

Yashil IQTISODIYOT va TARAQQIYOT

DOI 2023

Ijtimoiy, iqtisodiy, siyosiy, ilmiy, ommabop jurnal



«Smart-turizm: XORIJIY TAJRIBA VA UNI O'ZBEKISTONDA QO'LLASH ISTIQBOLLARI»

Respublika ilmiy-amaliy anjumani

TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI
ILMIY MAQOLA VA TEZISLAR TO'PLAMI

2023-yil 15-dekabr, maxsus son

- 08.00.01 Iqtisodiyot nazariyasi
- 08.00.02 Makroiqtisodiyot
- 08.00.03 Sanoat iqtisodiyoti
- 08.00.04 Qishloq xo'jaligi iqtisodiyoti
- 08.00.05 Xizmat ko'rsatish tarmoqlari iqtisodiyoti
- 08.00.06 Ekonometrika va statistika
- 08.00.07 Moliya, pul muomalasi va kredit
- 08.00.08 Buxgalteriya hisobi, iqtisodiy tahlil va audit
- 08.00.09 Jahon iqtisodiyoti
- 08.00.10 Demografiya. Mehnat iqtisodiyoti
- 08.00.11 Marketing
- 08.00.12 Mintaqaviy iqtisodiyot
- 08.00.13 Menejment
- 08.00.14 Iqtisodiyotda axborot tizimlari va texnologiyalari
- 08.00.15 Tadbirkorlik va kichik biznes iqtisodiyoti
- 08.00.16 Raqamli iqtisodiyot va xalqaro raqamli integratsiya
- 08.00.17 Turizm va mehmonxona faoliyati



74-91 xalqaro daraja
ISSN: 2992-8982

Yashil

IQTISODIYOT va TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, siyosiy, ilmiy, ommabop jurnal

Bosh muharrir:

Sharipov Qo'ng'iro'tboy Avezimbetovich

Elektron nashr. 542 sahifa, 15-dekabr, 2023-yil.

Bosh muharrir o'rinbosari:

Karimov Norboy G'aniyevich

Muharrir:

Qurbonov Sherzod Ismatillayevich

Tahrir hay'ati:

Rae Kvon Chung, Janubiy Korea, TDIU faxriy professori, "Nobel" mukofoti laureati

Salimov Oqil Umrzoqovich, O'zbekiston fanlar akademiyasi akademigi

Abduraxmanov Kalandar Xodjayevich, O'zbekiston fanlar akademiyasi akademigi

Osman Mesten, Turkiya parlamenti a'zosi, Turkiya – O'zbekiston do'stlik jamiyati rahbari

Toshkulov Abduqodir Hamidovich, i.f.d., prof., TDU rektori

Buzrukxonov Sarvarxon Munavvarxonovich, i.f.d., O'zR Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vaziri o'rinbosari

Sharipov Qo'ng'iro'tboy Avazimbetovich, t.f.d., prof., TDIU rektori

Oblamuradov Narzulla Naimovich, i.f.n., dotsent

Djumaniyazov Maqsud Allanazarovich, Qoraqalpog'iston Respublikasi Tabiat resurslari qo'mitasi raisi

Axmedov Durbek Kudratillayevich, i.f.d., prof., O'zR Oliy Majlisi qonunchilik palatasi deputati

Utayev Uktam Choriyevich, O'zR Bosh prokuraturasi boshqarma boshlig'i o'rinbosari

Ochilov Farxod, O'zR Bosh prokuraturasi iqtisodiy jinoyatlarga qarshi kurashish departamenti bo'limi boshlig'i

Eshov Mansur Po'latovich, i.f.d., prof., TDIU Akademik faoliyat bo'yicha prorektori

Xudoyqulov Sadirdin Karimovich, i.f.d., prof., TDIU YoMMMB birinchi prorektori

Abduraxmanova Gulnora Kalandarovna, i.f.d., prof., TDIU Ilmiy ishlar va innovatsiyalar bo'yicha prorektori

Kalonov Muxiddin Baxritdinovich, i.f.d., prof., "O'IRIAM" ilmiy tadqiqot markazi direktori – prorektor

Yuldashev Maqsud Abdullayevich, p.f.d., prof., TDIU Moliya-iqtisod ishlari bo'yicha prorektori

Karimov Norboy G'aniyevich, i.f.d., prof., TDIU huzuridagi PKQTMO tarmoq markazi direktori

Hakimov Nazar Hakimovich, f.f.d. TDIU profesor

Yuldashev Mutallib Ibragimovich, i.f.d., TMI professori

Samadov Asqarjon Nishonovich, i.f.n., TDIU Marketing kafedrasini professori

Slizovskiy Dimitriy Yegorovich, t.f.d., Rossiya xalqlar do'stligi universiteti professori

Mustafakulov Sherzod Igamberdiyevich, i.f.d., prof., Xalqaro "Nordik" universiteti rektori

Aliyev Bekdavlat Aliyevich, f.f.d., TDIU professori

Po'latov Baxtiyor Alimovich, t.f.d., prof., Atrof-muhit va tabiatni muhofaza qilish texnologiyalari ilmiy-tadqiqot instituti

Axmedov Javoxir Jamolovich, i.f.f.d., "El-yurt umidi" jamg'armasi ijrochi direktori o'rinbosari

Isakov Janabay Yakubbayevich, i.f.d., TDIU professori

Toxirov Jaloliddin Ochil o'g'li, t.f.f.d., Toshkent arxitektura-qurilish universiteti katta o'qituvchisi

Kamilova Iroda Xusniddinovna, i.f.f.d., TDIU dotsenti

Nosirova Nargiza Jamoliddin qizi, i.f.f.d., TDIU dotsenti

Sevil Piriyeva Karaman, PhD, Turkiya Anqara universiteti doktoranti

Yaxshiboyeva Laylo Abdisattorovna, TDIU katta o'qituvchisi

Rustamov Ilhomiddin, f.f.n., Farg'ona davlat universiteti dotsenti

Mirzaliyev Sanjar Maxamatjon o'g'li, TDIU Ilmiy tadqiqotlar va innovatsiyalar departamenti rahbari

Babayeva Zuhra Yuldashevna, TDIU huzuridagi PKQTUMOTMXHB mutaxassis

Ekspertlar kengashi:

Hakimov Ziyodulla Ahmadovich, i.f.d, TDIU dotsenti

Tuxtabayev Jamshid Sharafetdinovich, i.f.f.d, TDIU dotsenti

Imomqulov To'liq Burxonovich, i.f.f.d, TDIU dotsenti

Muassis: "Ma'rifat-print-media" MChJ

Hamkorlarimiz: Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti, O'zR Tabiat resurslari vazirligi, O'zR Bosh prokuraturasi huzuridagi IJQK departamenti.

UO'K: 338.48 (075)

KBK: 65.433(011)

“Smart-turizm: XORIJIY TAJRIBA VA UNI O‘ZBEKISTONDA QO‘LLASH ISTIQBOLLARI”. Respublika ilmiy-amaliy anjumani materiallari to‘plami. – T.: “YalT” jurnali, 2023. – 540-b.

To‘plamga xorijiy va mahalliy olimlar, sohaning yetuk mutaxassislari va oliy o‘quv yurtlarida turizm sohasidagi muammolar bo‘yicha ilmiy izlanishlar olib borayotgan doktorantlar, tadqiqotchilar, vazirlik, qo‘mita va turli mulkchilik shaklidagi korxona, tashkilotlarning yetakchi mutaxassislari, magistrnlarning ilmiy izlanishlarining natijalari kiritilgan.

To‘plamda keltirilgan materiallarning mazmuni, undagi statistik ma‘lumotlar va keltirilgan huquqiy-me‘yoriy hujjatlarning haqqoniyligi, tadqiqdiy fikr-mulohazalar va takliflarga mualliflarning o‘zlari mas‘uldirlar.

Mas‘ul muharrir: t.f.d., prof. K.A. Sharipov

Konferensiya tahrir hay‘ati: i.f.d., prof. M.P.Eshov, i.f.d., prof. G.Q.Abduraxmanova, i.f.d., prof. S.K.Xudoyqulov, i.f.d., prof. M.A.Yuldashev, i.f.d., prof. A.M.Abduvohidov, i.f.d., prof.M.T.Aliyeva, i.f.d., prof. A.A.Eshtayev, i.f.d., prof.A.N.Norchayev, i.f.n.,prof. S.R.Safayeva, i.f.n., dots. D.I.Abidova, i.f.n., dots. X.Ochilova,i.f.n., dots. M.Nurfayziyeva.

Taqrizchilar:

Sh. Ergashxodjayeva, i.f.d., prof.

U. G‘afurov, i.f.d., prof.

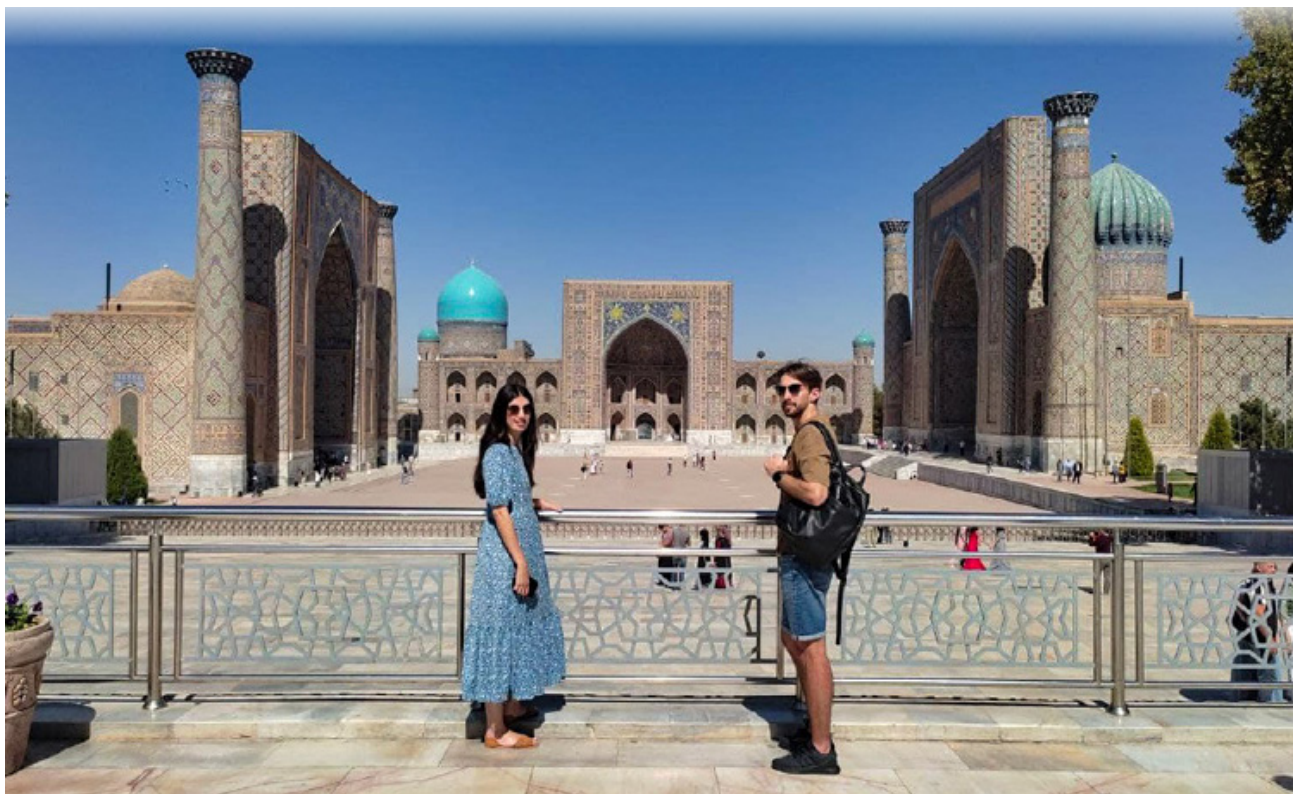
Ushbu Toshkent davlat iqtisodiyot universitetida o‘tkazilayotgan «Smart-turizm: XORIJIY TAJRIBA VA UNI O‘ZBEKISTONDA QO‘LLASH ISTIQBOLLARI» mavzusidagi Respublika ilmiy-amaliy anjuman to‘plami O‘zbekiston Respublikasi Oliy ta‘lim, fan va innovatsiyalar vazirligi tomonidan nashrga tavsiya etilgan.

ISBN 978-9943-6856-0-4



1-ШУЪБА

ЎЗБЕКИСТОНДА SMART-ТУРИЗМНИ ЗАМОНАВИЙ ПРИНЦИПЛАРИ АСОСИДА РИВОЖЛАНТИРИШ ВА БУНДА ХОРИЖ ТАЖРИБАСИДАН ФОЙДАЛАНИШ





ЎЗБЕКИСТОНДА SMART-ТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ИСТИҚБОЛЛАРИ

Шарипов Конгратбай Аvezимбетович

ТДИУ ректори, т.ф.д., проф.

Бугунги кунда туризм соҳаси жаҳон товарлар ва хизматлар экспортида тўртинчи, даромади бўйича учинчи ўринда туради, туризмнинг дунё ялпи ички маҳсулотидаги улуши 10 фоизга етган. Шу туфайли дунёнинг барча давлатлари туризм соҳасида даромад топишга ҳаракат қилмоқда, бунинг натижасида рақобат кураши кескин тус олмоқда. Ўзбекистон Республикасида ҳам туризм соҳасини диверсификация қилиш, соҳада тадбиркорлар учун имтиёзлар яратиш, кадрлар тайёрлаш, келадиган туристлар учун кенг имкониятлар яратиш мақсадида бир қатор норматив-ҳуқуқий ҳужжатлар ишлаб чиқилмоқда. Соҳани ривожлантиришда муҳим воситалардан бири Smart-туризмни кенг жорий этиш ҳисобланади.

Smart-туризмнинг вужудга келиши амалиётда ахборот технологияларининг кенг қўлланилиши, сунъий интеллектнинг вужудга келиши, сайёҳлар учун қулайлик яратиш учун янги платформалар, мобил иловалар, туризм соҳасида янги инновацияларнинг вужудга келиши билан намоён бўлади.

Мамлакатимизда соҳага Smart-туризмни кенг жорий этиш борасидаги энг асосий қадамлардан бири бу Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 14 майдаги “Электрон тижоратни жадал ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги №3724 қарорининг ижросини таъминлаш мақсадида Туризмни ривожлантириш қўмитасининг Ахборот технологиялар ва коммуникацияларни ривожлантириш вазирлиги билан ҳамкорликда Silkroad.uz. халқаро ахборот тизими яратилганлиги ҳисобланади. Бу тизим меҳмонлар учун меҳмонхоналарда хонага тезкор буюртма бериш, жойлашиш жараёнини тезлаштириш, хизматлар учун тўловларни амалга оширишда қулайлик яратилганлигини намоён қилди.

Кейинги муҳим қадамлардан бири, бу туризм хизматларини ўз ичига олган Uzbekistan Pass лойиҳаси бўлди. Uzbekistan Pass платформаси мавжуд хизматлар ва иловалар билан интеграциялашган бўлиб, ушбу хизматларни мамлакатнинг исталган нуқтасида амалга ошириш мумкин. Қолаверса, тизим орқали машинани ижарага олиш, такси буюртма қилиш, меҳмонхондан хона буюртма қилиш, трансфер хизматлари, темир йўл ва авиачипталарни сотиб олиш йўлга қўйилди.

Кейинги яратилган дастурлардан бири ClickSmile бўлиб, унда ҳам сайёҳлар томонидан меҳмонхоналар, ресторанлар ва диққатга сазовор жойларни излаб топиш тизими йўлга қўйилди.

Турар жойлар (масалан, AirBnB, Homeaway, Booking), транспорт (BlablaCar, Uber), умумий овқатланиш (EatWith) ва гид хизматлари (Tours By Local) бўйича иштирокчилар туризм бозорига кириб келди. Соҳада интернет тармоқларнинг мавжудлиги (5G, Wi-Fi) ва сунъий интеллект аллақачон қўллаб меҳмонхоналар тармоқлари ва сайёҳлик хизматини кўрсатувчилар томонидан татбиқ қилинмоқда. Юқоридагилардан келиб чиқиб, онлайн платформалар жорий қилиш, хизмат кўрсатиш соҳасини ўзида мужассамлаштирган мобиль иловалар яратиш, туризм объекларида интернет тармоқларини ташкил қилиш юзасидан ишлар ташкил қилинмоқда.

Туризм ва маданий мерос объектларида QR-код тизими ишга туширилди. Жойлаштириш воситаларининг ягона электрон реестрини ташкил этган ҳолда уларни туристлар томонидан QR-код орқали баҳолашнинг тўлиқ рақамлаштирилган тизими ишлаб чиқилди.

Музейлар, туристлар учун диққатга сазовор жойлар, туризм объектига виртуал саёҳат (VR) тизими ишга туширилди, шунингдек, ҳудудларда ҳам уларнинг туризм салоҳиятини акс эттирувчи турли мобил иловалар, платформалар ишга туширилмоқда.

Туркий давлатлар ташкилотига аъзо давлатлар тилларида юритилувчи 7 тилда “Табаррук зиёрат” платформаси ишга туширилди ва дастлабки босқичда мамлакатдаги 100 та зиёрат



объекти платформага киритилди. “Табаррук зиёрат” платформасининг ишга туширилишининг асосий мақсади туркий давлатлар ташкилотига аъзо мамлакатларда зиёрат туризми объектлари ҳақида тўлиқ маълумот бериш, аҳолининг қизиқишини ошириш, сайёҳларнинг ушбу мамлакатдаги объектларга ташриф буюриши, объектлар тўғрисидаги маълумотларни мунтазам равишда жойлаштириш ва янгилаш, сайёҳлар учун тавсиялар ишлаб чиқишдан иборатдир.

Туризм ва маданий мерос соҳасида фаолият олиб боровчи масъуллар томонидан дин ишлари қўмитаси билан ҳамкорликда зиёрат одоби қоидалари ишлаб чиқилди ва ушбу қоида хорижий тилларда зиёрат объектларига жойлаштирилмоқда. Зиёрат одоби видео ва аудио форматда интернет тармоқларида кенг тарғиб қилинмоқда.

2018 йил 15 июлдан электрон кириш визаларини бериш тизими йўлга қўйилди ва бу тизимдан 57 та давлат фуқаролари фойдаланиш имкониятига эга бўлди. Бу ҳам хорижий туристларни мамлакатимизга кенг жалб қилиш, уларга қулайлик яратиб бериш, Smart-туризмнинг амалиётга татбиқ этилишида муҳим аҳамиятга эга эканлигини намоён қилди.

Юқорида қайд этиб ўтилган ишлар билан биргаликда туризм соҳасига Smart-туризмни кенг жорий этиш мақсадида мамлакатимизда қуйидаги ишларни амалга ошириш мақсадга мувофиқ:

- Узоқ ва чекка ҳудудларда интернет тизимидан узлуксиз фойдаланишни йўлга қўйиш, бунда маҳаллий ва хорижий туристлар учун имкониятлар ва қулайликларни кенг яратиб бериш;
- Туризм соҳасининг очилмаган қирраларини кенг тарғибот қилишга қаратилган янги инновацияларни амалиётга жорий қилиш;
- Туристлар учун қулайлик яратиш мақсадида ахборот технологияларидан, мобил иловалардан, дастурий таъминотлардан кенг фойдаланишни йўлга қўйиш;
- Соҳа бўйича тайёрланаётган кадрларнинг амалий кўникмаларини узлуксиз шакллантириб бориш, бунда таълим ва амалиётнинг интеграциясига эътиборни қаратиш, start-up, илмий, амалий ва фундаментал лойиҳаларни яратиш кўламини кенгайтириш;
- Соҳа ривожланган хорижий давлатлар тажрибасини ўрганиб бориш ва уларнинг ижобий жиҳатларини мамлакатимизда қўллаш тизимини йўлга қўйиш;
- Умуман олганда Smart-туризмни амалиётга кенг татбиқ этилиши туристлар учун қулайлик яратиб, ички ва хорижий туристлар оқимининг ошишига, соҳани жаҳон туризм бозорида ҳозирги кескин кураш кетаётган бир пайтда рақобатбардошлигига олиб келади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. 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-сонли қарори.
2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 3 февралдаги ПФ-5326-сонли “Ўзбекистон Республикаси сайёҳлик салоҳиятини ривожлантириш учун қулай шароитларни яратиш бўйича қўшимча ташкилий чора-тадбирлари тўғрисида”ги Фармони.
3. N. Abdulbekova O'zbekistonda Smart-turizmini rivojlantirishning ahamiyati. Innovations in technology and sciences education – SJIF 2023: –5.305 volume. –2 ISSUE. –15 671-675 b.
4. “Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar” (Economics and Innovative Technologies) ilmiy elektron jurnali, Turizm salohiyatini rivojlantirishda mobil innovatsion texnologiyalardan samarali foydalanish yo'llari. Erkayeva Gulbaxor Panjiyevna, 5/2022, sentyabr- oktabr (№ 00061), –398-bet.
5. Smart-туризм в Узбекистане/ ICTNEWS, Smart-туризм в Узбекистане 28.01.2019, Абдурахман Рахимов, главный специалист Управление по развитию Смарт-туризма и ИКТ.
6. <http://www.stat.uz>
7. <http://www.uzbektourism.uz>
8. <http://www.unwto.org>



РАҚАМЛИ ИННОВАЦИОН ТЕХНОЛОГИЯЛАРДАН ТУРИЗМДА САМАРАЛИ ФОЙДАЛАНИШ ЙЎЛЛАРИ

Эшов Мансур Пулатович

ТДИУ проректори, и.ф.д., проф.

Сўнгги йилларда “Рақамли иқтисодиёт” атамасини бутун дунёдаги сиёсатчилар, иқтисодчилар, журналистлар, бизнесменлар ўз фаолиятларида қўллаб келмоқдалар. 2016 йилда Бутунжаҳон банки вакиллари дунё бўйича рақамли иқтисодиёт ҳолати ҳақидаги ҳисоботни жаҳон оммасига тақдим этиб, “Рақамли дивидендлар” номидаги маърузаси билан чиқиш қилди. Рақамли иқтисодиёт атамасининг илмий адабиётларда шу кунгача бир нечта талқини бўлган ҳолда, ҳозиргача фанда яхлит бир атама сифатида қайд этилмаган.

Рақамли иқтисодиётнинг ўзига хос асосий белгилари юқори даражада автоматлаштирилганлик, электрон ҳужжат алмашинувини сифатли амалга оширишнинг мавжудлиги, бухгалтерлик, аудиторлик ва бошқарув тизимларининг ўзаро электрон интеграциялашуви, маълумотларнинг электрон базалари, CRM (мижозлар билан ўзаро муносабат тизими) мавжудлиги, турли хилдаги корпоратив тармоқлардан иборат.

