Bular qatoriga ba'zi hududlarda internet infratuzilmasining sustligi, raqamli savodxonlik darajasining yetarli emasligi, ayrim turistik obyektlarda texnik baza va mutaxassislar yetishmasligi kiradi. Ushbu muammolar raqamli texnologiyalarni to'liq joriy etish jarayonida to'siq bo'lib xizmat qilmoqda. Shu bilan birga, ularni bartaraf etish uchun mahalliy budjet va xorijiy investitsiyalar hisobidan infratuzilma va kadrlar salohiyatini mustahkamlash zarur.

Ziyorat obyektlarida raqamli turizmni rivojlantirish istiqbollari esa nihoyatda keng. Bu yo'nalishda multimedia gidlar, virtual haqiqat (VR) ekskursiyalari, onlayn ziyorat xizmatlari, madaniy-tarixiy obyektlarning interaktiv xaritalari va elektron arxivlariga kirishni ta'minlash orqali xizmat sifati va turistlar uchun qulaylik oshiriladi. Ayniqsa, xorijiy sayyohlar uchun ko'p tilli mobil ilovalar va onlayn qo'llanmalar ulkan ahamiyat kasb etadi.

Umuman olganda, Buxoro viloyatida raqamli turizmni rivojlantirish real imkoniyatlarga ega bo'lib, bu boradagi chora-tadbirlarning izchil va tizimli amalga oshirilishi viloyatni nafaqat milliy, balki xalqaro turizm maydonida ham ilg'or o'rinlarga olib chiqishi mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. O'zbekiston Respublikasining Qonuni, 18.07.2019 yildagi O'RQ-549-son Qonunchilik ma'lumotlari milliy bazasi, 21.04.2022-y., 03/22/765/0332-son
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi "2022-2026 yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida"gi Farmoni//Qonunchilik ma'lumotlari milliy bazasi, 29.01.2022 y.,

06/22/60/0082-son, 18.03.2022 y., 06/22/89/0227-son, 21.04.2022 y., 06/22/113/0330-son.

3. Тухлиев Н. Жиянов Ў. Туризмнинг ривожланиш миллий моделлари. Дарслик. – Т.: «Ilm-Ziyo-Zakovat» нашриёти, 2021. – 234 б.

4. Xudoyarov A.A. “O‘zbekistonda ziyorat turizmini rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlari” monografiya. – T.: «COMPLEX PRINT» nashriyoti, 2021. – 285 b.

5. Astanakulov O.T., Gulyamova G.P. Turizmni rivojlantirishning hududiy jihatlari: Monografiya. - T.:Lesson Press, 2022. - 137 b.

6. Adamopoulou, Eleni; Moussiades, Lefteris. Chatbots: History, technology, and applications // Machine Learning with Applications. – 2020. – No 2. – 100006. <https://uz.wikipedia.org/wiki/Chatbot>

7. Giulia Pegolo. “Artificial Intelligence for Museums A comparison within Italian chatbot applications”. <http://dspace.unive.it/handle/10579/25629>

8. Daniya Marabissi., Lorenzo Mukchi., Romano Fantachchi., Mariya Rita Spada., Fabio Massimiani., Andrea Fratini., Giorgio Kau., Jia Yunpeng., Lusio Fedele. A Real Case of Implementation of the Future 5G City. <https://www.mdpi.com/1999-5903/11/1/49>

9. O‘zbekiston Milliy Ensiklopediyasi. Birinchi jild. – Toshkent, 2000. Buxoro viloyati // Vikipediya: Erkin ensiklopediya [Elektron resurs]. – URL: https://uz.wikipedia.org/wiki/Buxoro_viloyati

10. O‘zbekiston havo yo‘llari. Parvozlar jadvali [Elektron resurs] // Uzbekistan Airways rasmiy veb-sayti. – URL: <https://www.uzairways.com/uz/schedule>

11. Muallif ishlanmasi. <https://stat.uz/uz/matbuot-markazi/qo-mita-yangiliklar/30448-turistik-maqsadlarda-o-zbekistonga-tashrif-buyurayotgan-turistlarning-aksariyatini-ayollar-tashkil-etadi-32>

Maxammadjon ORIFJONOV,
O‘zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi magistranti

TURISTIK KORXONALARDA INNOVATSION FAOLIYATNI RAG‘BATLANTIRISH OMILLARINING TIZIMLI TAHLILI

Annotatsiya. Mazkur maqolada turizm sanoatidagi innovatsion texnologiyalar va ularning sohani rivojlantirishdagi ro‘li atroflicha o‘rganilgan. Tadqiqot jarayonida xalqaro tajribalar tahlili asosida innovatsion texnologiyalarni mamlakatimizda tadbiq etish hamda unig istiqbolli yo‘nalishlari ishlab chiqilgan. Shuningdek, turizmdagi innovatsion texnologiyalar yordamida turistik tashkilotlarning xizmatlar sifatini oshirish va turistlarni jalb qilish strategiyalarini rivojlantirish va bir qancha jarayonlar ko‘rib chiqilgan.

Kalit so‘zlar: innovatsiya, korxona, innovatsion faoliyat, turizm strategiya va taktikasi, tadqiqot va eksperimental ishlanmalar, texnologiya, xizmatlar.

Annotation. This article provides a comprehensive study of innovative technologies in the tourism industry and their role in the development of the sector.

During the research process, based on the analysis of international experiences, directions for implementing innovative technologies in our country and their promising applications have been developed. In addition, the article examines how innovative technologies in tourism can enhance the quality of services provided by tourism organizations, improve strategies for attracting tourists, and streamline various processes.

Keywords: innovation, enterprise, innovation activity, tourism strategy and tactics, research and experimental developments, technology, services.

Аннотация. В данной статье всесторонне исследуются инновационные технологии в туристической отрасли и их роль в развитии сектора. В процессе исследования на основе анализа международного опыта разработаны направления внедрения инновационных технологий в нашей стране и их перспективные области применения. Кроме того, рассмотрены вопросы повышения качества услуг туристических организаций, совершенствования стратегий привлечения туристов и оптимизации ряда процессов с использованием инновационных технологий в туризме.

Ключевые слова: инновация, предприятие, инновационная деятельность, стратегия и тактика в туризме, научные и опытно-конструкторские разработки, технологии, услуги.

Bugungi kunda iqtisodiyot har bir tarmog'ida zamonaviy yondashuvlarni joriy etish va o'sib borayotgan ehtiyojlarga mos ravishda yangi yechimlar taqdim etish zarurati bilan rivojlanishda davom etmoqda. Globallashuv va kuchayib borayotgan raqobat sharoitida turizm korxonalari o'z faoliyatiga innovatsion yondashuvlarni qo'llash zaruratiga duch kelmoqda. Innovatsiyalar samaradorlikni oshirish, xizmatlar sifatini yaxshilash, mahsulotlar turini kengaytirish va mijozlarning o'zgaruvchan ehtiyojlariga moslashish imkonini yaratadi.

O'zbekiston sharoitida iqtisodiyotni rivojlantirishning muhim qismi sifatida turizm faoliyati strategik jihatdan ahamiyatli va ustuvor yo'nalish sifatida tan olinmoqda, bu esa ushbu sohada innovatsion faoliyatni rivojlantirish uchun katta imkoniyatlar yaratmoqda. Chunki innovatsiyalar iqtisodiyotning barcha tarmoqlarida, jumladan turizm ham, raqobatbardoshlikni oshirishni ta'minlaydi. Bu esa kelgusida faoliyatni samarali tashkil etilishiga o'ziga xos asos bo'lib xizmat qilishini aytishimiz mumkin bo'ladi.

O'zbekistonda turizm sohasini rivojlantirishdan asosiy maqsad xalqaro turizm raqobatbardoshlik indeksi bo'yicha TOP elliklikka chiqish hisoblanadi. Aholi bandligi elastik ko'rsatkichi 0.65 dan 0.4 ga tushirilishi asosiy maqsadlardan biri bo'lishi lozim. Harakatlar rejasida, shuningdek, O'zbekistonning ulkan boyliklari, ya'ni tarixiy obidalar, diniy ahamiyatga molik joylar va milliy diqqatga sazovor joylarning keng doiradagi sayyohlik salohiyatini ro'yobga chiqarishning "Asosiy strategiyasi" muhim yo'nalishlar atrofida klasterlar ishlab chiqilishidan iborat (Economics and Innovative Technologies, 2025).

Biz turizm va uni innovatsion rivojlantirish yo'nalishlarini o'rganar ekanmiz, avvalo, turizm tushunchasi haqidagi qarashlarini ko'rib chiqish zarur, demak turizm bu tabiat, tajriba, sayohat qilish uchun motivatsiya, yaxshi kayfiyat, ta'til, parvoz,

sarguzashtlar kabi qarashlardir. Bu qarashlarga yangiliklarni joriy etish va boitishni esa biz innovatsiya deb atashimiz mumkin.

“Turizmni rivojlantirishda innovatsion texnologiyalarning rolini tadqiq qilish nazariy jihatdan tadqiqotchilarning e’tiborini qaratadi. Sababi, olimlar tomonidan ishlab chiqilgan innovatsion jamiyat konsepsiyasi iqtisodiy rivojlanish to‘g‘risidagi ilmiy tushunchalarni bundan o‘zgartirib yubordi. Innovatsiyalarning kengayishi, ularning inson hayotining barcha jabhalarida qilinganligi turizm sohasidagi menejmentning yangi ko‘rinishiga o‘tishini taqozo etdi.

Bundan tashqari, tizimli, kompleks, texnologik yondashuvni amalga oshirish turizmga innovatsion faoliyatning asosiy talabini hisoblanadi. Shuning uchun innovatsion rivojlanish xususiyatlarini o‘rganish muhim ahamiyat kasb etadi.” (Astanakulov, 2023).

Turizm sohasidagi yangiliklar – bu juda katta ahamiyatga ega, va albatta bu yangiliklar sanoatdagi ijobiy siljishlarga olib keladi. Bunday yangiliklarning joriy etilishi natijasida mamlakatga sayyohlik oqimining ko‘payishi va foyda olish sur‘ati yuksalib boradi. O‘zbekistonga sayohat qilish sayohatchilarning talab va istaklarini o‘rganishga qaratilganda tarixiy, me‘moriy, diniy, etnik qarashlarni zamon texnologiyalari bilan uzviy holda moslashtirish natijaviy samaradorlikni oshirishga xizmat qiladi deb o‘ylaymiz.

Eng so‘nggi statistik ma’lumotlarga nazar tashlaydigan bo‘lsak, 2024-yilda jahon bo‘ylab xalqaro sayyohlar tashrifi 1,4 milliardga yetdi, bu deyarli pandemiyadan oldingi darajalariga tiklandi. Bu 2023-yilga nisbatan 11% o‘shishni va 2019-yil darajalariga deyarli to‘liq tiklanishni anglatadi²³².

Jumladan yurtimizga amalga oshirilgan tashriflarni ham tahlil qiladigan bo‘lsak, 2019-yilgi pandemiya bizga ham sezilarli darajada ta’sir ko‘rsatgan. 2023-yilda O‘zbekistonga 6,6 million sayyoh tashrif buyurdi, bu kutilgan 7 million raqamidan biroz kam. Bu O‘zbekistonning tarixidagi ikkinchi eng katta yil bo‘ldi, 2019-yildagi 6,7 millionlik eng yuqori ko‘rsatkichdan faqat 100,000 kam. 2019-yil va 2022-yil o‘rtasida O‘zbekistonga kelayotgan sayyohlar soni katta kamaydi, chunki global pandemiya xalqaro turizmni to‘xtatib qo‘ydi. 2019-yildagi 6,748,500 xalqaro sayyohdan bir yil ichida, 2020-yilda, O‘zbekistonga kelgan sayyohlar soni 1,504,100 ga tushib ketdi²³³.

Xalqaro tajribaga nazar soladigan bo‘lsak, turizmni rivojlantirish uchun keng qo‘llaniladigan bir qancha innovatsion texnologiyalarga guvoh bo‘lishimiz mumkin. Mazkur texnologiyalar sayyohlarga keng imkoniyatlar va qulayliklarni yaratibgina qolmay, turdan yaxshi taassurot olishlarini ham ta’minlaydi.

Turizm yaxshi rivojlangan mamlakatlardan biri Fransiyada ham bir qator innovatsion texnologiyalardan foydalaniladi. Masalan, shahar va muzeylar, restoranlar, transport xizmatlarini topishga yordam beruvchi mobil ilovalar va veb-saytlar, san’at galereyalari va muzeylarda AR/VR texnologiyalari, IoT (Internet of Things), xavfsiz omonat tizimi, gastronomic turizm platformalari mavjud (Cró, 2020).

²³² [https://www.unwto.org/\(UN Tourism | World Tourism Organization\)](https://www.unwto.org/(UN+Tourism+World+Tourism+Organization))

²³³ <https://tourcentralasia.com/uzbekistan/uzbekistan-tourism-industry-statistics/>

Yuqorida olib borilgan tahlillar asosida aytishimiz mumkinki, yurtimizda ham xorij tajribasidan foydalangan holda 1-jadvalda keltirilgan innovatsion texnologiyalardan va boshqalardan quyidagi 5 tasini amaliyotda qo'llanilishi muhim deb hisoblaymiz.

1. Mobil ilovalar – sayyohlar uchun mobil ilovalar yaratish orqali sayohat marshrutlari, shaharning xaritasi, turistik manzillar va bir qator turistik xizmatlarni taqdim etish mumkin.

2. AR/VR voqelik – bunday yuqori texnologiyali innovatsiyalarni sohaga joriy qilish orqali turistik manzillarning imidjini oshirish, sayyohlarni qo'shimcha jalb qilishga erishish mumkin.

1-jadval

Xalqaro tajribada turizmni rivojlantirishda eng ko'p qo'llaniladigan innovatsion texnologiyalar²³⁴

Innovatsion Texnologiya	Tavsif
Sun'iy intellekt (AI) va mashina o'rganish	AI va mashina o'rganish texnologiyalari sayohat tajribalarini shaxsiylashtirishga yordam beradi, foydalanuvchilarning avvalgi sayohatlari asosida tavsiyalar beradi.
Virtual va kengaytirilgan haqiqat (VR/AR)	VR va AR texnologiyalari turistlarga sayohat joylarini oldindan virtual tarzda ko'rish va muzeylar va tarixiy joylarda interaktiv tajriba yaratish imkonini beradi.
Blockchain	Blockchain texnologiyasi sayohatlar orasida xavfsiz va shaffof tranzaksiyalarni ta'minlaydi, shuningdek, aqlli shartnomalar yaratishda va xavfsizlikni oshirishda qo'llaniladi.
Internet of Things (IoT)	IoT texnologiyalari mehmonxonalarda xizmatlarni optimallashtirish, smart-xonalar yaratish va foydalanuvchilar bilan samarali muloqotni ta'minlash imkonini beradi.
Mobil ilovalar va chatbotlar	Mobil ilovalar va chatbotlar sayohatlarni osonlashtiradi, foydalanuvchilarga aviabiletlar va mehmonxonalarni bron qilish, xizmatlardan 24/7 foydalanish imkonini beradi.

3. IoT (Internet of Things) – mazkur texnologiyalar orqali mehmonxona va joylashtirish manzillari, xizmat ko'rsatish obyektlari faoliyatini avtomatlashtirish, sayyohlarni qo'llab-quvvatlash va maxsus xizmatlarni taklif qilish mumkin.

4. Ma'lumotlar monitoring va tahlili – sayyohlar haqida to'liq ma'lumot to'plash, tahlil qilish imkoniyatini beradi. Ushbu ma'lumotlar asosida sayyohlarning talablari va sayohat tarixi bo'yicha maxsus takliflarni ishlab chiqish mumkin.

5. Xizmatlarni avtomatlashtirish – avtomatlashtirilgan xizmatlar, yo'l-yo'riq ko'rsatish tizimi turizm sohasini rivojlantirishga bevosita yordam beradi.

Xulosa qilib aytganda, turistik korxonalarda innovatsion mexanizmlarning samaradorligi mijozlarning qoniqish darajasi, operatsion samaradorlik, barqaror amaliyot va bozor o'zgarishlariga moslashishning yaxshilanganidan dalolat beradi. Turizm sanoati rivojlanishda davom etar ekan, ushbu innovatsion mexanizmlarning strategik integratsiyasi raqobatbardosh landshaftda rivojlanishga intilayotgan korxonalar uchun hal qiluvchi ahamiyatga ega bo'ladi. Kelajakdagi tadqiqotlar ushbu innovatsiyalarning sanoatdagi moliyaviy ko'rsatkichlarga va mijozlarning sodiqligiga

²³⁴ Muallif ishlanmasi

ta'sirini aniqlash uchun maxsus amaliy tadqiqotlarni o'rganishi mumkin.

Xulosa qilib yana quyidagilarni aytishimiz mumkinki, innovatsion texnologiyalar nafaqat turizm, balki iqtisodiyotning boshqa sektorlarida ham muhim rol o'ynaydi. Ularning qo'llanilishining asosiy sababi turizm ishtirokchilari uchun yetarlicha qulayliklar yaratish, turistik operatsiyalar sifatini oshirish va raqobatbardosh bozor sharoitini yaratishdan iborat. Innovatsiyalar yangi turlarni ishlab chiqish, mijozlarning xohish va istagidan kelib chiqish takliflar yaratish va turdan taassurotni yaxshilashga bevosita hissa qo'shadi.

Birinchi navbatda, sayyohlarda turdan oladigan taassurotlarni yaxshilash muhim ahamiyat kasb etadi. Innovatsiyalar sayyohlarga turni qulayroq va ta'sirliroq o'tishiga yordam beradi. Ikkinchidan, tabiiy va madaniy resurslarni muhofaza qilish va samarali boshqarish uchun ekologik/yashil texnologiyalar va turizm modellarini qo'llash lozim.

Umuman olganda, innovatsion texnologiyalar Respublikamiz mehmondo'stlik sanoati uchun istiqbolli yo'nalishlar hisoblanadi. Mutaxassislar ulardan zamonaviy va jozibador turistik takliflar yaratish, xorijiy sayyohlarni jalb qilish va turistik taassurot sifatini yaxshilashda foydalanishlari mumkin.

Shahlo MAKSUDOVA,
O'zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi talabasi
Ilmiy rahbar: Uktam JIYANOV
O'zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi katta o'qituvchisi

O'ZBEKISTONDA ZIYORAT TURIZMINI RAQAMLASHTIRISHNI TAKOMILLASHTIRISH VA XORIJ TAJRIBASI

Annotatsiya. So'nggi yillarda mamlakatimizda va jahon miqyosida turizmni raqamlashtirish va rivojlantirish tobora ommalashib bormoqda. Maqolada turizmni raqamlashtirish haqida ma'lumotlar keltirilgan va Rossiyaning tajribasi o'rganilgan. O'zbekiston 2014-2019-yillar iqtisodiyotini raqamlashtirish ko'rsatkichlari jadval asosida ko'rib chiqilgan. Shuningdek, Rossiya davlatining raqamli platformalarga kirish darajasi tahlil qilingan.

Tayanch atamalar: raqamli turizm, platforma, texnologiya, sayyohlik sektori, internet, biznes, mobil ilova, viza, kontent.

Аннотация. В последние годы цифровизация и развитие туризма становятся все более популярными в нашей стране и мире. В статье представлена информация о цифровизации туризма и изучен опыт России. Показатели цифровизации экономики Узбекистана за 2014-2019 годы представлены в таблице. Также был проанализирован уровень доступа российского государства к цифровым платформам.

Ключевые слова: цифровой туризм, платформа, технология, туристический сектор, интернет, бизнес, мобильное приложение, виза, контент.

Abstract. *In recent years, the digitization and development of tourism in our country and globally has become increasingly popular. The article presents information on the digitization of tourism and studies the experience of Russia. The indicators of the digitization of the economy of Uzbekistan for 2014-2019 are considered in a table. The level of access of the Russian state to digital platforms is also analyzed.*

Key words: *digital tourism, platform, technology, tourism sector, internet, business, mobile app, visa, content.*

Xalqaro maydonda turizm jahon iqtisodiyotining eng daromadli tarmoqlaridan biri hisoblanadi. Turizmning muvaffaqiyatli rivojlanishi iqtisodiy faoliyatning transport, qurilish, qishloq xo'jaligi, mehmonxona va restoran xizmatlari ko'rsatish, xalq iste'moli mollari ishlab chiqarish kabi muhim yo'nalishlariga ijobiy ta'sir ko'rsatmoqda. Turizm xizmat ko'rsatishning yetakchi sohasi bo'lib, mijozlarga xizmat ko'rsatishning zamonaviy innovatsion shakllari va texnologiyalarini talab qiladi.

O'zbekistonda zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini rivojlantirish, elektron davlat xizmatlari va elektron davlat xizmatlarining yaxlit tizimini yaratish borasida katta ishlar amalga oshirilmoqda. Iqtisodiy munosabatlar tizimida innovatsiyalarni yo'lga qo'yish bilan bir qatorda O'zbekistonda raqamli makonning obyektiv zarurligi va raqamli iqtisodiyotni ijtimoiy-iqtisodiy tadqiq etish zarurligi qayd etildi. Bundan tashqari, bugungi kunda raqamli iqtisodiyotni joriy etish va takomillashtirish har bir rivojlanayotgan davlatning ustuvor va muhim vazifasiga aylanib bormoqda.

Hozirgi bosqichda jahon turizm industriyasining rivojlanish tendensiyalaridan biri internet texnologiyalarini takomillashtirishdir, boshqacha aytganda, turizmning zamonaviy taraqqiyoti raqamli iqtisodiyotda yuz bermoqda.

Raqamli turizm axborot-kommunikatsiya vositasi bo'lib, IT-yechim bo'lib, undan foydalanish turistlar ehtiyojlarini qondirishga va turizm sohasidagi tashkilot va korxonalarning raqobatbardoshligini oshirishga yordam beradi.

Datareportal.com saytining 2020-yil yanvar oyidagi "Digital 2020" hisobotiga ko'ra, dunyodagi 7,75 milliard kishining 59% i yoki 4,54 milliard internetdan foydalanadi, 67% (5,19 milliard) mobil telefon foydalanuvchilari va 3,80 milliard kishi yoki 49% i internetdan foydalanadi. dunyo aholisi, ijtimoiy tarmoqlarning faol foydalanuvchilaridir. Bu raqamlar har yili shunga mos ravishda ortib bormoqda²³⁵.

Turizmni rivojlantirish bilan bog'liq barcha sohalarda innovatsion axborot manbalarini takomillashtirish, raqamli makonni shakllantirish va undan samarali foydalanish nafaqat mahalliy sayohatchilar, balki xorijlik sayyohlar uchun ham muhim omillardan biridir.

Raqamli turizm ustuvorlik an'anaviy bukletlar, varaqalar, xizmatlar haqidagi broshyura va bannerlarga emas, balki raqamli veb-sahifalar va portallar, ijtimoiy tarmoqlardagi sahifalarga beriladi.