Унинг қулайликларига турли тўловлар учун харажатларнинг қисқариши (масалан, банкка бориш учун йўлқира ва бошқа ресурслар тежалади), товарлар ва хизматлар ҳақида жуда кўп оператив маълумотларга эга бўлган ҳолда, уларни жаҳон бозорига олиб чиқиш имкониятларининг кенгайишини киритишимиз мумкин.

Туристик хизмат кўрсатиш соҳасида рақамли иқтисодиётни қўллашнинг қулайликлари қуйидагича:

1. Туристик хизматлар сотиб олиш учун харажатлар камаяди (масалан, олдиндан меҳмонхонани бронлаш, авиабилет).
2. Туристик хизматлар (турпакетлар) ҳақида кўпроқ ва тезроқ маълумот олинади.
3. Рақамли дунёдаги туристик хизматларнинг жаҳон бозорига чиқиш имкониятлари катта бўлади.
4. Фидбэк (англ. feedback – туристлар фикрини)ни тез олиш ҳисобига турмаршрутлар ва хизматлар жадал такомиллаштирилади.
5. Хизмат кўрсатиш тезроқ, сифатлироқ, қулайроқ бўлади.

Масалан, турист авваллари ўзи боришни режалаштирган давлатга саёҳатга бормоқчи бўлиб, туроператор офисига ташриф буюради. У билан юзма-юз ўтириб турпакетлар билан танишиб чиқади ва ўзига мақул келган турпакетни нақд пулга сотиб олса, бу анъанавий иқтисод. Туроператорларнинг интернетдаги манзили орқали ўзига мақул турпакетни танлаб, туроператор ҳисоб рақамига пулни электрон тўлов тизими орқали тўлаш, турпакетни ва турхизматларни олиши – рақамли иқтисодиёт дейилади. Бу масалани энг содда мисол орқали тушунтиришдир. Аслида, туризмда рақамли иқтисодиёт 1980 йиллардан бошланган десак хато қилмаймиз. Сабаби, айнан шу йиллардан туроператорлар авиабилетларни, меҳмонхоналарни олдиндан бюртма бериш ва пул ўтказмалари орқали бронлаш системаларидан кенг фойдалана бошлаганлар.

Биз аслида аллақачон рақамли иқтисодиёт ичидамиз, унинг қулайликларидан фойдаланамиз, лекин унинг моҳиятига тўлиқ тушуниб етмаганмиз.

Шундан келиб чиқиб, фикримизча, “Хизмат кўрсатишда рақамли иқтисодиёт – янги ишлаб чиқиладиган ёки жорий қилиниши лозим бўладиган жараён эмас, бу туризмда инновацион технологияларни туристларнинг кундалик ҳаётига жорий этиш орқали мавжуд хизматларни янгича



кўринишга ўтказиш”, – деганидир. Бунга мисол қилиб ҳозирда дунё туризми индустриясидаги ўзгаришларни олса ҳам бўлади.

Бу борада туризм инфратузилмасини шакллантиришда рақамли инновацион-технологиялардан фойдаланишда энг аввало сўнги йилларда бошланган ишларни давом эттиришни кўзда тутган ҳолда алоҳида эътибор қаратилиши лозим бўлган қуйидаги йўналишни белгилаб олиш мақсадга мувофиқ бўлиб, улар:

- жойлаштириш воситалари бўйича, замонавий ва бренд меҳмонхоналар ҳамда хостел, оилавий меҳмон уйлари каби ҳамёнбоп жойлашув воситаларида инновацион технологияларни қўллашни тезлаштириш, шунингдек, AirB&B тизими бўйича квартиралар бериш механизмларини татбиқ қилиш;
- замонавий технологияларни транспорт логистикасига олиб кириш, туристик оқимни ошириш ва диверсификациялаш учун бир-бирини ўзаро тўлдириб турувчи ички ва ташқи транспорт турларини ҳисобга олган ҳолда, ягона, хавфсиз ва инновацион транспорт логистикасини ривожлантириш;
- амалий ахборот-маълумотномалар орқали маданий мерос субъектлари бўйича, сайёҳлар учун тизимни яратиш, Смарт-туризм технологияларини татбиқ қилиш, турникетлар ва видеокузатувлар тизимларини ўрнатиш орқали маданий мерос субъектлари, музейлар, театрлар, бадиий галереялар фаолияти самарадорлигини ошириш;
- туризм “монетизацияси” бўйича, энг аввало авиаташувлар, жойлашув воситалари хизматлари, сайёҳларнинг овқатланишини ташкиллаштириш, маданий-кўнгилочар тадбирлар ва ишлаб чиқарилаётган сувенир маҳсулотлар учун мослашувчан нарх сиёсатини ўрнатиш орқали туризм “монетизацияси”ни ошириш;
- туризмда рақамли инновацион технологияларни самарали қўллаш масалаларини ўрганиш бўйича республика гуруҳини тузиш ва йил давомида маҳаллий вазирлик ва идоралар мутахассисларига туристик сектор экспертлари ҳамда вакиллари билан бирга вазиятни яхшилаб ўрганиш ва туризмда инновацияларни қўллашга тўсқинлик қилаётган муаммолар ечимини топишга доир аниқ таклифлар акс этган норматив-ҳуқуқий ҳужжатлар лойиҳаларини ишлаб чиқиш лозим.

Туризм ва меҳмондўстлик саноатида кичик ва ўрта бизнесга рақамли инновацион-технологияларни жорий қилиш ва уни ривожлантириш ҳар бир субъектнинг молиявий ва технологик имкониятларига боғлиқ. Бу борада қуйидаги технологик имкониятларни кўриб ўтишимиз мумкин.

1. “Сунъий ақл” – саёҳатни режалаштираётганда энг мослаштирилган натижани беради. Мижозлар билан ўзаро муносабат (CRM) тизими мижозларнинг имтиёзлари тўғрисидаги маълумотларга асосланиб, бошқа саёҳатчилар фойдаланган ечимларни таклиф қилади, таътилни ёки саёҳатни ташкил қилишни сезиларли даражада соддалаштиради ва пулни тежашга ёрдам беради.
2. Интернет хизматининг “муаммосиз” саёҳатни таъминловчи асосий элементлари – учиш, трансфер, меҳмонхона, автоулов брон қилиш кенг тарқалган. Маълумотлар алмашиш орқали туристлар турли хил муаммоларни тўхташ жойининг манзилидан тортиб, ўзига нотаниш шаҳардаги йўналишларни йўқотишнинг олдини олиш орқали кутилмаган хавфларни ва сарфланадиган вақтни камайитириши мумкин.
3. Роботизация – одамлар учун фойдали бўлган ва улар билан ишлашга қодир бўлган ботларнинг роботлари тобора кўпроқ ҳаётга кириб келмоқда. Ҳозирда тозалаш роботлари аллақачон маиший техниканинг энг кенг тарқалган элементига айланган. Ходимларга бўлган эҳтиёжни камайитирган ҳолда, ушбу услуб оилавий меҳмонхоналар бизнесини олиб боришни сезиларли даражада соддалаштириши мумкин.



4. Овоз технологиясидан (АҚШ меҳмонхоналарда қўлланиши бошланган “Alexa” овозли ёрдамчи) фойдаланиш самарали бўлиб, хизматларни оптималлаштиришга, қўп жараёнларни минималлаштиришга имкон беради. Шу боис, ҳатто кичкина оилавий меҳмонхоналар ҳам мижозларга кечаю-кундуз хизмат кўрсатиши ва тил тўсиқларини бартараф этиши мумкин.
5. Блокчейн – “ишончли рақамли муҳит”ни яратувчи, бу буюртмалар, резервациялар ва тўловларнинг ишончлилигини сезиларли даражада оширади, маълумотлар ва хизматларнинг ишончлилигини, аниқлигини таъминлаши мумкин.

Умуман олганда туризмда юқори натижаларга эришиш ва соҳанинг келажагини белгилаш бугунги кунда рақамли инновацион-технологияларнинг имкониятларидан фойдаланишга боғлиқ бўлиб қолмоқда.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Tourism Innovation: Technology, Sustainability and Creativity. Vanessa Ratten, Vitor Braga, Jose Álvarez-García, Maria de la Cruz del Rio-Rama Routledge, 26 июн. 2019 г. –р 174.
2. Tourism and Innovation. Colin Michael Hall, Allan M. Williams. New York, NY: Routledge, 2020. –р 480.
3. Цифровая экономика в индустрии туризма и гостеприимства: тенденции и перспективы. Богомазова И.В., Аноприева Е.В., Климова Т.Б. //Сервис в России и за рубежом. 2019. –Т. 13. Вып. 3. –С. –34-47.
4. www.uzbektourism.uz



ТУРИСТИК КЛАСТЕРЛАРНИНГ ТЕХНОЛОГИК ПЛАТФОРМАСИНИ ИШЛАБ ЧИҚИШ

Абдурахмонова Гулнора Каландаровна

ТДИУ проректори, и.ф.д., проф.

Аннотация: Туризмда кластер усулларида кенг фойдаланиш ва унинг технологик платформасини ишлаб чиқиш бўйича тадқиқотлар олиб борилган. Шу сингари, кластерларнинг технологик платформасининг имкониятларидан фойдаланиш бўйича мақолада бир қатор хулосалар берилган.

Калит сўзлар: туризм, иқтисодиёт, кластер, технология, ҳудуд, инновация, имконият.

Abstract: Studies have been conducted on the widespread use of cluster methods in tourism and the development of its technological platform. In the same way, a number of conclusions are given on the use of the possibilities of the technological platform of clusters.

Key words: tourism, economy, cluster, technology, territory, innovation, opportunity.

Аннотация: Проведены исследования по широкому использованию кластерных методов в туризме и развитию его технологической платформы. Таким же образом дается ряд выводов по использованию возможностей технологической платформы кластеров.

Ключевые слова: туризм, экономика, кластер, технологии, территория, инновации, возможности.

Замонавий туризмда ҳозирда кенг қўламда амалга оширилаётган ишларга қараладиган бўлса, туризмда кластерларни ташкил қилиш оммолашиб бормоқда. Бунда кластерлар туристик жозибador ва ўзига жалб қилувчи масканлар турларига кўра, музейли кластерлар, кўнгил очар кластерлар, спорт туридаги кластерлар, экологик кластерлар, этнографик кластерлар, соғломлаштириш ва дам олиш кластерлари, маданий кластерлар ва бошқалар. Қоидага кўра, битта туристик кластерда бир қанча туристик аттракторлар мужассамлашади.

Биз учун энг аҳамиятли минтақавий кластерлар минтақа таркибига кирувчи хизмат кўрсатувчи фирмаларнинг самарадорлигини сезиларли даражада ошириши мумкин. Бунинг натижаси эса қуйидагилар билан изоҳланади:

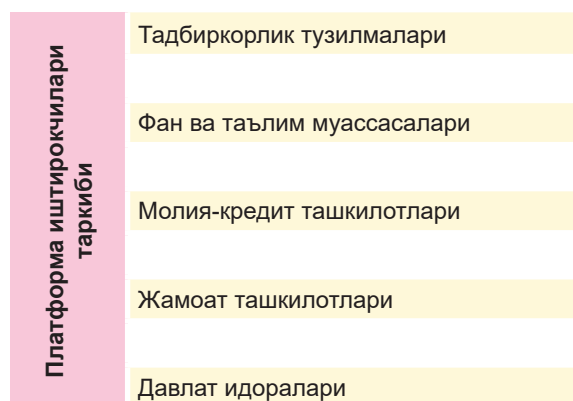
- улар учун ҳамкорликдаги фаолиятни мувофиқлаштириш масалалари енгиллашади;
- ахборот алмашинуви ва янгиликларнинг жорий этилиши кучаяди;
- хизмат қилувчи инфратузилмавий объектлардан ҳамкорликда фойдаланиш ва йирик таълим тузилмаларида ходимларни тайёрлаш имкони пайдо бўлади.

Шу билан биргаликда, туристик кластерлар учта асосий таркибий қисм иштирокида муваффақиятли фаолият юритади:

- ички ва ташқи бозорларда сотиладиган рақобатбардош турмахсулотларни ишлаб чиқарувчи ёки рақобатбардош хизматларни тақдим этувчи етакчи корхоналар;
- инновацион кластернинг барча резидентларига юқори сифатли хизматларни тақдим этадиган хизмат кўрсатувчи ташкилотларнинг ривожланган тармоғи;
- меҳнат ресурсларининг юқори сифати, инвестицион оқимлардан фойдаланиш имконияти, маъмурий тўсиқларнинг йўқлиги, инновацион кластердаги инфратузилмани ривожлантиришнинг юқори даражаси, ривожланган илмий тадқиқот салоҳиятини ўзида мужассамлаган ижобий ишбилармонлик муҳити (кластерни тузиш ташкилотларининг ички ва ташқи рақобатбардош муҳити) орқали унинг мувоффақияти таъминланади.

Кластерларни ташкил қилишда технологик платформалар ҳам катта роль ўйнайди. Технологик платформалар туристик соҳанинг инновацион ривожланишида минтақавий устувор ўйна-

лишларни шакллантирадиган ва ушбу устувор йўналишларни амалга ошириш бўйича минтақа, фан, бизнес ва фуқаролик жамиятининг саъй-ҳаракатларини бирлаштирадиган воситалардан бири бўлади (1-чизма).



1-расм: Туристик кластернинг технологик платформи

1. Тадбиркорлик тузилмалари – туризм соҳасида қўшимча қиймат занжири шаклланишини ифодаладиган йирик, ўрта ва кичик фирмалар.
2. Фан ва таълим муассасалари – ушбу соҳада фаолият олиб боровчи илмий тадқиқот институтлари, олий ўқув юртлари, илмий-техник инновацион марказлари ва бошқа ташкилий тузилмалар.
3. Молия-кредит ташкилотлари – акционерлик тижорат банклари, венчур (инновацион фаолиятни лойиҳалаштиришга йўналтирилган) капитали, илмий тадқиқот ва инновацияларни давлат томонидан молиялаштирувчи институтлар.
4. Жамоат ташкилотлари – саноат уюшмалари ва ассоциациялари, истеъмолчилар уюшмаси ва касаба уюшмалари.
5. Давлат идоралари – платформа дастурларини мувофиқлаштирувчиси ва шу доирада илмий-тадқиқотларни ўтказиш учун давлат кўмаги кўрсатувчиси бўлган минтақавий ижро этувчи ҳокимият идоралари, маҳаллий бошқарув идоралари.

Шу билан бирга технологик платформаларнинг асосий фаолият йўналишлари қуйидагилардан иборат бўлиши керак:

- технология соҳасида башорат-таҳлилий (прогноз) фаолият, стратегик режаларни ишлаб чиқиш, илмий-техник ривожланиш устуворликларини аниқлаш, бизнес намоёндалари ва давлат институтларига платформанинг ишлаш профили бўйича масалаҳатлар бериш;
- таълим фаолияти – ходимларни тайёрлаш ва қайта тайёрлаш учун ўқув режалари ва таълим дастурларини ишлаб чиқиш, корхона ва ташкилотларга ёш мутахассисларни жалб қилиш;
- ахборот фаолияти – платформа доирасида янги ишланмалар ҳақида ахборотларни тарқатиш, унинг тадбирларига ахборот кўмагини кўрсатиш, тегишли анжуманлар, симпозиумлар, форумлар, учрашувлар, семинарлар ташкил этиш ва ўтказиш.

Платформаларнинг барқарорлигини таъминлаш учун турли молиялаштириш манбаларидан (молиялаштиришнинг аралаш шакли) маблағларни жалб қилиш керак. Технологик платформалар, барча томонларни ҳисобга олган ҳолда йўналишни ривожлантиришнинг ягона стратегиясини шакллантириш учун саъй-ҳаракатларни бирлаштиришга мўлжалланган механизмдир. Давлат, бизнес ва экспертлар жамиятининг ҳамкорлик муносабатлари асосида фаолият юритадиган бундай лойиҳаларнинг самарадорлиги ривожланган мамлакатлар тажрибасидан ёрқин намоён бўлмоқда.



Хулоса ўрнида таъкидлаш лозимки, айнан давлат, минтақавий ва маҳаллий ҳокимиятлар томонидан пухта ўйланган режалар асосида туристик мажмуага сармоянинг оқимининг кириб келиши учун барча шарт-шароитларни яратиб беришлари лозим.

Бу эса, ўз навбатида, мажмуа иштирокчилари сонининг ўсишига, туристлар ва пул оқимининг кўпайишига, аҳолининг бандлиги ошишига олиб келади. Биз, мамлакатимизда тегишли янги туристик маҳсулотларни шакллантириш, тарғиб қилиш ва сотиш бўйича фаолиятни бирлаштириш ва мувофиқлаштириш воситаларидан фойдаланган ҳолда минтақа туризм бозорининг барча иштирокчилари ўртасидаги ўзаро ҳамкорликнинг пухта ўйланган тизимини ишлаб чиқишимиз керак, деган фикрдамиз.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. By Hans Mol Series edited by Terry Phillips "English for Tourism and Hospitality in Higher Education Studies, Course Book with audio CDs" Patricia Paskins 2010. –143 p.
2. Евпланов А. Договорились о термине. Депутаты выяснили, что такое туристический кластер // Российская Бизнес-газета. –2011. –№800.
3. Тарасенок А.И. Геоэкономика туризма: учеб. пособие. –М.: КноРус, 2009. –169 с.
4. Норчаев А.Н. Замоновий туризм инфратузилмасининг шаклланиш ва ривожланиш тенденциялари. Док.дисс. (DSc). ТДИУ. 2021 й. –245 б.
5. <http://elibrary.ru>.
6. [www. world-tourism.org](http://www.world-tourism.org) (Бутунжаҳон туризм ташкилоти).



TOURISM DEVELOPMENT IN UZBEKISTAN: COMPREHENSIVE ANALYSIS OF CURRENT TRENDS AND FUTURE PROSPECTS

Zufarova Nozima Gulamiddinovna

PhD, Associate Professor Dean of the Faculty of International Tourism,
Tashkent State University of Economics

Annotatsiya: Ushbu maqolada Yangi O'zbekistondagi turizm sohasi tahlil qilingan bo'lib, uning so'nggi rivojlanishi, asosiy diqqatga sazovor joylari, muammolari va kelajak istiqbollari e'tibor qaratilgan. Yurtimizning tarixiy va madaniy ahamiyati ko'rib chiqilib, uning turizm yo'nalishidagi salohiyati yoritilgan. Unda turizmni rivojlantirish va xalqaro mehmonlarni jalb qilish bo'yicha strategik tashabbuslarni amalga oshirish borasidagi sa'y-harakatlari o'rganilgan. Shuningdek, turizmning kelajakdagi istiqbollari, rivojlanayotgan tendensiyalar, bozorni diversifikatsiya qilish va tashrif buyuruvchilar tajribasini oshirishda yangi texnologiyalarning roli ko'rib chiqilgan.

Kalit so'zlar: Turizm, O'zbekiston Respublikasi, taraqqiyot, diqqatga sazovor joylar, muammolar, istiqbollar.

Abstract: This article analyzes the tourism industry in New Uzbekistan, its recent development attention was paid to its development, main attractions, problems and future prospects. The historical and cultural significance of our country was discussed, and its potential in the field of tourism was highlighted. It examines its efforts to develop tourism and implement strategic initiatives to attract international visitors. The future prospects of tourism, emerging trends, market diversification and the role of new technologies in enhancing the visitor experience were also discussed.

Key words: Tourism, Republic of Uzbekistan, development, attractions, challenges, prospects.

Аннотация: В данной статье анализируется туристическая отрасль Нового Узбекистана, ее современное развитие. Внимание было уделено его развитию, основным достопримечательностям, проблемам и перспективам. Обсуждалось историческое и культурное значение нашей страны, подчеркивался ее потенциал в сфере туризма. Он изучает свои усилия по развитию туризма и реализации стратегических инициатив по привлечению иностранных посетителей. Также обсуждались будущие перспективы туризма, возникающие тенденции, диверсификация рынка и роль новых технологий в повышении качества обслуживания посетителей.

Ключевые слова: Туризм, Республика Узбекистан, развитие, достопримечательности, проблемы, перспективы.

President of Uzbekistan Shavkat Mirziyoyev has placed a strong emphasis on the development and growth of the tourism industry in the country. President Mirziyoyev has implemented several initiatives and reforms to promote tourism and position Uzbekistan as an attractive destination and launched a comprehensive Tourism Development Strategy aimed at transforming Uzbekistan into a globally recognized tourism destination. The strategy focuses on improving infrastructure, diversifying tourism products, enhancing visitor experiences, and promoting sustainable practices. Tourism plays a significant economic role in Uzbekistan and is considered a priority sector for the country's development. According to the statistics agency, in January-July 2023, the volume of services of tourist agencies, tour operators, booking and other related services amounted to 377 billion soums. This indicator has increased by 5.8% compared to the same period last year.

According to the statistics agency, in January-August 2023, 4.3 million foreign citizens visited Uzbekistan for tourist purposes. The travel goals of foreign citizens who came to the Republic of Uzbekistan in January-August 2023 are as follows:

- visit relatives 3.7 million people;
- to rest – 467 thousand people;



- treatment-41 thousand people;
- commercial-37 thousand people;
- for study purposes-7.1 thousand people.

For example, 9,266 tourists arrived in Uzbekistan in 7 months from France, 5,307 tourists from Spain visited Uzbekistan in January-June 2023.

In recent years, the Uzbekistan government has taken steps to attract more tourists and create a favorable investment environment for the tourism sector. Here are some factors highlighting the economic role of tourism in Uzbekistan:

Currency Inflows. Tourism serves as an important source of foreign currency inflows for the country. Tourists spend money on accommodation, food, transportation, shopping, and entertainment, which increases the volume of foreign currency in the economy.

Infrastructure Development. Tourism development requires the modernization and improvement of infrastructure such as airports, roads, hotels, restaurants, and attractions. This creates the need for investments in the construction and upgrading of these facilities, contributing to the growth of the construction industry and the creation of new jobs.

Employment Growth: Tourism development provides new employment opportunities and helps reduce the unemployment rate. The service sector, hospitality industry, restaurants, transportation, and handicraft production directly benefit from tourism growth.

Development of Small Enterprises. Tourism contributes to the development of small and medium-sized enterprises. Local entrepreneurs have the opportunity to open hotels, restaurants, souvenir shops, and other tourist-related businesses. This stimulates the local economy, creates new jobs, and improves the lives of the local population.

Promotion of Culture and Heritage. Uzbekistan has a rich cultural and historical heritage, including ancient cities, architectural monuments, and unique traditions. Tourism development contributes to the preservation and promotion of this heritage, attracting attention and interest from tourists worldwide.

Tourism has emerged as a significant economic sector in Uzbekistan, with the country attracting a growing number of international visitors in recent years. This article aims to provide a comprehensive overview of the tourism industry in Uzbekistan, exploring its historical and cultural significance, government initiatives, economic impact, challenges, and future prospects.

1. Historical and Cultural Significance of Uzbekistan.

This section highlights the historical and cultural heritage of Uzbekistan, emphasizing its importance as a tourism destination. It explores the Silk Road legacy, architectural wonders such as Samarkand and Bukhara, and the unique traditions and customs that attract tourists from around the world. Uzbekistan played a pivotal role in the ancient Silk Road trade network, which connected East Asia with the Mediterranean. The Silk Road brought merchants, explorers, and scholars from different parts of the world to Uzbekistan, fostering cultural exchange and economic prosperity. The remnants of caravanserais, trading posts, and ancient cities along the Silk Road, such as Samarkand, Bukhara, and Khiva, showcase the region's historical importance and architectural brilliance.

The territory of modern-day Uzbekistan was home to several ancient civilizations, including the Bactrians, Sogdians, and Khorezmians. These civilizations made significant contributions to art, science, philosophy, and literature. The archaeological sites of Termez, Dalverzin Tepe, and Afrasiab provide glimpses into the lives of these ancient peoples and their cultural achievements.

Uzbekistan boasts a wealth of architectural marvels that reflect its diverse cultural influences. The turquoise domes, intricate tilework, and geometric patterns are distinctive features of Uzbekistan's architectural style. The Registan Square in Samarkand, with its three grand madrasas, is considered one of the world's most stunning architectural ensembles. The Ark of Bukhara, the Itchan Kala fortress in Khiva, and the Juma Mosque in Shakhrisabz are other notable examples of Uzbekistan's architectural heritage.

It is renowned for its traditional arts and crafts, which have been passed down through generations. Embroidery, ceramics, wood carving, miniature painting, and silk weaving are among the



traditional crafts that flourish in the country. The skills and techniques used in these crafts are deeply rooted in Uzbekistan's cultural history and reflect the creativity and craftsmanship of its people.

2. Government Initiatives and Tourism Development Strategies.

This section examines the role of the Uzbekistani government in promoting tourism and outlines the strategic initiatives implemented to attract international visitors. It explores visa liberalization measures, investment incentives, infrastructure development plans, and marketing campaigns aimed at positioning Uzbekistan as a premier tourism destination. The Uzbekistani government has implemented various initiatives and strategies to promote tourism development and position the country as an attractive destination. These initiatives aim to enhance infrastructure, facilitate travel, attract investment, and improve the overall visitor experience. Here are some key government initiatives and tourism development strategies in Uzbekistan:

Visa Liberalization. The government of Uzbekistan has implemented visa liberalization measures to facilitate travel for international visitors. In 2018, the country introduced an electronic visa system, allowing tourists from many countries to obtain visas online, simplifying the visa application process and reducing barriers to entry.

Tourism Development State Program. The Uzbekistan Tourism Development State Program, launched in 2019, outlines the government's comprehensive strategy for tourism development. The program focuses on improving infrastructure, preserving cultural heritage, promoting sustainable tourism practices, and enhancing marketing efforts to attract international visitors.

Investment Incentives. The government offers various investment incentives to encourage private sector participation in tourism development. These incentives include tax breaks, subsidies, and favorable regulations to attract domestic and foreign investment in tourism-related businesses and infrastructure projects.

Infrastructure Development. The government has prioritized infrastructure development to support tourism growth. Significant investments have been made in expanding and upgrading transportation networks, including airports, roads, and railways, to improve connectivity and accessibility to tourist destinations across the country.

3. Economic Impact of Tourism.

This section discusses the economic benefits generated by tourism in Uzbekistan. It analyzes the contribution of tourism to GDP growth, foreign exchange earnings, job creation, and income generation. The section also highlights the linkages between tourism and other sectors of the economy, such as hospitality, transportation, and handicrafts. The growth of tourism in Uzbekistan has attracted domestic and foreign investment in the sector. The government's efforts to create an enabling environment for tourism development, such as investment incentives and public-private partnerships, have encouraged the establishment of hotels, resorts, restaurants, and other tourism-related businesses. This has created business opportunities and contributed to economic diversification.

The expansion of the tourism sector has stimulated the development of ancillary services and industries. These include transportation services, travel agencies, tour operators, handicraft production, souvenir shops, and entertainment venues. These sectors benefit from the increased demand generated by tourism activities, further contributing to economic growth and employment.

The tourism sector has a multiplier effect on the economy, as visitor spending circulates through various sectors. The income generated by tourism expenditure is reinvested in the economy, creating additional economic activities and stimulating growth in related industries. This multiplier effect extends beyond the tourism sector and positively impacts sectors such as agriculture, construction, retail, and services.

4. Challenges and Sustainability in Tourism.

This section addresses the challenges faced by the tourism industry in Uzbekistan. It discusses infrastructure gaps, the need for sustainable tourism practices, cultural preservation, and environmental conservation. The section also explores the importance of community engagement and the involvement of local stakeholders in sustainable tourism development.

While tourism can contribute to economic development and job creation, it can also create socio-economic challenges. Income disparities, unequal distribution of tourism benefits, and the exploitation



of local communities and workers are common concerns. Ensuring fair labor practices, supporting local entrepreneurship, promoting community-based tourism initiatives, and investing in local infrastructure and services are important for maximizing the positive socioeconomic impacts of tourism. Many tourism destinations, including Uzbekistan, are highly dependent on seasonal tourism patterns. Reliance on a limited tourism season can lead to economic vulnerability, as businesses struggle to sustain operations during the off-peak periods. Diversifying tourism offerings, promoting year-round attractions and activities, and developing niche markets can help reduce the negative effects of seasonality and enhance the resilience of tourism destinations.

The development and maintenance of tourism infrastructure, including transportation networks, accommodations, and facilities, are crucial for the growth of the tourism industry. Insufficient infrastructure and capacity constraints can limit the industry's potential and hinder visitor satisfaction. Investments in infrastructure development, skills training, and capacity building are necessary to meet the demands of a growing tourism industry.

5. Future Prospects and Emerging Trends.

This section provides insights into the future prospects of tourism in Uzbekistan. It discusses emerging trends, including niche tourism segments such as adventure tourism, cultural tourism, and ecotourism. The section also explores the role of technology in enhancing visitor experiences and promoting destination marketing. The future prospects of the tourism industry are shaped by various factors, including technological advancements, changing consumer preferences, global events, and sustainability concerns. Technology continues to play a transformative role in the tourism industry. Digital platforms, online travel agencies, and mobile applications have revolutionized how travelers search, book, and experience their trips. Emerging technologies such as artificial intelligence, virtual reality, and big data analytics are being adopted to personalize travel experiences, enhance customer service, and streamline operations. Sustainability and responsible tourism practices are gaining increasing importance. Travelers are becoming more conscious of their environmental and social impact and are seeking sustainable travel options. Sustainable tourism certifications, eco-friendly accommodations, community-based tourism initiatives, and responsible wildlife tourism are among the emerging trends in the industry. It's important to note that these trends and prospects are subject to change based on evolving consumer preferences, technological advancements, and external factors. The tourism industry needs to adapt and innovate to capitalize on emerging trends while addressing sustainability and social responsibility concerns.

The article concludes by summarizing the key findings and insights derived from the analysis. It emphasizes the potential of Uzbekistan's tourism sector, outlines the challenges that need to be addressed, and provides recommendations for sustainable tourism development. The study underscores the importance of continued research, collaboration, and strategic planning to further enhance Uzbekistan's position as a leading tourism destination.

References:

1. Wirtz, J., & Chew, P. (2002). The effects of incentives, deal proneness, satisfaction and tie strength on word-of-mouth behaviour. *International Journal of Service Industry Management*, 13(2), 141-162.
2. LaPlaca, P., & Gray, C. (2013). *Digital branding: A complete step-by-step guide to strategy, tactics and measurement*. John Wiley & Sons.
3. An, J., & Kim, Y. (2016). Factors affecting university selection by international students. *Journal of Business Research*, 69(8), 2924-2931.
4. Kim, K., Lee, H. R., & Chun, J. U. (2015). Do social media marketing activities enhance customer equity? An empirical study of luxury fashion brand. *Journal of Business Research*, 68(11), 2244-2253.
5. Alalwan, A. A., Rana, N. P., Dwivedi, Y. K., & Algharabat, R. (2017). Social media in marketing: A review and analysis of the existing literature. *Telematics and Informatics*, 34(7), 1177-1190.
6. Wamba, S. F., Akter, S., Edwards, A., Chopin, G., & Gnanzou, D. (2017). How 'big data' can make big impact: Findings from a systematic review and a longitudinal case study. *International Journal of Production Economics*, 183, 319-330.
7. Yu, J., Kim, Y. J., & Choi, Y. J. (2019). Strategic use of big data in digital marketing: A review. *Big Data and Society*, 6(1), 2053951719840679.
8. www.stat.uz

ҚОРАҚАЛПОҒИСТОН РЕСПУБЛИКАСИДА ТУРИЗМ СОҲАСИНИНГ ЯНГИ ЙЎНАЛИШЛАРИНИ ТАШКИЛ ЭТИШ ИМКОНИЯТЛАРИ

Эштаев Алишер Абдуғаниевич
ТДИУ профессори, и.ф.д.

Хошимов Бахром Бахадирович
ТДИУ мустақил тадқиқотчиси

Ўзбекистон Республикасида туризм иқтисодиётнинг етакчи тармоқларидан бирига айланмоқда, қолаверса, Янги Ўзбекистонни барпо этишда туризм соҳасини ривожлантириш мақсадида давлат томонидан бир қатор устувор вазифалар белгиланган.

Хусусан, Ўзбекистон Республикаси Президенти томонидан 2023 йилнинг 29 мартида ўтказилган “Республиканинг туризм салоҳиятини жадал ривожлантириш ҳамда маҳаллий ва хорижий туристлар сонини янада оширишга доир қўшимча чора-тадбирлари”га бағишланган видеоселектрда “...2022 йилда юртимизга ташриф буюрган хорижий туристлар сони 2021 йилга нисбатан 3 бараварга ошди (5,2 миллион, соҳа экспорти – 1,6 миллиард доллар). Лекин, салоҳиятимиз бундан 10 карра юқори. Ички туризм дастурлари доирасида 11,5 миллион, шундан 1,5 миллион эҳтиёжманд аҳоли, ёшлар ва кексалар саёҳатлари ташкил этилди”, – деб алоҳида таъкидлаб ўтган эди.

Давлат раҳбари томонидан ўтказилган ушбу йиғилишда, масъулларга бу йили 7 миллион хорижий ва 15 миллион ички сайёҳларни жалб қилиш, экспортни 2,5 миллиард долларга етказиш бўйича топшириқ берилган эди.

Ушбу топшириқлар берилгунга қадар давлат раҳбари томонидан туроператор, меҳмонхона, транспорт корхоналари, олийгоҳлар вакиллари билан бир неча бор учрашилиб, уларнинг муаммолари ва таклифлари ўрганилганлиги, хусусан:

- юртимизга келмоқчи бўлган сайёҳлар жуда кўп. Лекин, туристларни фаол жалб қиладиган жойлар ҳақида контент кам, бори ҳам қизиқарли эмас, сайёҳларни 4-5 кун олиб қоладиган турпакетлар етишмаслиги;
- самолётга, поездга билетни 3-6 ой олдиндан брон қилиш, сотиб олишда ноаниқликлар жуда кўплиги;
- халқаро тадбирлар қайси санада бўлиши ҳақида маълумот етказилмаётганлиги;
- музей, театр, маданият масканлари туризм дастурлари билан боғланмаганлиги, уларнинг ишлаш вақти ҳам сайёҳлар талабидан келиб чиқмаганлиги борасида ҳам фикр билдирилди.

Ўтказилган ушбу йиғилишда назариянинг амалиёт билан интеграциясини йўлга қўйиш, илмий-тадқиқот ишларини соҳага кенг татбиқ этиш мақсадида мамлакатимиздаги 11 та олий таълим муассасаларини ўзларига бириктирилган вилоятлар ва 31 та туман ҳокимлари билан биргаликда:

- 31 та туман ва улардаги 143 та туризм маҳалласининг тарихи, ёдгорликлари ва туристик объектлари контентини яратиши;
- улар асосида камида 12 та тилда туристик пакетларни ишлаб чиқиши (рус, инглиз, француз, немис, араб, япон, хитой, ҳинд, испан, португал, корейс, малай);
- туризм, иқтисодиёт, тарих, география, сервис, хорижий тиллар йўналишларида ўқиётган талабалар камида 2 ойлик амалиётини ушбу туманларда ташкил қилиши;
- туризм ва сервис объектлари ишчиларини ўқитиб бериши белгилаб берилган эди.



Давлат раҳбари томонидан берилган топшириқларнинг ижросини таъминлаш мақсадида Тошкент давлат иқтисодиёт университети жамоаси томонидан Қорақалпоғистон Республикасининг Тахтақўпир, Хўжайли ва Элликқалъа туманларида изчил ҳаракатлар олиб борилмоқда.

Энг аввало университетга бириктирилган туманлардаги туристик объектлар, яъни Элликқалъа туманида 21 та, Хўжайли туманида 13 та ва Тахтақўпир туманидаги 14 та туристик объектнинг контенти яратилди, соҳани ривожлантиришга таъсир қилаётган омиллар таҳлил қилинди. Ушбу туманларга туристларни кенг жалб қилиш ва уларни ҳудудда 4-5 кун мобайнида олиб қоладиган маҳаллий туризм ташкилотлари билан ҳамкорликда жозибадор ва қизиқарли бўлган 12 та туризм пакетлари ишлаб чиқилди.

Қорақалпоғистон Республикасининг туристик салоҳиятини ошириш мақсадида жорий йилнинг 1-2 июнь кунлари Қорақалпоғистон Республикасининг Элликқалъа туманида Тошкент давлат иқтисодиёт университети томонидан “Янги Ўзбекистонни биргаликда қурамиз!” шиори остида “Сахро садоси” ёшлар фестивали ўтказилди. Фестиваль ўтказиладиган жойлар сифатида Элликқалъа туманининг Ақчақўл, Аёзқалъа ва ёшлар оромгоҳи каби объектлар танлаб олинди.

Фестиваль давомида турли спорт мусобақалари, “Заковат” интеллектуал ўйини, миллий ўйинлар, қорақалпоқ миллий таомлари чемпионатлари, миллий куй-қўшиқлар, расм чизиш, сувда ва қуруқликда кўплаб тадбирлар ўтказилди. Ушбу тадбирларга нафақат маҳаллий сайёҳлар, балки хорижлик сайёҳлар ҳам жалб қилинди.

Туризм соҳасига илмий-тадқиқотларни кенг жалб қилиш мақсадида Маданият ва туризм вазирлиги, унинг тизим ташкилотлари билан ҳамкорликда ушбу туманлардаги соҳа бўйича энг муаммоли бўлган 39 та илмий-тадқиқотларнинг намунавий мавзуларини рўйхати шакллантирилди ва професор-ўқитувчилар ва тадқиқотчилар томонидан ушбу мавзулар бўйича тадқиқот ишлари олиб бориладиган бўлди.

Тахтақўпир, Хўжайли ва Элликқалъа туманларида фаолият олиб боровчи гид-таржимон ва экскурсия етакчилари учун туристларга сифатли хизмат кўрсатиш борасида, туристларни олдида ўзини тутиши, нутқ ва кийиниш маданияти, туризм объектлари тўғрисидаги реал маълумотларни билиши ва уларни туристларга етказиши, зиёрат одоби, зиёрат объектларида экскурсия олиб боришнинг услубий асослари, диний масканларда экскурсия ўтказиш техникаси, услублари ва тарбиявий аҳамияти борасида батафсил маълумотлар берадиган услубий қўланма ишлаб чиқилди.

Университетнинг профессор-ўқитувчилари томонидан 5 та касб мутахассислари учун қисқа муддатли ўқув курсларининг ўқув режалари ва дастурлари ишлаб чиқилди. Бу асосида Тахтақўпир, Хўжайли ва Элликқалъа туманларидаги туризм ва сервис ходимларини малакасини ошириш, маҳаллий аҳолини туризм соҳасига жалб қилиш ва уларнинг бандлигини ошириш мақсадида семинар-тренинглар ташкил қилинмоқда.

Тадқиқотлар натижасида туризм соҳасини ривожланишига таъсир қилувчи бир қатор камчиликлар аниқланди, хусусан, ушбу туманлардаги 17 та туристик объектлар мавжуд туристик маршрутларга киритилмаган. Элликқалъа туманида экологик, агро, ов ва соҳил туризми, археологик туризм, Тахтақўпир туманида соғломлаштириш туризми ва Хўжайли туманида зиёрат туризм имкониятларидан етарлича фойдаланилмаяпти, туманларнинг туристик салоҳияти жаҳон ахборот тармоқларида деярли тарғибот қилинмаган, туманларда гид-экскурсоводлар етишмаслиги сабаб, сайёҳатчиларга сифатли туристик хизматлар кўрсатиш имконияти паст даражада, мавжуд туристик объектлар атрофида туризм инфратузилмаси (санитария-гигиена шаҳобчалари, Wi-Fi зоналар, йўл кўрсаткичлари) қониқарли даражада эмаслиги аниқланди.

Университет профессор-ўқитувчилари ва тадқиқотчилари томонидан ушбу туманларда туризм соҳасини ривожлантириш мақсадида маркетинг тадқиқотлари олиб борилмоқда.

Шу билан биргаликда ушбу ҳудудларда туризм соҳасини кенг ривожлантириш учун бир қатор ишларни амалга ошириш режалаштирилган.

Жумладан, маҳаллий ва хорижий сайёҳларни кенг жалб қилиш, туманларнинг ўзига хос хусусиятлари ва табиий-туристик салоҳиятини янада ошириш мақсадида турли тадбирлар ўтказилмоқда.



Ўтказилган видеоселектр йиғилишида вилоят ҳокимлари олийгоҳлар билан, 1 октябргача меҳмонхона, маданият, табиат, этно ва гастронмик марказларни боғлайдиган туризм кластерини ташкил қилишга масъуллигини ҳам алоҳида таъкидлаб ўтган эди. Маълумки, турли соҳаларда фаолият кўрсатувчи корхона ва ташкилотларнинг ягона мақсад сари ҳамкорликда ҳамда ўзаро ҳамжиҳатликда кластерларга бирлашиши ҳудуднинг ички ресурсларидан янада самарали фойдаланишга имкон беради. Бугунги кунда кластерли ривожлантиришнинг учта “маркази”ни алоҳида ажратиб кўрсатишимиз мумкин: Шимолий Америка, Ғарбий Европа ва Осиё мамлакатларига хос бўлган кластерлар.

Кўпгина давлатларнинг туризм соҳасидаги тажрибаси шундан далолат берадики, кластерлар иқтисодийнинг юқори самарадорликка эришишига имкон яратади, кластерларни шакллантириш мамлакатда мавжуд бўлган туризм ресурслари ҳамда афзалликлардан янада тўлиқроқ фойдаланишга имкон яратади. Ҳар қандай ҳудуд доирасида туризм кластерининг шакллантирилиши соҳа тараққиётига оид муаммолар ечимини топишнинг таъсирчан ва ўта зарур усули ҳисобланади.

Қолаверса, мамлакатимизда ҳудуд доирасидаги туризм кластерини қўллашнинг иккита сабаби мавжуд. Биринчидан, туризм кластеридан фойдаланиш аниқ минтақада туризм соҳасини янада чуқурроқ, ҳар томонлама мажмуали таҳлил қилиш ва унинг истиқболини олдиндан белгилаш билан бевосита боғлиқ. Иккинчидан, кластерларни шакллантириш маълум ҳудуд ижтимоий-иқтисодий тараққиёти доирасида туризмни ҳамда унга турдош бўлган фаолият соҳаларини ривожлантиришнинг минтақавий стратегиясини ишлаб чиқишни, уларни асослашни ҳамда амалга оширишни кўзда тутати. Бунда мазкур соҳаларда ҳўжалик юритувчи субъектларнинг меҳнат унумдорлиги, иш самарадорлиги, инновацион фаолияти, рентабеллик ва фойда даражаси ҳамда рақобатбардошлиги янада ортади. Шу мақсадда университет жамоаси томонидан Қорақалпоғистон Республикасининг Элликқалъа туманида Ақчақўл туристик рекреацион-соғломлаштириш кластерини ташкил этиш таклифи ишлаб чиқилиб амалиётга жорий қилиш мақсадида тавсия этилди.

Мухтасар қилиб айтганда, мамлакатимизнинг бошқа ҳудудлари каби Қорақалпоғистон Республикасининг ҳам туризм салоҳиятидан тўлиқ фойдаланилиш мақсадида бир қатор ишларни амалга ошириш режалаштирилган бўлиб, албатта, бунда соҳа бўйича илмий-тадқиқотлар олиб бораётган олимлар ва тадқиқотчиларнинг амалиёт вакиллари билан биргаликда ҳамкорлиги юқори натижаларига олиб келади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2023 йил 26 апрелдаги “Республиканинг туризм салоҳиятини жадал ривожлантириш ҳамда маҳаллий ва хорижий туристлар сонини янада оширишга доир қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги ПҚ-135 сонли қарори.
2. 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 сонли қарори.
3. Норчаев А.Н. Замонавий туризм инфратузилмасининг шаклланиш ва ривожланиш тенденциялари//Doctor of science диссертацияси. –Тошкент. 2021 й.
4. М.П.Эшов, А.А.Эштаев, А.Н.Норчаев Ўзбекистоннинг туризм салоҳияти ва уни ривожлантириш истиқболлари. (Монография) –Тошкент: Тошкент давлат иқтисодий университетини нашриёти –2023. 257 бет.
5. Эштаев А. “Factors for the development of tourism in Uzbekistan” International journal of advanced science and technology Qz vol.29 NO.9S (2020) Special ISSUE Published 2020-05-18 Indexed by Scopus.
6. <http://www.stat.uz>
7. <http://www.uzbektourism.uz>
8. <http://www.unwto.org>



ЎЗБЕКИСТОНДА ТОҒ ТУРИЗМИНИНГ РИВОЖЛАНТИРИШ ЙЎНАЛИШЛАРИ

Ахмедов Икром Акрамович

ТДИУ профессори, и.ф.д.

Ҳозирги даврда туризм соҳасини ривожлантириш мақсадида давлатимиз томонидан бир қатор устувор вазифалар белгилаб олинган. Ўзбекистон Республикаси Президенти томонидан 2022 йилнинг 19 сентябрда ўтказилган “Ички ва ташқи туризм салоҳиятини янада ошириш чора-тадбирлари”га бағишланган видеоселектор йиғилишида “Туризмда топилган даромаднинг 30 фоизи одамларнинг қўлига иш ҳақи бўлиб боради, саноатда ва бошқа тармоқларда бу 10 фоизидан ошмайди. Туризм соҳасида яратилган битта иш ўрни турдош тармоқларда қўшимча иккита иш ўрни пайдо бўлишига туртки беради. Шунинг учун, кўп давлатлар сайёҳ жалб қилишнинг янги-янги йўллари излаётди” – деб алоҳида таъкидлаб ўтган эди [1].