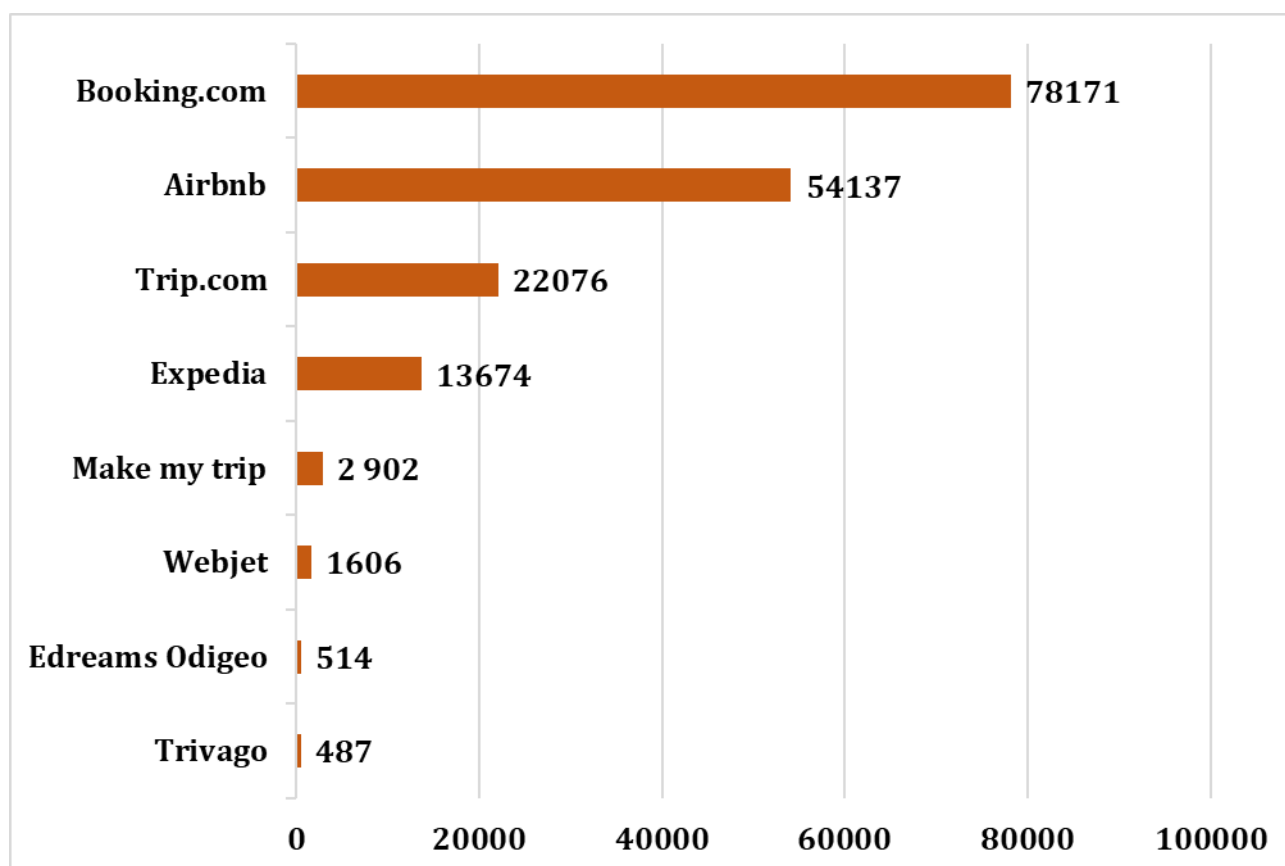
²³⁵ <https://datareportal.com/reports/digital-2020-global->

O‘zbekiston 2014-2019-yillar iqtisodiyotini raqamlashtirish o‘rsatkichlari

№	Ko‘rsatkichlar	2014	2015	2016	2017	2018	2019
1.	Internetdan foydalanuvchilarning umumiy soni (million)	4,9	10,2	12,1	14,7	20	22
2.	Mobil abonentlar soni (million)	19,6	20,1	20,6	21,4	22,8	23,9
3.	Mobil baza stansiyalari soni (million)	14309	14921	16265	18194	22178	26017
4.	Xalqaro ma’lumotlar tarmog‘ining o‘tkazish qobiliyati (Gbit/s)	10	16,07	25,7	64,2	1200	1200
5.	Optik tolali aloqa liniyalarining umumiy masofasi (ming km)	14,4	16,4	17,9	20,3	24,5	36,6

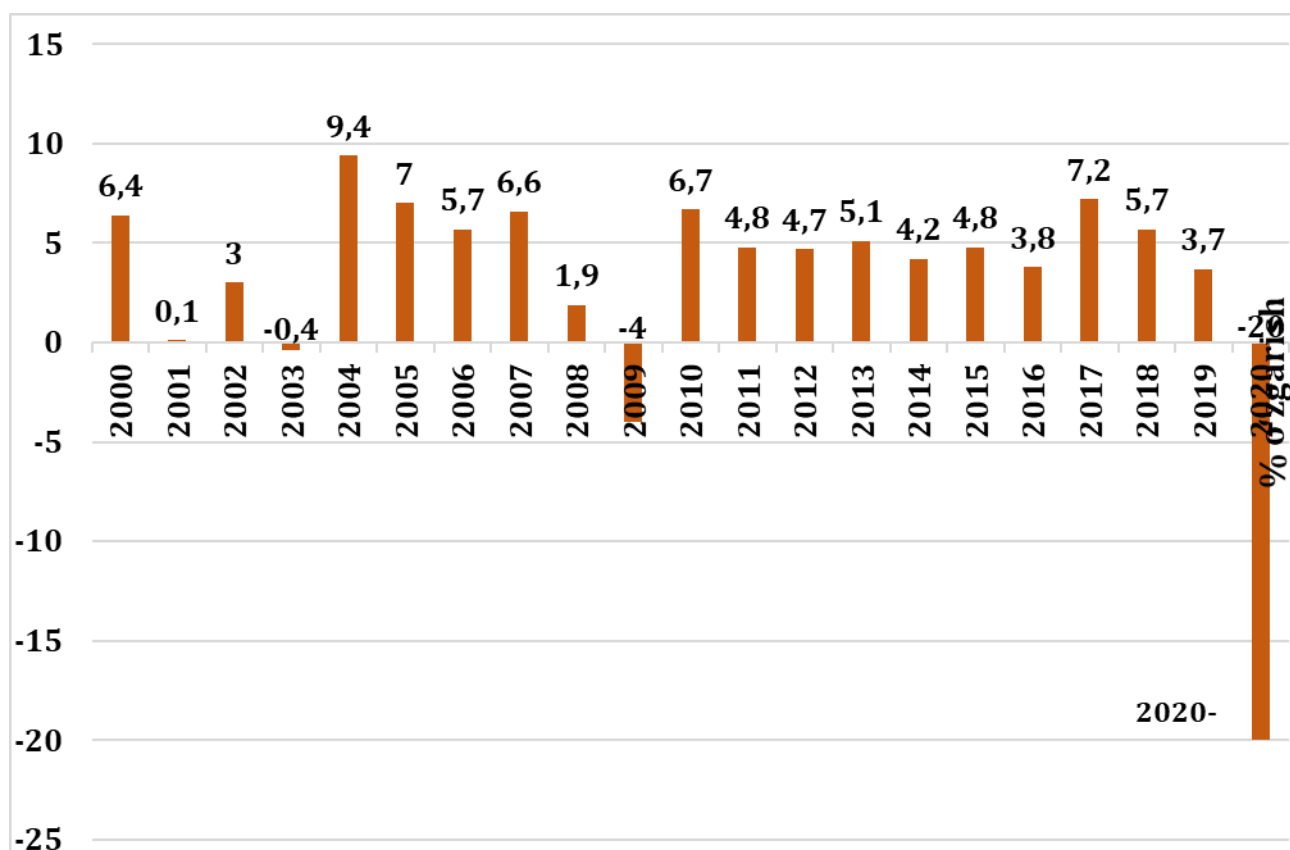
O‘zbekistonda turizmni raqamlashtirish xizmatlarning mavjudligi va sifatini oshirish, mamlakat jozibadorligini oshirish va noyob sayyohlik tajribasini yaratish orqali sayyohlar sonini ko‘paytirishga yordam beradi.

1-rasmda keltirilganidek, 2023-yil avgust oyida e‘lon qilingan ma’lumotlarga ko‘ra, Booking.com kompaniyalar bo‘yicha birinchi bo‘lib turibdi. Raqobatchilari Airbnb, Trip.com, Expedia boshqalardir. Booking.com kompaniyasining mln dollardagi foydasi 78171 hisoblanadi. Airbnb kompaniyasi foydasi esa 54137, Trip.com 22076 va Expedia 13674 keltirilgan.



1-rasm. 2022-yil dekabr holatiga ko‘ra butun dunyo bo‘ylab kompaniyalar (mln dollar)

2-rasmdan ko‘rinib turibdiki, so‘nggi sayohatlar oqimi sezilarli darajada kamaygan. 2001-yilda SARS epidemiyasi tufayli 2003-yil 11-sentyabrdagi terroristik hujumlar va 2009-yil global iqtisodiy inqiroz tufaylidir.



2-rasm. Xalqaro turistlar sonining dinamikasi, 2000-2020 yillar (%)

Pandemiya raqamli platformalar va onlayn kontentni qabul qilishni tezlashtirdi. O'zlarining sayyohlik yo'nalishlarini asosan ko'rgazmalarda qatnashish va televideniya, radio, matbuotda reklama va tashqi reklama orqali tashviq qilishdi. Raqamli marketing samarali bo'lishiga qaramay, an'anaviy marketing platformalari pandemiya davrida aniq bo'lgan ba'zi qiyinchiliklardan xoli bo'lmadi. Garchi ko'plab yo'nalishlar ilgari innovatsion raqamli platformalar va onlayn kontent (masalan, video va audio kontent yaratish, ya'ni podkastlar yoki striming xizmatlari va smart televizorlarda reklama) bilan tajriba o'tkazgan bo'lsa-da, bugungi kunda bu va boshqa zamonaviy texnologiyalar tobora ommalashib, foydalanuvchilar uchun qulay bo'lib bormoqda.

4-rasmda keltirilganidek, O'zbekistonda raqamli texnologiyani joriy etishdagi muammolar bu ma'lumotlarning maxfiyligi va xavfsizligi, integratsiya muammolari, xarajatlar va investitsiyalar rentabelligi, o'zgarishlarga qarshilik va raqamli bo'linish hisoblanadi. Bulardan eng katta muammo ma'lumotlarning maxfiyligi va xavfsizligi va o'zgarishlarga qarshilik hisoblanadi.

Hozirgi vaqtda xorij tajribasidan foydalanadigan bo'lsak eng ilg'or rivojlanayotgan turizmni raqamlashtirayotgan rivojlantirayotgan davlatlardan biri bu Rossiyadir. Rossiya o'zining ilg'or g'oyalari, sayyohlarni o'ziga jalb qilishi bilan bir marotaba kelgan sayyohlarni ikki va uchinchi marotaba kelishga undashi bilan o'ziga jalb qilmoqda. Statistik ma'lumotlarga ko'ra, strategik raqamli kontentdan foydalanishning ortishi 2019-yilda Rossiya yalpi ichki mahsulotini 7,5 milliard AQSh dollariga oshirdi va 362 ming ish o'rinlarini yaratdi.

Internet orqali Rossiyaga turistik sayohatlar ulushi ortdi. hisob-kitoblarga ko'ra, Rossiyada Internet orqali sayohatlarni tashkil qilish afzalligi boshqa

mamlakatlarga qaraganda tezroq shakllangan. Bundan tashqari, sayyohlarning xohish-istaklari tufayli o'sish imkoniyati mavjud. Misol uchun, IPK ma'lumotlariga ko'ra, chet eldan Rossiyaga tashrif buyuradigan va veb-saytlar va ijtimoiy tarmoqlarga asoslangan holda o'z tanlovini amalga oshiradigan sayyohlar ulushi boshqa Yevropa mamlakatlaridagi tegishli ko'rsatkichdan yuqoridir. Shu bilan birga, shu maqsadda turar joy saytlari, sharhlar/sharhlardan foydalanayotgan turistlar ulushi pastroq. Destinatsiya tashkilotlari va sayyohlik kompaniyalarida raqamli transformatsiya orqali ilg'or tajribalarni qo'llash va qo'shimcha turizm faoliyatini rag'batlantirishning yana bir yo'nalishi mavjud. Mahalliy biznesni ilg'or raqamli amaliyotlarga o'rgatish uchun vaqt ajratish, shuningdek, mahalliy turizm sektori xodimlarining raqamli ko'nikmalarini oshirish imkoniyatlarini taqdim etish raqamli ekotizimning rivojlanishiga va Rossiya turizm industriyasining raqobatbardoshligini oshirishga yordam beradi.

2019-yilda Rossiyada sayohat xarajatlari, YaIM va bandlikning 76% i, ya'ni turizm faoliyatining aksariyat qismi onlayn qidiruv va bron qilish bilan chambarchas bog'liq.

2019-yilda ichki va xalqaro turizmning Rossiya yalpi ichki mahsulotiga qo'shgan to'g'ridan-to'g'ri iqtisodiy hissasi 25,8 milliard dollarni tashkil etdi, umumiy iqtisodiy samara esa (bilvosita va olingan xarajatlar moddalarini hisobga olgan holda) 85,1 milliard dollarga yetdi.

Tadqiqotga ko'ra, 2020-yilda jami turistik xarajatlar 22 milliard dollardan ko'proqqa kamaydi, bu 2019-yilga nisbatan 40% ga kamaydi. Ichki bozor eng katta yo'qotishlarga uchradi, 2020-yilda sayyohlik xarajatlari taxminan 15 milliard AQSh dollariga qisqardi, bu industriyaning 2020-yildagi umumiy yo'qotishlarining 2/3 qismidan ko'prog'ini tashkil etdi. 2020-yilda turizmga sarflanadigan xarajatlarning qisqarishi turizm va sayyohlik sektori hamda tegishli sohalarda 2,2 milliondan ortiq ish o'rinlarini xavf ostiga qo'ydi.

Raqamli jarayonlarni turizmni tiklashning hozirgi sharoitlariga moslashtirish orqali kompaniyalar o'zlarining mahsuldorligini oshiradilar, bu esa butun iqtisodiyotga keyingi ta'sir ko'rsatadi. Raqamlashtirishga qo'shilayotgan ushbu hissa yo'nalishlarga sayyohlik talabini jalb qilishda yanada ijodiy va raqobatbardosh bo'lishga yordam beradi, shu bilan birga o'z biznes amaliyotini takomillashtiradi.

Raqamli platformalar va ma'lumotlardan strategik foydalanish maqsad darajasida foydalanuvchi xatti-harakatlaridagi o'zgarishlarni baholashga yordam beradi. Onlayn parvozlarni qidirish natijalari joriy sayohat birinchi navbatda ichki va qisqa masofali reyslarda rejalashtirilganligini tasdiqlaydi. Foydalanuvchi qiziqishlari ham aniq ko'rsatilishi mumkin.

O'zbekistonda turizmni raqamlashtirish sayohat tajribasini oshirish, operatsiyalarni tartibga solish va mamlakatni sayyohlik yo'nalishi sifatida targ'ib qilish uchun texnologiyalar integratsiyasini o'z ichiga oladi. O'zbekiston o'ziga xos madaniy va tarixiy sharoitga ega bo'lsa-da, raqamli turizm bo'yicha xorijiy tajriba va ilg'or tajribalardan foydalanishi mumkin. Xorijiy tajriba O'zbekistonda turizmni raqamlashtirishda qanday ma'lumot berishi mumkinligi haqidagi ba'zi asosiy jihatlar va misollar:

1. *Onlayn bron qilish tizimlari.* Ko'pgina mamlakatlarda sayyohlarga turar joy,

sayohatlar va transportni muammosiz bron qilish imkonini beruvchi foydalanuvchilarga qulay onlayn bronlash platformalari muvaffaqiyatli joriy etilgan. O'zbekistonda qo'llash uchun tashrif buyuruvchilar mehmonxonalarni osongina topishlari va bron qilishlari mumkin bo'lgan markazlashtirilgan platformani ishlab chiqish, ekskursiyalar va mahalliy tajribalar qulaylikni oshirishi mumkin.

2. *Mobil ilovalar.* Rossiya, Yaponiya va Ispaniya kabi mamlakatlar sayyohlarga xaritalar, marshrutlar va mahalliy diqqatga sazovor joylar haqida ma'lumot beradigan mobil ilovalarni ishlab chiqdi. O'zbekistonda ham ilova maxsus ilova tarixiy joylar, madaniy tadbirlar, ovqatlanish imkoniyatlari va mahalliy urf-odatlar haqida ma'lumot berib, sayyohlarga mamlakat bo'ylab yanada samaraliroq sayohat qilishiga yordam beradi.

3. *Virtual haqiqat (VR) va kengaytirilgan haqiqat (AR).* Ba'zi yo'nalishlar diqqatga sazovor joylarga virtual sayohatlar yoki real dunyo tajribasini yaxshilash uchun AR (masalan, arxeologik obyektlardagi tarixiy rekonstruktsiyalar) uchun VR-dan foydalanadi. O'zbekistonda Samarqand yoki Buxoro kabi muhim tarixiy obidalar uchun VR tajribasini joriy qilish texnologiyani yaxshi biladigan sayohatchilarni jalb qilishi va ta'lim mazmunini taqdim etishi mumkin.

4. *Ijtimoiy media marketing.* Tailand va Italiya kabi davlatlar qiziqarli kontent va ta'sir qiluvchi hamkorlik orqali turizmni targ'ib qilish uchun ijtimoiy media platformalaridan samarali foydalanadilar. O'zbekistonning noyob merosi, oshxonasi va landshaftlarini namoyish qiluvchi kuchli ijtimoiy media mavjudligini rivojlantirish ko'proq tashrif buyuruvchilarni jalb qilishi mumkin.

5. *Shaxsiylashtirilgan tajribalar uchun ma'lumotlar tahlili.* Yangi Zelandiya kabi yo'nalishlar turistlarning xatti-harakatlari va afzalliklarini tushunish uchun ma'lumotlar tahlilidan foydalanadi, bu esa shaxsiylashtirilgan marketing strategiyalarini ishlab chiqish imkonini beradi. Ma'lumotlar tahlilidan foydalanish takliflarni muayyan turistik demografiyaga moslashtirishga yordam beradi va ularning umumiy tajribasini oshiradi.

6. *Barqaror turizm tashabbuslari.* Kosta-Rika kabi mamlakatlar atrof-muhitga ta'sirni kuzatish uchun texnologiyadan foydalangan holda ekoturizm va barqaror amaliyotga e'tibor qaratadi. O'zbekistonda qo'llash orqali raqamli platformalar orqali barqaror turizm tashabbuslarini ilgari surish atrof-muhitga e'tiborli sayohatchilarni jalb qilishi mumkin.

7. *Elektron davlat xizmatlari.* Ko'pgina mamlakatlar sayyohlar uchun kirish jarayonini soddalashtiradigan elektron viza xizmatlarini taqdim etadi. Yurtimizda elektron viza xizmatlarini kengaytirish va sayohat qoidalariga oid onlayn ma'lumotlarni yaxshilash xalqaro tashrif buyuruvchilar uchun qulay foydalanish imkonini beradi.

O'zbekistonda raqamli ilg'or tajribalarni puxta o'ylab tatbiq etish manzilga raqamli kontent va platformalardan ko'proq foydalanish hisobiga mumkin bo'lgan strategiyalarni amalga oshirishga yordam beradi. Zamonaviy biznes modeliga ega bo'lish turizmga yangi va innovatsion yondashuvni rag'batlantirish bilan birga ish muhitini barqarorlashtirishi mumkin. Misol uchun, bulutli texnologiyalardan foydalanish barqaror Internetga kirish imkoniga ega bo'lgan istalgan joydan boshqarilishi mumkin bo'lgan turistik yo'nalishlar uchun o'tkazuvchan muhit

yaratadi. Sun'iy intellekt (AI) kabi texnologiyalarni joriy etish sayyohlarga chatbotlar yordamida maqsadli veb-saytlarda sayohatlarni rejalashtirish yoki bron qilishda yordam beradi. Bu xususiyat yo'nalishlarni foydalanuvchilarning o'z saytlari bilan o'zaro munosabati haqida qimmatli ma'lumotlar manbai bilan ta'minlashi mumkin. Bundan tashqari, ijtimoiy media platformalarida foydalanuvchilar tomonidan yaratilgan kontentni o'rganish sayohatchilarning maqsadli tasviri haqida tushuncha beradi. Bu usullarning barchasi sayohatchilar ma'lumotlarini kengaytirilgan yig'ish natijasida olingan ma'lumotlarni tahlil qilish orqali turli foydalanuvchilar guruhlariga qaratilgan samarali kampaniyalarni ishlab chiqishga yordam beradi. Turistlarning ehtiyojlari va istaklarini

chuqurroq tushunish (samarali ma'lumotlarni yig'ish va monitoring qilish orqali erishiladi) yo'nalishlarga biznes va foydalanuvchilar o'rtasida mustahkam va ijobiy munosabatlar o'rnatishga yordam beradi.

O'zbekiston Respublikasining 2022-yil 28-yanvardagi "2022-2026-yillarda yangi O'zbekistonni rivojlantirish rejasi va yuqori o'sish sur'atlarini ta'minlash to'g'risida"gi qarorida o'n oltita vazifa sanab o'tilgan. Iqtisodiyot o'sishining asosiy omillaridan biri turizm sektori bo'lib, u shiddatli raqobat va ma'lumotlarning boyligi tufayli mijozlar xatti-harakatlaridagi o'zgarishlarga tezkor munosabatda bo'lishni talab qiladi. Bu, ayniqsa, sayyohlik xizmatlari marketing uchun to'g'ri keladi, chunki u keng tarqalgan raqamlashtirish davrida mijozlarni jalb qiladi, bu strategiya muvaffaqiyati uchun zarurdir. Hozirda turizm sektori butunlay raqamli texnologiyalarni joriy etishga qaratilgan.

Xulosa qilib aytganda, bugungi kunda turizmni raqamlashtirish orqali iqtisodiyot va unga bog'liq sohalar tubdan o'zgarmoqda. Yangi imkoniyatlar yaratilmoqda, chunki o'zgarishlar sur'ati o'sib bormoqda va yangi texnologiyalar soni o'sishda davom etmoqda. Covid-19 pandemiyasi avj olgan davrda turizm va sayohat industriyaning ko'plab qirralari sekinlashdi ba'zilar ma'lum vaqt davomida to'xtab qoldi. Natijada, raqamli tajribaning ahamiyati va talabi tobora ortib bordi. Sayyohlik biznesi egalari raqamli platformalarda faoliyatini yaxshilash va ajoyib raqamli tajribalarni taklif qilish uchun turli xil yechimlarni amalga oshirmoqda.

V SHO‘BA
TURIZM SOHASIDA KADRLAR TAYYORLASH TIZIMINI
TAKOMILLASHTIRISH VA XALQARO HAMKORLIKNI KENGAYTIRISH
IMKONIYATLARI

Odiljon JAKBAROV,
Namangan davlat texnika universiteti professori,
texnika fanlari nomzodi

TURIZM SOHASIDA KADRLAR TAYYORLASH TIZIMINI
TAKOMILLASHTIRISH VA XALQARO HAMKORLIKNI KENGAYTIRISH
IMKONIYATLARI: YAPONIYA VA O‘ZBEKISTON HAMKORLIGI
MISOLIDA

Annotatsiya. Ushbu maqola turizm sohasida kadrlar tayyorlash tizimini takomillashtirish va xalqaro hamkorlikni kengaytirish imkoniyatlarini O‘zbekiston va Yaponiya misolida tahlil qiladi. O‘zbekistonda turizm sohasida amalga oshirilayotgan islohotlar, Yaponiyaning ilg‘or tajribasi va ikki davlat o‘rtasidagi hamkorlikning ijobiy natijalariga e‘tibor qaratilgan. Tadqiqotda solishtirma tahlil va statistik ma‘lumotlar asosida ikki davlatning ta‘lim tizimidagi yutuqlari ko‘rsatilgan. Maqolada Yaponiya va O‘zbekistonning turizm sohasida kadrlar tayyorlash bo‘yicha ta‘lim standartlari, innovasion yondashuvlari va amaliy integratsiyasining afzalliklari ta‘kidlanadi.

Kalit so‘zlar. turizm, kadrlar tayyorlash, xalqaro hamkorlik, O‘zbekiston, Yaponiya, ta‘lim tizimi.

Annotatsiya. Dannaya statya analiziruyet vozmojnosti sovershenstvovaniya sistema podgotovki kadrov v sfere turizma i rasshireniya mejdunarodnogo sotrudnichestva na primere Uzbekistana i Yaponii. Osoboye vnimaniye udeleno reformam, provodimym v sfere turizma v Uzbekistane, peredovomu opytu Yaponii i polojitelnym rezul'tatam sotrudnichestva mejdru dvumya stranami. Na osnove sravnitel'nogo analiza i statisticheskix dannyx v issledovanii predstavleny dostizheniya obrazovatel'nyx sistem dvux stran. V statye podcherkivayutsya preimushchestva obrazovatel'nyx standartov, innovacionnyx podxodov i prakticheskoy integratsii v podgotovke kadrov dlya turizma v Yaponii i Uzbekistane.

Klyuchevyye slova: turizm, podgotovka kadrov, mejdunarodnoye sotrudnichestvo, Uzbekistan, Yaponiya, obrazovatel'naya sistema.

Abstract. This article examines the opportunities for improving the system of training personnel in the tourism sector and expanding international cooperation, using the examples of Uzbekistan and Japan. Special attention is given to the reforms being implemented in the tourism sector in Uzbekistan, Japan's advanced experience, and the positive outcomes of cooperation between the two countries. Based on comparative analysis and statistical data, the study highlights the achievements of the educational systems of both countries. The article emphasizes the advantages of educational standards, innovative approaches, and practical integration in training

tourism personnel in Japan and Uzbekistan.