Ўзбекистонда туризм соҳасига стратегик тармоқ мақомининг берилиши билан ушбу соҳани жадал ривожлантиришда уни етакчи кучга айлантиришга, иқтисодиётни таркибий ўзгартириш ва диверсификациялашга, иш билан бандликни таъминлашга, аҳолининг турмуш даражаси ва сифатини оширишга эътибор қаратилди [2].

Натижада Ўзбекистонда 2016-2022 йилларда туризм соҳасида жуда кўп янгиликлар кузатилди: туризмни ривожлантиришга йўналтирилган янги Фармон ва қарорлар, халқаро ва маҳаллий тадбирлар, янги таълим муассасалари фаолиятининг йўлга қўйилиши, туристлар оқимининг ошиши, янги туризм маҳсулотлари, янгича йўналишларни ривожлантириш, инфратузилмани такомиллаштиришга оид саъи-ҳаракатлар, хорижий инвесторларни жалб қилиш, ОАВ вакилларининг ташрифи ҳамда Ўзбекистоннинг кўплаб халқаро рейтингларда юқори ўринларни эгаллаши амалга оширилди.

Республикада туризм бозорининг турли сегментларига йўналтирилган туризм маҳсулоти ва хизматларини диверсификация қилиш, уларнинг рақобатбардошлигини янада ошириш, мақбул ва қулай ички ҳамда халқаро зиёрат туризми муҳитини яратиш, транспорт йўналишларини кенгайтириш, транспорт хизматлари сифатини ошириш, туризм маҳсулотларини кенг тарғиб қилиш, шунингдек, мамлакатимизнинг саёҳат ва дам олиш учун хавфсиз манзил сифатидаги имижини мустаҳкамлаш мақсадида Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2021 йил 9 февралда ПФ-6165-сонли “Ўзбекистон Республикасида ички ва зиёрат туризминини янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги фармони эълон қилинди [3].

Туризм ҳамма жойда энг даромадли ва жадал ривожланаётган соҳалардан бири сифатида етакчи мавқега эришмоқда. Самарали давлат бошқаруви билан туризм соҳаси кўплаб иқтисодий ва ижтимоий муаммоларни ҳал қилиш воситасидир ва шунинг учун кўплаб мамлакатларда у барқарор ривожланаётган соҳага айланди. Туризмнинг Ўзбекистон учун янги турларидан бири бўлган тоғ туризми бу борада муҳим аҳамиятга эга бўлиб бормоқда.

Тоғ туризми – бу спорт тури бўлиб, асосий мақсад кишиларнинг табиий тўсиқларни бар-тараф этиш орқали жисмоний юксалишга эришишидир.

Тоғ туризми – тоғ ён бағирлари, қирлар, музликлар бўйлаб, доvonлар ва тоғ дарёларининг оқимлари бўйлаб саёҳатдир. Кўпинча тоғ туризми фақат алпинизмни англатади, лекин айна пайтда у геотуризм ва минералогик туризмни ҳам ўз ичига олади. Тоққа чиқиш экстремал спорт тури ҳисобланади, чунки у ҳақиқий хавф-хатарлар билан боғлиқдир.

Кейинги вақтларда Европа мамлакатларида тоғ-ғор туризми анча ривожланди. Дунёнинг кўп-гина мамлакатларида туристик экскурсиялар уюштирилаётган ғорлар 1250 дан ортиқ. Ўзбекистонда дунёга машҳур ўнлаб ғорлар бўлишига қарамай, бирорта ғор туристик экскурсия ташкил этиш учун тайёрланмаган.

Туризм дунёдаги кўпгина давлатлар иқтисодиётининг муҳим даромад манбаи саналса, ривожланаётган мамлакатларни барқарор тараққий эттириш концепциясида тоғ туризмининг ўрни алоҳида.



2005 йилда дунё бўйича 338 миллион одам тоғ туризми индустрияси билан шуғулланган ва йиллик даромад 7,2 триллион АҚШ долларини ташкил этган бўлса, 2021 йилда дунё бўйича 538 миллион одам тоғ туризми индустрияси билан шуғулланган ва йиллик даромад 14,2 триллион АҚШ долларини ташкил этган.

Ҳозирги вақтда европаликларнинг қарийб ярми тоғли жойларда дам олишни маъқул кўради. Ҳар хил таассурот қолдирувчи хилма-хил табиий географик объектларни кесиб ўтувчи маршрутлар туристлар орасида катта қизиқиш уйғотади [4].

Масалан, Японияда “тезюрар поездлар тизими” мамлакатнинг асосий шаҳар марказларини баланд тоғлар билан, Швейцарияда троллейбуслар шаҳарни тоғ музликлари билан боғлайди. Бундай мисоллар Шимолий Америкада ҳам мавжуд.

Тоғ рельефи текисликка нисбатан нафақат ландшафт, эстетик жиҳатдан қулайликларга эга, балки тоғнинг соф мусаффо ҳавоси ультрабоинафша нурларининг кўплиги, турли хил спорт турларини ташкил қилиш имкониятлари билан ажралиб туради. Шунинг учун ҳам Европада Альп, Осиёда Ҳимолай, Африкада Атлас, Америкада Кордилера халқаро тоғ туризми районлари бўлиб қолди. Айниқса, Аляска, Канада тоғларида, Гренландия бўйлаб туристик маршрутлар жуда ҳам машҳур бўлиб, ҳар йили бу ерга 1,5 миллион нафардан ортиқ турист келади. Россияда Олтой, Тебер, Урал ва Бошқирд тоғларида эса кўп кунлик отда ошиб ўтиш туристик маршрутлари ривожланган.

Юртимизнинг сўлим тоғи масканларида ҳам отда юриш туризмни ривожлантириш учун имкониятлар бор. Бундан ташқари, тоғларнинг ёнбағрида кўпгина мамлакатлардаги каби ғорларга экскурсия уюштиришни ташкил этиш катта фойда келтиради.

Дарвоқе, кейинги вақтларда Европа мамлакатларида тоғ-ғор туризми анча ривожланди. Дунёнинг кўпгина мамлакатларида туристик экскурсиялар уюштириладиган ғорлар 1250 дан ортиқ. Масалан, АҚШда 169 та, Францияда 110 та, Японияда 94 та, Испанияда 68 та, Хитойда 62 та, Австралияда 58 та, Германияда 53 та, Россияда 8 та. Ўзбекистонда эса дунёга машҳур ўнлаб ғорлар бўлишига қарамай, бирорта ғор туристик экскурсия ташкил этиш учун тайёрланмаган.

Келажақда Ўзбекистон тоғларининг туристик ва рекреацион объектлари халқаро аҳамиятга эга бўлиши мумкин. Айниқса, Самарқанд, Бухоро, Қўқон ва бошқа шаҳарларнинг мафтункор ландшафтларига эга бўлган тоғларга яқин жойлашганлиги хорижлик сайёҳларни жалб қилади.

Олиб борилган тадқиқотлар шуни кўрсатадики, Ўзбекистон тоғли ҳудудларининг рекреацион ресурсларидан фойдаланиш ва туризмни ривожлантиришнинг асосий омилларидан бири – бу қулай иқлим шароити, тоғ ва баланд тоғ зоналарини қоплаган тоғ арча ўрмонлари, субальп ва альп ўтлоқлари, қуруқ иқлим ва соф ҳаво, озон, ҳавони ҳар хил касалликлардан тозаловчи фитонцит энгил учувчи бирикмалар, узоқ давом этувчи қулай ҳарорат, организм учун оптимал нисбий намлик. Шу ва бошқа иқлим омиллари кўрсаткичлари бўйича мамлакатимиздаги тоғлар Ўрта денгиз рекреацион имкониятларидан кам эмас ва бу ерда иқлим билан даволаш, дам олишни ташкил этиш учун мақбул имкониятлар етарли.

Айниқса, республикамиз тоғли ва тоғолди ҳудудлари бебаҳо ва ҳозирга қадар кам ўрганилган ҳар хил касалликларни даволовчи шифобахш минерал сув манбалари, иқлим хусусияти ва спорт-соғломлаштириш жойларига эга. Ўзбекистон тоғли ҳудудларида 60 дан ортиқ минерал сув манбалари (булоқлар) топилган. Фарғона ва Сурхондарё водийларида кенг тарқалган маъданли сувлар ўзининг даволаш хусусиятлари бўйича Кавказдаги машҳур олтингургурт сувларидан (Сочи, Мацета ва бошқалар) кам эмас.

Афсуски, Ўзбекистоннинг тоғли зоналарида бой туристик рекреацион ресурслар амалда ўзлаштирилганича йўқ. Бунга асосий сабаб туристик базалар ва меҳмонхоналарнинг камлиги ҳамда транспорт инфраструктурасининг яхши ривожланмаганлигидир.

Ҳозирда Ўзбекистон халқаро тоғ туризми рақобатчилик курашида ютқазмоқда. Шулардан келиб чиқиб, биз Ўзбекистонда халқаро тоғ туризмнинг ўчоғи бўлиши мумкин бўлган текислик-тоғ маршрутлари ҳақида маълумотларни эътиборингизга ҳавола қиламиз [5]. Ўзбекистонда халқаро тоғ туризмни ривожлантиришнинг биринчи маркази Туркистон тизмасининг шимолий ёнбағрида жойлашган Зомин тоғидир.



Кейинги вақтларда бу ҳудуд табиатининг ноёб ва экзотик хусусиятлари ҳамда бутун дунёга машҳур тарихий ёдгорликларга бой шаҳарларнинг яқинлиги туфайли хорижликларда қизиқиш уйғотмоқда. Муҳими, бу ҳудудга бориш осон (Тошкент-Самарқанд электрлашган темирйўл ёқасида жойлашган Даштобод шаҳри орқали Зомин тумани марказига 22 километр).

Бу ҳудуднинг туристларни жалб қиладиган экзотик географик (ландшафт) объектларидан бири – Зомин миллий боғидир. Бу ерга келган туристларни табиатнинг ноёб ҳодисалари: тоғ рельефи, мағрур турган чўққилар, шаршара, ғорлар (20 дан ортиқ ғор бор), реликт ўсимликлар, арчазорлар, ноёб ҳайвон турлари, нураш натижасида ҳосил бўлган одамсимон шакллар, дунёда кам учрайдиган арид (қургочил) минтақаларга хос бўлмаган супер экзотик карст жараёнлари – “эгат”, “жўякли”, “чуқурча”, “ўйиқ” шудгорсимон, чуқурсимон шакллар, ўзгармаган гўзал, мафтункор табиат ўз қўйнига олади.

Бу маршрут қуйидагича тузилади: Даштобод-Зомин миллий боғи-Ғўралаш арчазорлари – “Қирққиз” ва Карст далалари – Бахмал (новқа карст булоғи), Авлиё булоғи – Илон ўтди ғори – Пешғор ғори – Зомин.

Таъкидлаш жоизки, Ўзбекистон тоғларига ўхшаш шароитда жойлашган АҚШнинг қояли тоғларидаги Сенте-фе ва Ҳиндистоннинг Лорджини баланд тоғли курортлари ҳам бутун дунёга машҳур. Лекин иқлим шароити, жойнинг рельефи, ноёб комплекс табиий шароити бўйича биргина Зоминсув дарёси ҳавзасидаги Супа платоси бу каби тоғ-спорт марказларидан юқори туради.

“Самарқанд – Омонқўтон ғори” маршрути.

Ўзига хос туристик объектларга бой бўлган халқаро туристик объектлардан бири Зарафшон тоғларидир. Бу ерда 30 дан ортиқ ғор ва минглаб карст кўринишлари бўлиб, бу туризмнинг айрим соҳаларини ривожлантиришга имкон беради. Зарафшон тоғлари енгил эрувчи, карст ҳосил қилувчи девон геологик даврининг оҳақтошларидан тузилган. Шунинг учун бу тоғлар қадимги карст ғорларининг кўплиги билан фарқ қиладир.

Айниқса, бу ерда бутун дунёга машҳур Омонқўтон ғори бор. Ғор 1220 метр баландликда, Самарқанд-Китоб йўлининг ёқасида жойлашган. Чет элликлар ғордан ташқари Омонқўтон дарёси атрофида бир ярим аср аввал инсон қўли билан тоғ ёнбағрида яратилган аралаш ўрмонларни кўради.

“Самарқанд – Камонгарон” маршрути.

Хорижлик сайёҳлар учун энг ноёб экзотик ландшафт – Самарқанд шаҳридан 50 километр жанубда, ер сатҳидан 2200-2300 метр баландликда жойлашган Қирқтоғ платосидир. Бу жой ландшафт манзарасига эга бўлиб, плато девон даврининг оҳақтошларидан тузилган. Бу эса Марказий Осиё шароитида карст жараёнларининг кенг, интенсив ва классик ривожланишига мисол бўла олади. Бу ерда 3 мингдан ортиқ карст кўринишлари, 64 бўшлиқ (полость), 5 та гори-зонтал ғор, 56 та қудуқ ва шахта мавжуд. Энг чуқур шахта 1080 метр бўлиб, унинг сув йиғувчи катта кўли бор. Бу карст кўли Ургут ва Китоб туманини сув билан таъминлайди. Карст шахтаси эса МДХ ҳудуди ва Осиё қитъасидаги энг чуқур табиий ғор ҳисобланиб, дунёнинг энг чуқур ғорлари ўртасида учинчи ўринни эгаллайди.

“Бухоро – Сармишсой” маршрути.

Зарафшон водийсида текислик-тоғ туристик тизимидаги яна бир маршрут Бухоро-Сармишсой маршрутидир. Бухоро шаҳрида меҳмонхоналарда жойлашган сайёҳлар автобусда Бухородан ғарбий Нурота тоғларининг жанубий ёнбағрида жойлашган Сармишсой водийсидаги тоғ қояларига туширилган қадимги ноёб расмларни томоша қиладилар. Бу туристик объект Нурота тоғларининг ғарбий чекка қисмининг жанубий ёнбағрида, буюк мерос сақланиб қолган Сармишсой массивида жойлашган. Сармишсой ноёб ёдгорлик ҳисобланиб, катта қизиқишга эга бўлган ва бутун дунё мутахассисларининг диққат-эътиборида туради. Бу қоя санъатининг улкан ёдгорлиги бўлиб, қадимги ўсимликлар ва ҳайвонлар тўдасининг эволюцияси ҳақида аниқ тасаввур беради. Сармишсойнинг тоғ манзараси ўзининг улуғворлиги, тарихий ва табиий ўзига хослиги, такрорланмас гармониялиги билан кишини ҳайратда қолдиради. Бу ерда неолит давридан бошлаб, ҳозирги пайтгача яратилган петроглифлар бир неча мингдан ортиқ саналади.



Ўзбекистонда яна қўшимча туристлар оқимини вужудга келтириш имкониятларидан бири – конгресс туризмни йўлга қўйишдир. Бу қадимий тарихий шаҳарлар – Самарқанд, Бухоро ва Тошкентда халқаро конгресс ва конференциялар ташкил қилиш, дегани. Конгресс ва конференциялар дастурига текислик-тоғ тизими бўйича Самарқанд-Зарафшон тоғлари тизмасига, машхур Омонқўтон ғориға, Сармишсой тоғ массивига экскурсиялар уюштириш керак. Жаҳон тажрибасида бунга мисоллар кўп. Масалан, биргина Женевада ҳар йили 200 дан зиёд конференциялар ўтказилади. Сўнг қўл атрофидаги тоғларга маршрутлар ташкил қилинади.

Хулоса қилиб шуни айтиш мумкинки, Ўзбекистоннинг тоғли минтақаларини, шу жумладан, рекреациявий имкониятларини ишга солиш мамлакатимизга қўшимча ҳар йили 10-12 минг чет эллик ва маҳаллий туристларнинг келиши, бунинг натижасида 10 миллион АҚШ долларидан зиёд қўшимча даромад олиш имкониятини беради.

Фойдаланилган адабиётлар рўхати:

1. https://uza.uz/uz/posts/turizmni-rivozhlantirish-uchun-imtiyozli-kreditlar-azhratilmoqda_419124
2. Эштаев А. Ўзбекистоннинг турзм салоҳияти ва уни ривожлантириш истиқболлари. (Монография) – Самарқанд: “Ипак йўли” туризм ва маданий мерос халқаро университети нашриёти – 2023. –288 бет.
3. <https://lex.uz/docs/5283956>
4. Статистические материалы ЮНВТО при ООН за 2018 год. [Эл. доступ: [https:// www.e-unwto.org](https://www.e-unwto.org)].
5. https://en.uzbgeo.uz/f/uzgzh_57-zhild.pdf



ТУРИСТИК-РЕКРЕАЦИОН РЕСУРСЛАРИ ЮҚОРИ БЎЛГАН МИНТАҚАЛАРДА КЛАСТЕРЛАРНИ ТАШКИЛ ҚИЛИШ МЕХАНИЗМЛАРИ

Норчаев Асатулло Норбўтаевич

ТДИУ профессори и. ф. д.

Аннотация: Мақолада республикамиз туризмида янги йўналишни жорий қилиш ва туризм инфратузилмасини шакллантиришда кластер усулидан кенг фойдаланиш борасида тадқиқотлар олиб борилган. Шу билан биргаликда, туристик-рекреацион ресурслари юқори бўлган минтақаларда туризм инфраструктурасини такомиллаштириш ва туристларга хизмат кўрсатишда яқин келажақдаги ўзгаришларга мослаштириш, ривожланишнинг асосий йўналишларини белгилаб олиш борасида илмий тадқиқотлар олиб борилган.

Калит сўзлар: туризм инфратузилмаси, туризм бозори, туристик кластер, SWOT таҳлил, ҳудуд, Жиззах вилояти, инновация, бошқарув.

Abstract: In the article, research was conducted on the introduction of a new direction in the tourism of our republic and the widespread use of the cluster method in the formation of tourism infrastructure. At the same time, in the regions with high touristic and recreational resources, scientific studies were conducted on improving the tourism infrastructure and adapting it to the changes in the near future in providing services to tourists, and determining the main directions of development.

Key words: tourism infrastructure, tourism market, tourist cluster, SWOT analysis, region, Jizzakh region, innovation, management.

Аннотация: В статье проведены исследования по внедрению нового направления в туризме нашей республики и широкому использованию кластерного метода в формировании туристской инфраструктуры. При этом в регионах с высокими туристско-рекреационными ресурсами проводились научные исследования по совершенствованию туристской инфраструктуры и адаптации ее к изменениям ближайшего будущего в сфере оказания услуг туристам, определению основных направлений развития.

Ключевые слова: туристическая инфраструктура, туристический рынок, туристский кластер, SWOT-анализ, регион, Джизакская область, инновации, менеджмент.

Президентимиз томонидан 2019 йил 5 январь куни “Ўзбекистон Республикасида туризмни жадал ривожлантиришга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги ПФ-5611-сонли Фармон қабул қилинди.

Бу фармонга асосан қуйидаги йўналишлар:

- туризм инфратузилмасини ривожлантириш ҳамда мақбул ва қулай туризм муҳитини яратиш;
- туризм бозорининг турли сегментларига йўналтирилган туризм маҳсулоти ва хизматларини диверсификация қилиш;
- туризм тармоғи учун кадрлар тайёрлаш, қайта тайёрлаш ва малакасини ошириш тизимини такомиллаштиришга алоҳида эътибор берилган бўлиб, амалга оширилиши керак бўлган вазифалар белгилаб берилди.

Бизнинг олдимиздаги вазифаларимиз туризм инфратузилмасини ривожлантириш ва ривожланиш йўналишларини ишлаб чиқишда асосий эътибор нималарга қаратилишини ўрганиш масаласи долзарб бўлиб қолмоқда. Тадқиқотимиз асосий мақсадларидан бири туризм инфраструктурасини такомиллаштиришда кластернинг имкониятларидан самарали фойдаланиш



бўлиб, бу соҳада кластерли ёндошувлар бошқа тармоқларга қараганда нисбатан кам ўрганилган. Анъанага кўра, кластерли ёндашув саноат ишлаб чиқаришига нисбатан ишлатилган. АҚШнинг электроника ва автомобилсозлик саноати, Германия кимё саноати, Италия пойафзал саноати, Швециянинг ўрмончилик ва ёғочни қайта ишлаш саноати ва бошқа шу каби саноат ҳудудлари нисбатан яхши ўрганилган.

Кластерлар туризм инфратузилмасини ва марказларини шакллантириш, улар ташриф буюрувчиларни жалб қилиш, уларнинг рақобатдошлигини оширишда ҳал қилувчи аҳамиятга эгаллиги исботланган. Шу нуқтаи-назардан олиб қараганда, бу соҳада тадқиқотлар олиб боришни талаб этади. Тадқиқотимиз объекти сифатида Жиззах туризм минтақаси танланди. Минтақа туризмни кластер шаклида ривожлантириш стратегиясини лойиҳалаш иқтисодий ўсишнинг асосий манбалари сифатида ҳудуднинг ўз ресурсларининг аниқланиши ва фойдаланилишига қаратилган “Ўз-ўзини ривожлантириш” тамойилидан фойдаланиш мақсадга мувофиқлигини кўрсатди.

Қоидага биноан, қатъий ресурс чекланган шароитда фаолият юритадиган бир нечта ҳудудларнинг салоҳиятини бирлаштириш, сезиларли даражада ундан фойдаланиш самарадорлигини оширади ва аъло даражадаги миқдорий жиҳатдан самарага эришиш имконини беради.

Аҳолига рақобатбардош турмаҳсулотни яратиш ва тақдим этишга асосланган туристик-рекреацион кластерларни ташкил этиш ҳудуднинг иқтисодий ўсишининг янги сифатига эришишига ёрдам беради. Экспортбоп ҳом-ашёни ошириш моделидан, инновацияларга йўналтирилган иқтисодий ўсиш моделига ўтишни амалга оширувчи туристик кластерларни яратишнинг ўзига хос жозибадорлиги саноат ривожланиши мавжуд бўлмаган, лекин етарлича табиий ресурсларга бой бўлган ҳудудлар учун хосдир.

Юқоридагилардан келиб чиқиб, Жиззах минтақасидаги мавжуд вазиятни таҳлил қилиш асосида республикада туризмни ривожлантириш имкониятлари тўғрисида қуйидаги хулосалар бериш мумкин:

- соғломлаштириш туризмни ривожлантириш учун асос бўлиб хизмат қиладиган санаторий-курорт муассасаларининг ривожланган тизими мавжудлиги;
- тоғ ва қишки туризм, соғломлаштириш туризми, спа-хизматлар, маданий, сув ва саргузаштли туризмни ривожлантириш учун салмоқли салоҳиятнинг мавжудлиги;
- тоғ-чанғи спортини янада ривожлантириш имкониятларини белгилайдиган замонавий туризм инфратузилма элементларининг мавжудлиги;
- кўплаб бошқа ҳудудларга қараганда етарли даражада ривожланган турар жой тизимининг мавжудлиги (асосан миллий уй меҳмонхоналари);
- республикада аҳолисининг ўз юртида дам олишга бўлган қизиқиши ортиб бормоқда, аммо кўплаб курорт ҳудудларида туристик инфратузилмалар ва инфратузилмалар етишмаслиги натижасида бу кўрсаткич чекланган миқдорда қолмоқда.

Кластер тузилмасига унинг барча иштирокчилари учун умумий бўлган мувофиқлаштирувчи кенгашнинг ва кластернинг тизим интеграторлари сифатида фаолият юритувчи етакчи компанияларнинг киритилиши инновацияларнинг самарали кластерлараро трансферини, кенг миқёсли инвестицион лойиҳаларни амалга ошириш ҳисобига янги бозорларни ўзлаштириш ҳамда диверсификацияланган туристик маҳсулотни яратишни таъминлайди.

Мавжуд туристик инфратузилманинг миқдори ва сифатини, транспорт воситалари имкониятлари, географик жойлашуви, туристик хизматларнинг турли-туман ва исталган турини яратиш имкониятлари ва ҳоказоларни таҳлил қилиш натижасида “Жиззах минтақаси туристик-рекреацион” кластерига 5 та туристик-рекреацион ҳудудларни киритиш мумкинлиги аниқланди (1-расм). Улар туристик ихтисослиги, табиий-иқлим шароитлари ва жойлаштириш ҳудудларининг ижтимоий-иқтисодий ривожланиш даражасига кўра бир-биридан деярли фарқ қиламаслиги уларни бир кластер тизимга бирлаштириш имкониятини яратади.

**1-жадвал:** Жиззах минтақасининг туристик-рекреацион кластерларида туризмни ривожлантиришнинг асосий йўналишлари

Кластер номи	Туризм турлари	Туризм ихтисослиги
Жиззах (Жиззах шаҳри ва тумани)	-тарихий; -маданий-маърифий; -бизнес-туризм; -тиббий-соғломлаштириш; -спорт; -шоппинг-туризм.	-меҳмонхона мажмуасининг ривожланиши; -аквапарк ташкил этиш; -шаҳарнинг кўнгилочар марказини яратиш (дўконлар, боғлар, аттракционлар, кинотеатрлар ва бошқалар билан); -болалар таълим марказларини яратиш; -Жиззах минтақаси умумий фонини яратиш; -шаҳарнинг туристик соҳада ривожлантириш режасини ишлаб чиқиш.
Фориш	-спорт ва тиббий-соғломлаштириш; -саргузаштли; -экологик; -сувли круиз	-спорт ўйинларини (миллий кураш ва кўпқари-улоқ) маркази билан биргаликда намунавий туристик дестинация яратиш; -давлат аҳамиятидаги геопаркларни яратиш; -спа-курортларни яратиш; -экологик паркни яратиш; -айдарқўлда сувли круизни ривожлантириш.
Зомин	-спорт ва қишки спорт турлари; -экологик; -саргузаштли ва экзотик; -этнография; -сув спорти; -маданий-маърифий; -алпинизм.	-меҳмонхона мажмуасини яратиш; -тоғ-чанғи трассаси билан экстрим марказ қурилиши; -визит-марказ, “Тоғ-ўрмон” экомаж-муасини ва туристик марказни яратиш; -Зомин сув омборида маҳаллий аҳамиятга эга рекреацион майдонда туристик манзилгоҳ қуриш; -спорт ўйинларини (кўпқари-улоқ) ривожлантириш марказини барпо этиш.
Ғаллаорол	-тиббий-соғломлаштириш; -маданий-маърифий; -агро туризм; -қишлоқ туризми.	-тиббий-соғломлаштириш бўйида жиҳозланган сайёҳлик объектлари қуриш; -“Қишлоқда бир кун” - туристик марказини қуриш; -катта йўл ёқасида замонавий кемпинг қуриш; -агротуризмнинг ташкилий марказини барпо этиш.
Бахмал	-алпинизм ва спортнинг бошқа турлари; -тиббий-соғломлаштириш; -маданий-маърифий; -экзотик; -агротуризм.	-соғломлаштириш ва спа-курортларни яратиш; -турар жой воситалари тармоғини ривожлантириш; -қўшимча туристик инфратузилмаларни ривожлантириш

Ташкиллаштирилиш таклиф қилинаётган кластерлар туристик-рекреацион салоҳиятидан фойдаланиш уларнинг рақобатбардошлигини ва бутун мавсум давомида дам олувчиларга туристик ва рекреацион хизматларни халқаро миқёсда тақдим этишни таъминлаш имконини беради: “Жиззах” (тарихий, маданий-маърифий ва бизнес-туризми), “Фориш” (спорт ва тиббий-соғломлаштирувчи туризм), “Зомин” (экологик, саргузашт ва экзотика, этнография, қишки спорт турлари, сув спорти туризми), “Ғаллаорол” (тиббий-соғломлаштириш, маданий-маърифий ва агротуризм), “Бахмал” (алпинизм, спорт, саргузаштли ва агротуризм).

Худудий жиҳатдан кластер республиканинг туризм инфратузилмасини шакллантириб, Жиззах вилоятининг 5та рекреацион ҳудудларини қамраб олган, булар: Жиззах шаҳри, Зомин, Бахмал, Ғаллаорол, Фориш. Бу 5 та салоҳиятли туристик-рекреацион ҳудудларнинг ҳар бири



учун ҳар битта кластерда туризм ривожланишининг устувор йўналишларини акс эттирувчи туризм ихтисослиги аниқланди.

Туристтик инфратузилма таркибидаги корхоналарнинг уйғунлашган ҳолда фаолият юритиш натижасида ушбу соҳада кластерли алоқалар учун имконият яратилади. Бундан ташқари, минтақадан Тошкент-Термиз катта ўзбек авторассаси ва республикаимизнинг Шарқи ва Ғарбини боғлаб турган асосий темир йўли ўтади.

Хулоса қилиб оладиган бўлсак, кластерлар инновацион тизимлар бўлиб, улар минтақаларнинг самарали иқтисодий ривожланиши учун негиз бўлиши мумкин. Кластерли ёндашув маълумотларни бирлаштиришнинг янги шакллари яратиш учун жуда катта салоҳиятга эга асос ҳисобланиб, инновацион илмий-техник йўналишлари пайдо бўлиши ва уларнинг тижорий таклифларини рағбатлантиради, таълим, фан ва бизнес соҳасини билвосита қўллаб-қувватлайди.

Туристтик кластерларни, айниқса, кичик бизнес ва тадбиркорлик тузилмаларининг бирлашуви асосида ташкил этилган кластерларни яратиш ва улар фаолиятини олиб бориш шартлари инновацион технологиялар асосида истиқболли лойиҳаларни инвестициялаш шартлари бўлиши ҳам мумкин. Бу ерда, “инновацияли” тушунчасини, биринчидан инновацион фаолиятнинг ривожланиши ва самарадорлигига ҳисса қўшгадиган янгилик сифатида, туризм соҳасида кластерлашни ташкил этиш, тарқатиш ва фойдаланишдан иборат ривожланаётган комплекс жараёнларини ўзида намоён этувчи махсус иқтисодий ёндашув, иккинчидан эса, мажмуавий кластернинг ўз-ўзидан пайдо бўлиши, бу – минтақанинг иқтисодий тизими доирасидаги янгилик бўлиб, ижтимоий амалиётда сезиларли ўзгаришларга олиб келади.

Умуман олганда, туристик бизнес учун кластер ўз рақобатбардошлигини таъминлаш учун, яъни беш-ўн йил ва ундан кўпроқ даврда корхоналарни ривожлантириш бўйича узоқ муддатли стратегияни яратиш учун ҳақиқатий имкониятдир. Бу ерда муваффақиятга эришишнинг асосий омиллари бизнес раҳбарларининг фаол позицияси ва минтақадаги турли ташкилий гуруҳларнинг манфаатлари орасидаги ижобий ҳамкорликдир. Шундай экан, кластернинг муваффақият калити бўлиб тараққий этган рақобат, самарали бошқарувга йўналтирилганлик ва минтақа маъмурияти томонидан кўрсатиладиган кўмак ҳисобланади.

Манба ва адабиётлар:

1. “Ўзбекистон Республикасида туризмни жадал ривожлантиришга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 05 январдаги ПФ-5611-сонли Фармони.
2. Ковалев Ю.П. Региональные туристские кластеры как перспективная составная часть туристского хозяйства России [Электронный ресурс] / Смоленский гуманитар. ун-т. Смоленск (24.11.08).
3. Кропинова Е.Г., Митрофанова А.В. Региональный туристский кластер как туристско-рекреационная система регионального уровня // Региональные исследования. – 2011. №1. – с.43.
4. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм. Учебник, второе издание. ЮНИТИ. 2004. – 231 с.
5. Норчаев А.Н., Нурфайзиева М.З. Минтақавий туризм. Ўқув қўлланма. ТДИУ, 2019 й. – 250 б.
6. Норчаев А.Н., Нурфайзиева М.З. Минтақавий туризм. УУМ. ТДИУ, – 2018 й. – 30 б.
7. www. Lex.uz.
8. www. uzbektourism.uz



РАЗВИТИЯ СМАРТ ТУРИЗМ В УЗБЕКИСТАНЕ

М. Т. Алиева

ТГЭУ, д.э.н. Кафедра Туризма, проф.

Смарт туризм – это направление в туризме, основанное на использовании информационных технологий для повышения эффективности и удобства туристического обслуживания. Он включает в себя такие технологии, как:

- Мобильные приложения: приложения для бронирования гостиниц, покупки авиабилетов, планирования маршрутов и т.д;
- Виртуальная реальность: технологии для создания виртуальных туров по туристическим объектам;
- Искусственный интеллект: технологии для персонализации туристических предложений.

Узбекистан имеет большой потенциал для развития смарт туризма. Страна обладает богатой историей и культурой, а также разнообразными природными ландшафтами. Использование информационных технологий может помочь сделать Узбекистан более привлекательным для туристов и повысить качество их обслуживания.

Вот некоторые конкретные направления развития смарт туризма в Узбекистане:

- Разработка мобильных приложений для туризма: такие приложения могут помочь туристам в планировании поездки, бронировании жилья и транспорта, а также в получении информации о туристических объектах.
- Создание виртуальных туров по туристическим объектам: виртуальные туры могут дать туристам возможность познакомиться с достопримечательностями Узбекистана, не выезжая из дома.
- Использование искусственного интеллекта для персонализации туристических предложений: искусственный интеллект может использоваться для создания индивидуальных маршрутов и рекомендаций, основанных на интересах и предпочтениях туристов.

Для развития смарт туризма в Узбекистане необходимо создание соответствующей инфраструктуры и законодательной базы. Также важно повышение уровня цифровой грамотности населения.

Вот некоторые конкретные меры, которые могут быть приняты для развития смарт туризма в Узбекистане:

- Разработка государственных программ поддержки развития смарт туризма.
- Создание национальных платформ для развития смарт туризма.
- Предоставление налоговых льгот и преференций предприятиям, занимающимся развитием смарт туризма.
- Проведение образовательных программ по повышению цифровой грамотности населения.

Развитие смарт туризма может стать важным фактором для экономического развития Узбекистана. Оно может способствовать привлечению большего числа туристов в страну, созданию новых рабочих мест и повышению уровня жизни населения.

Смарт-туризм является одним из ключевых направлений развития туризма в Узбекистане. В последние годы в стране были предприняты шаги для внедрения инновационных технологий и цифровых решений в сферу туризма. Одной из основных инициатив является разработка мобильных приложений и онлайн-платформ, которые предоставляют туристам информацию о



достопримечательностях, маршрутах, гостиницах и ресторанах. Это позволяет туристам получать актуальную информацию и планировать свои поездки более эффективно.

Также в Узбекистане активно развивается система электронной регистрации туристов, которая упрощает процесс получения визы и регистрации в стране. Это позволяет туристам сэкономить время и улучшает общий опыт путешествия.

Кроме того, в стране проводятся мероприятия по развитию цифровых платформ для бронирования гостиниц, транспорта и экскурсий. Это делает процесс планирования и бронирования тура более удобным и доступным для туристов.

В целом, развитие Смарт-туризма в Узбекистане способствует повышению качества обслуживания туристов, улучшению доступности информации и упрощению процесса путешествия. Это помогает В Узбекистане для развития смарт туризма принимаются следующие меры:

1. Создание современной инфраструктуры и обеспечение доступа к бесплатному Wi-Fi в туристических зонах и гостиницах.
2. Внедрение системы электронных билетов на культурно-исторические объекты и достопримечательности.
3. Создание мобильных приложений и интерактивных карт для удобства туристов.
4. Развитие системы онлайн-бронирования гостиниц и транспорта.
5. Проведение мероприятий для продвижения туризма в социальных сетях и интернете.
6. Обучение персонала в туристической индустрии использованию современных технологий.

Эти меры направлены на улучшение опыта туристов и создание более комфортных условий для путешествий в Узбекистане.

Смарт технологии играют важную роль в развитии туризма в Узбекистане. С их помощью туристы могут получить доступ к информации о достопримечательностях, местах отдыха, ресторанах и магазинах, а также забронировать гостиницы и билеты на мероприятия.

Преимущества использования смарт технологий для туристов включают в себя:

- Быстрый и удобный доступ к информации обо всех достопримечательностях и местах отдыха в Узбекистане;
- Возможность забронировать гостиницы и билеты на мероприятия в любое время и из любой точки мира;
- Экономия времени и усилий при планировании поездки;
- Возможность связаться с местными жителями и получить рекомендации от них;
- Улучшение безопасности путешественников благодаря возможности использования GPS-навигации и других смарт-технологий.

Таким образом, использование смарт технологий может значительно облегчить путешествие по Узбекистану и сделать его более удобным и безопасным для туристов

Смарт туризм – это использование новых информационно-коммуникационных технологий для улучшения туристического опыта и повышения качества услуг. В Узбекистане потенциал для развития смарт туризма огромен, учитывая богатую историю и культурное наследие страны.

Одной из перспектив развития смарт туризма в Узбекистане является создание цифровых платформ для туристов, которые будут предоставлять информацию о достопримечательностях, маршрутах, отелях и ресторанах. Также важным аспектом является развитие онлайн-бронирования и оплаты услуг.

Еще одной перспективой является использование виртуальной и дополненной реальности для создания интерактивных туристических маршрутов и экскурсий. Это позволит туристам более глубоко погрузиться в культуру и историю Узбекистана.



Также важным аспектом развития смарт туризма является повышение качества услуг и обучение персонала в туристической индустрии. Это может быть достигнуто с помощью использования онлайн-курсов и обучающих программ.

В целом, развитие смарт туризма в Узбекистане имеет большой потенциал и может стать ключевым фактором в развитии туристической индустрии страны.

Смарт туризм в Узбекистане находится на стадии активного развития, однако перед ним стоят некоторые вызовы и проблемы.

Одной из главных проблем является недостаточная развитость инфраструктуры в туристических регионах, что затрудняет комфортное перемещение туристов и создание условий для проживания. Также важным вызовом является необходимость улучшения качества услуг и повышения уровня обслуживания туристов.

Кроме того, для успешного развития смарт туризма в Узбекистане необходимо решить следующие проблемы:

- Недостаточное использование информационных технологий в сфере туризма;
- Отсутствие единой системы бронирования и продажи туристических услуг;
- Низкая осведомленность населения о возможностях смарт туризма и его преимуществах.

Для решения данных проблем необходимо проводить системную работу по созданию условий для развития смарт туризма в Узбекистане.

Использованной литературы:

1. Dwyer, L., Forsyth, P., Spurr, R. "Evaluating tourism's economic effects: new and old approaches", Tourism Management, vol.25 2004.
2. Aliyeva M. T. Fundamentals of Tourism. Tutorial.- T.: Society of faylaphuses of Uzbekistan, 2011.
3. Alieva M. T. Tourism problems in the Central Asian republics. Theoretical & Applied Science.—30-34. 2018.
4. Toychievna A. M. Application of Innovations on the Improvement of the Quality Management System of Tourism Services. JournalNX, 492-497.
5. Alieva M. Uzbek travel services industry and international comparison. Perspectives of Innovations, Economics and Business, PIEB, 6(3), 66-70. (2010).
6. Алиева М. Science and Education Studies. Архив научных исследований. (2020).
7. Алиева, М. Harvard Journal of Fundamental and Applied Studies. Архив научных исследований. (2020).
8. Alieva, M.T. 2018. Tourism problems in the Central Asian republics. International Scientific Journal, 67: 30-4.



SMART TOURISM ANALYSIS AND FUTURE TRENDS

Sayyora Safaeva

Professor of the Department of Hotel Business Management,
Tashkent State University of Economics

Annotatsiya: Ushbu maqola texnologiyaning turizm sanoatiga integratsiyalashuvini shakllantiruvchi rivojlantirayotgan tendensiyalarni o'rganib, Smart-turizmning dinamik manzarasini o'rganadi. Raqamli davr sayohat tajribasini qayta belgilashda davom etar ekan, ushbu tadqiqot Smart-turizm sohasidagi asosiy ishlanmalar, muammolar va kelajakdagi potentsial yo'nalishlarning to'liq ko'rinishini taqdim etishga qaratilgan.

Kalit so'zlar: Sun'iy intellekt, Smart-turizm, IoT, blokcheyn, kengaytirilgan haqiqat (AR) va virtual haqiqat (VR), katta ma'lumotlar.

Abstract: This article explores into the dynamic landscape of Smart tourism, examining the evolving trends that shape the integration of technology into the tourism industry. As the digital era continues to redefine travel experiences, this research aims to provide a comprehensive overview of key developments, challenges, and potential future directions in the realm of Smart tourism.

Key words: Artificial intelligence, Smart tourism, IoT, blockchain, Augmented Reality (AR), and Virtual Reality (VR), big data.

Аннотация: В этой статье исследуется динамичная среда умного туризма, изучаются развивающиеся тенденции, которые определяют интеграцию технологий в туристическую индустрию. Поскольку цифровая эра продолжает переосмысливать впечатления от путешествий, цель данного исследования — предоставить всесторонний обзор ключевых событий, проблем и потенциальных будущих направлений в сфере умного туризма.

Ключевые слова: Искусственный интеллект, Смарт-туризм, Интернет вещей, блокчейн, дополненная реальность (AR) и виртуальная реальность (VR), большие данные.

INTRODUCTION

The travel landscape is evolving, and Smart tourism is at the forefront of this revolution. Defined by the seamless integration of technology into every aspect of the travel experience, Smart tourism is reshaping how we explore the world.

Several countries were actively adopting Smart tourism initiatives. However, the landscape may have evolved since then. As of the last update researching shows that Smart tourism is developing rapidly. According to some recent researches up to January 2022, following countries became leaders in implementation Smart technologies in tourism infrastructure. For example, Singapore is known for its Smart city initiatives and it has been a pioneer in integrating technology into its tourism sector, offering innovative solutions for travelers. With advanced technology infrastructure, South Korea has implemented various Smart tourism practices, including Smart information kiosks and mobile applications for tourists. Particularly cities like Dubai have embraced Smart tourism, utilizing technologies like AI, IoT, and blockchain to enhance the tourist experience.

Major cities in China, such as Beijing and Shanghai, have invested heavily in Smart tourism, employing technologies like QR codes, mobile apps, and facial recognition for seamless travel experiences. Japan has implemented Smart tourism solutions, including multilingual mobile apps and Smart information centers. Cities like Barcelona have adopted Smart tourism strategies, incorporating IoT for city management and offering digital services for tourists. Cities like New York and San Francisco have embraced Smart tourism technologies, providing mobile apps, interactive maps, and other digital services. Cities like Sydney have implemented Smart tourism practices, leveraging technology for visitor information and engagement.



It's essential to note that the adoption of Smart tourism varies within countries, and new initiatives may have been introduced since my last update. Checking recent reports or studies on Smart tourism trends can provide more up-to-date information.

RESEARCH ANALYSIS

In the heart of Smart tourism lies a plethora of technological marvels. From the Internet of Things (IoT) facilitating real-time connectivity to Artificial Intelligence revolutionizing personalized recommendations, these advancements are redefining the way tourists plan and experience their journeys.

Big data plays a pivotal role in understanding traveler behavior, allowing for personalized recommendations and tailored experiences. However, the fine line between data-driven personalization and privacy concerns is a challenge that the industry must navigate. The implementation of Smart infrastructure is crucial for efficient tourism management. This section explores how destinations are adopting sustainable practices while embracing technology to enhance visitor experiences. The advent of 5G, Augmented Reality (AR), and Virtual Reality (VR) has transformed connectivity and communication in the travel domain. Real-time updates, immersive experiences, and instant communication have become integral components of the modern travel journey.

With great innovation comes great responsibility. Cybersecurity concerns, the digital divide, and the potential loss of authentic travel experiences pose challenges that need careful consideration in the pursuit of Smart tourism. Governments worldwide are recognizing the potential of Smart tourism and implementing strategies to harness its benefits. This section explores into the policies and collaborations driving the responsible and ethical use of technology in the tourism sector. Examining real-world examples of destinations successfully implementing Smart tourism practices provides valuable insights into the adaptability and impact of these technologies in diverse cultural and geographical contexts.

However, amidst the promises, challenges emerge. Cybersecurity concerns, the potential for a digital divide, and the delicate balance between data-driven personalization and privacy considerations underscore the need for careful navigation in the implementation of Smart tourism initiatives. Governments play a crucial role in shaping the future of Smart tourism through strategic policies and collaborative efforts, fostering responsible and ethical technological use.

The exploration of case studies highlights the diversity of approaches and successes in implementing Smart tourism practices across different destinations. These examples offer valuable insights into the adaptability and impact of technology in enhancing visitor experiences while navigating unique cultural and geographical contexts.

Looking ahead, the future trends in Smart tourism hold great promise. From emerging technologies shaping the industry to anticipated shifts in traveler preferences, the evolution of Smart tourism is an ongoing narrative. It is essential for stakeholders in the travel sector to remain agile, embracing innovation while carefully addressing the challenges to ensure that Smart tourism continues to enhance, rather than compromise, the authenticity of travel experiences.

In essence, Smart tourism stands as a dynamic force reshaping the travel industry, and its continued evolution will undoubtedly shape the future of how individuals explore and engage with the world. Moreover, the fusion of Smart infrastructure with sustainable tourism practices exemplifies a conscientious approach to managing the environmental impact of travel. This harmonious integration demonstrates that technological advancements can coexist with a commitment to preserving natural resources and minimizing ecological footprints.