Keywords: *tourism, personnel training, international cooperation, Uzbekistan, Japan, educational system.*

O‘zbekiston Respublikasida turizm sohasini rivojlantirish davlat siyosatining ustuvor yo‘nalishlaridan biri sifatida belgilangan. Prezidentimiz Shavkat Mirziyoyev rahbarligida amalga oshirilayotgan islohotlar, xususan, turizm sohasida yuqori malakali kadrlar tayyorlashga qaratilgan chora-tadbirlar sohaning global raqobatbardoshligini oshirishda muhim ahamiyatga ega. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 13-avgustdagi PF-5781-son Farmonida “turizm sohasida kadrlar tayyorlash, qayta tayyorlash va malakasini oshirish tizimini takomillashtirish” vazifasi qo‘yilgan. Shuningdek, 2024-yil 18-iyuldagi PQ-269-son qarorida turizm va mehmonxona xo‘jaligi sohalari bo‘yicha oliy ta‘lim dasturlarini jahon reytingida birinchi 100 talikka kiruvchi oliy ta‘lim muassasalari standartlari asosida qayta ko‘rib chiqish ko‘rsatilgan. Yaponiya bilan hamkorlik O‘zbekistonda turizm sohasida kadrlar tayyorlashning sifatini oshirishda muhim omil bo‘lib xizmat qilmoqda. 2019-yil 28-dekabrda PQ-4553-son qarorida O‘zbekiston va Yaponiya o‘rtasidagi ikki tomonlama hamkorlikni kengaytirish vazifalari belgilangan bo‘lib, unda ta‘lim sohasida ilg‘or xorijiy tajribani joriy etishga alohida e‘tibor qaratilgan.

Ushbu maqola mazkur yo‘nalishdagi ijobiy natijalarni tahlil qilishga bag‘ishlanadi. Tadqiqotda solishtirma tahlil, statistik ma‘lumotlarni qayta ishlash va ekspertlar bilan suhbat usullari qo‘llanildi. O‘zbekiston va Yaponiyaning turizm sohasida kadrlar tayyorlash tizimining asosiy ko‘rsatkichlari, ta‘lim standartlari, amaliy ta‘lim imkoniyatlari va xorijiy tillarni o‘rgatish darajasi tahlil qilindi. Ma‘lumotlar “Ipak yo‘li” turizm xalqaro universiteti, Tokio xalqaro universiteti va O‘zbekiston Turizmni rivojlantirish davlat qo‘mitasi saytlari hamda ijtimoiy tarmoqdagi manbalaridan olingan ma‘lumotlari asosida yig‘ildi va tahlil qilindi.

O‘zbekiston va Yaponiyada turizm ta‘limi ko‘rsatkichlari

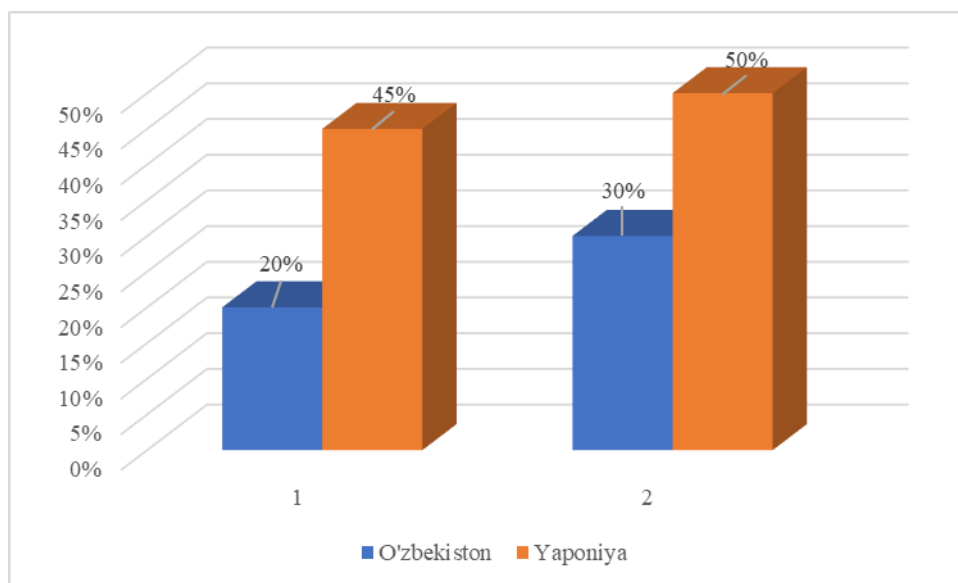
Ko‘rsatkich	O‘zbekiston	Yaponiya
Ta‘lim tizimi	Kredit tizimi, amaliyotga yo‘naltirilgan	Dual ta‘lim, innovasion texnologiyalar
Xorijiy tillarni o‘rgatish	Ingliz, rus, xitoy tillari	Ingliz, fransuz, xitoy tillari
Amaliy ta‘lim soatlari	30%	50%
Xalqaro hamkorlik	Yaponiya, Xitoy, Turkiya bilan almashinuv	AQSH, Avstraliya, Osiyo davlatlari bilan

1-rasmda O‘zbekistonda amaliy ta‘lim ulushi oshgani, Yaponiyada esa yuqori darajada barqarorligi ko‘rsatiladi.

Tadqiqotda SWOT-tahlil va PESTLE-tahlil usullari ham qo‘llanilib, ikki davlatning ta‘lim tizimidagi imkoniyatlar va afzalliklar aniqlandi.

O‘zbekistonda turizm sohasida kadrlar tayyorlash tizimi “Ipak yo‘li” turizm xalqaro universiteti tashkil etilganidan so‘ng sezilarli darajada rivojlandi. Universitetda o‘qish o‘zbek, rus va ingliz tillarida olib borilib, ikki chet tili (ingliz va Shanxay hamkorlik tashkiloti tillaridan biri) o‘qitiladi. Bu talabalarning xalqaro mehnat bozoriga moslashuvini oshiradi. Yaponiyada esa dual ta‘lim tizimi va virtual reallik kabi innovasion texnologiyalar talabalarning amaliy ko‘nikmalarini

rivojlantirishda muhim rol o'ynaydi.



1-rasm. Turizm sohasida kadrlar tayyorlashda amaliy ta'lim ulushi (2020-2024)

O'zbekiston va Yaponiya o'rtasidagi hamkorlik natijasida Toshkentda "Yaponiya raqamli universiteti" tashkil etildi, unda turizm sohasiga oid yo'nalishlarda kadrlar tayyorlanadi. Universitetda Yaponiyaning yetakchi ta'lim dasturlari joriy etilib, talabalar Yaponiyadagi korxonalarda amaliyot o'tash imkoniyatiga ega. Bu O'zbekiston talabalarining xalqaro standartlarga muvofiq bilim olishini ta'minlaydi.

Yaponiyaning turizm ta'limidagi mustahkam moddiy-texnik baza va O'zbekistonning tarixiy-madaniy merosga boyligi ikki davlat o'rtasidagi sinergetik hamkorlikning asosi bo'lib xizmat qilmoqda. Misol uchun, O'zbekistondagi ziyorat turizmi yo'nalishida kadrlar tayyorlash Yaponiyaning ta'lim texnologiyalari bilan boyitilmoqda.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Isaqulov Sh. O'zbekistonda turizm kadrlarini tayyorlash. Toshkent: O'zbekiston Milliy universiteti. 2021 y.
2. Smit Dj. International Cooperation in Tourism Education. New York: Springer. 2022 y.
3. Eshtayev A. Ipak yo'li universitetining ta'lim tizimi. Toshkent: Turizmni rivojlantirish davlat qo'mitasi. 2023 y.
4. Nakamura K. Dual Education in Japanese Tourism Training. Tokyo: University Press. 2024 y.
5. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 13 avgustdagi PF-5781-son Farmoni.
6. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2024 yil 18 iyuldagi PQ-269-son qarori.
7. Jakbarov O.O. Elektron ta'lim platformalari ma'naviy tarbiya vositasi sifatida: Yaponiya innovatsiyalari orqali tashkil etish mexanizmlari. Inter education & global Study ilmiy-nazariy va metodik jurnali. 2025 yil 1(1)-son. Buxoro. 97-103-

betlar

8. Jakbarov O.O. Oliy ta'lim muassasalarida ma'naviy ta'limning qiyosiy tahlili: yaroniya va o'zbyekiston misolida. Ilm, tadqiqot va taraqqiyot ilmiy jurnali. 2025 yil. 1-son. 159-163-betlar.

9. Jakbarov O.O. Ma'naviyat ta'lim dasturlarida talabalar ishtirokini kyengaytirish stratyegiyasi, Qo`qon DPI. Ilmiy xabarlar ilmiy jurnali. 2025 yil. 1-son. 431-436-b.

10. Jakbarov O.O. Ma'naviy tarbiyaning falsafiy asoslari: yaroniyaning global redagogikaga qo 'shgan hissasi, «Qurilish va ta'lim ilmiy jurnali» ilmiy-texnik jurnali. 2024 yil. 12-son.68-72 b.

Halim MURODOV,
Buxoro davlat pedagogika instituti katta o'qituvchisi, PhD

O'ZBEKISTON TURIZMI TARIXIDA KADRLAR MASALASI (1990-YILLAR MISOLIDA)

Annotatsiya: Mazkur maqolada "O'zbekturizm" milliy kompaniyasi faoliyatining dastlabki yillarida uning ustavida belgilangan vazifalaridan biri kadrlar masalasi ham jiddiy muammolardan biri sifatida qayd etilganligi, malakali mutaxassis kadrlar yetishmasligi, shuningdek, kadrlar tayyorlash, malakasini oshirish borasida xalqaro hamkorlik masalalari tahliliga tortilgan.

Kalit so'zlar: O'zbekturizm, turistik firma, Toshkent turizm kasb-hunar kolleji, O'zbek-German loyihasi, turoperatorlar, turagentlar, gid-tarjimonlar.

Abstract: This article analyzes the issues of international cooperation in the field of personnel training and advanced training, noting that in the early years of the National Company's activity "Uzbektourism" one of the tasks defined by its charter was the personnel issue.

Keywords: Uzbekistan, travel company, Tashkent Professional College of Tourism, Uzbek-German project, tour operators, travel agents, translation guides.

Аннотация: В данной статье проанализированы вопросы международного сотрудничества в области подготовки, повышения квалификации кадров, отмечено, что в первые годы деятельности Национальной компании "Узбектуризм" одной из задач, определенных ее уставом, был кадровый вопрос.

Ключевые слова: Узбекистан, туристическая фирма, Ташкентский профессиональный колледж туризма, узбекско-германский проект, туроператоры, турагенты, гиды-переводчики.

Mustaqil davlat sifatida xalqaro standartlarga javob beradigan turizm industriyasi hamda infratuzilmasini barpo etish uchun xalqaro me'yorlarga javob beradigan tartib-qoidalarni ishlab chiqish maqsadida hukumat ushbu sohaning ehtiyoj, talab va takliflarni o'rganish natijasida 1992 yil 27 iyulda O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "O'zbekturizm" milliy kompaniyasini tashkil qilish

to'g'risida"gi Farmonni qabul qilindi. Mazkur PF-447-sonli Farmon xalqaro standartlarga mos milliy sayyohlik tizimini yaratish, malakali kadrlarni tayyorlash va malakasini oshirish, turizm industriyasi infratuzilmasini rivojlantirish, jahon turizm bozoriga chiqish, sohani boshqarishni takomillashtirish va iqtisodiy samaradorlikni oshirish kabi vazifalarni belgilab berdi. Farmonning 1-bandiga ko'ra, Respublika kasaba uyushmalariga qarashli turizm va ekskursiyalar kengashi, xalqaro yoshlar turizmi bo'yicha "Sputnik" byurosining "Intur-Toj" qo'shma korxonasi, O'zbekiston Vazirlar Kengashi qoshida "Sayyoh-Intur" xo'jalik birlashmasining davlat chet el turizmi komiteti korxonalari asosida "O'zbekturizm" Milliy kompaniyasi barpo etildi[1]. Tashkilot faoliyati tavsifi berilgan 2-bandga ko'ra tarixiy va madaniy yodgorliklarni ta'mirlash, chet el sarmoyalarni jalb qilish yo'li bilan zamonaviy sayyohlik komplekslarni barpo etish, turizm tarmoqlari uchun yetuk kadrlarni tayyorlash, yangi sayyohlik marshrutlar va xizmatlarni joriy etish kabi funksiyalari belgilandi.

Xususiylashtirishgacha bo'lgan davrda, ya'ni milliy turizm modelini yaratish bo'yicha boshlangan islohotlar tufayli 1993 – 1994 yillarda "O'zbekturizm" milliy kompaniyasi tarkibiga kiruvchi jami 20 turdagi 159 ta korxona, tashkilot va muassasalar soha faoliyatini tashkil etishda asosiy rol o'ynagan.

"O'zbekturizm" milliy kompaniyasi faoliyatining dastlabki yillarida uning ustavida belgilangan vazifalaridan biri kadrlar masalasi ham jiddiy muammolardan biri bo'lib, bu borada viloyat boshqarmalarida malakali mutaxassis kadrlar yetishmagan. 1993 yilda "O'zbekturizm"ning viloyatlardagi hududiy bo'limlarida jami 83 ta tashkilot faoliyat ko'rsatgan. Ulardagi jami 2686 ta shtatdan 2348 tasi band bo'lsa, shundan 338 tasi kadrlar yo'qligi sabab bo'sh turgan edi. Bu borada dastlabki davrda tashkil etilgan Markaziy Osiyo turizm instituti (SITE), Iqtisodiyot universiteti bilan ikkinchi mutaxassislik bo'yicha mutaxassislar tayyorlash va qayta tayyorlash to'g'risida shartnoma imzolanishi bilan bir vaqtda o'rta bo'g'inda ishlaydigan kadrlar masalasida yangi talab va takliflar hukumatga taqdim etilgan. Turizm tashkilotlarida sayyohlarga xizmat ko'rsatish sohasining asosiy ta'minotchisi o'rta bo'g'indagi mutaxassis kadrlar ekanligini hisobga olsak, bu borada malakali kadrlarni tayyorlash zarurati yanada oydinlashadi.

O'zbekistonda turizm bo'yicha yuqori malakali mutaxassis kadrlar tayyorlash, qayta tayyorlash va malakasini oshirish, kadrlar masalasida xalqaro hamkorlikni kuchaytirish hamda sayyohlikning iqtisodiy ahamiyatini oshirish maqsadida 1999 yil 30 iyun "O'zbekistonda turizm sohasi uchun malakali kadrlar tayyorlash to'g'risida"gi Farmoni hamda 1999-yil 2-iyuldagi "O'zbekistonda turizm sohasi uchun kadrlar tayyorlash tizimini takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida" qarori qabul qilindi[2]. Mazkur huquqiy asoslarga ko'ra: birinchidan, Toshkent davlat iqtisodiyot universitetida xalqaro turizm fakultetini tashkil etish, Toshkent turizm kasb-hunar kollejini tashkil etish va ularni malakali pedagog o'qituvchilar bilan ta'minlash, kadrlar marketingini yuritish, ikkinchidan, 2000-2005 yillar davomida Buxoro, Samarqand, Xiva, Farg'ona, Termiz va Shahrisabz shaharlarida turizmga ixtisoslashtirilgan kasb-hunar kollejlarni bosqichma-bosqich tashkil etish, uchinchidan, "O'zbekturizm" MK turizm sohasidagi ta'lim muassasalarining xalqaro va xorijiy sayyohlik tashkilotlar va o'quv-ilmiiy markazlari bilan hamkorlik qilishiga,

xorijiy investitsiyalarni jalb qilish, xalqaro tashkilotlar tomonidan o'tkaziladigan sayyohlik dasturlarda qatnashishiga amaliy va homiylik yordamini berishi kabi vazifalar belgilangan.

Mazkur tadbirlarning natijasi sifatida 2002 yildagi "O'zbekistonda o'rta maxsus, kasb-hunar ta'limini rivojlantirishga ko'maklashish" O'zbek-German loyihasi, Germaniya texnik hamkorlik markazi hamkorligida hamda Buxoro viloyat hokimining 2003 yil 29 maydagi № 45 sonli qarori asosan qurilish kolleji bazasida Buxoro turizm kolleji tashkil etilgan. O'n yildan so'ng Buxoro turizm kollejida 3 ta bo'lim, 8 ta kafedra faoliyat ko'rsatib, turizm bilan bog'liq 7 ta mutaxassislik bo'yicha 1069 ta talaba tahsil olgan[3]. 2015 o'quv yili yakunida Buxoro turizm, Shofirkon, Qorako'l, G'ijduvon maishiy xizmat va G'ijduvon politexnika kasb-hunar kollejida menejer, oshpaz va sayyohlik xizmatlar tashkilotchisi mutaxassisliklari bo'yicha 334 ta bitiruvchi sohaga o'rta bo'g'in kadrlari sifatida yuborildi. Buxoro viloyatida turizm sohasi uchun oliy ma'lumotli kadrlar Buxoro davlat universitetida tayyorlanib, bu borada dastlab 2008 yilda "Servis (turizm va mehmonxona xo'jaligi)" bakalavriat ta'lim yo'nalishi, 2014 yildan esa "Turizm" magistratura yo'nalishiga talabalar qabul qilib, soha rivojiga hissa qo'shib kelmoqda. "O'zbekturizm" boshchiligida milliy turizm industriyasini yaratish, uning tashkiliy hamda me'yoriy huquqiy jihatdan shakllantirishda anchagina ijobiy o'zgarishlarga erishilgan bo'lsa-da, ammo 1991-1999 yillar davomida turizmning bir qator tarmoqlarida muammolar ham saqlanib qoldi. Ular quyidagilardan iborat: a) sohada malakali kadrlarning tanqisligi[4]; b) sayyohlik infratuzilmaning bir tekisda rivojlanmaganligi (Surxondaryo, Qashqadaryo va Farg'ona vodiysida sayyohlik infratuzilmaning rivojlanmagan); c) xorijda milliy sayyohlik mahsulotning faol reklamasi yo'lga qo'yilmaganligi; d) viza tartibidagi kamchilik va noqulayliklar, bojxona va chegaradagi turistlarni bezdiradigan rasmiyatchiliklarning ko'pligi[5]; e) sayyohlik mavsum davrida asosiy sayyohlik markazlarda mehmonxonalarning kamligi; f) O'zbekistonga aviachiptalarning yuqori narxlari va mehmonxona narxlarining xizmat ko'rsatish darajasiga mos kelmasligi edi[6].

Kadrlar tayyorlash, malakasini oshirish "O'zbekturizm" MK faoliyatining muhim yo'nalishi hisoblanib, 1996-1997 yildan boshlab, uning xodimlari har yili Misr Arab Respublikasi, Hindiston, Pokiston, Isroil kabi rivojlangan mamlakatlarda marketing va mehmonxona boshqaruvi bo'yicha stajirovka o'tash va malaka oshirish uchun yoki Buyuk Britaniyada qisqa muddatli ingliz tili va menejment kurslarida tahsil olish uchun mahalliy guruhlari yuborilgan. Shuningdek, kompaniyaning Toshkent viloyati filialida malaka oshirish va professional kadrlar tayyorlash boshqarmasi tuzilib, bu yerda turoperatorlar, turagentlar, gid-tarjimonlar, hisobchilar va xususiy sayyohlik kompaniyalari rahbarlari uchun kurslar tashkil etildi. Sohaga doir dastlabki chora-tadbirlar natijasida viloyat turizmining xalqaro turizm bilan integratsiyalashuviga, Buxoroda sayyohlik tashkilotlarning ko'payishiga, kam sig'imli bo'lsa-da, joylashtirish vositalarining ko'proq barpo etilishiga hamda mintaqa sayyohlik salohiyatini xalqaro tadbirlarda targ'ibot qilinishiga imkoniyatlar kengaydi.

Xullas, mustaqillikning dastlabki yillarida inqirozli holatda bo'lgan turizmni alohida iqtisodiyotning mustaqil sohasi sifatida qayta tashkil etish masalasi kun

tartibiga qo'yildi. Umuman olganda sohadagi kadrlar yetishmovchiligi asosiy sabablaridan biri O'zbekistonda turizm sohasi bo'yicha yuqori va o'rta maxsus ma'lumot beruvchi ta'lim muassasalari soni yetarli emasligi hamda ulardagi o'quv dasturlari esa, zamonaviy turizm sohasining rivojlanish talablariga to'liq javob bermasligida edi. Ikkinchidan chet tillarni o'qitish sifati ham past bo'lib, xalqaro sayyohlar bilan muloqot qilishda malakasiz gid-tarjimonlarning ko'payishiga olib keldi. Uchinchidan, malaka oshirish tizimining yangi talablarga javob bermasligi, ya'ni turizm sohasida ishlayotgan kadrlarning malakasini oshirish va ularni qayta tayyorlash tizimi xalqaro talablar darajasidan past bo'lib, tashkil etilgan o'quvlar va seminarlar zamonaviy turizm texnologiyalari, marketing usullari va sayyohlar bilan ishlash madaniyatini o'rgatish amaliyoti juda sust hamda zamondan orqada qolgan edi. To'rtinchidan, turizm sohasida ishlaydigan xodimlarning ish haqi boshqa sohalarga qaraganda past bo'lib, bu esa malakali kadrlar qo'nimsizligini keltirib chiqarar edi. Beshinchidan, turizm sohasida ishlaydigan kadrlar uchun chet el tajribasini o'rganish, xalqaro turizm ko'rgazmalarida ishtirok etish va malaka oshirish imkoniyatlari xalqaro standartlarga mos emasligi tufayli mahalliy mutaxassislarning jahon turizmi talablaridan orqada qolishiga olib keldi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. O'MA, M-141-fond, 1-ro'yxat, 38-yig'ma jild, 2-varaq.
2. BVDA, M-1503-fond, 1-ro'yxat, 27-yig'ma jild, 341-varaq.
3. BVDA, M-1503-fond, 1-ro'yxat, 7-yig'ma jild, 2-varaq.
4. O'MA, M-141-fond, 1-ro'yxat, 40-yig'ma jild, 40-42-varaqlar.
5. Aliyeva M.T. Iqtisodiyotni erkinlashtirish sharoitida turizm xizmatlari sohasini boshqarishning iqtisodiy jihataari "Fan" Toshkent. 2013. – B.117
6. BVDA, M-1503-fond, 1-ro'yxat, 44-yig'ma jild, 152-154-varaqlar.
7. Murodov, H. (2024). Buxoro turizmi xizmat korsatish sohasidagi ijobiy o'zgarishlar (2000-2016 yillar misolida). *Medicine, pedagogy and technology: theory and practice*, 2(12), 132-138.
8. Salimovich, M. H. (2024). Taraqqiyot va marifat uchun kurashganlar taqdiri.
9. Salimovich, M. H. (2024). Harakatlar strategiyasi davrida viza siyosati.
10. Salimovich, M. H. Buxoro turizmi xizmat korsatish sohasidagi ijobiy o'zgarishlar (2000-2016 yillar misolida).
11. Murodov, H. (2024). Buxoro turizmi xizmat korsatish sohasidagi ijobiy o'zgarishlar (2000-2016 yillar misolida). *Medicine, pedagogy and technology: theory and practice*, 2(12), 132-138.
12. Murodov, H., & Rabiyeva, Z. (2024). The fate of those who fought for development and enlightenment. *Modern Science and Research*, 3(5), 840-843.
13. Murodov, H., & Sadriyev, M. (2024). Koreya tarixiga bir nazar. *Modern Science and Research*, 3(12), 817-822.

*Paraxat ALLANIYAZOV,
Samarqand davlat veterinariya meditsinasi, chorvachilik va
biotexnologiyalar universiteti Nukus filiali dotsenti v.v.b.*

TURIZM SOHASIDA KADRLAR TAYYORLASH TIZIMINING STRATEGIYASI SIFATIDA FOYDALANISHNING SAMARADORLIGINI OSHIRISH

Annotatsiya. Turizm sohasini kadrlar bilan ta'minlashga bog'liq muammolari, kadrlarni tanlash va joylashtirish strategiyasi, turizm sohasi uchun kadrlar tayyorlash tizimi yo'nalishlari ochib berilgan.

Kalit so'zlar: Turizm sohasi, kadrlar, strategiya, tizim, yo'nalish, malakali mutaxassis, takomillashtirish.

Аннотация: Раскрыты проблемы кадрового обеспечения сферы туризма, стратегия подбора и расстановки кадров, направления системы подготовки кадров для сферы туризма.

Ключевые слова: Туристическая индустрия, персонал, стратегия, система, направление, квалифицированный специалист, совершенствование.

Abstract: The problems of providing the tourism industry with personnel, the strategy of selecting and placing personnel, and the directions of the personnel training system for the tourism industry are revealed.

Keywords: Tourism industry, personnel, strategy, system, direction, qualified specialist, improvement.

O'zbekistonda turizm sohasini jadallik bilan rivojlantirish bo'yicha ko'pgina amaliy ishlar olib borilmoqda. Ammo ayrim muammolar ham mavjudki, bu muammolar soha uchun yuqori malakali kadrlarni tayyorlash orqali o'z yechimini topadi. Ushbu muammolar sirasiga turizm sohasining turizm turlari kesimida to'liq malakali kadrlar bilan ta'minlanmaganligi, turizmi rivojlangan mamlakatlar tajribalaridan foydalangan holda kadrlar tayyorlash tizimini takomillashtirish, turizmning alohida turlari va yo'nalishlari kesimida kadrlarning malakasini xorijiy rivojlangan mamlakatlarda oshirish zaruratining mavjudligi, mavjud tayyorlangan kadrlarning aksariyati to'liq kasbiy bilimlarga ega emasligi va til bilish darajasining pastligi bilan belgilanadi.