The advancements in connectivity and communication, driven by 5G, Augmented Reality (AR), and Virtual Reality (VR), offer unprecedented opportunities for immersive and real-time travel experiences. The seamless integration of these technologies not only enhances convenience for travelers but also opens up new avenues for creative storytelling and destination marketing. As we navigate the complexities of Smart tourism, it becomes evident that the industry's success lies in finding the right equilibrium between innovation and preserving the essence of travel. The emphasis should not solely be on the efficiency and convenience brought by technology, but also on nurturing the authentic cultural and experiential aspects that make each destination unique.



In the grand tapestry of Smart tourism, governments, industry stakeholders, and technology developers must collaborate to set standards and guidelines. This collaborative effort ensures that the evolution of Smart tourism aligns with ethical considerations, respects privacy, and contributes positively to the social and economic well-being of local communities. In the coming years, the ongoing dialogue surrounding Smart tourism will likely focus on refining regulatory frameworks, addressing emerging challenges, and capitalizing on innovative breakthroughs. By staying attuned to the dynamic landscape of technological advancements, the travel industry can continue to harness the transformative power of Smart tourism, shaping a future where exploration is not only technologically advanced but also culturally enriching and environmentally sustainable.

CONCLUSION

In conclusion, the trajectory of Smart tourism presents a compelling narrative of innovation, transformation, and challenges within the travel industry. As technology continues to advance, the integration of IoT, Artificial Intelligence, and data analytics reshapes the way individuals plan and experience their journeys. The promise of personalized recommendations, seamless connectivity, and sustainable practices propels Smart tourism into the forefront of the evolving travel landscape.

The article concludes by exploring the exciting future trends in Smart tourism, from emerging technologies to anticipated shifts in traveler preferences. It reflects on the transformative potential of Smart tourism in shaping the industry's trajectory. This brief introduction can serve as a starting point, and you can expand each section based on your research and the depth you want to achieve in your three-page article.

In summary, the journey of Smart tourism is an ongoing exploration, a delicate balance between innovation and preservation, and a commitment to creating a travel landscape that is not only Smart but also responsible and enriching for all those who embark on the adventure.

References:

1. Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2015). Smart tourism destinations: Enhancing tourism experience through personalisation of services. In *Information and communication technologies in tourism 2015* (pp. 377-389). Springer, Cham.
2. Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: foundations and developments. *Electronic Markets*, 25(3), 179-188.
3. Neuhofer, B., Buhalis, D., & Ladkin, A. (2015). Technology as a catalyst of change: Enablers and barriers of the tourist experience and their consequences. *The Routledge Handbook of Transport Economics*, 246.
4. Sigala, M. (2018). Smart tourism as a driver for regional competitiveness: The case of the Aegean Islands. *Journal of Destination Marketing & Management*, 8, 27-30.
5. UNWTO (2018). *Tourism and the Sustainable Development Goals – Journey to 2030*. Madrid: World Tourism Organization.
6. Xiang, Z., Du, Q., Ma, Y., & Fan, W. (2017). A comparative analysis of major online review platforms: Implications for social media analytics in hospitality and tourism. *Tourism Management*, 58, 51-65.
7. <https://smart-tourism-capital.ec.europa.eu/system/files/2023-02/2023-leading-practices-in-smart-tourism.pdf>



OPPORTUNITIES FOR DEVELOPING SMART TOURISM AND FOREIGN EXPERIENCE IN UZBEKISTAN

N. Sh. Kabilova

Lecturer, Tourism and Hotel Management Department Bukhara State University, Uzbekistan

Annotatsiya: Maqolada, asosan, Smart-turizmni rivojlantirish istiqbollari va xususiyatlari, uni O'zbekistonda qo'llash yo'llari, xorijiy tajriba tahlil qilingan. Bilamizki, hozirgi XXI asr texnologiya asri hisoblanadi, turizm sohasida ham texnologiyalar muhim ahamiyatga ega. Smart texnologiyalar orqali turizmning yangi yo'nalishlari ochiladi, samaradorlik cho'qqisiga chiqadi. Shuningdek, bu aqlli texnologiyalar orqali turizmga xizmatlar sifatining oshishiga olib keladi. Shuning uchun ushbu mavzu dolzarb deb tahlil qilindi.

Kalit so'zlar: turizm, Smart-turizm, mehmondo'stlik, texnologiya, xizmatlar, sifat, axborot texnologiyalari.

Abstract: The article mainly discusses the prospects and features of the development of Smart tourism, the ways of its application in Uzbekistan, analyzing the foreign experience. We know that the current 21st century is considered the age of technology, and technologies are also important in the field of tourism. Through Smart technologies, new directions of tourism will be opened, and the peak of efficiency will be reached. It also leads to an increase in the quality of services in tourism through Smart technologies. Therefore, this topic was analyzed as relevant.

Key words: tourism, Smart-tourism, hospitality, technology, services, quality, information technology.

Аннотация: В статье преимущественно рассматриваются перспективы и особенности развития умного туризма, пути его применения в Узбекистане, анализируется зарубежный опыт. Мы знаем, что нынешний 21 век считается веком технологий, а технологии играют важную роль и в сфере туризма. Благодаря умным технологиям будут открыты новые направления туризма и достигнут пик эффективности. Это также приводит к повышению качества услуг в сфере туризма за счет умных технологий. Поэтому данная тема была проанализирована как актуальная.

Ключевые слова: туризм, Смарт-туризм, гостеприимство, технологии, услуги, качество, информационные технологии.

In today's technologically advanced world, tourism has become the easiest and most convenient activity for many people. Smart tourism technologies are a combination of various methods and tools that contribute to the sustainable development of tourism and increase the quality of tourist products and services. They are mainly based on innovative approaches in the field of information technology. In order for tourism enterprises to maintain their place in the competitive market, they will have to take appropriate measures for Smart tourism, i.e. make the necessary investments, allocate a budget, create financing and organize the necessary personnel training. In all countries of the world, through the digitization of tourism, tourism enterprises are having a significant impact on the country's economy, and through this they are achieving great efficiency. In general, through the digitization of tourism, many tourism and hospitality enterprises are creating a new profile of tourists, having a great impact on the market.

The internet world is erasing national borders. People now utilize Smartphones and the internet significantly at each phase of their lives due to digitalization. Travelers are actually using digital apps to discover everything they need to know about their destinations, including how to get there, what to do, and where to locate food as well as entertainment. They then use experiences and testimonials of other travelers to inform their decision-making, and they post about their travels on pertinent websites. The digital revolution in tourism has led to the development of technologies that facilitate



traveler experiences both before and after their arrival, providing a plethora of options to ensure their comfort. For instance, travelers can view the hotel location, a tourist destination map, and much more with the use of Smart cards. Blockchain technology makes it possible to track visitor experiences in real time, supply and demand, in a market without middlemen. It can also be used for a wide range of purposes, including creating loyalty programs for the travel industry, monitoring online reviews, safely transferring funds between stakeholders and borders, and tracking goods. To make customers feel more special, artificial intelligence and robotic technologies are being applied to consumer-facing sales, customer relations, and related tasks.

In addition to being the direction that the tourism sector will take going forward, "smart" tourism is also a model for how the sector should grow in tandem with cutting-edge S&R technology, which is essential to the modernization and transformation of the travel industry. The Internet is one of the main drivers behind the current stage of the global technological revolution, which is reshaping human existence, production, and the global economy. These developments are having a fresh impact on how the global tourism sector is developing. One increasingly prevalent trend of our day is the close integration of the Internet with the tourism industry's development process.

The term "smart tourism" refers to travel that creates extra travel value for the traveler through the consistent and methodical application of Smart features. The concept of Smart tourism that has been presented places emphasis on the value that Smart technology bring to the tourist service for the customer.

Planning a trip to a destination, applying sustainability principles to the value chain, integrating technology into the tourist experience and service delivery, managing resources effectively, and being able to adapt to the needs and preferences of visitors are all components of Smart tourism. By technology¹:



Similarly, in recent years, work on Smart-tourism has been carried out step by step in Uzbekistan. In order to implement the Decree of the President of the Republic of Uzbekistan "On measures for the accelerated development of e-commerce" No. 3724 dated May 14, 2018 in the HoReCa services segment, the State Committee of the Republic of Uzbekistan for Tourism Development, together with the Ministry for the Development of Information Technologies and Communications, developed the international information system Silkroad.uz. It allows guests to quickly make reservations, speeds up the check-in process, and makes payment for services quick and comfortable for both guests and hotel staff. The State Committee for Tourism contributes to the development of business activities by launching a unified reservation system in pilot mode.

The main advantage of this system is a reliable display of the number of hotel rooms and information about room reservations in real time. The system allows you to automatically record the payment of state duties, simplifies the submission of reports, and reduces the level of errors due to the human factor. In the near future, it is planned to connect the system to such aggregators as Booking.com, Expedia.com, etc. An innovative mobile application NAZZAR is being developed together with the Smart Chain company. NAZZAR is an application using AR technology (Augmented reality), which allows you to integrate elements of augmented reality onto any material media. When you point your Smartphone at the NAZZAR icon, an image of a real object appears on the Smartphone screen, com-

¹ <https://tourquality.uz/press-center/news/smart-turizm-umnyy-turizm/>



plemented by various effects. The brand name is placed on any material medium: booklet, magazine, menu, packaging, sign, advertising banner. Examples include:

- video, a static image on a medium that “comes to life”, turning into a video fragment;
- audio accompaniment, which is played using the speaker of the user’s Smartphone;
- 3D objects. Photos and pictures on the screen become three-dimensional, which allows you to view them from different sides and angles;
- virtual buttons. The promotional offer is complemented by “buy” and “learn more” buttons that appear on the Smartphone screen while viewing.

Uzbekistan Pass is the first and so far the only national product that provides a wide range of tourism services in Uzbekistan. This application can become a platform for the development of Smart tourism in the country. Uzbekistan Pass is integrated with existing services and applications, which makes the service convenient and efficient for travelers anywhere in the country. This development has its own website and mobile application, which can be downloaded from the Play Market or Appstore. The company has also developed multilingual pocket guides. Uzbekistan Pass users can get them completely free. The guidebooks will tell you in detail about each region of Uzbekistan, its attractions, cuisine and holidays. In addition, through the application you can purchase a tour package or order guide services.

Nowadays, there are a ton of instances of Smart tourist locations all around the globe. Among the most striking instances of Smart tourism are examined as follows:

The first Smart island in the world to attain energy self-sufficiency is El Hierro, located in Spain. By using volcanic stone in place of brick in construction or producing electricity from trash, it has also lessened pollution.

The Swedish city of Göteborg has implemented policies aimed at safeguarding the welfare of coming generations. It released a Smart card that promotes city dwellers' engagement in sharing, bartering, and renting. However, recycled heat accounts for 60% of the city's district heating supply, making it one of the greenest capitals in Europe.

When it comes to availability, Malaga is the most notable city in Spain. Numerous kilometers of bike routes, LED street lights, and rental facilities are also present. To conserve water, Smart irrigation techniques have also been built in gardens and parks. established a plan to lower noise levels, manage pollen levels, and reduce air pollution.

Slovenia's capital, Ljubljana, prioritizes environmental sustainability, with 20% of its land devoted to preserving natural areas. Concurrently, the conversion of deteriorated areas into public areas receives particular focus. Additionally, it promotes the use of regional goods in dining establishments like hotels. Here, a travel website featuring a range of programs and content dedicated to responsible travel has been developed.

Another country that has embraced digitization is Singapore, which has adopted policies and programs that support creative societies. There are applications available for tourists that tell them of the crime rate in any particular place. Based on their geographical location, they also receive alerts about missing persons, emergency services, and other information.

Therefore, the implementation of Smart tourism activities analyzed below in Uzbekistan will lead to an increase in potential customers in the future.

References:

1. Decree of the President of the Republic of Uzbekistan “On measures for the accelerated development of e-commerce”. No3724 dated May 14, 2018.
2. Черникова Л. И., Бокарева Е. В., Ветрова Е. А. Технологии умного туризма-экономический подход (Туризм 4.0) //Иновации и инвестиции. – 2023. №. 7. – С. 132-135.
3. Buhalis D., Amaranggana A. Smart tourism destinations //Information and Communication Technologies in Tourism 2014: Proceedings of the International Conference in Dublin, Ireland, January 21-24, 2014. – Springer International Publishing, 2013. – С. 553-564.
4. <https://tourquality.uz/press-center/news/smart-turizm-umnyy-turizm/>
5. <https://ictnews.uz/28/01/2019/smart-tourism/>
6. <https://fcti.bseu.by/2023/04/07>.



O'ZBEKISTON TURIZMIDA XXR BOZORI VA BUNDA SMART TURIZMNING O'RNI

Temur Mirzayev

Sharqshunos, Turizm ekspert

Annotatsiya: Xitoy turizm bozori ko'lamida juda katta va dunyo bo'ylab xorijiy sayyoh qabul qilishga moslashgan barcha mamlakatlar top-5 ligida Xitoy Xalq Respublikasidan keladigan sayyohlar turadi. Janubi-sharqiy Osiyo mintaqasi uchun esa eng katta bozordir va ASEAN mintaqasi davlatlarining 22% foiz sayyohlarni yetkazib beradi. Covid-19 pandemiyasi sababli bu bozorning yopilishi ko'plab iqtisodiyotlarda salbiy aks etdi va lockdown siyosati bekor qilingach, bu bozor uchun kurash boshlandi. Bu kurashda O'zbekiston ham tarixiy aloqalar va siyosiy hamkorlik aloqalaridan foyda lanish tez mevasini berishi tayin, xususan, ShHT doirasidagi strategik hamkorlik va hukumat qarori bilan XXR fuqarolari uchun 10 kunlik viza rejimining bekor qilinishi bu ishlarning yanada tezlashtirishga xizmat qiladi. Ammo bu bozorning o'ziga xos taraflari – til, smart texnologiyalari, internet makonidagi avtonomlik alohida yondashuvni talab etadi. Izlanish aynan shu yo'nalishlarni ajratish va tahliliga bag'ishlanadi.

Kalit so'zlar: karantin, lockdown, avia-cheklov, Janubi-Sharqiy Osiyo, Shopping turizm, smart turizm, ochiq osmon siyosati, Shan'hai Hamkorlik Tashkiloti, Samarqand sammiti, Ipak Yo'li, yumshoq kuch (soft power), ichki turizm, Chinese-friendly.

Abstract: The scale of the Chinese tourism market is very large, and tourists from the People's Republic of China are among the top 5 countries in the world that are adapted to receive foreign tourists. It is the largest market for the Southeast Asian region and supplies 22% of the tourists from the countries of the ASEAN region. The closure of this market due to the Covid-19 pandemic had a negative impact on many economies, and after the lockdown policy was lifted, the fight for this market began. In this struggle, the use of historical relations and political cooperation relations of Uzbekistan will bear quick fruit, in particular, the strategic cooperation within the SCO and the abolition of the 10-day visa regime for citizens of the PRC by the government's decision will serve to further accelerate these works. But the specific aspects of this market - language, smart technologies, autonomy in the Internet space require a special approach. Research is devoted to the separation and analysis of these directions.

Key words: quarantine, lockdown, air restriction, Southeast Asia, shopping tourism, smart tourism, open sky policy, Shanghai Cooperation Organization, Samarkand summit, Silk Road, soft power, domestic tourism, Chinese-friendly.

Аннотация: Масштабы китайского туристического рынка очень велики, и туристы из Китайской Народной Республики входят в топ-5 стран мира, приспособленных к приему иностранных туристов. Это крупнейший рынок региона Юго-Восточной Азии, на который приходится 22% туристов из стран региона АСЕАН. Закрытие этого рынка из-за пандемии Covid-19 оказало негативное влияние на экономику многих стран, и после отмены политики карантина началась борьба за этот рынок. В этой борьбе использование исторических связей и отношений политического сотрудничества Узбекистана принесет быстрые плоды, в частности, послужит стратегическое сотрудничество в рамках ШОС и отмена 10-дневного визового режима для граждан КНР решением правительства. Для дальнейшего ускорения этих работ. Но специфика этого рынка — язык, умные технологии, автономность в интернет-пространстве — требуют особого подхода. Исследования посвящены выделению и анализу этих направлений.

Ключевые слова: карантин, изоляция, ограничение доступа воздуха, Юго-Восточная Азия, шопинг-туризм, умный туризм, политика открытого неба, Шанхайская организация сотрудничества, Самаркандский саммит, Шелковый путь, мягкая сила, внутренний туризм, дружелюбность к Китаю.

1016 raqami dunyo turizm bozori uchun katta ahamiyatga ega bo'ldi. Bu son kunlar miqdori bo'lib, Xitoy Xalq Respublikasi aholisining Kovid pandemiyasi sababli 'lockdown' sharoitida mamlakatdan tashqariga sayohat qilish imkoniyati cheklandi. Ammo bu davr yakunlanib, dunyo bo'ylab, jumladan XXRda ham sayohat cheklovlari birin-ketin olib tashlandi.



Xitoyliklar 8 raqamini sevadi va omad keltirishiga ishonadi. Shu sabab, Pekin Olimpiyadasi ham 8 bilan bog'lab 2008-yil, 8 oy (avgust), 8-sanada soat 8da boshlandi. Xitoyliklar Kovidni yengib va turizmni boshlash sanasini ham 8 bilan bog'lashmoqda. Chunki, 2023-yil 8-yanvardan boshlab Xitoy hukumati Covid cheklovlari bekor qilinishi va sayohatdan qaytgach, karantinga uchramaslik haqida e'lon qildi.

Ushbu bozorning ahamiyati va ko'lamini quyidagi jadval va bir necha boshqa misollarda ko'rib chiqamiz.

1-jadval: Xorijga sayohat qilgan Xitoy fuqaroli soni (million nafar)¹

Yillar	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2023*	2033*
Jami	70	83	98	107	117	122	129	155	390

* Kutilayotgan prognoz

Bu davr ichida xorijga uchadigan reyslar deyarli 99%i to'xtatildi, va xorijdan qaytgan fuqarolar bir oy mobaynida karantinda o'tirish uchun katta mablag' to'lashi talab etildi.

Bu uzoq muddatli cheklov nafaqat Xitoy fuqarolari kayfiyati uchun, balki ularning asosiy sayohat bozorlari iqtisodiyoti uchun ham salbiy vaziyatni yaratdi.

Misol uchun, 2019-yilda Malayziya 3 million, Vyetnam 5,8 mln, Tayland esa 11 mln Xitoy turistini qabul qilgan va ushbu davlatlardagi turizm sektori 1 yil davomida tiklanganiga qaramay, aynan Xitoy bozorining ochilishini kutayotgandi².

Sayohat bozorini tadqiq etish bilan shug'ullanuvchi "Check-in Asia" kompaniyasi direktori Rary Boverman fikricha, Xitoy sayyohi dunyoning katta turizm markazlari uchun katta daromad manbai bo'lsa, Janubi-Sharqiy Osiyo davlatlari uchun eng katta va turizm sanoati daromadi, o'sish sur'atini belgilovchi omilga aykanib ulgurgan.

Negaki, XXR fuqarolari bu mintaqadagi xorijiy sayyohlar oqimining 22%i tashkil qiladi. Bunday katta ulushning o'rnini to'ldirish qiyin³.

Pandemiya davomida sayyohlik turlari sotish va booking xizmati taklif qiluvchi Trip.com Group platformasi o'tkazgan so'rov natijasini e'lon qildi va so'rovda Xitoyliklar borishni istagan mamlakatlar Top-10 ligini aniqladi. Bular Yaponiya, Tayland, Janubiy Koreya, AQSH, Singapur, Malayziya, Avstraliya va Buyuk Britaniya oldingi o'rinda turishini aniqladi⁴.

Pandemiyagacha Xitoy avia-tashuvlar ko'lamini tasavvur qilish uchun quyidagi faktlarga nazar tashlash zarur. Germaniyaning Worlddata institute ma'lumotiga ko'ra, pandemiya cheklovlariga qadar birgina Beijing Capital International Airport xalqaro aeroportidan 81 aviakompaniya ishlaydi va 206 ta xorijiy destinatsiyalarga parvozlarni amalga oshiradigan bo'lsa, China Southern Airlines aviakompaniyasi esa 2016 ta shaharni Xitoy shaharlari bilan bog'laydi⁵.

Pandemiyagacha Xitoy 10 mamlakatdan iborat ASEAN (Association of Southeast Asian Nations) mintaqasidagi eng katta turizm manbai edi.

2019-yilda ASEAN mamlakatlariga jami 32 million nafar turist XXR fuqarolari edi. Bu statistika, Xitoy hukumati tomonidan xorijga safardan qaytgan fuqarolar uchun 2 haftalik qat'iy karantinda o'tirish sharti sababli 2020-yilda bu statistika 4 million nafarga kamaydi.

Hozircha asosan o'ziga to'q va pandemiya paytida biznesi gurkirab ishlagan (farmatseptika, qurilish, qishloq xo'jaligi, davlar idoralarida ishlagan) xitoyliklarga sayohatga chiqishga tayyor turibdi.

22-yanvarda Xitoy taqvim bo'yicha Yangi yil bayramlari boshlandi va bu asosiy oilaviy bayram va pul sarflash bahonasi. Shu sanalarga Xitoyga yaqin mamlakatlar, xususan ASEAN mintaqasi davlatlari alohida tayyorgarlik ko'rishdi.

Xitoylik sayyohlarning turizm biznesi uchun eng katta ijobiy - ularning sayohat davomida xarid qilish odati bilan bog'liq.

1 Ctrip (2018); China Travel News (2018)

2 <https://global.chinadaily.com.cn/a/202207/21/WS62d8aceda310fd2b29e6d8b4.html>

3 <https://www.cnbc.com/2022/12/27/here-are-the-countries-chinese-tourists-want-to-visit-the-most.html>

4 <https://www.worlddata.info/asia/china/airports.php>

5 <https://worldview.stratfor.com/article/prolonged-absence-chinese-visitors-will-plague-southeast-asias-economic-recovery>



Statista tashkiloti ma'lumotiga ko'ra, 2019-yilga qadar eng ko'p pul sarflagan sayyohlar reytingida 254 mlrd AQSH dollari bilan XXR fuqarolari birinchi o'rinda, keyin esa AQSH, Germaniya va Fransiya yadan kelgan sayyohlar egallagan.

Negaki, xitoy sayyohi eng ko'p pul sarflaydigan guruhga kiradi - o'rtacha \$1700. Ammo bu pullar asosan - tilla xaridiga, Louis Vuitton, Gucci sumkalari, Hublot, ROLEX soatlari sotib olishga, lux turlar, qimmat oshxonalarida ovqatlanishga sarflanadi.