Turizm sohasi uchun malakali mutaxassis kadrlar tayyorlash, turizm infratuzilmasini hamda turizm turlarini rivojlantirish yo'llarini takomillashtirish, xizmat ko'rsatish sifatini va samaradorligini yanada rivojlantirish iqtisodiyotning turli sohalari va tarmoqlarida ko'plab yangi ish o'rinlarini yaratish imkoniyatini beradi.

Malakali mutaxassis kadrlarni tayyorlash jarayonida amalga oshirilayotgan chora-tadbirlarning aniq ko'rinishi bevosita kadrlarni sifatli va samarali tayyorlash bilan chambarchas bog'liq bo'lishi lozim. Shu tufayli, bugungi kunda turizm sohasida turizmning alohida turlari hamda yo'nalishlari uchun malakali kadrlar tayyorlash turizm sohasini barqaror rivojlantirishning asosiy va ustuvor yo'nalishlardan biri sifatida qaralmoqda. Shuning uchun ham, «turizm sohasi uchun malakali va tajribali kadrlar tayyorlash tizimini takomillashtirish turizm salohiyatidan foydalanish samaradorligining o'sishiga, mamlakatning barcha hududlaridagi turistik salohiyatdan

foydalanish imkoniyatining oshishiga, mamlakat hudularini bir turistik mahsulot va bir turistik yo‘nalish doirasida birlashtirishga» [1] katta yordam beradi.

Turizm sohasini rivojlantirishning uzoq muddatli istiqbolida xodimlardan biznesning bosh strategiyasi sifatida foydalanishning samaradorligini oshirishga tobora e‘tibor kuchayib bormoqda. Kadrlarni tanlash va joylashtirish strategiyasi, kadrlarni tayyorlash, qayta tayyorlash va malakasini oshirish strategiyasi, shuningdek, xodimlar mehnat faoliyatining motivatsiyasi strategiyasi korxonalarining muhim strategiyalaridan hisoblanadi. Shuningdek, kadrlar ichki zahiralardan foydalanishning majmualiy strategiyasi korporativ madaniyatni shakllantirish bilan uyg‘unlashib, asosan o‘z ishchilari imkoniyatini jalb qilishga mo‘ljallanadi.

Turistik firma va korxonalar, mehmonxona va shunga o‘xshash joylashtirish vositalari xodimlarini jahon andozalari asosida, turizmi rivojlangan mamlakatlarning kadrlar tayyorlash tizimi tajribalari asosida tayyorlash, kadrlar tayyorlash tizimini takomillashtirish maqsadga muvofiq. Bu esa quyidagi tizimli ishlarni tashkil qilish va ma‘lum bir imkoniyatlarni ishga solish zaruratini tug‘diradi (1-jadval) [2].

Olib borilgan tadqiqotlardan ma‘lum bo‘lmoqdaki, turizm sohasini kadrlar bilan ta‘minlashga bog‘liq muammolarni hal etish uchun avvalo tayyorlanayotgan kadrlarni qat‘iy intizom, har bir ishga masuliyat bilan yondoshadigan, o‘z ustida doimiy ishlaydigan, boshqaruv va tashkilotchilik qobiliyati shakllangan holatda tayyorlash lozim. Shuni alohida e‘tirof etib o‘tish lozimki, turizm sohasida faoliyat ko‘rsatayotgan har bir xodim zamon bilan hamnafas bo‘lib, atrofdagi o‘zgarishlar va yangiliklarga mos tarzda o‘z ustida doimiy ishlab tursa, uning jamoasi ham shunga mos tarzda shakllanib boraveradi. Bu esa, jamoadagi muhitga, ta‘lim- tarbiyaning rivojlanishiga va ish unumdorligining oshishiga ijobiy ta‘sirini ko‘rsatadi.

1-jadval

Turizm sohasi uchun kadrlar tayyorlash tizimi yo‘nalishlari

Turizm sohasi uchun kadrlar tayyorlash tizimi	
Kadrlar sifati, malakasi va tajribasi monitoringini tashkil qilish	Kadrlar sifati va malakasi, xalqaro talablar asosida tajribalarini oshirish jarayonlarini qat‘iy nazorat qilish, kadrlar tarkibi va ularning malaka darajalari bo‘yicha elektron ma‘lumotlar bazasini yaratish
Kadrlarni tayyorlash, qayta tayyorlash va malakasini oshirib borish	Kadrlarni butun mehnat faoliyati davomida jahon standartlari asosida o‘qitish, doimiy ravishda o‘z ustida ishlashlari uchun zaruriy sharoitlar yaratish, turizmi rivojlangan mamlakatlarda stajirovkalarini tashkil etish
OTM va turli darajadagi ta‘lim muassasalarida tayyorlanayotgan kadrlar uchun yangi avlod o‘quv adabiyotlarini yaratish	Respublika oliy ta‘lim muassasalari, texnikumlar va qayta tayyorlash markazlari malaka talablari, o‘quv rejalari va dasturlari asosida yangi avlod o‘quv adabiyotlarini, elektron o‘quv adabiyotlarini tayyorlash, yillar davomida olib borilayotgan islohotlar natijasida amalga oshirilgan o‘zgarishlarga mos tarzda doimiy yangilanib borishni ta‘minlash
Kadrlar zaxiralarini shakllantirish	Turizm sohasi mutaxassislaridan iborat zaxira kadrlar bazasini shakllantirish, kadrlarni tanlash va ularni ishga olish tizimini takomillashtirish. Kadrlar raqobat muhitini yaratish va shu asosida ularning o‘z ustida ishlashini qat‘iy ta‘minlash

Ammo aytish joyizki, bugungi kunda kadrlar tayyorlash jarayonida va kadrlarni ishga olish hamda ularning ish jarayonlarida o'ziga yarasha ma'lum bir muammo va kamchiliklar kuzatilmoqda [3]. Xususan:

- ta'lim muassasalarida amaliy ko'nikmalarni shakllantirishga qaraganda nazariy bilimlarni oshirishning ulushi yuqoriroqligi. Natijada, turistik korxonalarga ishga borgan kadrlarning birdan ish jarayonlariga moslashib ketmasligi, ularning ma'lum bir darajada qo'nimsizligini yuzaga keltirmoqda;

- ko'pchilik kadrlarning etiket qoidalarini bilmasligi, muomala madaniyatining yo'qligi. Bu esa, mehmonxona va shunga o'xshash joylashtirish vositalari, turistik xizmatlarni ko'rsatuvchi boshqa korxona va tashkilotlar mijozlariga xizmat ko'rsatishda ma'lum bir qiyinchiliklarni yuzaga keltirmoqda. Buning natijasida xizmat ko'rsatish sifatining pasayishi, potensial mijozlarning yo'qotilishiga olib kelmoqda;

- Oliy ta'lim muassasalarida tayyorlanayotgan turizm sohasining ta'lim yo'nalishlari va magistratura mutaxassisliklarining o'quv hamda ishchi o'quv rejalarida kadrlarga psixologik bilimni va ko'nikmani shakllantiradigan fanlar ulushining juda kamligi. Buning natijasida bevosita turistlarga xizmat ko'rsatuvchi xodimlarning o'zi xizmat ko'rsatayotgan mijoz psixologiyasini to'g'ri baholayolmasligini keltirib chiqarmoqda. Bu esa mijozlarga xizmat ko'rsatish jarayonini bir muncha murakkablashtirmoqda;

- xodimlarning boshqaruvchanlik, tashkilotchilik, ma'lum bir nizoli vaziyatlarni bartaraf etaolmasliklari holatlarining yuzaga kelishi, ishlarni tashkil etish bilan bog'liq hujjatlarni tushunmaslik, sohasiga oid me'yoriy-huquqiy hujjatlarni bilmaslik kabi holatlarning mavjudligi;

- ayrim xodimlarda o'z sohasini mukammal bilmaslik, kasbiy xorijiy tilni o'rganmaganlik, kasbiy mahorat va tajribasini oshirish hamda o'z ustida ishlashga bo'lgan intilishning sustligi holatlarining kuzatilishi [4]. Bu esa, xodimlarning ishga kiraolmasligi, sinov muddatlaridan o'taolmaslik, shaxsiy karerasini shakllantiraolmaslik kabi salbiy oqibatlariga olib keladi.

Olib borilgan tadqiqotlar natijasida aytish joyizki, har qanday soha va tarmoqlar kabi turizm sohasi, turizmning alohida turlari bo'yicha ham malakali kadrlarni tayyorlash jarayonini takomillashtirish lozim bo'lmoqda. Xususan, bugungi kunda turizmning asosiy va eng istiqbolli turlaridan hisoblangan ziyorat turizmini kadrlar bilan ta'minlash, turizm turlariga mos kadrlar modelini yaratish masalasi dolzarbligicha qolmoqda.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Beknazarov F. Xizmat kursatish va turizm uchun kadrlarni tayyorlash masalalari // Xizmat ko'rsatish sohasi: rivojlanish tendensiyasi va istiqbollari mavzusidagi respublika ilmiy-amaliy konferensiyasi. Samarqand, SamISI 2016 yil 252-257 b.

2. Mamatqulov X.M. Xizmat ko'rsatish sohasiga oid atamalar va iboralar izohli lug'ati. – T.: «IQTISOD-MOLIYA», 2010. – 398 b.

3. Хошимов М.А. Религиозные памятники Центральной Азии. - Алматы. САГА, 2001. – 237 с.

4. Eshtayev A.A., Norchayev A.N., Ro'ziyev S.S. O'zbekiston Respublikasida turizm xizmati va servis sohasini rivojlantirish yo'llari. T.: TDIU, 2007. – 38 bet.

Farangiz JAMALOVA,
O'zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi talabasi
Ilmiy rahbar: Uktam JIYANOV,
O'zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi katta o'qituvchisi

O'ZBEKISTONDA ZIYORAT TURIZMINI RIVOJLANTIRISHDA RAQAMLASHTIRISHNING AHAMIYATI

Annotatsiya. Ushbu ilmiy maqola turizm sohasida amalga oshirilishi kerak bo'lgan istiqboldagi rejalar, xususan, ziyorat turizmini raqamlashtirish bilan bog'liq masalalar hamda unga ta'sir qiluvchi tashqi va ichki omillar va ushbu tadqiqotning ahamiyati uni shakllantirishning shart-sharoitlari va omillari shuningdek, turizm faoliyatini axborot bilan ta'minlashning rivojlanishi uchun muhim bo'lgan masalalar tahliliga bag'ishlangan.

Kalit so'zlar: raqamli iqtisodiyot, axborot kommunikatsiya va texnologiyalari, turizm, ziyorat turizmi, investitsiya va raqamlashtirish.

Аннотация. В данной научной статье речь идет о дальнейших планах которые предстоит реализовать в сфере туризма, в частности, вопросах, связанных с цифровизацией паломнического туризма, а также о внутренних и внешних факторах, влияющих на это, а также о важности данного исследования, условиях и факторах его формирования, а также информация о туристической деятельности посвящены анализу вопросов важных для развития обеспечения.

Ключевые слова: цифровая экономика, информационные коммуникации и технологии, туризм, паломнический туризм, инвестиции и цифровизация.

Abstract. In this article is about future plans to be implemented in the field of tourism, in particular, issue related to the digitization of pilgrimage tourism, as well as internal and external factors affecting it, and the importance of this research, the conditions and factors of its formation, as well as information on tourism activities is dedicated to the analysis of important issues.

Keywords: digital economy, information communication and technologies, pilgrimage tourism, investment and digitization.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi "2022-2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida"gi farmoniga binoan "Milliy iqtisodiyotni jadal rivojlantirish va yuqori o'sish sur'atlarini ta'minlash" nomli ustuvor yo'nalishi 16 ta maqsadni o'z ichiga olgan. Shuningdek, "O'zbekiston bo'ylab sayohat qiling" dasturi doirasida mahalliy sayyohlar sonini 12 million nafardan oshirish hamda respublikaga tashrif buyuradigan xorijiy turistlar sonini 9 million nafarga yetkazish –maqsadida 10 ta

asosiy yoʻnalishni oʻz ichiga oladi²³⁶. Jumladan quyidagilar:

- toʻsiqsiz turizm infratuzilmasini mamlakatning asosiy turizm shaharlarida keng joriy qilish. 2026-yilgacha turizm sohasida band boʻlgan aholi sonini 2 baravar oshirib, 520 ming nafarga yetkazish.

- -turizm va madaniy meros obyektlaridan infratuzilmasini rivojlantirish hamda 8 mingdan ortiq madaniy meros obyektlaridan samarali foydalanish boʻyicha davlat dasturini qabul qilish va ularni davlat muhofazasiga olish.

- -Zomin, Forish, Baxmal tumanlari va “Aydar-Arnasoy” koʻllari tizimida qoʻshimcha turistik zonalar va dam olish maskanlari barpo etish.²³⁷

- -Navoiy viloyatida ziyorat turizm salohiyatidan samarali foydalanish.

- -Toshkent shahrida turizm infratuzilmasini yanada yaxshilash.

Xususan, turizm sanoati ham raqamli asrga mos kela oladigan barcha aviatsiya, sayohat, oziq-ovqat, ichimliklar va turar joy sektorlarini oʻz ichiga oladi. Raqamli dunyo rivojlanib borar ekan, mijozlarning xatti-harakati ham oʻzgara boshlaydi. Ushbu oʻzgarishlar turizm sohasiga taʼsir oʻtkazadi. Mijozlarning tajribasi, jumladan, mijozlarga xizmat koʻrsatish tadbirlar xona uchun qulayliklar va biznes taklif qiladigan boshqa xizmatlar muhim ahamiyatga ega boʻladi, chunki, odamlar oʻz xohish istaklariga koʻra sayohat qilish joylarini osongina tanlaydilar. Soʻnggi yillarda “Raqamli transformatsiya” atamasi bilan birgalikda ayni paytda iqtisodiyotda raqamli texnologiyalarni joriy etish davom etmoqda, xususan, sunʼiy intellekt, axborot kommunikatsiyalari ishlab chiqarish va xizmatlar koʻrsatish jarayonlarida faol qoʻllanilmoqda. Turistik xizmatlarni raqamli transformatsiya qilishdagi asosiy yondashuvlar bu turistik faoliyatning hozirgi kundagi holatini baholashdan boshlanadi. Turizm sohasida raqamli transformatsiya mamlakat iqtisodiyotini rivojlantirishda muhim ahamiyat kasb etuvchi omillardan biridir. Raqamli transformatsiya turizmدا innovatsiyalarni ragʻbatlantiradi. Hozirgi kunga kelib, Oʻzbekistonda turizmning barcha turlarini rivojlantirish imkoniyati mavjud. Shu bilan birga sohani rivojlantirish uchun jahon tajribalarini oʻrganish, investitsiyalar jalb etish va turizm sohasida qoʻllash muhim ahamiyatga ega. Shu bilan birgalikda, turizmni raqamlashtirish boʻyicha eng koʻp tadqiqotlar ham xorijiy manbalarda taqdim etilgan. Mualliflar turizm industriyasi va isteʼmol madaniyatining oʻzgarishini qayd etadilar. Sayohat agentliklari isteʼmolchini kuzatib sunʼiy intellekt, maʼlumotlarni tahlil qilish orqali oʻz mahsulotlarini mijozlar ehtiyojlariga moslashtiradi. Turizm sektorining oʻsishiga ijtimoiy tarmoqlar, turli xil platformalar va axborot portallari sezilarli taʼsir koʻrsatadi. Axborot texnologiyalari faqatgina turizm industriyasini rivojlantirishdagina emas, balki iqtisodiyotning barcha jabhalarida muhim ahamiyatga ega hisoblanadi. Shunday ekan, turistik tashkilotlarni boshqarishda va shu orqali mamlakat iqtisodiyotining oʻsishiga hissa qoʻshishda axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining oʻrni beqiyosdir. Oʻzbekiston Respublikasi aholisining 81 foizi, savdo korxonalarining 93 foizi, transport korxonalarining 80 foizi, davlat organlarining 95 foizi internetdan foydalanadi. Eng

²³⁶ 2022-2026-yillarga moʻljallangan Yangi Oʻzbekistonning taraqqiyot strategiyasi toʻgʻrisida. Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining farmoni, Toshkent sh., 2022-yil 28-yanvar, PF-60-son <https://lex.uz/uz/docs/-5841063>

²³⁷ <https://xabar.uz/m6ds>

muhimi, internet-axborot texnologiyalar moliyaviy operatsiyalarda, davlat organlari bilan o‘zaro aloqada, yetkazib beruvchilar va iste’molchilar bilan aloqada qilishda qo‘llaniladi. Shuning uchun ham turizmni axborot bilan ta’minlash – bu turizm tizimining samarali ishlashini ta’minlaydigan turizm faoliyati va uni qayta ishlash va tahlil qilish uchun mo‘ljallangan ixtisoslashtirilgan axborot texnologiyalari to‘g‘risida ma’lumotlar majmuasi deyish mumkin.

Prezident Shavkat Mirziyoyev raisligida joriy yilning 22 fevral kuni soha va hududlarda raqamlashtirish jarayonini jadallashtirish masalalari bo‘yicha yig‘ilish o‘tkazildi. Raqamlashtirish natijasida 70 dan ortiq turdagi ma’lumot va hujjatlar aholidan talab qilish bekor qilingan. Jumladan, Raqamli texnologiyalar vazirligiga 26 ta axborot tizimi Yagona davlat xizmatlari portaliga birlashtirilib, undagi xizmatlar sonini 570 taga yetkazish vazifasi qo‘yildi. Mamlakatimizda axborot texnologiyalari sohasidagi xizmatlar eksportini kelgusida 1 milliard dollarga yetkazish rejalashtirilgan.²³⁸

So‘ngi yillarda O‘zbekistonda turizm sohasi jadal sur‘atlarda rivojlanib bormoqda. Agar raqamlarga e’tibor qaratadigan bo‘lsak, 2017-2022-yillarda yurtimizga kelgan chet ellik sayyohlar soni deyarli 2 barobarga oshgan. 2017-yilda ularning soni 2,7 mln. nafarni tashkil qilgan bo‘lsa, 2022-yilda bu ko‘rsatkich 5,2 mln. nafarga yetdi. 2022-yilda O‘zbekistonga kelgan sayyohlar soni 2021- yildagiga nisbatan 3,4 mln. kishi dan oshgan hamda o‘shish 2,8 barobardan ortiqni tashkil etgan. Natijada turizm xizmatlar eksportida ham sezilarli o‘shish bo‘lgan. 2017-yilda turizm xizmatlar eksporti 546,9 mln. AQSH dollarini tashkil etgan bo‘lsa, 2022-yilda bu ko‘rsatkich 2,9 barobar oshib, 1.6 mlrd. ga yetgan.²³⁹ 2017-2022 yillarda xizmatlar eksportining umumiy hajmida turizm xizmatlar eksportining ulushi 1,8 barobarga oshgan. Yana bir statistik ma’lumotlarga qaraganda 2023- yilda O‘zbekistonga tashrif buyurgan xorijiy turistlarning soni o‘tgan 9 oy mobaynida 4,3mln. ni tashkil etmoqda. Turistlarning mamlakatimizda qolish muddati 4-5 kunni tashkil etib o‘tgan yilning mos davriga nisbatan 1,5 baravarga ortdi. Har bir xorijiy turistning respublika hududida bevosita sayohat xarajatlaridan tashqari sarflaydigan o‘rtacha mablag‘ summasi 2023-yilda 400 AQSH dollariga yetdi va turizm eksporti hajmi 2023-yil 9 oyiga 1,72 mlrd. dollarga yetdi. Bunday natijalarga erishishda turizm sektorini raqamlashtirishning ahamiyati katta, chunki, raqamli platformalardan foydalanish bilan sayyohlik korxonalari o‘z mijozlariga yanada moslashtirilgan, qulay va samarali xizmatlarni taklif qilmoqdalar.²⁴⁰

Ta’kidlanishicha, raqamli iqtisodiyot hatto mamlakat YaIMga ham ta’sir o‘tkazadi. Raqamli iqtisodiyotning hudud YaIMdagi ulushi har yili taxminan 20 foizga o‘sishi (rivojlangan mamlakatlarda bu ko‘rsatkich 7 foiz atrofida) uning ahamiyati belgilaydigan ko‘rsatkich sifatida qoraladi.

Turizm industriyasini rivojlantirish davlat iqtisodiyoti uchun juda ham muhim vazifa, chunki bu soha xorijda mamlakat obro‘cini oshiradi, sayyohlar oqimi tezlashishi natijasida iqtisodiyotda samaradorlik darajasi oshadi. Shuning uchun turizmni rivojlantirishda yetakchi omil sifatida turizmدا innovatsion texnologiyalarni

²³⁸ <https://www.mtc.uz/uz/news/4352>

²³⁹ <https://parliament.gov.uz/articles/1505>

²⁴⁰ <https://kun.uz/news/2023/10/16/ozbek>

qo'llab-quvvatlash, sohani raqamlashtirish hamda axborot vositalaridan foydalanish mumkin. Turizm rivojlanishining muhim yo'nalishlaridan biri hozirgi davrda raqamlashtirish, raqamli texnologiyalarni qo'llashdir. Turizm sohasida raqamli texnologiyalarni kundalik hayotga tatbiq etish hamda yangi kasbiy kompetensiyalarni shakllantirish ushbu jarayonlarni chuqur o'rganish va tushunish zarurligini keltirib chiqaradi va bundan tashqari raqamli texnologiyalarni joriy etish tranzaksiya xarajatlarini kamaytirish hamda raqamli xizmatlar va platformalardan foydalanuvchilarning xabardorligini oshirish orqali turizm mahsulotining barcha tarkibiy qismlariga ta'siri turizm sanoatining raqamli ekotizimi ochiq axborot texnologiyalari infratuzilmasi bo'lib, iste'mol, muvofiqlashtirish hamda biznes sektorlari o'rtasidagi hamkorlik uchun asos bo'lib xizmat qiladi.

Raqamli iqtisodiyot – bu raqamli axborot va tegishli ma'lumotlarni boshqarish usullari asosiy bo'lgan iqtisodiyotning o'ziga xos turidir. Raqamli iqtisodiyot ishlab chiqarishning barcha sohalarida axborotning ustun roli bilan xarakterlanadi

Raqamli iqtisodiyotni shakllantirish jarayonida turizm sohasida axborot kommunikatsiyalarini rivojlantirish muhim omil sanaladi, chunki yagona axborot makonini shakllantirish jamiyatning, davlatning ijtimoiy-iqtisodiy sohalarga yo'naltirilgan sifatli va aniq axborot olishga yordam beradi. Bugungi kunda axborot eng muhim boylik bo'lib, uning qiymati doimiy ravishda oshib bormoqda. Shu bois, turizm sohasida yagona axborot makonini shakllantirish masalasi anchadan beri muhokama qilinib kelinmoqda. Shuni aytish lozimki, axborot vositalari yordamida Arab Amirliklari va boshqa mamlakatlardan kelgan sayyohlar soni O'zbekistonga tashrif buyurish yo'nalishida ko'paygan. Xususan, qator shaharlarda "Xalqaro Ziyorat turizmi" haftaligi tashkillashtirildi va Buxoroda ziyorat turizmi obyektlarini yaxshilash uchun 40 mlrd. so'm ajratildi.²⁴¹ Yana bir muhim ma'lumotni aytish joizki, 2019-yil may oyida Samarqandda "Buyuk Ipak yo'li kurortida ziyorat turizmining qayta tiklanishi" mavzusida xalqaro ilmiy-amaliy konferensiya bo'lib o'tdi. Mamlakatimizda 7 ming 300 dan ortiq madaniy meros obyektlari mavjud bo'lib, ularning aksariyati YUNESKO ro'yxatiga kiritildi.²⁴² Axborot vositalari yordamida yurtimizning har bir hududini sayyohlarga onlayn platformalar orqali tanishtirish uchun shart-sharoitlar yaratilmoqda. Bundan tashqari, raqamli platformalardan ko'proq foydalanish bilan sayyohlik korxonalari o'z mijozlariga yanada moslashtirilgan, qulay va samarali xizmatlarni taklif qilish yanada yaxshilandi. Turizm sanoati eng yangi raqamli texnologiyalarni faol joriy etishga qaratmoqda shuning uchun texnologiyalarni rivojlanishi O'zbekiston Respublikasida zamonaviy sohalarni o'sishiga yordam beradi. Jumladan turizm sohasida raqamli texnologiyalarni joriy etilishi yangi axborot makonini shakllantirishga, turizmni boshqarish tizimini yangidan ishlab chiqishga yordam beradi.