Ohirgi 40 yil davomida Xitoy sayyohi deganda barcha mamlakat aholisi ko'z oldiga katta guruhlar yuradigan, pensioner va o'rta yoshdan katta turistlar kelar edi. Ijtimoiy tarmoqlarning keng tarqalgani, yoshlarning sayohatga bo'lgan ishtiyoqi oshgani, va nihoyat, pandemiyadan keyin bunday guruhlar hajmi va soni kamayishi kutilmoqda. Hamda individual va kichik oilaviy sayyohlar ko'payadi. Bu esa ko'proq xitoy tilli gidlarga ehtiyoj uyg'otadi va smartfon orqali xizmatlarni taklif etish tizimi, ekosistemasi mavjudligini talab etadi.

Xalqaro to'lov tizimlari bilan shug'ullanuvchi VISA tashkiloti aniqlashicha, Pandemiyadan keyin, xalqaro sayyohlar ortiqcha kontaktlarni kamaytirish maqsadida, naqd pul olib yurishi kamayadi, asosan, onlayn to'lov, QR-code li to'lovlardan foydalanishga o'tadi.

Yuqoridagi xalqaro tajribani kuzatishimizdan maqsad, O'zbekiston Xitoy turizm bozori bilan ishlashga yaqinda kirishdi va bunga viza tizimida berilgan yengillik hamda Shanhay Hamkorlik tashkiloti Samarqand sammiti doirasida erishilgan yanada yaqin iqtisodiy va siyosiy munosabatlar deyish mumkin.

O'zbekiston Respublikasi Statistika qo'mitasi 2022-yil yakunida bergan ma'lumot bo'yicha, respublikamizga 2018-2022-yillarda quyidagi miqdorda XXR fuqarolari tashrif buyurgan⁶:

2-jadval: O'zbekistonga XXRdan tashrif buyurgan sayyohlar statistikasi (yili va nafar kishi)

2018	2019	2020	2021	2022
32 444	54 200	7100	3600	4600

Bu ulkan bozordan foydalanish - huddi o't o'chirish shlangidan otilayotgan suvdan ichishdek qiyin vazifa. Bunda O'zbekiston ham tizimli targ'ibot va reyslar bilan bu bozordagi o'z ulushini oshirib olishi zarur.

Biroq, yuqoridagi statistika orqali, bizga tashrif buyuradigan sayyohlar o'rtacha 50 ming nafar deb olinsa, biz qabul qilayotgan sayyohlar miqdori barcha potentsialning 0,03%iga teng ekan. Biz esa qisqa muddatlarda shu ko'rsatgichni hech bo'lmaganda 0,1% ulushga ega chiqishga intilishimiz kerakligini bildiradi. Chunki Xitoy uchun ASEAN, Yaponiya va J.Koreyadan keying eng yaqin turizm destinatsiyasi ekanimiz, aholi orasida Ipak Yo'li bo'ylab tarixiy va madaniy merosimiz haqida boshlang'ich ma'lumot borligi, transport-logistika, biznes va savdo sohalarida ko'plab loyihalar mavjudligi hamda davlar rahbarlari darajasida o'zaro ishonch va hurmat munosabatlarni turizm sohasiga ko'chirish imkoniyatini beradi.

2020-yil boshida Xitoy fuqarolari uchun viza talabi bekor qilindi ammo Covid boshlanib, bu bozor haqida bilishga ulgurmadik. Ammo buning uchun maxsus, xitoylik ehtiyojini hisobga olib ishlab chiqilgan mahsulotlar yo'q edi deyish mumkin.

"O'zbekiston Havo Yo'llari" va "China Southern" aviakompaniyalari avvaldan mavjud qatnovlarni to'liq tik;agan bo'lsa, bunga yangi kompaniyalar ham qo'shilmoqda. 2023-yilning 10-fevral kuni "Loong Air" aviakompaniyasi Sian-Toshkent va Chendu-Toshkent yo'nalishlarida parvozlarni boshladi va haftasiga 6 marta 180 yo'lovchi sig'imga ega samolyotda parvozlarni amalga oshirmoqda.

Oktyabr oyidan boshlab esa Urumchi-Samarqand yo'nalishida Marakanda Air aviakompaniyasi o'z reyslarini boshladi.

Smart turizm

"Smart turizm" kontseptsiyasi IBMning "Aqlli sayyora" va "Aqlli shahar" loyihalaridan ilhomlangan. Ammo yaqin vaqtgacha umumiy ta'rif bo'yicha kelishuv mavjud emas edi. Quyidagi ta'rif Xitoyda boshlangan va asta-sekin qabul qilindi va ommalashdi.

6 (Footnotes) <https://uzbektourism.uz>



Smart turizm - bu turizmni axborotlashtirishning ilg'or bosqichidir. U raqamli, aqlli va virtual texnologiyalarga asoslangan raqamli, aqlli va virtual turizmdan iborat. Axborot-kommunikatsiya texnologiyalari asosida turistik faoliyat, mahsulotlarni iste'mol qilish, turizm va ijtimoiy resurslarga oid ma'lumotlar bir zumda birlashtirilishi mumkin va turistlarga, korxona va tashkilotlarga turli devays (uskunalar) orqali taqdim etiladi.

Smart turizm turga ajraladi: biror mamlakat turizm infratuzilmasi va va xizmatlarini raqamlashtirishni, zamonaviy sayyohning smartfon orqali yo'l topishi (navigatsiya), tashkil etishi, mahsulot va xizmatlarni qidirib topishi, sayohatini buyurtma berishi va xarid qilishini tashkil etishni talab etadi. Balki sayyoh o'z vatanida turgan paytida targ'ibot kompaniyasini tashkil etish, reklama joylashda ham juda zarur.

O'zbekiston rasmiy turizm ma'muriyati, xususan "Milliy PR-markazi" UK va turfirmalarning targ'ibotga qaratilgan materiallari, qator mahalliy hokimiyat va mavsumiy tadbirlar haqidagi maqola va doimiy manbalar joylab boradigan platformalar Xitoy auditoriyasi uchun umuman yetib bormaydi. Bu masala alohida reklama kompaniyasini talab etadi, chunki boshqa bozorlardan farqli ravishda, Xitoy internet resurslari avtonom, dunyo tarmog'idan mustaqil muqobil tarzda yuritilishi.

Misol uchun:

- Youtube kanali muqobili - Youku (www.youku.com) platformasi;
- Wikipedia.org erkin ensiklopediyasi muqobili - Baidu Baike (www.baik.baidu.com);
- Facebook.com ijtimoiy tarmog'i o'rniga - Weibo (www.weibo.com) va
- booking.com band qilish xizmati o'rniga - Ctrip (www.ctrip.com) –platformalaridan foydalaniladi.
- Instagram va Whatapp vazifalarini WeChat, Tencent QQ kabi universal ilovalar qo'llaniladi.

Shunday ekan, smart turizmni targ'ibot qismida mamlakatning targ'ibotga mas'ul tashkilotlari ekspertlar bilan Xitoy uchun maxsus dastur ishlab chiqishi talab etiladi.

Yuqoridagi faktorlarni hisobga olib, hamda smart turizm prinsiplari asosida Xitoy sayyohlik bozorini chuqurroq tadqiq etish, turistlar ehtiyojini o'rganish, turizm xizmatlarini smartfon va boshqa devayslar orqali iste'molchiga yetkazish maqsadida 2021-yil fevral oyida "TourismLab" innovatsion markazida "Friendly Uzbekistan" startap loyihasi konsepti ishlab chiqildi va Temur Mirzayev, Aygul Shakirova va Ilhomjon Dadajonov tomonidan boshlang'ich mintqa sifatida "Chinese-friendly" bosqichi algoritmi, plansheti yaratildi, turizm vazirligida tqdimoti tashkil etildi.

2022-yil martidan boshlab Toshkent Davlat Sharqshunoslik universiteti sinologiya (xitoyshunoslik) yo'nalishi olimlari bilan hamkorlikda "Chinese-friendly Uzbekistan" platformasi ustida ish boshlandi. Ishchi guruhida xitoyshunos tarjimon, olimlar va talabalarni birlashtiradigan smart yechim hozirga kelib 80%ga tayyor bo'ldi va endi Xitoy texnologik tashkilotlari bilan muzokaralar o'tkazilmoqda. Tashkilotchilar 2024-yilning 1 kvartalida platformani ishga tushurishga tayyorlanmoqda.

Bu platformada to'lov tizimlari va chat qismi Xitoyda mavju platformalarga integratsiya qilinishi orqali, xitoylik sayyohlar uchun qulay shopping qilish uchun zarur ma'lumotlarni yangilab borish, mavsumiy aksiyalar va tadbirlar haqida ma'lumotlar aggregatsiya qilinadi. Birinchi bosqichda, mavjud shopping markazlari haqida ma'lumot

Platforma avvalroq tushadigan talab va kommentlar asosida esa, xorijiy brend mahsulotlari do'konlarini ko'paytirish zarur hududlar, suvenirning yuqori talabdagi turlarini aniqlash, san'at asarlari auksionlarini tashkil etish va yetkazib berish kabi funksiyalar qo'shib boriladi.

Xitoy turizm bozori haqida gapirganda, shoppingning alohida ekslyuziv turi - tilla savdosi mavzusiga alohida to'xtalish zarur, chunki 2022-yilda dunyodagi barcha tilla taqinchoq va buyumlarning 27%ni Xitoy fuqarolari sotib olgan. 2004-yilda Xitoyliklar 12 tonna quyma oltin va tangalar sotib olgan bo'lsa, bu ko'rsatkich 2022-yilda 2018 tonnaga yetgan.

2020-yilda Davlat rahbari tomonidan Navoiy viloyatining turizm potensialidan foydalanish pastligi tanqid ostiga olindi, viloyatlar orasida eng kam turist qabul qiladigan hududlar qatorida ekanini ta'kidlandi. Garchi Navoiy viloyati tabiati, ziyoratgohlari va Aydarko'l va Sarmishsoy kabi unikal obyektlari bo'lishiga qaramay, hudud ko'p sonli xorijiy sayyohlarni jalb qila olmay kelmoqda. Diqqat bilan



qaralsa, viloyatning ikki asosiy turizm markazlari – Samrqand va Buxoro o'rtasida joylashgani, eng asosiy brendi va ishlab chiqarish mahsuloti – tilla mavzusiga e'tibor qaratildi.

Muruntau koni tilla qazib chiqarish bo'yicha dunyoda birinchi o'rinda turadi, qazilma zaxirasi bo'yicha to'rttalikdan joy olgan. Xitoy va hind madaniyatlarida tilla buyumlarni sotib olish, saqlash, to'y marosimlarida sovg'a qilish va avloddan-avlodga qoldirish odati chuqur ildizga ega. Shu faktorlarni hisobga olgan holda, 'TourismLab' jamoasi "Museum of Gold" konseptini ishlab chiqdi. Bu kabi muzey dunyoda faqat Kolumbiya shahrida bo'lib, turizm rivojlangan mamlakatlarda yaratilmagan. BAAdagi "Dubai Gold Souk" esa asosan tijorat bozori hisoblanadi.

Bu loyiha Turizm vazirligi va Zargarlik uyushmasiga davom ettirish uchun taqdim etildi va o'z amaliyotda yaratishni kutmoqda.

Bu loyiha ham shopping turizm imkoniyatlarini oshirish bilan birgalikda, turizm potensialidan kam foydalanilayotgan Navoiy viloyati uchun katta oqimni qabul qilish va boshqa hududlariga yo'naltirish imkoniyatini yaratgan bo'lar edi.

MUSEUM OF GOLD

ЛОКАЦИЯ: НАВОИЙ ШАХРИ, М-ЭТ ХАЛҚАРО МАГИСТРАЛИГА ҚЎНИН ХУДУДДА

ЛОЙИХА МАҚСАДИ

Лойиҳа Навоий шаҳри ва вилояти туризм потенциалини бир жойда namoyish etish va yangi turizm markasini yaratish, shopping va sanoat turizmi yulali shakli ni rivojlanitirish ga xizmat qiladi.

МУЗЕЙ ЭКСПОНАТЛАРИ

- 1. Ўзбекистон ҳудудлари топилаётган тилла ва бошқа қimmatli boyuklar namunalari;
- 2. Тарихий вақтинча ва тангалар namunalari (Oltin xavonlar, tilla tanгалар);
- 3. Қadimiy konlar namunalari;
- 4. Ўзбекистондаги қimmatli boyuklar minerologiya tarixi; foto-lari;
- 5. Ал Бухорий "Firdaus" asariga bag'ishlangan buyuklar.

ГАЛЕРЕЯ НАМУНАСИ:

Тилла тарихи зали

Тилла buyuklar zali

Зargarlik zali

Тилла buyuklar zali

Тилла buyuklar zali

Тилла buyuklar zali

МУЗЕЙ ХУДУДЛАРИ

- 1. Асосий галерея (лар)
- 2. Кўнгилчоқар хууд
- 3. Санатчилик ва буюклар тилла ва бошқа қimmatli boyuklar buyuklar d'юни
- 4. Сухои мрлар д'юни
- 5. Навоий хууддаги тилла buyuklar turlari buyuklar namunalari
- 6. Тематик кафе
- 7. Тилла buyuklar inter'ero va tilla buyuklar turlari turlari turlari
- 8. Паркнинг
- 9. Хууддаги тилла buyuklar turlari turlari turlari
- 10. Тилла buyuklar turlari turlari turlari
- 11. Кўнгилчоқар
- 12. Ўзбекистон хууддаги тилла buyuklar turlari turlari turlari

Xulosa qilib aytish mumkinki, Xitoy sayyohlarining sonini ortishi bilan va ortishi uchun, avvalo turizm sanoati ishtirokchilari albatta olimlar – xitoyshunoslar bilan yaqindan ishlashi, ular bilan hamkorlikda targ'ibot materiallari, xizmat turlari, veb-sayti va marshrutlarni bamaslahat amalga oshirishi zarur. Chunki, eng yaxshi reclama bu yaqinlarimiz tavsiyasi va bu jihatidan bir ko'ngli to'lib sayohatdan qaytgan sayyoh o'zidan keyin 4 kishining tashrifiga sababchi bo'lishi, bir nafar afsuslangan sayyoh 7 tanishini o'sha mamlakatga sayohatdan qaytarishi mumkinligi hisoblab chiqilgan.

Shu maqsadda, Xitoy bozorini yangidan va atroflicha o'rganish, smart turizm imkoniyatlaridan maksimum foydalanish va O'zbekistonni "Chinese-friendly" mamlakat sifatida brendlash ahamiyati juda katta va bu ishni qanc halik uddalashimizga qarab, yurtimiz turizm imkoniyatlaridan oqilona foydalanishga, aholi daromadlari ortishiga va yangi ish o'rinlari yaratilishiga olib keladi.



СМАРТ-ТУРИЗМ: ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕГО ПРИМЕНЕНИЯ В УЗБЕКИСТАНЕ

Хушназарова М. Г.

Ассистент кафедры Туризм Ташкентский государственный экономический университет

Annotatsiya: Maqola O'zbekistonda Smart-turizm va uning sanoatni rivojlantirish imkoniyatlarini o'rganishga bag'ishlangan. Mualliflar turizm sohasida aqlli texnologiyalardan foydalanish bo'yicha xorijiy tajribani tahlil qiladi, ularni O'zbekistonda moslashtirish va joriy etish istiqbollarini ko'rib chiqadi. Maqolada Smart-turizmning asosiy tarkibiy qismlari va afzalliklari keltirilgan, shuningdek, xizmatlar sifatini oshirish, resurslarni boshqarishni optimallashtirish va sanoatga investitsiyalarni jalb qilish imkoniyatlari muhokama qilinadi.

Kalit so'zlar: sanoat, mahsulotlar, iqtisodiyot, uskunalar, texnologiya, omillar.

Abstract: The article is devoted to the study of Smart tourism and its opportunities for industry development in Uzbekistan. The authors analyze foreign experience in the use of Smart technologies in the tourism sector, consider the prospects for their adaptation and implementation in Uzbekistan. The article presents the main components and advantages of Smart tourism, and also discusses opportunities for improving the quality of services, optimizing resource management and attracting investment in the industry

Key words: industry, products, economics, equipment, technology, factors.

Аннотация: Статья посвящена исследованию Смарт-туризма и его возможностей для развития индустрии в Узбекистане. Авторы анализируют зарубежный опыт применения смарт-технологий в туристической сфере, рассматривают перспективы их адаптации и внедрения в Узбекистане. В статье представлены основные компоненты и преимущества Смарт-туризма, а также рассматриваются возможности для повышения качества услуг, оптимизации управления ресурсами и привлечения инвестиций в отрасль.

Ключевые слова: индустрии, продукты, экономика, оборудование, технология, факторы.

Современные технологии и цифровизация проникли во все сферы жизни, и туризм не является исключением. Термин "смарт-туризм" описывает использование инновационных технологий для повышения эффективности, удобства и доступности путешествий. Зарубежные страны активно внедряют смарт-технологии в туристическую инфраструктуру и отрасль с целью улучшения опыта туристов, привлечения новых туристических потоков и содействия экономическому развитию.

Один из основных элементов Смарт-туризма – это использование мобильных приложений. В развитых странах мобильные приложения помогают туристам планировать свое путешествие, бронировать гостиницы, покупать билеты на различные мероприятия и транспорт, а также получать информацию о достопримечательностях, ресторанах и других объектах. Благодаря таким приложениям, туристы могут создавать индивидуальные маршруты, основываясь на своих интересах и предпочтениях.

Еще одним важным элементом Смарт-туризма является использование интернет вещей. Технология интернет вещей позволяет собирать и анализировать данные о туристической инфраструктуре, местоположении и потребностях туристов. Например, с помощью Интернет вещей можно создать "умные города", где различные устройства и сенсоры помогают автоматизировать управление городскими ресурсами, контролировать транспорт и обеспечить безопасность туристов.

Еще одним аспектом Смарт-туризма является использование искусственного интеллекта. Искусственный интеллект может быть использован для анализа больших объемов данных о предпочтениях туристов, их поведении и запросах, чтобы предложить индивидуальные рекомендации. Также искусственный интеллект может использоваться для автоматического пере-



1. Япония: в Японии многочисленные города применяют технологии Интернета вещей и искусственного интеллекта, чтобы сделать путешествия более удобными и эффективными. Например, Токио использует систему "умный город", которая собирает данные о трафике, погоде и других факторах для предоставления путешественникам рекомендаций и уведомлений о наиболее оптимальных маршрутах и времени поездки.
2. Сингапур: Сингапур известен своим использованием технологий для создания умных городов. Одним из наиболее заметных примеров является "Сады в небе" – вертикальные сады, которые существуют на разных уровнях небоскребов. Путешественники могут использовать приложение для мобильных устройств, чтобы получить информацию о каждом саде и получить персонализированные рекомендации о посещении этих мест.
3. Германия: В Германии некоторые города предлагают своим посетителям умные туристические карты. Это карты, которые можно загрузить на мобильное устройство и содержат подробную информацию о достопримечательностях, ресторанах, отелях и транспорте. Карты также предоставляют информацию о том, каким образом путешественники могут использовать общественный транспорт для достижения своих мест назначения.
4. Нидерланды: В некоторых нидерландских городах Смарт-туризм представлен в виде мобильных приложений, которые помогают путешественникам планировать свои поездки и получать персонализированные рекомендации о местах, которые стоит посетить. Приложения также позволяют посетителям заказывать билеты на музеи и другие достопримечательности, а также получать информацию о ресторанах и магазинах поблизости.

Это только некоторые примеры того, как смарт-технологии применяются в туризме за рубежом. Смарт-туризм предлагает удобство и персонализацию для путешественников, и его популярность только растет во всем мире.

Узбекистан, будучи одной из популярных туристических целей в Центральной Азии, также может внедрить смарт-технологии в свою туристическую индустрию. Это позволит стране стать еще более привлекательным местом для посещения и повысить уровень сервиса для международных и внутренних туристов.

В Узбекистане уже реализуются некоторые проекты, связанные с Смарт-туризмом. Например, мобильные приложения для поиска информации о гостиницах и ресторанах, а также для организации туристических маршрутов. Также был запущен проект "умного города" в столице Ташкенте, который использует технологии Интернета вещей для оптимизации управления ресурсами и повышения безопасности.

Однако, необходимо продолжить развитие и внедрение смарт-технологий в узбекской туристической индустрии. Для этого необходимо усилить сотрудничество между государственными органами, частными компаниями и экспертами в области смарт-технологий. Также нужно обеспечить доступность смарт-технологий для всех слоев населения и обучить местных жителей использовать их.

Смарт-туризм является неотъемлемой частью будущего туризма. Применение смарт-технологий в узбекской туристической индустрии позволит улучшить опыт туристов, привлечь новые туристические потоки и способствовать развитию экономики страны. Поэтому внедрение Смарт-туризма в Узбекистане является важным шагом для развития туризма в стране и повышения ее конкурентоспособности на международном уровне.

Список использованной литературы

1. Хушназарова М.Г. «Управления знаниями» в индустрии туризма. Экономика и социум. 2020.
2. М.Г. Хушназарова. Туристское образования и проведение научных исследований за рубежом. Архив научных исследований 2022.
3. MG Khushnazarova. Foreign Standards In The Training Of Qualified Specialists In The Field Of Tourism. Galaxy International Interdisciplinary Research Journal 9 (11), 313-316.
4. Хушназарова М. Г. Организация новых видов услуг для повышения эффективности внедрения цифровой экономики. "Янги Ўзбекистонда рақамли иқтисодиётни ривожлантириш истиқболлари ва хориж тажрибаси" мавзусида республика илмий-амалий конференция материаллари тўплами. 2023.



DEVELOPMENT OF SMART TOURISM IN UZBEKISTAN

Narzullaeva Umidakhon

Assistant teacher in "Tourism" department TSUE, Main expert in Social Sphere Department, Institute for Fiscal Studies under the Ministry of Finance of the Republic of Uzbekistan.

Abzalova Nozima

First year master's student Tashkent State University of Economics

Abstract: In the article, it is highlighted that the rapid development of the digital economy in Uzbekistan ensures the increase of the competitiveness of industries and companies, the increasing share of digital transformation leads to serious changes in business processes and affects all areas of the economy. Information is focused on the global application of digital technologies in tourism with the impact of creating an inclusive society and the entire digital space.

Key words: information, inclusive society, tourism, Smart-tourism, hospitality, technology, services, quality, information technologies.

Annotatsiya: Maqolada O'zbekistonda raqamli iqtisodiyotning jadal rivojlanishi tarmoqlar va kompaniyalarning raqobatbardoshligini oshirishni ta'minlash, raqamli transformatsiya ulushi ortib borayotgani biznes-jarayonlarda jiddiy o'zgarishlarga olib kelishi va iqtisodiyotning barcha sohalariga ta'sir ko'rsatishi yoritilgan. Axborot, inklyuziv jamiyat va butun raqamli makonni yaratish ta'siri bilan turizm raqamli texnologiyalarni global qo'llashga qaratilgan.