Raqamlashtirish, axborot vositalaridan foydalanish mijozga real vaqt rejimida turistik korxona va mehmonxonani mustaqil tanlash, turistik mahsulotlar haqida kerakli ma'lumotlar topish, xizmat narxlari bilan tanishib chiqish solishtirish va xarid qilish imkonini beradi.

²⁴¹ <https://lex.uz/docs/-6029697>

²⁴² <https://naychniyimpuls.ru/index.php/ni/article/download/9279/5985/5746>

So‘nggi yillarda rivojlangan mamlakatlar tadqiqotchilari tomonidan turizm sektorini rivojlantirishda innovatsiya faoliyatining ahamiyati, turizm bozorini raqamlashtirish masalasida bir qator tadqiqotlar olib borilgan. Jumladan, raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish masalalari G.Abrate, K.Bruno, S.Bexmani, S.Benett, O.I.Popova kabi tadqiqotchilar ishlarida tahlil etilgan. Rossiyalik olim Popova tadqiqotlarida sun‘iy intellektdan foydalanish, turizm bozorini raqamlashtirish ayniqsa, ta‘lim tizimini raqamlashtirishning afzalliklarini yoritib bergan.

Xususan, O‘zbekiston Respublikasida ham raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish yo‘lida dastlabki qadamlardan biri “Raqamli O‘zbekiston – 2030” strategiyasi iqtisodiy tarmoqlar, ijtimoiy soha, elektron davlat xizmatlarini ko‘rsatish takomillashtirish maqsadida ishlab chiqilgan bo‘lib, unda raqamli iqtisodiyotni rivojlantirishning ustuvor yo‘nalishlari belgilandi:

Jumladan axborot – kommunikatsiya texnologiyalaridan foydalanish asosida turizm sektorini raqamlashtirish

Turizm faoliyatini raqamlashtirish davlat dasturi ishlab chiqarish va amalga oshirish.

Raqamli infratuzilmani rivojlantirish bo‘yicha.

Bu strategiyada belgilangan vazifalarni amalga oshirish orqali quyidagi natijalarga erishish rejalashtirilgan :

Aloqa va telekommunikatsiyalarning ochiq va raqobatdosh bozori;

Axborot texnologiyalari sohasidagi professional kadrlar zaxirasining, shu jumladan boshqaruv kadrlari zaxirasining mavjudligi;

IT-yo‘nalishi bo‘yicha oliy ta‘lim muassasalari bitiruvchilari sonini oshirish;

Turizm sohasida raqamli texnologiyalarni joriy qilish orqali sayohat ko‘lamini, mehmonlarga xizmat ko‘rsatish tizimini yanada takomillashtirish.²⁴³

Bundan tashqari, Turizm va madaniy meros vazirligi va mahalliy hokimiyat organlari bilan birgalikda “Raqamli O‘zbekiston – 2030” strategiyasini²⁴⁴ amalga oshirishning “Yo‘l xaritasi”da belgilangan transformatsiyalashuv jarayonida turizm geoportalini ishlab chiqishni taklif qilamiz.

Yuqoridagilarni e‘tiborga oladigan bo‘lsak, turizm faoliyatining tashqi muhitini tahlil qilishda inobatga olingan raqamli iqtisodiyot va axborot-kommunikatsiyalarini shakllantirish keyinchalik rivojlantirishga bevosita ta‘sir ko‘rsatadigan omillarga katta e‘tibor berish lozim. Bularning barchasi turizm sohasini yanada rivojlanishiga ijobiy ta‘sir ko‘rsatadi. Raqamli iqtisod turizm firma, korxonalarining potensial yangi shakllarini yaratish imkoniyatini yaratadi. Malakali kadrlar infratuzilmasi sohasida ham jiddiy o‘zgarishlar bo‘ladi. Jumladan, ijtimoiy hayotimiz va sayyohlik faoliyatimiz tobora texnologik tus olayotgan bir paytda jahon turizmi sohasida axborot makonini shakllantirish, axborot bilan ta‘minlash, turizmni boshqarish tizimini yangidan ishlab chiqarish lozim.

²⁴³ <https://lex.uz/ru/docs/-5030957>

²⁴⁴ O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni, 05.10.2020 yildagi FP_6079-son. <https://lex.uz/ru/docs/5030957>

Ravshan RISKULOV,
Toshkent davlat sharqshunoslik universiteti katta o‘qituvchisi
Hojiakbar NURULLAYEV,
Toshkent davlat sharqshunoslik universiteti talabasi
Aziza YOQUBJONOVA,
Toshkent davlat sharqshunoslik universiteti talabasi

O‘ZBEKISTONDA TURIZM SOHASI UCHUN RAQOBATBARDOSH KADRLAR TAYYORLASH: MUAMMOLAR VA IMKONIYATLAR

Annotatsiya: Ushbu maqolada O‘zbekistonda turizm sohasi uchun kadrlar tayyorlash tizimining hozirgi holati, mavjud muammolar va istiqbolli yo‘nalishlar tahlil qilingan. Xususan, xalqaro hamkorlik, amaliyot imkoniyatlari, raqamlashtirish va ta’lim sifati kabi jihatlar yoritilgan. Zamonaviy turizm bozorida raqobatbardosh kadrlar tayyorlashning sababi va dolzarbligi asoslab berilgan.

Kalit so‘zlar: turizmda kadrlar tayyorlash, xalqaro hamkorlik, raqamli ta’lim, amaliy ko‘nikma, sun‘iy intellekt, akademik almashinuv, sertifikatlash.

Аннотация: В статье анализируется современное состояние системы подготовки кадров в сфере туризма в Узбекистане, ее актуальные проблемы и перспективные направления. В частности, рассматриваются такие аспекты, как международное сотрудничество, возможности стажировок, цифровизация и качество образования. Обоснована целесообразность и актуальность подготовки конкурентоспособных кадров на современном рынке туризма.

Ключевые слова: подготовка кадров в сфере туризма, международное сотрудничество, цифровое образование, практические навыки, искусственный интеллект, академический обмен, сертификация.

Abstract: This article analyzes the current state of the system of training personnel for the tourism sector in Uzbekistan, existing problems and promising directions. In particular, aspects such as international cooperation, internship opportunities, digitalization and quality of education are covered. The reason and relevance of training competitive personnel in the modern tourism market are substantiated.

Keywords: training personnel in tourism, international cooperation, digital education, practical skills, artificial intelligence, academic exchange, certification.

Turizm – bu nafaqat go‘zal manzaralar, tarixiy obidalar yoki qiziqarli tadbirlar, balki, eng avvalo, xizmat ko‘rsatuvchi xodimlar mehnatidir. Aynan ular turistlarning taassurotlarini shakllantiradi, mamlakatimiz va mintaqamiz haqidagi fikrlarini belgilaydi. Bugungi globallashuv davrida turizm nafaqat iqtisodiyotning muhim tarmog‘i, balki xalqaro aloqalarni mustahkamlovchi vosita sifatida ham alohida o‘rin tutadi. Turizm sohasida barqaror rivojlanishga erishish uchun eng zarur omillardan biri bu – malakali kadrlar zaxirasini yaratishdir. Turizm bozorida talabchan va raqobatbardosh muhitda muvaffaqiyat qozonish uchun mamlakatimizda kadrlar tayyorlash tizimini zamon talablari asosida takomillashtirish zarurati mavjud. [1]

Xalqaro raqobat kuchayib borayotgan bir sharoitda, turizm korxonalarining muvaffaqiyati bevosita ularning xodimlarining professionalizmi, bilim va ko'nikmalariga bog'liqdir. Shuning uchun ham kadrlar malakasini oshirishga investitsiya kiritish – bu nafaqat bugungi kun talabi, balki sohaning kelajak istiqbollari qo'yilgan muhim qadamdir.

Adxam Raxmatov fikricha, “davlat-xususiy sherikchilik modeli orqali ta'lim jarayonini amaliyot bilan uyg'unlashtirish, innovatsion yondashuvlarni joriy etish va kadrlar salohiyatini oshirish mumkin.” [2]

Dilnoza Yuldasheva ta'kidlashicha, “kadrlarning kasbiy tayyorgarligi va kompetensiyalarini oshirish orqali turizm xizmatlari sifatini yaxshilash mumkin.” [3]

PEDAGOGS jurnali muallifi Muxlisa G'ulomova “turizm sohasida malakali va raqobatbardosh kadrlar yetishtirish masalasi rivojlangan mamlakatlar, jumladan, Turkiya, Shvetsariya, Germaniya va Gretsiya tajribalari asosida O'zbekiston ta'lim tizimini xalqaro standartlarga moslashtirish zarur” ekanligini ta'kidlaydi. [4]

So'nggi yillarda O'zbekistonda turizm sohasini rivojlantirish davlat siyosatining ustuvor yo'nalishlaridan biriga aylangan. Hukumatimizning tegishli farmon va qarorlariga binoan, turizm infratuzilmasini modernizatsiya qilish, investitsiyalarni jalb qilish, madaniy va ekologik turizm yo'nalishlarini rivojlantirish bo'yicha keng ko'lamli ishlar amalga oshirilmoqda [5]. Biroq, bu jarayonda eng muhim masalalardan biri – raqobatbardosh, innovatsion fikrlovchi va zamonaviy bilimlarga ega mutaxassislar tayyorlash masalasidir. Turizm sohasida xizmat ko'rsatish sifati to'g'ridan-to'g'ri inson omiliga bog'liq. Mamlakatimizda so'nggi yillarda turizm yo'nalishidagi oliy ta'lim muassasalari soni ko'paydi, ayniqsa mehmondo'stlik, gidlik, xalqaro marketing va havo transporti xizmatlari kabi aniq yo'nalishlarda mutaxassislar tayyorlash jarayoniga e'tibor kuchaymoqda. Biroq, ta'limda faqat nazariy yondashuv yetarli emas. Ish beruvchilar fikricha, amaliyotga tayyor, xorijiy tilni yaxshi biladigan, zamonaviy axborot texnologiyalaridan foydalana oladigan yoshlar bugungi turizm sanoati uchun eng zarur kadrlardir. Hozirda ko'plab oliygohlar va kollejlarda turizm yo'nalishlarida dars berayotgan bo'lsa-da, darsliklar, o'quv dasturlari va o'quv-metodik bazalarni xalqaro standartlarga moslashtirish jarayoni hali to'liq yakunlanmagan [5]. Shuningdek, akademik almashinuv va amaliyot tizimlari yetarli darajada faol emas. Aynan xalqaro tajriba va hamkorlik orqali ta'lim sifatini oshirish mumkin. Masalan, Indoneziya, Turkiya, Koreya, Germaniya kabi davlatlar bilan qo'shma dasturlar, qisqa muddatli malaka oshirish kurslari, yozgi maktablar va stajirovkalar tashkil etilmoqda. Bu esa talabalarni nafaqat til jihatdan, balki dunyoqarashi, kasbiy malakasi bo'yicha ham kengaytiradi [6].

Raqamlashtirish ham zamonaviy turizm ta'limining ajralmas qismiga aylanishi lozim. Onlayn kurslar, sun'iy intellekt yordamida darslarni interaktiv tashkil etish, virtual amaliyotlar o'tkazish orqali o'quvchilarda real ko'nikmalar shakllantiriladi. Bu, ayniqsa, mintaqaviy hududlarda istiqomat qilayotgan yoshlar uchun imkoniyatlarni kengaytiradi [7]. Xususan, xalqaro tashkilotlar – BMTning Jahon Turizm Tashkiloti (UNWTO), UNESCO va boshqa tashkilotlar bilan hamkorlikda xalqaro sertifikatlash dasturlarini tatbiq qilish orqali o'zbek turizm ta'limining xalqaro maydonda nufuzini oshirish mumkin. Bu, o'z navbatida, bitiruvchilarning

xalqaro mehnat bozoriga chiqishini osonlashtiradi [8]. Turizm sohasida kadrlar tayyorlash tizimini takomillashtirish uchun xalqaro hamkorlik, raqamli texnologiyalar va amaliyotga asoslangan ta'limni rivojlantirish zarur. Bu orqali mamlakatimizda turizm sohasining global miqyosda raqobatbardosh mutaxassislari yetishtirilishi mumkin. Xalqaro sertifikatlash dasturlari va innovatsion yondashuvlar turizmدا kadrlar malakasini oshirishga yordam beradi va O'zbekistonning turizm bozorida o'rnini mustahkamlaydi [9].

Turizm sanoatida kadrlar tayyorlashdagi muammolar

Nazariya va amaliyot orasidagi tafovut	Ta'lim muassasalarida berilayotgan nazariy bilimlar ko'pincha amaliy ko'nikmalar bilan boyitilmagan.
Xorijiy tillarni bilish darajasi pastligi	Turizm sohasi uchun zarur bo'lgan ingliz va boshqa xorijiy tillarni bilish darajasi talabga javob bermaydi.
Professional kadrlar va pedagoglar yetishmasligi	Soha bo'yicha chuqur bilim va tajribaga ega ustozlar soni cheklangan.
Amaliyot bazalarining yetishmasligi	Talabalar uchun mehmonxonalar, turistik firmalarda amaliyot o'tash imkoniyatlari yetarli emas.

Manba: Muallif ishlanmasi.

Qayd etilgan muammolarni yechimi sifatida mamlakatimizda dual ta'lim tizimi rivojlanmoqda. Oliy ta'lim muassasalarida turizm tashkilotlari bilan hamkorlikda o'qish va ishlash integratsiyasi yo'lga qo'yilgan. YUNESKO, UN Tourism kabi xalqaro tashkilotlar bilan hamkorlik asosida treninglar, grantlar va amaliy loyihalar amalga oshirilmoqda. O'tgan yillar davomida ilk bor O'zbekiston delegatsiyasi WorldSkills xalqaro notijorat assotsiatsiyasining dunyo bo'ylab kasbiy ta'lim va malakaning holati va standartlarini oshirish va xizmat ko'rsatish sohalaridagi ish joylarini ommalashtirishga qaratilgan musobaqasida ishtirok etgani mamlakatimizda kadrlar tayyorlash masalalariga alohida ahamiyat qaratilayotganidan dalolat beradi.

Kadrlar malakasini oshirishga kiritilgan investitsiyalarning iqtisodiy samaradorlik ko'rsatkichlari

Xizmat ko'rsatish sifatining oshishi	Malakali xodimlar mijozlarga yuqori darajada xizmat ko'rsatadilar, bu esa mijozlar ehtiyojining qondirilishi va ularning sodiqligining oshishiga olib keladi. Natijada, korxonaning daromadi ortadi.
Mehnat unumdorligining oshishi	O'z ishini yaxshi biladigan va zamonaviy usullarni qo'llay oladigan xodimlar ishni tezroq va sifatliroq bajaradilar, bu esa mehnat unumdorligining oshishiga olib keladi.
Xarajatlarning kamayishi	Malakali xodimlar xatolarga yo'l qo'yish ehtimoli kamroq bo'ladi, bu esa xatolarni tuzatish va qayta ishlash bilan bog'liq xarajatlarni kamaytiradi. Shuningdek, yaxshi o'qitilgan xodimlar yangi texnologiyalarni tezroq o'zlashtiradilar, bu esa operatsion xarajatlarni optimallashtirishga yordam beradi.
Mijozlar shikoyatlarining kamayishi	Professional xodimlar mijozlar bilan muloqotni to'g'ri yo'lga qo'yadilar va ularning muammolarini tez va samarali hal etadilar, bu esa mijozlar shikoyatlarining kamayishiga olib keladi.
Kadrlar qo'nimsizligining kamayishi	Korxona o'z xodimlariga o'z malakalarini oshirish imkoniyatini bersa, ularning korxonaga sodiqligi oshadi va kadrlar qo'nimsizligi kamayadi. Bu esa yangi xodimlarni jalb qilish va o'qitish bilan bog'liq xarajatlarni tejashga imkon beradi.
Innovatsion faollikning oshishi	Malakali va bilimli xodimlar yangi g'oyalar va takliflar bilan chiqishga ko'proq moyil bo'ladilar, bu esa korxonaning innovatsion rivojlanishiga turtki beradi.

Manba: A.Raxmatov va D.Yuldashevning ilmiy tadqiqotlariga asosan muallif tomonidan ishlanma.

Kadrlar malakasini oshirishga investitsiya kiritish – bu uzoq muddatli

istiqbolga yo'naltirilgan strategik qarordir. Ushbu investitsiyaning iqtisodiy samaradorligini baholash muhim ahamiyatga ega. Ta'lim jarayonlarida turizm sohasida inson resurslarini boshqarishga oid dasturlar, mavzular va treninglar tashkil qilish maqsadga muvofiq. Inson resurslarini boshqarish xodimlarni jalb qilish, tanlash, rivojlantirish, rag'batlantirish va ulardan samarali foydalanishga qaratilgan strategik jarayondir. Korxonaning maqsadlariga erishish uchun malakali va motivatsiyalashgan xodimlarni ta'minlash IRB ning asosiy maqsadi hisoblanadi.

Kadrlar malakasini oshirishga investitsiya kiritishning iqtisodiy samaradorligini baholash uchun turli xil metodlar qo'llanilishi mumkin. Jumladan, investitsiyalarning qaytarilish darajasi (ROI), xarajatlar va foydani tahlil qilish kabi usullar orqali kadrlar malakasini oshirish dasturlarining korxona faoliyatiga ta'sirini aniqlash mumkin.

Xulosa qilib aytganda, bugungi kunda turizm sohasida inson resurslarini boshqarish va kadrlar malakasini oshirish korxonalarning muvaffaqiyati uchun hal qiluvchi ahamiyatga ega. Raqobatbardoshlikni saqlab qolish, xizmat ko'rsatish sifatini oshirish, mijozlar ehtiyojini qondirish va xodimlar motivatsiyasini oshirish uchun kadrlar malakasiga investitsiya kiritish zarurdir.

- turizmدا kadrlar malakasini oshirishning zamonaviy usullaridan (treninglar, seminarlar, onlayn kurslar, stajirovka, mentoring va boshqalar) samarali foydalanish;

- o'zbekistonda mavjud bo'lgan kadrlar malakasini oshirish imkoniyatlaridan (ta'lim muassasalari, davlat va nodavlat tashkilotlari, xalqaro hamkorlik) faol foydalanish;

- kadrlar malakasini oshirishga kiritilgan investitsiyalarning iqtisodiy samaradorligini muntazam ravishda baholash va o'quv dasturlarini takomillashtirib borish;

- xodimlarni o'qitish va rivojlantirishga e'tibor qaratadigan korporativ madaniyatni shakllantirish.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Tursunova, D. (2022). Xalqaro hamkorlik doirasida turizm ta'limida innovatsion yondashuvlar. Sharqshonolik Universiteti Ilmiy-Amaliy Jurnal, 4(1), 77–84.

2. Raxmatov A. Turizm sohasi uchun yuqori malakali kadrlarni tayyorlashda davlat va xususiy sherikchilikning o'zaro bog'liqligi tahlili. YASHIL IQTISODIYOT VA TARAQQIYOT: Vol. 1 No. 4 (2024): «Yashil iqtisodiyot va taraqqiyot» jurnali. 165-168 b.

3. Yuldasheva D. Turizm sohasida kadrlar tayyorlashga ilmiy-nazariy yondashuvlar va kadrlarning zamonaviy kompetensiyalari. YASHIL IQTISODIYOT VA TARAQQIYOT: Vol. 1 No. 5 (2024): «Yashil iqtisodiyot va taraqqiyot» jurnali. 905-908 b.

4. G'ulomova M. Turizm sohasida malakali va raqobatbardosh kadrlar yetishtirish: rivojlangan mamlakatlar tajribasi. Vol. 64 No. 1 (2024): pedagogs international research journal | volume-64 | issue-1| 64(1), 7–12.

5. Turizm sohasida kadrlar tayyorlash tizimini takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori, №PQ-269,

Qabul qilingan sana 18.07.2024, Kuchga kirish sanasi 23.07.2024

6. Mahmudova, S. (2023). Raqamli ta'lim platformalari va ularning turizmga qo'llanilishi. *Innovatsion Ta'lim Jurnal*, 5(2), 63–70.

7. Yuldasheva, G. (2020). Turizm sohasida xalqaro malaka oshirish tizimlari va ularning ahamiyati. *Jahon Iqtisodiyoti va Diplomatiya Universiteti Ilmiy Jurnal*, 3(2), 58–64.

8. Karimov, I. (2021). Turizm sohasida kadrlar tayyorlash tizimini takomillashtirishning dolzarb masalalari. *O'zbekiston Turizm va Madaniy Meros Universiteti Ilmiy Jurnal*, 2(3), 45–52.

9. World Economic Forum. (2022). The future of jobs report 2022. <https://www.weforum.org/reports/the-future-of-jobs-report-2022>

Malika TOLIPOVA,
Professional ta'limni rivojlantirish instituti tayanch doktoranti

TURIZM XIZMATLARI SIFATINI OSHIRISHDA KASBIY TAYYORGARLIK VA TAYM-MENEJMENT TEXNOLOGIYALARINING INTEGRATSIYALASHGAN ROLI

Annotatsiya. Maqolada turizm xizmatlari sifatini oshirishda kasbiy tayyorgarlik va taym-menejment texnologiyalarining integratsiyalashgan roli tahlil qilingan. Xizmat ko'rsatish samaradorligini oshirish uchun vaqtni boshqarish va xodimlar o'rtasida samarali aloqa muhim ahamiyatga ega.

Kalit so'zlar: turizm xizmatlari, kasbiy tayyorgarlik, taym-menejment texnologiyalari, xizmat sifatini oshirish, vaqtni boshqarish, xodimlar aloqasi

Аннотация. Статья анализирует интегрированную роль профессиональной подготовки и технологий тайм-менеджмента в повышении качества туристических услуг. Эффективное управление временем и коммуникация между сотрудниками имеют ключевое значение для улучшения обслуживания.

Ключевые слова: туристические услуги, профессиональная подготовка, технологии тайм-менеджмента, повышение качества обслуживания, управление временем, коммуникация между сотрудниками

Annotation. The article analyzes the integrated role of professional training and time management technologies in improving the quality of tourism services. Efficient time management and communication among employees are crucial for enhancing service delivery.

Key words: tourism services, professional training, time management technologies, service quality improvement, time management, employee communication.

Turizm sohasi global miqyosda iqtisodiy va madaniy rivojlanishning muhim tarmog'iga aylangan. Bugungi kunda turizm xizmati faqat tashrif buyuruvchilarni qabul qilish bilan cheklanmay, balki ularning ehtiyojlarini maksimal darajada

qondirish, sifatli xizmat ko'rsatish va mijozlar bilan uzoq muddatli munosabatlar o'rnatish bilan bog'liqdir. Xizmatlar sifatini oshirish, turizm sanoatining muvaffaqiyatli va barqaror rivojlanishining asosiy omili hisoblanadi. Shu bois, turizm korxonalari va tashkilotlari samarali xizmat ko'rsatish orqali mijozlar sonini oshirish, raqobatbardoshligini ta'minlash va umuman sohaning rivojlanishiga o'z hissalarini qo'shishga intilishmoqda.

Xizmat ko'rsatish sifatini oshirishda eng muhim omil - bu yuqori malakali mutaxassislarni tayyorlashdir. Kasbiy tayyorgarlik, xodimlarning o'z vazifalarini puxta bajara olishlarini ta'minlash uchun zarurdir [3]. Biroq faqat malakali xodimlar bilan chegaralanish yetarli emas. Turizm sohasida xizmat ko'rsatishning samaradorligini oshirish uchun vaqtni samarali boshqarish, rejalashtirish va optimallashtirishni o'z ichiga olgan taym-menejment texnologiyalari ham zarurdir. Taym-menejment texnologiyalarining to'g'ri qo'llanishi, xodimlarning ish samaradorligini oshirish, mijozlarga tez va sifatli xizmat ko'rsatish imkonini yaratadi [1].

Shu nuqtai nazardan, kasbiy tayyorgarlik va taym-menejment texnologiyalarining integratsiyasi, turizm sohasida xizmat ko'rsatish sifatini oshirishda muhim strategik yondashuvni tashkil etadi. Ularning birgalikda qo'llanilishi turizm xodimlarining malakasini oshirish, ish jarayonlarini samarali rejalashtirish, mijozlarga yuqori darajadagi xizmat ko'rsatishni ta'minlashga imkon yaratadi [2].

Turizm xizmatlari ko'rsatilayotganda vaqtni samarali boshqarish muhim ahamiyatga ega, chunki bu mijozlarga taqdim etilayotgan xizmatlarning sifatiga bevosita ta'sir qiladi. Xizmat ko'rsatish jarayonlari odatda aniq rejalashtirilgan va tezkor bo'lishi kerak. Har bir xizmat turi yoki xizmatning o'ziga xos jarayoni, masalan, mehmonxonalarda ro'yxatdan o'tish, turistik ekskursiyalarni tashkil etish yoki restoranlarda ovqatlanish kabi faoliyatlar, ma'lum bir vaqt oralig'ida amalga oshirilishi lozim. Agar vaqt boshqaruvi yomon tashkil etilgan bo'lsa, bu mijozlarning kutish vaqtining uzayishiga, xizmat ko'rsatish sifatining pasayishiga va nihoyat, mijozlarning qoniqishsizligiga olib keladi [4].

Biroq, ko'plab turizm korxonalarida taym-menejment texnologiyalari to'g'ri rivojlanmagan yoki ular to'liq qo'llanilmayapti. Buning natijasida, xodimlar va rahbarlar o'rtasida samarali aloqa va koordinatsiya yo'qligi sababli, xizmat ko'rsatish jarayonlari o'z vaqtida va sifatli bajarilmaydi. Masalan, bir mehmonxona yoki turistik firma uchun kerakli resurslar va xodimlarning aniq vaqtda mavjudligini nazorat qilish muhimdir. Agar bu jarayon samarali boshqarilmasa, ba'zida mehmonlarga xizmat ko'rsatish kechikishi mumkin, yoki xodimlar o'rtasidagi noto'g'ri koordinatsiya tufayli bir xizmatni bir necha marta takrorlashga yoki boshqa noqulay holatlarni yuzaga keltirishga olib kelishi mumkin.

Bu holatlarning barchasi xizmat ko'rsatishning sifatini pasaytiradi va mijozlarga berilayotgan xizmatlarning umumiy samaradorligini kamaytiradi. O'rganishlar shuni ko'rsatadiki, vaqtni samarali boshqarishning yo'qligi turizm sohasidagi eng katta muammolardan biridir. Bu nafaqat ishchi va rahbarlarning vaqtni boshqarish qobiliyatining yetishmasligi, balki texnologik vositalarning qo'llanilmasligi yoki ularning yaroqsizligi bilan bog'liq ham bo'lishi mumkin [1].

Xodimlar va rahbarlar o'rtasidagi samarali aloqa va koordinatsiya yo'qligi, ayniqsa, xodimlar bir-biridan mustaqil tarzda ishlayotgan va turli smenalar bilan

ishlaydigan kompaniyalarda dolzarb bo'ladi. Bu muammo eng ko'p yirik mehmonxonalar va turistik agentliklarda uchraydi. Agar xodimlar o'rtasida yaxshi kommunikatsiya o'rnatilmasa, masalan, bir xodim mijozga xizmat ko'rsatish jarayonini boshqarishni boshlasa, ammo keyingi xodim uning ishini davom ettira olmasa, bu xizmat kechikishiga yoki sifat pasayishiga olib keladi.

Bundan tashqari, taym-menejment texnologiyalarining samarali qo'llanilmasligi, turizm korxonalarining o'zgaruvchan talablar va mijozlar ehtiyojlariga tez moslashuvini qiyinlashtiradi. Masalan, xizmatlarni onlayn ravishda rezervatsiya qilish tizimlari, mijozlarga xizmat ko'rsatishning avtomatlashtirilgan jarayonlari yoki mobil ilovalar yordamida xodimlar o'rtasidagi aloqa va resurslarni boshqarish tizimlari joriy etilishi kerak. Ushbu texnologiyalarni qo'llash vaqtini boshqarish, resurslarni taqsimlash va mijozlar ehtiyojlarini tezda qondirishni soddalashtiradi.

Shu sababli, taym-menejment texnologiyalarini joriy etish va ularni samarali ishlatish zarur. Bunda, har bir xodimning o'z vazifasini bilishi va belgilangan vaqt oralig'ida xizmatni yakunlashi kerak. Ayniqsa, raqamli texnologiyalar yordamida xizmat jarayonlarini monitoring qilish va real vaqtda tahlil qilish, xizmat ko'rsatishdagi har qanday kechikishlarni aniqlash va ularga tezda aralashish imkonini beradi. Bu nafaqat xizmat sifatini oshiradi, balki mijozlarning kutish vaqtini qisqartirish va ularni qoniqtirishga yordam beradi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Tolipova M.S Professional ta'lim muassasalari o'quvchilarini kasbiy faoliyatga tayyorlash pedagogik muammo sifatida. // O'zbekistonda professional ta'lim. – Toshkent, 2024. 2-son. B 60-63: ISSN 2181-3841.

2. Tolipova M.S O'quvchilarni kasbiy faoliyatga tayyorlashda "taym menejment" ni pedagogik texnologiya sifatida qo'llash. // Ta'lim, fan va innovatsiya. – Toshkent, 2023. 6-son. B 304-307 (13.00.00, №18).

3. Eshtayev A.A., Norchayev A.N., Ro'ziyev S.S. "O'zbekiston Respublikasida turizm xizmati va servis sohasini rivojlantirish yo'llari." Tashkent: TDIU, 2007. 38 bet.

4. Tolipova M.S Didactic conditions for preparing students for professional activities through "time management" technology // Ta'lim, fan va innovatsiya. – Toshkent, 2024. 4-son. B 21-24 (13.00.00, №18).

Наргиза ХАСАНОВА,

Тошкент Кимё халқаро университети катта ўқитувчиси

ТУРИЗМ СОҲАСИДА КАДРЛАР ТАЙЁРЛАШ ТИЗИМИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШДА КАСБИЙ ТАЪЛИМ ЎҚУВЧИЛАРИНИНГ АМАЛИЙ КЎНИКМАЛАРИНИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ АҲАМИЯТИ

Аннотация: Мақолада Ўзбекистонда туризм соҳасида кадрлар тайёрлаш тизimini такомиллаштиришда касбий таълим ўқувчиларининг амалий кўникмаларини ривожлантиришнинг аҳамияти кўриб чиқилган. Туризм

соҳасининг ривожланиши ва соҳага малакали мутахассислар тайёрлашнинг долзарблиги ўрганилган.

Калим сўзлар: туризм, касбий таълим, амалий кўникмалар, кадрлар тайёрлаш, замонавий педагогик технологиялар, халқаро тажриба, мутахассислар тайёрлаш, туризм ташкилотлари, таълим усуллари, дуал таълим.

Abstract: The article considers the importance of developing practical skills of vocational education students in improving the system of personnel training in the tourism sector in Uzbekistan. The development of the tourism sector and the relevance of training qualified specialists for the sector are studied.

Keywords: tourism, vocational education, practical skills, personnel training, modern pedagogical technologies, international experience, training of specialists, tourism organizations, educational methods, dual education.

Ўзбекистон иқтисодиётининг муҳим тармоқларидан бири бўлган туризм соҳасининг жадал ривожланиши малакали кадрлар билан таъминлаш масаласини долзарб вазифалардан бирига айлантирмоқда. Сўнгги йилларда туризм инфратузилмасини модернизация қилиш, янги туристик йўналишларни яратиш, хизмат кўрсатиш сифатини ошириш борасида сезиларли ишлар амалга оширилмоқда. Бироқ, бу борада эришилган ютуқларни мустаҳкамлаш ва янада ривожлантириш учун туризм соҳасида фаолият юритаётган мутахассисларнинг касбий маҳоратини ошириш, уларнинг амалий кўникмаларини ривожлантириш муҳим аҳамиятга эга.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019-йил 5-январдаги ПФ-5611-сон “Ўзбекистон Республикасида туризмни жадал ривожлантиришга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги Фармони [1] ва 13.08.2019 йилдаги ПФ-5781-сон “Ўзбекистон Республикасида туризм соҳасини янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги фармони [2] каби қатор меъёрий-ҳукукий ҳужжатлар туризм соҳасида кадрлар тайёрлаш тизимини такомиллаштириш, таълим сифатини ошириш, ўқув жараёнига замонавий технологияларни жорий этиш, касбий таълим муассасалари билан туризм ташкилотлари ўртасида ҳамкорликни кучайтиришга қаратилган.

Ушбу қарор ва фармонларда белгиланган вазифаларни амалга оширишда касбий таълим ўқувчиларининг амалий кўникмаларини ривожлантиришнинг аҳамияти беқиёсдир. Чунки, назарий билимлар амалиёт билан уйғунлашгандагина, бўлажак мутахассис ўз касбининг сир-асрорларини чуқур ўрганади, меҳнат бозорида рақобатбардош бўлади.

Шу нуктаи назардан, ушбу мақолада туризм соҳасида кадрлар тайёрлаш тизимини такомиллаштиришда касбий таълим ўқувчиларининг амалий кўникмаларини ривожлантиришнинг аҳамияти, мавжуд муаммолар ва уларни бартараф этиш йўллари, шунингдек, илғор халқаро тажрибалар таҳлил қилинади.

Туризм соҳасида кадрлар тайёрлаш тизимини такомиллаштириш, касбий таълим ўқувчиларининг амалий кўникмаларини ривожлантириш масалалари

Ўзбекистонлик олимлар ва тадқиқотчилар томонидан ҳам кенг ўрганилган. Ушбу тадқиқотлар натижалари туризм соҳасидаги таълим тизимини модернизация қилиш, ўқув жараёнига замонавий усулларни жорий этиш, амалиётга йўналтирилган таълимни кучайтириш бўйича тавсиялар ишлаб чиқишга хизмат қилмоқда. Тадқиқотчи олимлар С.Муминов [3], М.Толипова [4] ўз илмий тадқиқотларида туризм соҳасида кадрлар тайёрлашнинг замонавий йўналишларини таҳлил қилиб, ўқувчиларнинг касбий компетенциялари ва амалий кўникмаларини шакллантиришда «ёқтириш-ўрганиш» (learning-by-doing) усулининг самарадорлигини аниқлади. Унинг фикрича, мазкур усул туризм соҳасидаги амалиётни назарий билимлар билан боғлашда муҳим аҳамият касб этади, чунки бу талабаларни амалиётга йўналтириб, уларнинг муаммоларни ҳал қилиш қобилиятларини ривожлантиради. Никитина Н. [5], Ф.Абдуллаева [6], А.Т. Абдурахмонова [7], А. Омарова [8] лар ўз тадқиқотларида туризм соҳасида ўқитувчиларнинг профессионал компетенциялари ва ўқув жараёнидаги инновацион усулларни жорий этишга алоҳида эътибор қаратади. Унинг таъкидлашича, касбий таълим тизимини яхшилашда замонавий педагогик технологиялар, хусусан, «муаммоли таълим асосида ўқитиш» (PBL) методи муҳим аҳамиятга эга. Бу метод талабаларни муаммоларни ҳал қилишга йўналтириш, мустақил фикрлаш ва ижодий ёндошувларни ривожлантиришда самарали бўлгани маълум қилинган.

З.Т.Рахимов [9], З.Қ. Исмоилова [10], Ш.А. Раупова [11] ва И.Р. Умаровларнинг [12] тадқиқотларида эса туризм соҳасидаги инновацион ўқув методларининг аҳамиятига алоҳида эътибор берилган. Унинг таҳлилига кўра, замонавий технологиялар, айниқса, рақамли платформа ва онлайн таълим тизимлари туризм соҳасидаги кадрларни тайёрлашда самарали ишлатилиши мумкин.

Бу илмий тадқиқотлар ва муаллифларнинг натижалари, туризм соҳасида кадрлар тайёрлаш тизимини замонавий талабларга мослаштириш ва такомиллаштириш учун муҳим кўрсатмалар ва амалий тавсиялар беради. Уларнинг ишлаш усуллари ва концепциялари, замонавий педагогик принципларга асосланиб, ўқувчиларнинг касбий компетенциялари ва амалий кўникмаларини ривожлантиришга хизмат қилади.

Ҳозирги вақтда туризмда фаолият юритаётган кўплаб ташкилотлар ўз фаолиятлари учун мутахассислар тайёрлашда амалиётнинг аҳамиятини юқори баҳоламоқда. Меҳмонхона, сайёҳлик агентликлари ва бошқа туризм хизматлари тақдим этаётган ташкилотлар ўз ходимларининг амалий кўникмаларини доимий равишда ривожлантиришга эътибор қаратмоқда. Бу ўз навбатида туризм соҳасининг ўсишига туртки бўлиб хизмат қилади.

Шунингдек, туризмдаги амалий таълимнинг юқори сифатли бўлиши, талабаларни аниқ бир соҳада малакали ва компетент қилишни таъминлаши зарур. Бунда, соҳанинг ҳар бир жиҳатига оид амалий машғулотлар, реал иш муҳити ва замонавий технологияларни ўргатиш, талабалар учун имкониятларни кенгайтиради. Мисол учун, меҳмонхона хизматлари, саёҳатлар ташкил қилиш, туристик маҳсулотларни сотиш каби соҳаларда талабалар ўқув жараёнларида реал вазиятларга яқин амалий тажрибага эга бўлишлари керак.

Бундан ташқари, амалий таълимнинг муваффақияти фақат ўқув муассасаларининг сифатига боғлиқ эмас, балки туризм ташкилотлари билан яқин ҳамкорлик ўрнатишга ҳам боғлиқдир. Шундай қилиб, туризм ташкилотлари ва касбий таълим муассасалари ўртасидаги ҳамкорликни ривожлантириш талабаларни ҳақиқий иш муҳити билан таништиради ва уларни янги технологиялар ва методикаларга мослаштиради. Бу эса, ўз навбатида, туризм соҳасида хизматлар сифатининг ошишига, мижозлар талабларини қондиришга ёрдам беради.

Мавжуд муаммоларга келсак, касбий таълимнинг амалий жиҳатлари баъзан етарли даражада ишлаб чиқилмаган ёки унинг замонавий туризм талаблари билан мос келмаслиги мумкин. Бундан ташқари, баъзи ўқув дастурлари ва ўқув материаллари туризм соҳасидаги ўзгаришларга тезда жавоб бера олмайди. Бу ҳолат, ўз навбатида, тайёрланган мутахассисларнинг реал иш муҳитида тезда мослаша олишларига тўсқинлик қилиши мумкин. Шунинг учун, касбий таълим муассасаларида ўқув дастурлари ва методикаларни янгилаш, замонавий технологияларни ўргатиш, ўқувчиларни амалиётларга кенг жалб этиш зарур.

Илғор халқаро тажрибаларга келсак, кўплаб ривожланган давлатлар туризм соҳасида кадрлар тайёрлашни илғор технологиялар ва инновацион методлар билан мустаҳкамлашган. Мисол учун, Европа Иттифоқининг бир қатор давлатларида туризм соҳасидаги касбий таълим дуаллашган шаклда амалга оширилмоқда, яъни ўқувчилар ўз вақтларининг бир қисмини ўқув муассасасида, қолган қисмини эса туризм ташкилотларида амалиётда ўтказадилар. Бу модел талабаларга нафақат назарий билим, балки реал иш муҳитида амалий тажриба ҳам тақдим этади. Бундай тизим Ўзбекистонда ҳам жорий этилиши лозим, чунки у ўзаро ҳамкорликни кучайтиради ва талабаларни тайёрлаш жараёнини самарали қилади.

Туризм соҳасида кадрлар тайёрлаш тизимини такомиллаштиришда касбий таълим ўқувчиларининг амалий кўникмаларини ривожлантириш муҳим аҳамиятга эга. Ўзбекистон Республикасининг туризмни ривожлантиришга оид ҳужжатларида белгиланган вазифалар, шу жумладан касбий таълимнинг сифатини ошириш, ўқув жараёнига замонавий технологияларни жорий этиш ва туризм ташкилотлари билан ҳамкорликни кучайтириш мақсадида амалга оширилаётган чоралар, амалий таълимнинг самарасини оширишга катта туртки бермоқда.

Мақолада таҳлил қилинганидек, амалий таълимнинг аҳамияти, талабаларни ишга тайёрлашда ва меҳнат бозорида рақобатбардош мутахассисларни тайёрлашда муҳим рол ўйнайди. Назарий билимларни амалиёт билан уйғунлаштириш, талабалар учун туризм соҳасидаги янги талаблар ва хизмат кўрсатиш меъёрларига мослашишга имкон беради. Бу эса, ўз навбатида, туризм секторидаги хизматларнинг сифатини оширади ва соҳанинг глобал рақобатбардошлигини кучайтиради.

Бундан ташқари, туризм ташкилотлари билан таълим муассасалари ўртасида ҳамкорликнинг кучайиши, талабаларни реал иш муҳитига яқинлаштиради ва уларни туризмнинг турли йўналишларида юқори малакали

мутахассислар сифатида тайёрлаш имкониятини яратади. Бу жараён касбий таълим муассасаларининг замонавий талаблар асосида янгиланиши ва ўқув дастурларининг ўзгарувчан талаблар билан мослашишини таъминлайди.

Шу билан бирга, мавжуд муаммоларни ҳал қилиш ва илғор халқаро тажрибалардан фойдаланган ҳолда, Ўзбекистонда туризм соҳасида кадрлар тайёрлаш тизимини янада такомиллаштириш мумкин. Дуаллашган таълим тизими, халқаро тажриба ва амалиётга асосланган ўқув жараёнларини кенгайтириш орқали, туризм мутахассисларини тайёрлашда юқори самарадорликка эришиш мумкин.

Туризм соҳасида кадрлар тайёрлаш тизимини такомиллаштиришда касбий таълим ўқувчиларининг амалий кўникмаларини ривожлантириш беқиёс аҳамиятга эга. Ўзбекистоннинг туризм саноатининг жадал ривожланиши учун малакали ва рақобатбардош мутахассислар зарур, ва бундай мутахассисларни тайёрлашда амалий таълимнинг ўрни жуда катта. Касбий таълим ўқувчиларини амалиётга йўналтириш, уларнинг реал иш муҳити билан танишишини таъминлаш, замонавий технологияларни ўргатиш ва туризм ташкилотлари билан ҳамкорликни кучайтириш талабалар учун юқори сифатли таълим олиш имкониятларини яратади.

Шу билан бирга, Ўзбекистон Республикасининг туризмни ривожлантиришга қаратилган фармон ва қарорлари амалий таълимни янада кучайтириш, кадрлар тайёрлаш жараёнини замонавий талаблар асосида ташкил этиш зарурлигини кўрсатмоқда. Бу эса, ўз навбатида, туризм секторидаги хизматлар сифатини оширади ва соҳанинг глобал рақобатбардошлигини таъминлайди.

Натижада, амалий таълим тизимини мустаҳкамлаш, халқаро тажрибаларни инобатга олиб, туризм соҳасидаги ўқув дастурларини замонавийлаштириш Ўзбекистоннинг туризм саноатини янада ривожлантиришга хизмат қилади. Бунинг учун туризм ташкилотлари ва касбий таълим муассасалари ўртасидаги ҳамкорликни кенгайтириш, ўқув жараёнларига реал иш муҳити ва амалиётларни қўшиш муҳим аҳамиятга эга. Бу йўналишдаги ишлар давом эттирилса, Ўзбекистонда туризм соҳасидаги кадрлар тайёрлаш тизими самарали ва рақобатбардош бўлиши таъминланади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 5 январдаги ПФ-5611-сон Фармони “Ўзбекистон Республикасида туризмни жадал ривожлантиришга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”.

2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 13 августдаги ПФ-5781-сон Фармони “Ўзбекистон Республикасида туризм соҳасини янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”.

3. Муминов С. “Туризм соҳасида кадрлар тайёрлашда инновацион ёндашувлар”. – Тошкент: Туризм илмий маркази, 2021.

4. Толипова М. “Касбий таълимда амалий кўникмаларни ривожлантиришнинг ўзига хос хусусиятлари”. // “Педагогика ва психология” журнали, №3, 2022.

5. Никитина Н. “Туризм таълимида дуал тизимни жорий этиш

имкониятлари”. // “Касбий таълим” журнари, №2, 2021.

6. Абдуллаева Ф. “Замонавий педагогик технологияларнинг туризм таълимида қўлланилиши”. – Т.: Илм, 2020.

7. Абдурахмонова А.Т. “Проблемали ўқитиш усули ва унинг туризм таълимидаги аҳамияти”. // “Ижтимоий фанлар” журнари, №1, 2022.

8. Омарова А. “Касбий таълимда компетенцияга асосланган ёндашувлар”. – Т.: Фан, 2019.

9. Рахимов З.Т. “Туризм соҳасида кадрлар тайёрлаш: муаммо ва ечимлар”. // “Иқтисодийёт ва таълим” журнари, №4, 2021.

10. Исмоилова З.Қ. “Инновацион таълим технологиялари ва туризм соҳаси”. // “Ўқитувчи” нашри, Тошкент, 2020.

11. Раупова Ш.А. “Туризмда амалий таълимни ташкил этишнинг самарали усуллари”. // “Илм ва тараққиёт” журнари, №2, 2021.

12. Умаров И.Р. “Касбий таълимни ривожлантиришда халқаро тажрибаларнинг аҳамияти”. – Тошкент: Туризмни ривожлантириш агентлиги нашри, 2022.

Munavvar XUSNIDDINOVA,
Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti doktoranti

O‘ZBEKISTONDA TURIZM TA’LIMINI RAQAMLASHTIRISH: TEKNOLOGIK YONDASHUVLAR VA RIVOJLANISH ISTIQBOLLARI

Аннотатсия. Мақоллада О‘zbekistonda turizm ta’limini raqamlashtirish yo‘nalishlari, mavjud texnologik imkoniyatlar va global tajriba asosida joriy etish istiqbollari tahlil qilinadi. Texnologiyaga asoslangan ta’lim yondashuvlari – MOOC, simulyatsiya, mobil ta’lim, mikro-sertifikatlar va e-baholash tizimlari asosida O‘zbekiston oliy ta’lim tizimi uchun mos integratsion model taklif etiladi. Shuningdek, ilg‘or xorijiy universitetlar tajribasi, mahalliy infratuzilma va talaba ehtiyojlari asosida raqamli platformalarni bosqichma-bosqich joriy etish yo‘llari ko‘rib chiqiladi.

Калит со‘злар: Raqamli ta’lim, Onlayn ta’lim platformasi, Mobil o‘quv platformalari, Simulyatsion ta’lim, E-Baholash, Turizmда raqamlashtirish, Mikro-sertifikat, Innovatsion pedagogika, Onlayn kurslar

Аннотация. В статье рассматриваются направления цифровизации образования в сфере туризма в Узбекистане, анализируются существующие технологические возможности и перспективы внедрения на основе международного опыта. Предлагается интеграционная модель, адаптированная для системы высшего образования Узбекистана, основанная на таких подходах, как MOOC, симуляции, мобильное обучение, микросертификаты и электронная оценка. Также рассматриваются поэтапные пути внедрения цифровых платформ с учетом опыта ведущих зарубежных вузов, инфраструктуры и потребностей студентов.

Ключевые слова: Цифровое образование, Онлайн-платформа обучения,

Мобильное обучение, Симуляционное обучение, Электронная оценка, Цифровизация туризма, Микросертификат, Инновационная педагогика, Онлайн-курсы.

Abstract. *This article analyzes the directions of digitalization in tourism education in Uzbekistan, focusing on current technological capabilities and the prospects of implementation based on global experience. An integrative model tailored for Uzbekistan's higher education system is proposed, drawing on technology-enabled learning approaches such as MOOCs, simulations, mobile learning, micro-credentials, and e-assessment systems. The study also explores phased implementation of digital platforms, considering leading international practices, local infrastructure, and student needs.*

Keywords: *Digital education, Online learning platform, Mobile learning, Simulation-based education, E-assessment, Digitalization in tourism, Micro-credentials, Innovative pedagogy, Online courses.*

So'nggi yillarda raqamli texnologiyalar barcha sohalarda bo'lgani kabi, turizm sohasidagi ta'lim tizimida ham keskin o'zgarishlarga sabab bo'lmoqda. Ayniqsa, pandemiya davrida an'anaviy dars shakllarining o'rnini masofaviy, mobil va gibrid ta'lim usullari egalladi. Deng va Benckendorff (2022) qayd etishlaricha, zamonaviy turizm ta'limi simulatsiyalar, mobil ta'lim vositalari, hamda onlayn ta'lim platformalari (MOOC) orqali amalga oshirilmoqda. Bular esa o'quvchi tajribasini shaxsiylashtirish, ta'limga bo'lgan qamrovni kengaytirish va kompetensiya asosidagi o'qitishni yo'lga qo'yishga xizmat qiladi²⁴⁵. Bu yondashuv shuni ko'rsatadiki, raqamli texnologiyalar nafaqat ta'lim jarayonini soddalashtiradi, balki uni interaktiv, moslashuvchan va shaxsga yo'naltirilgan shaklga aylantiradi. Ayniqsa turizm sohasida bu juda muhim, chunki bu yo'nalish nafaqat nazariy bilim, balki ko'p jihatdan amaliy ko'nikmalar, xizmat sifati, va mijoz bilan bevosita muloqot talab qiladi. Simulyatsiya va mobil ta'lim vositalari bu ehtiyojni qoplaydi, onlayn ta'lim platformalari esa bilim olish imkonini ijtimoiy-iqtisodiy to'siqlarsiz keng auditoriyaga taqdim etadi. Shu bois, bunday texnologiyalarni bosqichma-bosqich O'zbekiston ta'lim tizimiga integratsiyalash, raqamli savodxonlik va metodik moslashtirish orqali keng qamrovli va barqaror ta'lim modelini yaratishga xizmat qilishi mumkin.

Keng ommaga ochiq onlayn kurslar (MOOC) – akkreditatsiyadan o'tgan oliy o'quv yurtlari va tashkilotlar tomonidan ishlab chiqilgan va taqdim etiladigan, yoshi, jinsi, geografik joylashuvi yoki ma'lumot darajasidan qat'i nazar, aqlli qurilma va internetga ega bo'lgan har bir kishi ishtirok etishi mumkin bo'lgan ochiq, keng ko'lamli vebga asoslangan kurslar deb ta'riflanadi²⁴⁶. Onlayn ta'lim platformalari – ya'ni keng ommaga ochiq onlayn kurslar – turizm sohasida bilim olishni mustaqil qiluvchi vosita sifatida shakllangan. Deng va Benckendorff (2022) ta'kidlaganidek, bu kurslar qatnashchilarni yosh, jins, geografik hudud va ta'lim darajasidan qat'i

²⁴⁵ Deng, R., & Benckendorff, P. (2022). Technology-Enabled Learning. In Z. Xiang, M. Fuchs, U. Gretzel, & W. Höpken (Eds.), *Handbook of e-Tourism* (1687–1709 b.).

²⁴⁶ Deng R, Benckendorff P, Gannaway D (2019) Progress and new directions for teaching and learning in MOOCs. *Comput Educ* 129:48–60

nazar birlashtiradi, chunki platformalar ochiq, bepul va o‘z-o‘zini boshqarishga asoslangan. O‘zbekiston kabi rivojlanayotgan davlatlarda onlayn ta’lim platformalaridan foydalanish orqali turizm ta’limini demokratlashtirish mumkin. Biroq bu imkoniyatlar faqat internetga ulanish, til bilimi va o‘zini o‘zi boshqarish ko‘nikmalari mavjud bo‘lgandagina to‘liq ishlaydi. Demak, bunday platformalarni joriy qilishdan oldin lokalizatsiya va texnik tayyorgarlik talab etiladi. Coursera, edX, Udacity va FutureLearn kabi platformalarda turizm va mehmondo‘stlik yo‘nalishida 20 dan ortiq kurslar faoliyat yuritmoqda.

Simulyatsiyalar esa real vaziyatlarni takrorlovchi interaktiv ta’lim modellaridir. Simulyatsiyalar o‘quvchilarning faolligi, qiziqishi va qoniqish darajasini oshiradi, ularni real hayotga yaqin, lekin xavf-xatarsiz raqobat muhitiga jalb etadi. Bu jarayon orqali o‘quvchilar noaniqlik sharoitida ishlash, strategik fikrlash va qaror qabul qilish kabi yuqori darajadagi ko‘nikmalarni shakllantiradi. Bundan tashqari, simulyatsiyalar jamoaviy asosda o‘rganishga qulay muhit yaratadi va bu ko‘nikmalar biznes sohasida ayniqsa qadrlanadi²⁴⁷. Simulyatsion yondashuvlar nazariy bilimlarni amaliy vaziyatlarga bog‘lash imkonini beradi. Bu ayniqsa turizmda mijozlar bilan muomala, konfliktli holatlar va xizmatlarni boshqarish bo‘yicha juda samarali hisoblanadi. O‘zbekiston ta’lim tizimida bu metod hali keng tatbiq etilmagan, shuning uchun uning infratuzilmasini yaratish va simulyatsion modellarni ishlab chiqish strategik ustuvor yo‘nalishlardan biri bo‘lishi lozim.

Mobil ta’lim esa – o‘quvchilarni istalgan joyda va vaqtda o‘rganishga jalb etuvchi metoddir²⁴⁸. Ayniqsa, pandemiya davrida mobil platformalar orqali ta’lim olish imkoniyatlari kengaydi. Mobil qurilmalar (smartfon, planshet) yordamida ta’lim jarayonini istalgan joyda olib borish imkoniyati mavjud. Bu metod O‘zbekiston sharoitida ayniqsa ahamiyatli, chunki ko‘plab talabalar yarim stavkali ishlarda bo‘lishi mumkin. Shu bois ularning darsga qatnashishdagi moslashuvchanlikni oshiruvchi mobil platformalar (Telegram bot, Moodle mobile, Zoom) imkoniyatlarini kengaytirish zarur.

Avstraliya, Singapur, kabi mamlakatlar turizm ta’limi jarayonlariga onlayn ta’lim platformalari va simulyatsiyalarni muvaffaqiyatli joriy etgan. Masalan, Avstraliyadagi Queensland universiteti tomonidan ishlab chiqilgan “Tourism and Travel Management” kursi soha bo‘yicha nafaqat talabalar, balki sanoat vakillari va davlat hamkorlarini ham qamrab oldi. Shuningdek, Hong Kong Polytechnic University tomonidan taqdim etilgan "International Hospitality Management MicroMasters" dasturi, turizm va mehmondo‘stlik sohasida kasbiy kompetensiyalarni oshirishga qaratilgan.

Texnologiya yordamida kuchaytirilgan baholash ochiq va masofaviy ta’lim muhitlarida ko‘plab o‘quvchilar guruhlarini baholashda muhim rol o‘ynaydi²⁴⁹. Masofaviy ta’lim formatlarida – xususan onlayn ta’lim platformalari va onlayn universitet kurslarida talabalarning katta guruhini adolatli va samarali baholash

²⁴⁷ Buil I, Catalán S, Martínez E (2018) Exploring students’ flow experiences in business simulation games. *J Comput Assist Learn* 34(2):183–192

²⁴⁸ Deng, R., & Benckendorff, P. (2022). Technology-Enabled Learning. In Z. Xiang, M. Fuchs, U. Gretzel, & W. Höpken (Eds.), *Handbook of e-Tourism* (1687–1709 b.).

²⁴⁹ Singh UG, de Villiers MR (2017) An evaluation framework and instrument for evaluating e-assessment tools. *Int Rev Res Open Distrib Learn* 18(6):164–185

imkoniyatlarini ochadi. O‘zbekistonda raqamli baholash tizimlarini kengaytirish, ayniqsa, katta auditoriyalarga ega bo‘lgan kollej va universitetlarda ta’lim sifatini nazorat qilishda strategik ahamiyat kasb etadi. Ta’lim muassasalarida e-baholashni multi-modulli formatda –ya’ni testlar, loyiha ishi, simulyatsion mashqlar va og‘zaki muhokamalar kombinatsiyasi asosida joriy etish tavsiya etiladi.

Yaqin yillarda MOOC platformalarida mikro-sertifikatlar markaziy o‘rin egallaydi, bu esa o‘quvchilarga o‘z o‘quv yo‘nalishini mustaqil tanlash imkonini beradi²⁵⁰. O‘zbekistonda turizm bo‘yicha maxsus mikro-kurslar ishlab chiqilsa, bu nafaqat milliy mutaxassislar tayyorlashni jadallashtiradi, balki xalqaro hamkorlik va eksport salohiyatini oshiradi. Masalan, Coursera yoki edX kabi platformalarda O‘zbekistonga xos “Silk Road Tourism”, “Ziyorat Tourism Management” kabi kurslarni ishlab chiqish va xalqaro hamkorlar bilan birgalikda yo‘lga qo‘yish imkoniyati mavjud. Shu bilan birga, mikro-o‘rganish asosida mahalliy turistik marshrutlar, xizmat standartlari, mehmondo‘stlik etikasi bo‘yicha darslar yaratish istiqbolli yo‘nalishlardan biri bo‘lib xizmat qiladi.

O‘zbekiston turizm ta’limini raqamlashtirish zamonaviy yondashuvlarni integratsiyalash orqali nafaqat milliy ta’lim sifatini oshirishi, balki xalqaro mehnat bozorida raqobatbardosh mutaxassislar tayyorlash imkoniyatini kengaytiradi. Onlayn ta’lim platformalari, simulyatsiyalar, mobil ta’lim va baholash tizimlari bilan boyitilgan zamonaviy turizm o‘quv muhitlari kelajakda “raqamli turizm muxassislari” va amaliyotchilarini yetishtirishda muhim poydevor bo‘lib xizmat qiladi. Ushbu yondashuvlarni muvaffaqiyatli joriy etish uchun internet qamrovi va mobil platformalarga mos ta’lim jarayonini raqamli boshqarish tizimi ya’ni o‘quvchilar va o‘qituvchilar o‘rtasidagi onlayn dars, topshiriq, baholash, resurslar almashinuvi va aloqani tashkil etuvchi maxsus platformasini yaratish; pedagoglarning raqamli savodxonligi va metodik malakasini kuchaytirish; O‘zbekistonga xos turizm modullari, “Silk Road Tourism” kabi kurs loyihalari, mikro-sertifikatlar ishlab chiqish muhim yo‘nalishlar bo‘lib xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati

1. Buil I, Catalán S, Martínez E (2018) Exploring students’ flow experiences in business simulation games. *J Comput Assist Learn* 34(2):183–192
2. Deng R, Benckendorff P, Gannaway D (2019) Progress and new directions for teaching and learning in MOOCs. *Comput Educ* 129:48–60
3. Deng, R., & Benckendorff, P. (2022). Technology-Enabled Learning. In Z. Xiang, M. Fuchs, U. Gretzel, & W. Höpken (Eds.), *Handbook of e-Tourism* (1687–1709 b.).
4. Singh UG, de Villiers MR (2017) An evaluation framework and instrument for evaluating e-assessment tools. *Int Rev Res Open Distrib Learn* 18(6):164–185.

²⁵⁰ Deng, R., & Benckendorff, P. (2022). Technology-Enabled Learning. In Z. Xiang, M. Fuchs, U. Gretzel, & W. Höpken (Eds.), *Handbook of e-Tourism* (1687–1709 b.).

MIRZAYEV A.T., i.f.d, professor,
Farg‘ona davlat universiteti “Iqtisodiyot va servis” kafedrası muduri
Diyoraxon NE‘MATOVA,
Farg‘ona davlat universiteti magistranti

XALQARO HAMKORLIKNI SANOAT VA TURIZM O‘RTASIDA UZVIY BOG‘LAYDIGAN MEXANIZMLARNI RIVOJLANTIRISH YO‘LLARI

Annotatsiya. Mazkur maqolada sanoat va turizm tarmoqlari o‘rtasida xalqaro hamkorlik asosida integratsiyalashgan rivojlanish mexanizmlari, mavjud salohiyat va istiqbollar tahlil qilinadi. Sanoatning eksportga yo‘naltirilgan tarmoqlari va sanoat turizmi konsepsiyasi asosida iqtisodiy o‘rishga xizmat qiladigan hamkorlik mexanizmlarini shakllantirish bo‘yicha takliflar beriladi.

Kalit so‘zlar: sanoat, turizm, xalqaro hamkorlik, sanoat turizmi, eksport, innovatsion klasterlar.

Аннотация. В данной статье анализируются механизмы интеграционного развития между промышленными и туристическими отраслями на основе международного сотрудничества, а также существующий потенциал и перспективы. На основе концепции промышленного туризма и экспортно-ориентированных отраслей промышленности предлагаются рекомендации по формированию механизмов сотрудничества, способствующих экономическому росту.

Ключевые слова: промышленность, туризм, международное сотрудничество, промышленный туризм, экспорт, инновационные кластеры.

Annotation. This article analyzes mechanisms for integrated development between the industrial and tourism sectors based on international cooperation, along with existing potential and future prospects. Based on the concept of industrial tourism and export-oriented industrial sectors, the article presents proposals for shaping cooperation mechanisms that contribute to economic growth.

Keywords: industry, tourism, international cooperation, industrial tourism, export, innovation clusters.

Jahon miqyosida turizm va sanoat tarmoqlari o‘rtasida uzviy bog‘liqlik tobora kuchayib bormoqda. Rivojlangan mamlakatlar tajribasi shuni ko‘rsatadiki, turizm orqali sanoat mahsulotlarini targ‘ib qilish, sanoat infratuzilmasini sayyohlarga ko‘rsatish (industrial tourism), hamda ekskursiyalar orqali milliy brendni yaratish mumkin. O‘zbekiston uchun ham bu yo‘nalishdagi xalqaro hamkorlikni rivojlantirish iqtisodiy diversifikatsiya va eksport salohiyatini oshirishda muhim vosita bo‘la oladi.

Sanoat va turizm o‘zaro quyidagi yo‘nalishlarda bog‘lanadi: Sanoat turizmi: yirik sanoat korxonalariga ekskursiyalar, texnologik jarayonlar bilan tanishtirish. Mahalliy mahsulotlarni targ‘ib qilish: hunarmandchilik, oziq-ovqat, yengil sanoat mahsulotlarini sayyohlar orasida reklama qilish. Brendlashtirish va marketing: turizm orqali milliy sanoat mahsulotlarining xalqaro bozorlarda tanitilishi.

Turizm va sanoat integratsiyasida xalqaro hamkorlik quyidagi mexanizmlar orqali rivojlantirilishi mumkin:

a) UNIDO, UNESCO, GIZ kabi tashkilotlar bilan hamkorlikda sanoat obyektlarini turistik obyektga aylantirish loyihalari;

b) Turistik festivallarda sanoat mahsulotlarini targ'ib qilish orqali eksklyuziv mahsulotlarni eksport qilish imkoniyatlarini yaratish;

c) Turizm va sanoatni yagona innovatsion hududlarda uyg'unlashtirish (misol: Turizm–sanoat texnoparklari);

d) Mehmonxona menejmenti, dizayn, savdo-marketing yo'nalishlarida sanoat va turizm sohalarini birlashtirgan xalqaro o'quv dasturlarini joriy etish.

Toshkent, Samarqand, Buxoro kabi yirik shaharlarda sanoat turizmi obyektlarini yaratish (masalan, ip gazlama, keramika, vinzavodlar). Har yili o'tkaziladigan "Made in Uzbekistan" va "Tourism Week" tadbirlarini yagona platformada birlashtirish. Turistik infratuzilmani rivojlantirish bilan birga, sanoat ob'ektlari infratuzilmasini ham moslashtirish. Xorijiy investorlar uchun sanoat va turizmni birlashtirgan investitsion paketlarni taklif etish. Yevropa va Osiyo davlatlari bilan xalqaro sanoat-turizm forumlari tashkil etish.

Bugungi kunda turizm sanoati tez rivojlanayotgan va global miqyosda katta o'zgarishlar yuz berayotgan soha bo'lib, raqamli texnologiyalar va smart turizm platformalarining joriy etilishi bu o'zgarishlarni yanada chuqurlashtirib, sektorda samaradorlikni oshirishga katta yordam bermoqda. Turizm sanoatida raqamli texnologiyalarni integratsiyalash va yangi smart platformalar yaratish orqali xizmatlar sifatini yaxshilash, jarayonlarni soddalashtirish va foydalanuvchilarga individual xizmatlar taqdim etish imkoniyatlari oshdi.

Biroq ushbu o'zgarishlar va innovatsiyalarni samarali amalga oshirishda ba'zi muammolar ham yuzaga kelmoqda:

Texnologik yangi yondashuvlar. Raqamli texnologiyalar, masalan, onlayn bron qilish tizimlari, mobil ilovalar, sun'iy intellekt, virtual haqiqat (VR) va kengaytirilgan haqiqat (AR), turizm xizmatlarini shaxsiylashtirishda va sayohatni rejalashtirishda foydalanuvchilarga katta qulayliklar yaratmoqda. Bu texnologiyalar yordamida sayohatchilar o'z sayohatlarini internet orqali rejalashtirishi, onlayn mehmonxona rezervatsiyasi va transport xizmatlarini tanlashi mumkin. Shuningdek, mobil ilovalar orqali sayohatchilar har bir turistik joy haqida real vaqt ma'lumotlari olishadi. Smart turizm platformalari esa bu xizmatlarni bitta tizimda birlashtiradi va foydalanuvchiga qulay tarzda taqdim etadi.

Samaradorlikni oshirish. Raqamli texnologiyalar turizm xizmatlarini soddalashtirishga yordam beradi. Masalan, onlayn tizimlar yordamida sayohat rejalashtirish jarayonida vaqt va mablag' tejash mumkin. Raqamli platformalar xizmatlarning tezligi, mavjudligi va sifatini oshiradi. Mijozlarga individual ehtiyojlarga mos xizmatlar ko'rsatish orqali ular uchun aniq va qoniqarli sayohat tajribasini yaratadi. Bu, o'z navbatida, turizm sanoatining umumiy samaradorligini oshiradi. Statistika ko'rsatishicha, onlayn bron qilish tizimlari orqali sayohatlar soni sezilarli darajada oshgan va bu raqamlar yil sayin yuqoriga ko'tarilmoqda.

Tizimlar integratsiyasi va yagona platformalar. Raqamli texnologiyalarni turizm sanoatida muvaffaqiyatli qo'llash uchun tizimlar integratsiyasining muhimligi e'tiborga olinishi kerak. Smart turizm platformalari mehmonxona rezervatsiyasidan tortib, sayohatning barcha bosqichlarini qamrab olgan yagona tizim yaratishga imkon

beradi. Boshqa sohalarda bu kabi tizimlar samarali ishlayotganini ko'rish mumkin, ammo turizmda bu tizimlarni joriy qilishda ko'plab texnik va operatsion muammolar mavjud. Masalan, turizm xizmatlarining ko'pligi va xilma-xilligi, shuningdek, foydalanuvchi ma'lumotlarini xavfsizligi va himoya qilish masalalari dolzarb hisoblanadi.

Mijozlar tajribasi. Turizm sanoatida mijozlar tajribasi katta ahamiyatga ega. Raqamli texnologiyalar yordamida sayohatchilar o'z ehtiyojlariga moslashtirilgan xizmatlar olishadi. Biroq, ba'zida foydalanuvchilar uchun texnologik yechimlar murakkab bo'lishi yoki mavjud texnologiyalar bir-biri bilan integratsiya qilinmagan bo'lishi mumkin. Bu holat esa, mijozlar uchun murakkabliklar yaratishi va xizmatlar samaradorligini pasaytirishi mumkin.

Turizm sanoatida raqamli texnologiyalar va smart turizm platformalari samaradorlikni oshirishda katta imkoniyatlar yaratadi. Raqamli platformalar orqali mijozlarga individual xizmatlar taqdim etish, vaqtni tejash, va jarayonlarni soddalashtirish mumkin. Bu xizmatlar o'z navbatida, sektorda raqobatni kuchaytiradi va kompaniyalarga yangi mijozlarni jalb qilish imkonini beradi. Biroq, turizm sanoatida raqamli transformatsiyani amalga oshirishda to'siqlar va muammolar ham mavjud. Ayniqsa, texnologiyalarni birlashtirishda va tizimlar o'rtasidagi integratsiyani amalga oshirishda ba'zi qiyinchiliklar mavjud.

Sanoat va turizm o'rtasidagi uzviy bog'liqlik iqtisodiy o'sishni tezlashtiruvchi omil sifatida e'tirof etilmoqda. Xalqaro hamkorlik asosida bu ikki tarmoqni integratsiyalashgan tarzda rivojlantirish orqali O'zbekiston sanoati mahsulotlarining eksporti kengayadi, sayyohlik salohiyati oshadi va hududlar ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishiga turtki bo'ladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. O'zbekiston Respublikasi Turizm va madaniy meros vazirligi (2023). Turizmni rivojlantirish strategiyasi. Toshkent.
2. GIZ Uzbekistan (2022). Sustainable Industry and Tourism Integration Projects. Tashkent.
3. O'zbekiston Respublikasi Investitsiyalar, sanoat va savdo vazirligi (2023). Sanoat tarmoqlarining eksport salohiyati.

Zahroxon ADHAMJONOVA,
O'zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi talabasi
Ilmiy rahbar: Uktam JIYANOV,
O'zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi katta o'qituvchisi

TURIZM SOHASIDA KADRLAR TAYYORLASH TIZIMINI TAKOMILLASHTIRISH VA XALQARO HAMKORLIKNI KENGAYTIRISH IMKONIYATLARI

Annotatsiya. Ushbu maqolada turizm sohasida kadrlar tizimini takomillashtirish masalalari va xalqaro hamkorlikni yanada kengaytirish imkoniyatlari tahlil qilingan. Bugungi globallashuv jarayonida turizm sohasida

malakali mutaxassislarni tayyorlash muhim omil sifatida ko'rilmoqda. Shu maqsadda zamonaviy ta'lim standartlari, xorijiy tajriba va innovatsion yondashuvlar imkoniyatlari o'rganilib, ularni milliy ta'lim tizimiga kiritish yo'llari taklif etilgan. Xalqaro hamkorlikni kengaytirish orqali turizm sohasidagi korxonalar o'rtasida o'zaro aloqalarni rivojlantirish va amalda joriy etish istiqbollari yoritilgan.

Kalit so'zlar. Turizm, kadrlar tizimi, xalqaro hamkorlik, dual ta'lim, amaliy va nazariy bilimlar, zamonaviy texnologiyalar.

Аннотация: В статье рассматриваются вопросы совершенствования системы подготовки кадров в сфере туризма, внедрения современных образовательных стандартов, а также расширения международного сотрудничества. В условиях глобализации подготовка квалифицированных специалистов рассматривается как один из ключевых факторов развития туризма. С этой точки зрения изучен зарубежный опыт, инновационные подходы и возможности дуального образования, предложены пути их интеграции в национальную систему образования. Освещены перспективы установления и развития практического взаимодействия между организациями туристической отрасли на основе международного сотрудничества.

Ключевые слова: Туризм, система подготовки кадров, международное сотрудничество, дуальное образование, практические и теоретические знания, современные технологии.

Abstract: This article analyzes the issues of improving the personnel training system in the tourism sector and expanding opportunities for international cooperation. In the context of globalization, the training of qualified specialists is considered a key factor in the development of tourism. To this end, modern educational standards, international experience, and innovative approaches have been studied, and ways of integrating them into the national education system are proposed. The article also highlights the prospects for developing practical cooperation between tourism enterprises through expanded international collaboration.

Keywords: Tourism, personnel training system, international cooperation, dual education, practical and theoretical knowledge, modern technologies.

Bugungi kunda turizm iqtisodiyotning eng tez rivojlanayotgan va yuqori daromad keltiruvchi sohalaridan biriga aylanmoqda. Turizm nafaqat iqtisodiy daromad manbai, balki madaniy almashinuv, xalqlar o'rtasida do'stona munosabatlarni shakllantiruvchi va mustahkamlovchi ijtimoiy vosita sifatida ham muhim ahamiyat kasb etmoqda. Dunyo bo'ylab har yili milliardlab odamlar sayohat qiladi va bu mamlakatlarda yalpi ichki mahsulotning 10,5% ni tashkil etadi. Shu o'rinda, har beshinchi yangi ish o'rni turizm sohasiga to'g'ri kelmoqda. Jahonning 38% mamlakatida turizm davlat byudjetining asosiy manbai, 83% da esa beshta asosiy manbaning biri hisoblanadi. O'zbekiston ham so'nggi yillarda turizmni rivojlantirishga alohida e'tibor qaratmoqda. Sohaga oid yangi qonun va qarorlar qabul qilinib, mamlakatimizda turizm infratuzilmasini rivojlantirish, tarixiy-madaniy yodgorliklarni tashkil etish va rivojlantirish, yurtimizda turistlar oqimini ko'paytirish

maqsadida ko‘plab ishlar amalga oshirilmoqda. Turizm sohasini rivojlantirish avvalo, turizm sohasidagi hamkorlikning samarali yo‘lga qo‘yilishi va kadrlar tayyorlashning sifatiga chambarchas bog‘liq. Turizm sohasidagi kadrlarning asosida kishi, ya‘ni “inson omili” yotadi hamda uning rivoji ta‘lim sohasining taraqqiyoti bilan bog‘liq.

Hozirgi globallashuv sharoitida turizm sohasida kadrlar tayyorlash tizimini xalqaro standartlar asosida takomillashtirish, xorijiy tajriba va hamkorliklardan samarali foydalanish nihoyatda muhim hisoblanadi. Bugungi kunda O‘zbekistonning ko‘plab oliy ta‘lim muassasalarida turizm yo‘nalishida bakalavriat va magistratura dasturlari faoliyat yuritmoqda. Shuningdek, mamlakatimiz prezidenti Sh.Mirziyoyevning 2024-yil 18-iyul PQ-269-son qaroriga muvofiq mamlakatimizda turizm sohasida xalqaro standartlarga mos uzluksiz ta‘lim tizimini yanada takomillashtirish, mehnat bozorining zamonaviy talablariga muvofiq yuqori malakali raqobatbardosh kadrlarni tayyorlash tizimini yo‘lga qo‘yish, fan, ta‘lim va ishlab chiqarish integratsiyasini ta‘minlash, shuningdek, xizmatlar sifatini jahon talablariga to‘liq mos keladigan darajaga olib chiqish maqsadida 2024-2025-o‘quv yilidan boshlab O‘zbekiston Respublikasidagi davlat oliy ta‘lim muassasalarida turizm va mehmonxona xo‘jaligi sohalarida kadrlar tayyorlash tizimi uch yillik oliy ta‘lim dasturlari asosida yo‘lga qo‘yildi va o‘quv jarayoni “blok-modul” tizimiga asoslangan dual ta‘lim shaklida tashkil etildi. Talabalar nazariy ta‘lim bilan amaliy birgalikda olib borilib, talabalar olgan bilimlarini amaliyotda qo‘llash mumkin bo‘ladi. Bunda o‘quv jarayonlarining nazariy va amaliy mashg‘ulotlar ulushini:

birinchi bosqichda – 80 foiz nazariy va 20 foiz amaliy;

ikkinchi bosqichda – 50 foiz nazariy va 50 foiz amaliy;

uchinchi bosqichda – 30 foiz nazariy va 70 foiz amaliy bo‘lishi nazarda tutilgan.

Turizm sohasida kadrlar tayyorlovchi oliy ta‘lim muassasalarida ta‘lim jarayonini amaliyot bilan birga olib borish maqsadida ularning hududlarida amaliyot bazalarini (turoperator, turagent, gid-tarjimon, mehmonxona va turizm transporti xizmatlarini ko‘rsatish obyektlari)da belgilangan tartibda amaliyot qilishga ruxsat berilgan. Bu esa talabalar nazariy bilimlarini amaliyot jarayonida sinab ko‘rish, kasbiy ko‘nikmalarini mustahkamlash va turizm industriyasi bilan bevosita tanishish imkonini yaratadi. Shuningdek, amaliyot jarayonida talabalar turli xizmat ko‘rsatish bosqichlarini o‘rganib, mijozlar bilan ishlash madaniyati, xizmat sifati, marketing va menejment asoslarini amalda qo‘llashni o‘rganadilar.

Shu bilan birga, turizm sohasida kadrlar tayyorlash borasida mamlakatimizda sayyohlik sohasida ulkan ishlar amalga oshirildi. Ushbu sohada kadrlar tayyorlash tizimini takomillashtirish, samaradorligini oshirish, xizmat ko‘rsatish, sayyohlik va mehmonxona biznesi va menejmenti yo‘nalishi bo‘yicha xalqaro kadrlar tayyorlash borasida keng qamrovli ishlar olib borildi. Iqtisodchi kadrlar tayyorlashda ta‘lim xizmati taklifi va iqtisodiyotning ushbu kadrlarga ehtiyoji o‘rtasidagi bevosita bog‘liqlikni ta‘minlash jarayoni, uning ko‘lami va nisbatlar milliy iqtisodiyot innovatsion taraqqiyot yo‘liga o‘tishi tufayli o‘zgarib boradi.

Bugungi kunda turizm sohasida faoliyat ko‘rsatadigan kadrlarga bir qator talablar qo‘yiladi. Xususan, kadrlarning intellektual qobiliyati quyidagi ijobiy xislatlarga ega bo‘ladi:

- zehni;
- abstrakt fikrlash qobiliyati;
- menejerning harakatlariga munosabati;
- fikrlash darajasi;
- muzokara olib borish qobiliyati.

Turizm sohasida hozirgi paytda 100 tadan ortiq kasb egalari mavjud bo'lsa-da, ammo bu sohada turli mutaxassislariga bo'lgan talab hozirgacha to'la qondirilmagan.

Zamonaviy internet texnologiyalarning rivojlanishi turizm sohasidagi xodimlardan ushbu sohani yaxshi bilishlarini va ish faoliyatlari jarayonida yangi bronlash tizimlari, innovatsion texnologiyalarni qo'llashlarini talab qilmoqda. Turizm sohasida qo'llaniladigan innovatsion texnologiyalar turistik kompaniya, sug'urtalovchi, transport kompaniyasi, sayyohlik byurosi, mehmonxonalar, umumiy ovqatlanish korxonalari kabi sohaga tegishli barcha subyektlar faoliyatini zamonaviy tarzda amalga oshirishda ijobiy ta'sir ko'rsatadi. Ushbu texnologiyalardan foydalanish iste'molchiga internet orqali xizmat tanlash imkonini bera oladigan xizmatlardan ya'ni axborot ko'rinishidagi turizm mahsulotlarini yaratishdan iborat. Bu holat esa hozirgi raqamlashtirish jarayoni shiddat bilan ketayotgan davrda kompaniyalar uchun raqobatbardosh mahsulot, narxni shakllantirish, investitsiyalardan foydalanish va sotish siyosati kabi muhim jarayonlarni amalga oshirishda muhim ahamiyat kasb etadi. Zamonaviy texnologiyalardan foydalanish turistlarga tez va sifatli xizmat ko'rsatishni ta'minlaydi va bu samaradorlikni oshishiga olib keladi. Bundan tashqari, turizmda ish faoliyatini osonlashtirib, aniqlilikni oshirishga yordam beradi.

Turizm ta'limining o'ziga xosligi uning ko'p qirraliligidadir, u doimiy modernizatsiya qilinadigan murakkab jarayon bo'lib, turizm kadrlarini tayyorlash uchun innovatsion dasturlarni joriy etish va ilg'or xorijiy tajribadan faolroq foydalanish imkonini beradi.

Shu bilan birga, kadrlar tayyorlash tizimini rivojlantirishda kadrlar tayyorlash milliy dasturi asosiy me'yoriy hujjat hisoblanadi. Ushbu dastur doirasida kadrlar tayyorlash bo'yicha xorijiy mamlakatlar tajribalari to'plangan va respublikamizda ulardan samarali foydalanish bo'yicha chora-tadbirlar ishlab chiqilgan. Xorijiy mamlakatlarda xodimlarni o'rganishga bo'lgan yondashuvlar asosida Buyuk Britaniya, AQSH, Yaponiya va Fransiya mamlakatlarida kadrlar, ya'ni kelajakda ishlaydigan xodimlar bilan munosabatlar takomillashgan. Shuningdek, turizmda malakali kadrlarni tayyorlashda xalqaro hamkorlikni kengaytirish ham dolzarb hisoblanadi. Xalqaro hamkorlik bu sohadagi ta'lim tizimini yangi bosqichga olib chiqadi. Xorijiy ta'lim muassasalari bilan qo'shma shartnoma va dasturlar, xorijda malaka oshirish va amaliyot qilish imkoniyatlari talabalarga katta imkoniyat va ko'nikmalarni taqdim etadi.

Xulosa qilib aytadigan bo'lsak, turizmning mamlakatga keltiruvchi foydasidan kelib chiqib, bu sohada zamonaviy va xalqaro maydonda raqobatbardosh kadrlarni tayyorlash davlat siyosatining ustuvor yo'nalishlaridan biriga aylanmoqda. Kadrlar tayyorlash tizimida xalqaro hamkorlik nafaqat yangi bilim va tajribalarni beradi, balki milliy turizm ta'limini xalqaro tizimga integratsiyalashga xizmat qiladi. Kelajakda bu

yoʻnalishdagi saʼy-harakatlar faqatgina taʼlim sohasida emas, butun mamlakat turizmini yangi bosqichlarga olib chiqadi.

Foydalanilgan adabiyotlar roʻyxati

1. Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining 2024-yil 18-iyuldagi “Turizm sohasida kadrlar tayyorlash tizimini takomillashtirish chora-tadbirlari toʻgʻrisida”gi PQ-269-sonli qarori. <https://lex.uz/docs/-7031185>
 2. Maxatova, N. (2022). Turizm sohasida raqobatbardosh kadrlar tayyorlash tizimini takomillashtirish. GOSPODARKA I INNOWACJE, 438-442 p.
 3. Sunnatova S. (2021). Turizm sohasida kadrlar tayyorlash muammosi va ularga qoʻyilgan talablar. Scientific Progress, 751-755 p.
- Choriyev J, Yoʻldashev A. Oʻzbek turizmini rivojlantirishda innovatsion texnologiyalar. Kokanduni, 333-335.

M U N D A R I J A

Kirish.	3
YALPI MAJLIS	
Kamilov M. Raqamli texnologiyalarning turizm xizmatlarini takomillashtirishdagi oʻrni	5
Тухлиев Н., Максудова Ш. Ўзбекистонда туристик фаолиятни рақамлаштиришнинг иқтисодий-ижтимоий аҳамияти ва муаммолари жиҳатлари	10
Mammetova B. Orol boʻyida barqaror turizmni rivojlantirish: muammolar, istiqbollar va yangi yoʻnalishlar	15
Astanakulov O. ChatGPT va turizm industriyasi: hozirgi tendensiyalar va istiqboldagi tadqiqot yoʻnalishlari	20
Xusanov Ch. Raqamli transformatsiya sharoitida Oʻzbekistonda turizm sohasining rivojlanish istiqbollari	27
Rasulov X. Turistik obyektlarda xizmat koʻrsatish madaniyatini oshirishning innovatsion yondashuvlari	32
Бухарова Ф. Перспективы развития зеленого туризма в Узбекистане	37
Uktamov M. Improving the Tourism Workforce Development System and Expanding International Cooperation in Uzbekistan	45
Oppoxonov N. Oʻzbekistonda aqlli shahar (smart city) konsepsiyasini turizm infratuzilmasiga integratsiyalash imkoniyatlari	51
I SHOʻBA	
OʻZBEKISTONDA TURIZM FAOLIYATINI RAQAMLASHTIRISHNING ILMIY-NAZARIY ASOSLARI VA KONSEPTUAL YONDASHUVLARI	
Abdullayev R., Jaloliddinova M. Oʻzbekistonda turizm faoliyatini raqamlashtirishning asosiy yoʻnalishlari va samaradorligini oshirish yoʻllari	58
Azizova N., Farxodova Sh. Adabiy turizmni rivojlanishi: oʻzbek milliy modeli va xorij tajribasi	62
Адылова Д. Международные стандарты устойчивого туризма: опыт Республики Узбекистан и стран Центральной Азии по программе MOST	69
Охунов Д., Охунов М. Основные тенденции развития туризма в условиях цифровой трансформации общества и бизнеса	76
Asraqulov A. Turistik xizmatlar shakllanishiga mavsumiylik omili taʼsiri va uni tekislash imkoniyatlari	81
Jahongirov K., Ababaxriyeva O. Oʻzbekistonning xalqaro turizm bozoridagi oʻrni va imijini shakllantirishda raqamli texnologiyalarning ahamiyati	86
Ishanxodjaeva D. Oʻzbekiston turizmini rivojlantirishda bank-moliya tizimining ahamiyati	93
Raximov R., Usmonov A. Oʻzbekiston turizm sohasida raqamli texnologiyalarni joriy etishning ilmiy-nazariy asoslari va strategik yoʻnalishlari	97
Teshabaeva O., Himmatova G. Oʻzbekiston turizm tizimini raqamlashtirish: konseptual yondashuvlar va ilmiy asoslar	99
Sodikov Z. Ekoturizmni rivojlantirishda gʻor turizmining roli	104
Raximov Sh. Oʻzbekistonda raqamli turizm infratuzilmasini rivojlantirish	108
Homidov M., Xakimova G. Turistik resurslarni xalqaro bozorga olib chiqish uchun marketing strategiyasida raqamli texnologiyalardan foydalanish usullari	112
Beysenov K. Oʻzbekiston Respublikasida raqamli turizmni rivojlantirish istiqbollari	120
Ergashbaev Sh. Oʻzbekistonda turizm faoliyatini raqamlashtirishda adabiy turizm va uni rivojlantirish istiqbollarining uzluksiz taʼlim tizimiga taʼsiri	124
Isakdjanova M. Oʻzbekistonda sanʼat muassasalari faoliyatini raqamlashtirish: xizmat koʻrsatish jarayonlarini takomillashtirish imkoniyatlari	127
Abdullayev R., Joʻrayeva R. Oʻzbekistonda turizm faoliyatini raqamlashtirishning	131

ustuvor yoʻnalishlari va samaradorligini oshirish strategiyalari	
Shodiyeva Z. Oʻzbekiston agrar tarmogʻini rivojlantirishda turizm infratuzilmasi va oziq-ovqat mahsulotlari tashqi savdosining oʻzaro taʼsiri	134
Akramjonova M. Turizm raqamli texnologiyalarning roli	137
Xoshimova D. Turistik destinatsiyalarni rivojlantirishda ijtimoiy tarmoqlardan foydalanish samaradorligi	141
Karimjonova Sh., Solijonova G. Scientific-Theoretical Foundations and Conceptual Approaches to the Digitalization of Tourism Activities in Uzbekistan	143
Nurullayeva L. Turizm bozorida kapital oqimi va moliyaviy barqarorlik: islomiy moliyaning ijtimoiy va iqtisodiy taʼsiri	147
Sunatov J., Zikrillayeva F. Oʻzbekistonda turizmni raqamlashtirish jarayonlari	152
Usmonova Sh., Xoshimova D. Sunʼiy intellektdan turizm sohasi uchun marketing strategiyalarini qoʻllashda foydalanish imkoniyatlari	155

II SHOʻBA

ZAMONAVIY RAQAMLI TEXNOLOGIYALAR ASOSIDA TURIZM INFRATUZILMASINI RIVOJLANTIRISHNING MUAMMOLARI VA ISTIQBOLLARI

Абдуллаев Р. “Буюмлар интернет” – IoT индустриясининг туризм ривожига таъсири (Катар мисолида)	159
Юнусова Р. Цифровизация логистики в сфере туризма: фактор международной экономической безопасности	165
Mamurov I. Turizm infratuzilmasini raqamli matematika orqali rivojlantirish imkoniyatlari	171
Гулямова Г. Туризм секторини ривожлантиришда рақамли технологиялар	174
Rasuleva R. Turizmni rivojlantirishda raqamli banklarning roli va istiqbollari	180
Юнусова Р., Зикриллаев Ж. Вопросы развития туристической сферы Узбекистана в условиях кибербезопасности	184
Салаев Д., Гайратова О. Проблемы, возможности и перспективы гастрономического туризма Узбекистана	187
Охунов Д. Классификация и анализ инструментов продвижения на цифровом туристском рынке в системе информационного обеспечения туризма	191
Азизова Н., Абдуллаходжаев А., Абдуллаходжаева А. Современные вызовы урбанизации и туризма: стратегии баланса для городов Узбекистана	196
Jahongirov K. Oʻzbekistonda raqamli turizm rivojida masofaviy taʼlim modelining ijtimoiy-iqtisodiy samarasi	202
Aktamov O. The Impact of Digital Marketing Strategies in Attracting Tourists to Agritourism Destinations	207
Toshboltaev F., Abdusamadova M. Prospects of Personalizing Tourism Services with the Help of Artificial Intelligence	212
Sirojiddinov Sh. Zamonaviy raqamli texnologiyalar asosida turizm infratuzilmasini rivojlantirishning muammolari va istiqbollari	217
Zayniddin K. Smart-vaqf modeli asosida turizm faoliyatini raqamlashtirish imkoniyatlari	219
Muzaffarova M. Zamonaviy raqamli texnologiyalar asosida turizm infratuzilmasini rivojlantirishning muammolari va istiqbollari	225
Ismoilova N. Ingliz tilining turizm xizmatlarida xalqaro standartlar bilan integratsiyalashuvi	230
Nematov B. “Smart tourism” konsepsiyasi asosida raqamli infratuzilmani joriy etish: oʻzbekistonda muammolar, imkoniyatlar va istiqbollar	234
Tursunboyeva N. Raqamli marketing va ijtimoiy tarmoqlarning turizmni rivojlantirishdagi oʻrni	239

Tuxtasinov M., Abdinazarov D. Zamonaviy raqamli texnologiyalar asosida aqlli avtoturargoh tizimini loyihalash	248
Xolmatov A. Raqamli texnologiyalar yordamida aqlli turizm infratuzilmasini shakllantirish istiqbollari	252

III SHO‘BA TURIZM XIZMATLARI SIFATINI OSHIRISH VA HUDUDIIY RAQOBATBARDOSHLIKNI TA’MINLASHNING ZAMONAVIIY YO‘NALISHLAR

Elmirzayev S., Karimov A. Turizm sohasidagi kompaniyalarda korporativ boshqaruvni samarali tashkil etish.	256
Mamurov S. Turizm kadr salohiyatidan samarali foydalanish imkoniyatlari.	260
Артыкова III. Перспективы развития туристической сферы в Узбекистане в условиях перехода к «Зеленой» экономике.	263
Сулейманова III., Тошбеков А Цифровая трансформация туристических предприятий как фактор повышения качества услуг и конкурентоспособности. ...	266
Xudoyarov A. O‘zbekistonda hududiy turizmning rivojlanish tendensiyalari va istiqbollari.	270
Abdirashidov A. Mamlakat turizm va oziq-ovqat sanoatida daromadlarni oshirish imkoniyatlari.	274
Homidov M., Madaminova G. Farg‘ona vodiysida turizm tarmog‘ini iqtisodiy va ijtimoiy samaradorligini oshirish yo‘llari va ularni baholash usullari.	278
Sattarova D. Improvement of formation of tourist and recreational clusters in the region.	285
Allanazarov U. O‘zbekistonda turizm faoliyatini rivojlantirish va samaradorligiga ta’sir etuvchi omillar.	291
Tolipova M. Rivojlangan mamlakatlarda barqaror turizmni qo‘llab-quvvatlash mexanizmlari.	294
Mamurov S., Abdulxakimov A. Turizm kadr larni boshqarishda xorij tajribasini qo‘llash.	301
Abduvakhidov D. The role of christian architectural monuments in the development of tourism in Samarkand.	304
Fayzullayev O., Ergashova D. Samarqandda ziyorat turizmini rivojlantirish: hududiy xususiyatlar, raqamlashtirish imkoniyatlari va innovatsion yondashuvlar.	308
Ergashev A. O‘zbekiston hududlarida smart-turizm tizimining shakllanishi va rivojlanish bosqichlari.	312
Karimov A., Kulmatov Sh. Tabiiy monopoliyalar xizmatlarining sifatini oshirish orqali ichki turizmni rivojlantirish.	318
Asraqulov A., Yuldashboyev Q. Agroturizm faoliyatining rivojlanish xususiyatlari.	321
Umarov S., Isadjanov A. Turizm barqaror rivojlanishida muqobil energiyadan foydalanish.	328
Tursunov N., Yusuffjanova D. Farg‘ona vodiysida aholini kambag‘allikdan chiqarishda ekoturizm imkoniyatlaridan foydalanish.	332
Saydazimova Sh., Xudoyarov A. O‘zbekistonning jahon tovar va xizmatlar bozoriga integratsiyasining turistik jozibadorlikka tasiri.	337
Бегмамова О. Сурхондарё воҳасининг этнотуризм салоҳияти.	341
Norboyeva M. Turizmning rivojlanishida yashil sukuklarning o‘rni.	344
Xalim-zade A. Ziyoratgohlarning turistik salohiyatini baholash metodikasini ishlab chiqish (Buxoro shahridagi ziyoratgohlar misolida).	347
Nizamov A., Muzaffarova N. Yashil iqtisodiyotni rivojlantirish orqali mamlakat iqtisodiyotida turizm tarmog‘i ko‘lamini oshirish.	353
Samandarova M. Ijtimoiy media marketingi haqida tushuncha va uni qo‘llashning o‘ziga xos jihatlari.	355

Temirova M. Navoiy viloyatida aholini kam ta'minlangan va ijtimoiy himoyaga muhtoj qatlamlarini muhofaza qilishning asosiy yo'nalishlari (inklyuziv turizm misolida).	360

IV SHO'BA ZIYORAT TURIZMNI RIVOJLANTIRISHNING HUDUDIIY XUSUSIYATLARI VA INNOVATSION YONDASHUVLARI

Bazarova F. Hududiy ziyorat va xalqaro turistik xizmatlar ko'rsatilishida to'qimachilik korxonalari milliy brend mahsulotlaridan foydalanishning innovatsion yondashuvlari. . .	363
Allaniyazov P. O'zbekistonda ziyorat turizmi imkoniyatlaridan samarali foydalanish yo'llari.	368
Сайфетдинова Д.И. Территориальные особенности развития паломнического туризма в Узбекистане и инновационные подходы.	371
Raxmanov Q.S., Alijonova S.J., Rustamxonova N.D. Tarixiy ziyoratgohlarini 3D modellashirishning ahamiyati va ustuvorliklari.	374
Qodirova X. Ziyorat turizmi yo'nalishida amalga oshirilayotgan tarkibiy-miqdoriy o'zgarishlar dinamikasi.	381
Homidov M., Abdusalomova F. Buxoro viloyatida ziyorat turizmi istiqbolini ekonometrik baholash.	385
Jiyanov U. Buxoro viloyatida ziyorat turizmini rivojlantirishda innovatsion strategiyalar.	390
Allanazarov U. "Ziyorat turizmi" tushunchasining ijtimoiy-iqtisodiy mazmuni va mohiyati.	394
Qulliyev O. Etnografik turizm va marketing.	398
Qutlimuratov S. Ziyorat turizmini rivojlantirishga ta'sir etuvchi omillar va tartibga solishning tashkiliy-huquqiy mexanizmlari.	402
Umarkulova Sh. "Qarshi shahridagi daryo bo'yini rekreatsion hudud sifatida rivojlantirish va turizm salohiyatini oshirishda innovatsion yondashuv".	405
Akpolatov B. Ziyorat turizmini rivojlantirishda axborot-kommunikatsiya texnologiyalaridan foydalanish.	410
Soxibova M. O'zbekistonda ziyorat turizmi resurslaridan samarali foydalanishning zamonaviy mexanizmlari.	413
Umurzoqov I., To'xliyev N. Buxoro viloyatida raqamli turizmga o'tishga to'g'ri va aks ta'sir etadigan omillar.	418
Orifjonov M. Turistik korxonalarda innovatsion faoliyatni rag'batlantirish omillarining tizimli tahlili.	424
Maksudova Sh., Jiyanov U. O'zbekistonda ziyorat turizmini raqamlashtirishni takomillashtirish va xorij tajribasi.	428

V SHO'BA TURIZM SOHASIDA KADRLAR TAYYORLASH TIZIMINI TAKOMILLASHTIRISH VA XALQARO HAMKORLIKNI KENGAYTIRISH IMKONIYATLARI

Jakbarov O. Turizm sohasida kadrlar tayyorlash tizimini takomillashtirish va xalqaro hamkorlikni kengaytirish imkoniyatlari: Yaponiya va O'zbekiston hamkorligi misolida. .	435
Murodov H. O'zbekiston turizmi tarixida kadrlar masalasi (1990-yillar misolida).	438
Allaniyazov P. Turizm sohasida kadrlar tayyorlash tizimining strategiyasi sifatida foydalanishning samaradorligini oshirish.	442
Jamalova F., Jiyanov U. O'zbekistonda ziyorat turizmini rivojlantirishda raqamlashtirishning ahamiyati.	445
Riskulov R., Nurullayev H., Yoqubjonova A. O'zbekistonda turizm sohasi uchun raqobatbardosh kadrlar tayyorlash: muammolar va imkoniyatlar.	450
Tolipova M. Turizm xizmatlari sifatini oshirishda kasbiy tayyorgarlik va taym-	454

menejment texnologiyalarining integratsiyalashgan roli.	
<i>Xasanova H.</i> Туризм соҳасида кадрлар тайёрлаш тизимини такомиллаштиришда касбий таълим ўқувчиларининг амалий кўникмаларини ривожлантиришнинг аҳамияти.	456
<i>Xusniddinova M.</i> O'zbekistonda turizm ta'limini raqamlashtirish: texnologik yondashuvlar va rivojlanish istiqbollari.	461
<i>Mirzayev A.T., Ne'matova D.</i> Xalqaro hamkorlikni sanoat va turizm o'rtasida uzviy bog'laydigan mexanizmlarni rivojlantirish yo'llari.	465
<i>Adhamjonova Z., Jiyanov U.</i> Turizm sohasida kadrlar tayyorlash tizimini takomillashtirish va xalqaro hamkorlikni kengaytirish imkoniyatlari.	467

**“JAHON VA MILLIY TURIZM RIVOJLANISHIDA
ZAMONAVIY TRENDLAR”**

mavzusidagi xalqaro ilmiy-amaliy konferensiya
materiallari

Sahifalovchi: Kamoliddin Jahongirov
Muharrir: Uktam Jiyanov

Bosishga ruxsat etildi: 20.11.2024-yil
Bichimi 60x84 1/8. «Times New Roman»
garniturada raqamli bosma usulda chop etildi.
Shartli bosma tabog‘i 19. Adadi 100. Buyurtma № 20-11.
Tel.: (99) 832 99 79; (99) 817 44 54.
«IMPRESS MEDIA» MChJ bosmaxonasida chop etildi.
Toshkent shahri, Qushbegi ko‘chasi, 6-uy.