Kalit so'zlar: axborot, inklyuziv jamiyat, turizm, Smart-turizm, mehmondo'stlik, texnologiya, xizmatlar, sifat, axborot texnologiyalari.

Аннотация: В статье подчеркивается, что стремительное развитие цифровой экономики в Узбекистане обеспечивает повышение конкурентоспособности отраслей и компаний, увеличение доли цифровой трансформации приводит к серьезным изменениям в бизнес-процессах и затрагивает все сферы экономики. Информация сосредоточена на глобальном применении цифровых технологий в туризме с влиянием на создание инклюзивного общества и всего цифрового пространства.

Ключевые слова: информация, инклюзивное общество, туризм, Smart-туризм, гостеприимство, технологии, услуги, качество, информационные технологии.

The rapid development of the digital economy in Uzbekistan ensures increased competitiveness of industries and companies. The growing share of the country's digital transformation entails significant changes in business processes and affects all areas of the economy. Focused on the global application of digital technologies in tourism, with the effect of creating an information, inclusive society and digital space as a whole.

Tourism is a significant economic sector in Uzbekistan and provides real prospects for sustainable and inclusive economic growth. The sector generates foreign exchange, stimulates regional development, directly supports numerous types of jobs and businesses, and supports many local communities. Recent development indicators indicate continued strong growth in recovery and revitalization in Uzbekistan, and this position highlights the critical role the country's government is playing to optimize potential benefits and reduce process-related costs in the tourism industry.

With the development of digital transformation and the advent of Smart cities, new types of tourism have developed, one of them is "Smart" tourism, which is a model of the combined development of the tourism industry and S&R technology, which is not only the future trend of tourism development, but also a driver for the transformation and modernization of the modern service sector. Smart tourism is defined as tourism in which the constant and systematic use of Smart elements leads to the creation of additional travel value for the tourist. The definition of Smart tourism places emphasis on acquiring additional value of a tourist service for the consumer through the use of Smart technologies.



The focus of this type of tourism combines the planning and organization of tourism in the territory, the application of principles of sustainability to the value chain, the use of digital technologies to provide a holistic tourist experience when making decisions about the consumption of services, effective management of tourism resources and the ability to respond to changing needs and behavior patterns tourists.

The specificity of Smart tourism is that the key criteria when making digital decisions and developing tourism infrastructure should be a focus on the preferences of potential and actual tourists. When organizing Smart tourism, the latest Smart technologies are used, which actively interact through IT systems, such as the Internet of Things (IoT), augmented, virtual, mixed reality (VR/AR/MR), use and forecasting based on big data (Big Data) and other local interaction technologies (Bluetooth, WiFi, Push, NFC).

To develop Smart tourism in Uzbekistan, we propose to highlight the following most important digital solutions:

- creation of a Central Asian tourism marketplace and centralization of efforts to promote tourism products through digital platforms and applications;
- introduction and development of multi-lingual tourist assistance services, including information services, navigation and self-service services, in order to increase the accessibility, quality and attractiveness of tourism services, and increase the efficiency of use of tourist resources;

As an example, we can cite that in Tashkent this technology has already been provided to tourists by the State Committee for Tourism Development using QR codes.

As part of this program, a tourist, by clicking on a QR code, in a few seconds can very easily download to his Smartphone all the information about the sights of our capital, in 12 languages.

Along with this, users are provided with information not only about tourist sites, but also about nearby hotels, restaurants, art galleries, and other architectural and historical monuments, reports the press service of the Tashkent city khokimiyat:

- implementation of electronic tourist guest cards and similar mobile applications in the cities of Uzbekistan – this represents international maps and applications for mobile devices that allow tourists to travel by public transport, learn about cultural events and events, enjoy discounts when visiting tourist attractions, as well as providing other benefits;
- providing the opportunity to get acquainted with cultural and natural attractions, museum exhibitions, tourist routes online using visualization technologies, virtual excursions, augmented reality technologies, etc.;
- creation and development of augmented reality services for navigation through cities and display sites (museums, exhibition centers, art galleries, etc.) to increase the attractiveness of tourist sites and the efficiency of use of tourist resources, as well as to increase demand for tourism products;
- development of services for online construction of a tourist route with the possibility of purchasing tickets and booking hotels;
- creation of an electronic platform for involving self-employed people in tourism activities (guides, instructors, tour guides);

As part of the project implemented by the Ministry of Tourism and Cultural Heritage together with the company Tehno Dargoh LLC to introduce Verum QR codes, most historical monuments were previously equipped with them. This technology has already been tested in the Poi Kalon complex, Gaukushon, Kukeldash, Nodir Devonbegi madrassas, in the trading centers of Toki Sarofon, Toki Telpakfurushon, Toki Zargaron, on Lyabi Hauz Square, at the Nasriddin Afandi monument, in the Samanid mausoleum, the Ark citadel and the Jewish Synagogue. In February-March of this year, hotels, restaurants and other tourism industry facilities in the region will also be equipped with QR codes.



Based on the above, we can claim that Smart tourism is a holistic, long-term and sustainable approach to planning, development, operation and positioning of tourism products and businesses at the present stage in Uzbekistan. Information and digital technologies in tourism are already a generally accepted phenomenon, and tourism in Uzbekistan is increasing the introduction of new technologies into an increasing number of its reproductive processes, increasing its efficiency and increasing social and environmental adaptation to tourism in travel regions.

To sum up our article, we can say that technological transformations will contribute, first of all, to increase in the number of tourists visiting Uzbekistan, tourism income and the share of tourism income in the gross domestic product (GDP). In addition, tourism companies must receive sufficient government support to survive the Industry 4.0 process and adapt to innovation.

References:

1. Chernikova L. Technologies of Smart tourism – economic approach (Tourism 4.0) “INNOVATIONS AND INVESTMENTS”. No. 7. 2023.
2. A. Allayarov Priority directions for the development of tourism in Uzbekistan. <https://cyberleninka.ru/article/n/prioritetnye-napravleniya-razvitiya-turizma-v-uzbekistane>
3. <http://old.muslim.uz/index.php/rus/mir/item/13349> 2023
4. <https://turbaza.by/tur/belarus-tours/vostochnyj-kolorit-uzbekistana-tashkent-buhara-samarkand/>
5. Technologies in the tourism sector of Central Asia. <https://kun.uz/ru/02401914>



O'ZBEKISTONDA TURIZM XIZMATLARI SOHASINING AHOLI BANDLIGIGA MULTIPLIKATIV TA'SIRI

To'rabekov Sohijjon Sherboy o'g'li

Samarqand iqtisodiyot va servis instituti tayanch doktoranti

Annotatsiya: Maqolada turizm xizmatlari sohasi rivojlanishining aholi bandligi darajasiga ta'siri borasidagi ayrim nazariyalar tahlil qilingan. Ushbu nazariyalar asosida O'zbekiston sharoitida turizm xizmatlari sohasining mamlakat aholisining bandligiga ta'siri tahlil va tadqiq etilgan. Bu borada maqola so'ngida xulosa va takliflar ishlab chiqilgan.

Kalit so'zlar: Turizm xizmatlari, aholi bandligi, multiplikativ samara.

Abstract: The article analyzes some theories about the impact of the development of tourism services on the level of population employment. Based on these theories, the impact of the tourism services industry on the employment of the country's population was analyzed and researched in the conditions of Uzbekistan. At the end of the article, conclusions and suggestions have been developed in this regard.

Key words: Tourism services, population employment, multiplier effect.

Аннотация: В статье анализируются некоторые теории о влиянии развития туристических услуг на уровень занятости населения. На основе этих теорий было проанализировано и исследовано влияние индустрии туристических услуг на занятость населения страны в условиях Узбекистана. В конце статьи сформулированы выводы и предложения по этому поводу.

Ключевые слова: Туристические услуги, занятость населения, мультипликативный эффект.

Jamiyat taraqqiyotining hozirgi bosqichida mamlakatda mehnat munosabatalarini shakllantirish, aholi turmush darajasi va bandligini oshirish, yangi ish o'rinlarini yaratish hamda ijtimoiy sohadagi boshqa muammolarni hal qilishda turizm xizmatlari sohasining o'rni beqiyos. Sababi, tashrif buyuruvchilarning sayohati davomida xilma-xil ehtiyojlarini qondirish uchun xizmatlarning keng doirasini shakllantirish talab etiladi. Bunda sayyohlarning ushbu xilma-xil ehtiyojlarini qondirish darajasi mamlakatda yaratilgan turistik infratuzilma va uning faoliyat samaradorligi bilan bog'liq. Bir so'z bilan aytganda, turizm xizmatlari sohasining rivojlanishi transport, mehmonxona xo'jaligi, fan va madaniyat, qurilish, qishloq xo'jaligi, savdo, umumiy ovqatlanish va boshqa sohalarning rivojlanish ko'rsatkichlariga bevosita va bilvosita ta'sir ko'rsatadi. Sohadagi bandlik darajasi ham bundan mustasno emas.

Turizm xizmatlari sohasining iqtisodiyotga bilvosita ta'siri uning ijtimoiy-iqtisodiy tabiatiga ko'ra ancha kengroq bo'lib, uning umumiy ta'siri bevosita iqtisodiy va ijtimoiy ta'siridan ancha yuqori. Sababi shundaki, turizm xizmatlari orqali "xarajat-daromad" zanjiri asosida turizmga bog'liq tarmoqlarning rivojlanishi rag'batlantiriladi (multiplikator effekti). Ya'ni tashrif buyuruvchining tashrif buyurgan joyida qo'shimcha xarajatlari qanchalik ko'p bo'lsa, turizm xizmatlari sohasining iqtisodiyotga bilvosita (multiplikativ) ta'siri shuncha yuqori bo'ladi.

Turizm xizmatlari sohasining iqtisodiyotga va unga aloqador boshqa tarmoqlarning rivojlanishiga bilvosita ta'siri borasida dunyoning ko'plab olimlari tadqiqot olib borishgan. Jumladan, xorij olimlaridan D.Keyns¹, P.Samuelson, S.Fisher, X.Ryutter, I.Krippendorf, V.Archer, S.Ouen, X.Klement, D.Klark, R.Xarrod, G.Xambler, E.Xarsenlar o'z tadqiqot ishlarida iqtisodiyotning turli tarmoqlari uchun umumlashtirilgan multiplikatorni hisoblashning bir qancha modellari va usullarini taklif qilgan. Rus iqtisodchi olimlardan A.Kvartalnov, V.G.Gulyaev, V.A.Morozov, G.A. Papiryan, M.V.Yefremova va boshqalar esa turizm multiplikatorlarini hisoblash tartib-tamoyillari borasida izlanishlar olib borgan. Biroq shunga

1 Кейнс Дж.М. Общая теория занятости, процента и денег. Избранное/Дж.М.Кейнс; вступ.статья Н.А.Макашевой. – М.:Эксмо, 2007. – 960с. – (Антология экономической мысли).



qaramasdan umumiy qabul qilingan, uyg'un nazariya va turistik multiplikatorni hisoblashning yagona modellari hali ishlab chiqilmagan.

Multiplikativ effekti nazariyasi ishlab chiqarishning bir sohasida xarajatlarning ishlab chiqarishni kengaytirishga va uning boshqa sohalarda bandlikni oshirishga rag'batlantiruvchi ta'siri mavjudligini ifodalaydi. Yalpi hududiy mahsulot tarkibidagi ushbu o'sib boruvchi komulyativ effekt multiplikator effekti deb ataladi². Turizmning rivojlanishi iqtisodiyotning ko'pgina sektorlari bilan bog'liq bo'lganligi sababli uning multiplikativ ta'sirini baholash uchun kattagina ma'lumotlar bazasi talab etiladi. Shuningdek, multiplikator qiymatini baholashda nafaqat metodologiyani tanlash, balki multiplikator turini ham to'g'ri tanlash muhimdir. Bizningcha, O'zbekiston sharoitida turizm xizmatlari sohasining unga bog'liq boshqa iqtisodiy va ijtimoiy sohalarga bilvosita ta'sirini baholashning imkoniyati majud emas. Bunga mamlakatda umumiy va turizm statistikasining mukammal emasligi, milliy hisoblar tizimida turizm multiplikatori parametrlarining mavjud emasligi, turizm multiplikatorini hisoblash va uni operativ hisobini yuritishning ilmiy asoslangan metodikasining yaratilmaganligi va boshqalarni sabab qilib keltirish mumkin. Shu boisdan, biz turizm xizmatlari sohasining unga aloqador boshqa tarmoqlarning iqtisodiy ko'rsatkichlariga ta'sirini nazariy qarashlarimiz orqali tahlil qilishga harakat qildik.

Xizmat ko'rsatish sohasida turizmning rivojlanishining matematik modellashirish bo'yicha tadqiqotchi A.M.Tramovanning fikricha, turizmning multiplikativ effektini hisoblashning murakkabligiga qaramasdan, turizmning iqtisodiy samarasini tavsiflovchi asosiy ko'rsatkichlar yetarlicha aniqlangan. Uning fikricha, har qanday milliy iqtisodiyot uchun hisoblanishi mumkin bo'lgan yetti turdagi turizm multiplikatorlari mavjud. Bular: ishlab chiqarish, sotish, daromadlar, bandlik, ish haqi, davlat daromadlari va import multiplikatorlaridir³.

O'zbekistonda turizm xizmatlari sohasi rivojlanishining boshqa soha va tarmoqlardagi bandlik ko'rsatkichlariga ta'sirini o'rganishda statistik tadqiqot usulidan hamda D.Keynsning iqtisodiy tahlil nazariyasiga asoslangan turistik multiplikatorning matematik modelidan, P.Samuelsan va V.Nordxauzning multiplikatorni hisoblash usullaridan⁴ foydalanishni maqsadga muvofiq deb topdik. Ya'ni bunga ko'ra, turizm multiplikatori doirasida turizm xarajatlari aylanmasi dinamikasini hisobga olgan holda, turizmning bilvosita ta'sirini umumlashtirilgan shaklda hisoblash quyidagicha ifodalanadi:

$$K = I + I \times MSP + I \times MSP^2 + I \times MSP^3 + I \times MSP^4 + \dots + I \times MSP^n \quad (1)$$

K – turistik faoliyatning multiplikativ effekti;

I – bevosita va bilvosita daromadlarni ifodalovchi investitsiyalar;

n – iqtisodiyotdagi pul aylanmalari soni;

MSP – iste'molga bo'lgan marjinal moyillik, ya'ni hisobot davridagi o'rganilayotgan hududdagi mahalliy aholi xarajatlar darajasining daromadlar darajasiga nisbati⁵.

Bunda:

$$MSP = \frac{\text{xarajatlar}}{\text{daromadlar}} = \frac{X}{D}; \quad (2)$$

Demak, formula quyidagi shaklga keltiriladi:

$$K = \frac{I}{1 - MSP} = \frac{I \times D}{D - X}; \quad (3)$$

Tadqiqotlar jarayonida O'zbekiston Respublikasining Davlat Statistik qo'mitasining rasmiy statistik ma'lumotlari va qilingan hisob-kitoblar asosida O'zbekiston Respublikasi iqtisodiyotiga turizmning bilvosita ta'sirining hajmini hisoblashga harakat qildik (turizmning multiplikativ effekti).

2 Немкович Е.Г. Мультипликатор туризма // Сб.научных статей по матер. междунар. научно-практич. конф.: «Роль туризма в модернизации экономики российских регионов», 8-10 июня 2010г. – Петрозаводск: карнц ран, 2010. – с. 97-100.

3 Трамova A.M. Математическое моделирование развития туризма в сфере услуг системотехника. 2010г. №8. <http://systech.miem.edu.ru/2010/tramova.htm> (murojaat qilingan sana: 14.06.2023).

4 П.Самуэлсон, В.Нордхаус. Экономика. м.,2000.

5 Ruetter H. Wirtschaftsfaktor tourismus. in: volkswirtschaftin der schweiz. bern, 2001. – с. 125-132.

1-jadval: 2017-2021-yillarda O'zbekistonda aholi daromadlari va iste'mol xarajatlarning o'zgarishi⁶

№	Yillar	Aholi daromadlari, mlrd. so'm	Aholi iste'mol xarajatlari, mlrd. so'm	Iste'molga marjinal moyillik, %
1	2017	236 893,1	71 067,9	30
2	2018	300 842,7	93 261,2	31
3	2019	365 735,6	113 378,04	31
4	2020	414 968,7	141 089,36	34
5	2021	519 181,4	182 470,99	35

1-jadval ma'lumotlariga ko'ra, O'zbekistonda 2017-yilda aholining iste'molga o'rtacha marjinal moyilligi 30% bo'lgan va u so'ngi yillarda o'sib borayotganligini ko'rish mumkin.

Yuqoridagi hisoblash modeliga asosan 2021-yil ma'lumotlaridan foydalanib quyidagilarni hisoblaymiz [bunda $I = 1556250$ so'm (bir sayyohga to'g'ri keladigan xarajatlar summasi⁷)]:

$$K = I / (1 - MPS) = I / (1 - 0,35) = 1556250 / 0,65 = 2394230$$

$$k = 1 / 1 - MSP = 1 / 0,65 = 1,54 \text{ (4)}$$

Hisob-kitob natijalariga ko'ra, yuqoridagi model asosida qilingan hisob-kitoblar 2021-yil uchun xarajat (Daromad) multiplikator koeffitsienti $k = 1,54$ ga teng ekanligini ko'rsatdi. Ya'ni tashrif buyurgan xorijiy sayyohlarning O'zbekiston hududida har 1556250 so'm qilgan xarajati milliy iqtisodiyotga 2394230 so'm qo'shimcha daromad keltirishini ko'rsatmoqda.

Turizmning multiplikativ ta'sirini baholash uning mamlakat iqtisodiyotiga ta'sirini aniqroq hisoblash, davlat budjetini shakllantirish, to'lov balansini baholash, eksport-import operatsiyalarini optimallashtirish, turizmni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash dasturlarini ishlab chiqish, uning investitsiyaviy strategiyasini va turizm infratuzilmasini yaxshilash, turizm resurslaridan foydalanish va qayta ishlashda ushbu parametrlarni hisobga olish imkonini beradi. Biroq, mavjud milliy hisoblar tizimi va turizm statistikasining imkoniyatlari hozirda bu parametrlarni yetarlicha aniqlik bilan aniqlash imkonini bermaydi. Holbuki, xorijda turizmni barqaror rivojlantirish modelini ishlab chiqish asosida mamlakatda turizmni o'rganish, prognozlash va rivojlantirish bilan shug'ullanuvchi ilmiy-tadqiqot institutlari tashkil etilgan.

Yuqorida qayd qilinganidek, turizm xizmatlari sohasining boshqa tarmoq va sohalarga bilvosita ta'sirini baholash bo'yicha tugal xulosa, aniq metodika yoki ilmiy asoslangan nazariya yo'q. Shu qatorda, turizm xizmatlari sohasining boshqa soha va tarmoqlardagi bandlik darajasiga ta'sirini baholashning ham aniq qo'llanmasi hali ishlab chiqilmagan. Biroq, shunday bo'lsada turli davrlarda turli davlatlarning ba'zi olimlari o'zlarining milliy iqtisodiyotining ijtimoiy-iqtisodiy ahvolidan kelib chiqib bu bo'yicha o'z yondashuvlarini ishlab chiqishgan. Masalan, 1995-yilda amerikalik tadqiqotchi K.Xombak Milliy bog'lar xizmati uchun "Pullarni ko'paytirish model"ini ishlab chiqqan. Bunga ko'ra, ushbu model ekoturizmning milliy iqtisodiyotga qo'shgan hissasini baholash uchun mo'ljallangan bo'lib, u milliy bog'ga tashrif buyuruvchilar xarajatlarning 4 ta ko'rsatkichi bo'yicha ta'sirini aniqlash orqali o'lchadi:

- Umumiy sotish;
- Yaratilgan ish o'rinlari;
- Daromad;
- Qo'shilgan qiymat.

Tadqiqotchi O.S. Mozgovaya o'z tadqiqotlari davomida K.Xombakning ushbu modeli asosida turizmning bandlik multiplikatorini hisoblash metodikasini ishlab chiqqan⁸. Bunda tadqiqotchi mamlakatda turizm xizmatlari sohasining bandlik multiplikatorini hisoblashda mamlakat mehnat bozorida yaratilgan yangi ish o'rinlari soni va tashrif buyurgan har bir xorijiy sayyohga to'g'ri keladigan o'rtacha

6 O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika agentligi ma'lumotlari asosida muallif tomonidan tuzildi.

7 Muallif tomonidan hisoblandi.

8 С. Мозговая. Туристский мультипликатор в оценке экономического вклада экологического туризма в развитие региона. Журнал международного права и международных отношений. №2 – 2009.



xarajat miqdoridan kelib chiqishni maqsadga muvofiq deb topgan va u quyidagi formula orqali hisoblanadi:

$$M_b = \frac{YaIO'}{TS * O'X} \quad (5)$$

M_b – turizmning bandlik multiplikatori;

$YaIO'$ – mamlakatda yaratilgan yangi ish o'rinlari soni, ming;

TS – mamlakatga jami tashrif buyuruvchilar soni, ming nafar;

$O'X$ – har bir turistga to'g'ri keladigan o'rtacha xarajat, AQSh dollari;

Tadqiqotlar jarayonida O.S. Mozgovayaning bandlik multiplikatorini hisoblash metodikasidan foydalanib, O'zbekiston turizm xizmatlari sohasining 2021-yil statistik ma'lumotlari asosida mamlakatning bandlik multiplikatorini hisoblashga harakat qildik. Unga ko'ra, 2021-yilda mamlakat mehnat bozorida jami 506,2 mingga yangi ish o'rni yaratilgan⁹, mamlakatga tashrif buyurgan xorijiy sayyohlar soni 1881,3 ming nafarni¹⁰ va har bir sayyohga to'g'ri keladigan o'rtacha xarajat esa 107\$ AQSh dollari¹¹ni tashkil etgan.

Demak, ushbu ma'lumotlarni yuqoridagi formulaga qo'yib hisoblasak, quyidagi natijani olamiz:

$$M_b = \frac{506,2}{1881,3 * 107,0} = 0,002 \quad (6)$$

Turizm xizmatlari sohasining bandlik multiplikatori $M_b = 0,002$ ga teng bo'lishi, O'zbekistonga tashrif buyurgan har bir xorijiy sayyohning har bir qilgan qo'shimcha 1000\$ AQSh dollari uchun mamlakat mehnat bozorida 2 ta yangi ish o'rni yaratilishini ko'rsatmoqda. Yoki boshqacha aytganda, mamlakatda o'rtacha 1000\$ lik turizm xizmatlari eksportining amalga oshirilishiga erishish uchun qo'shimcha 2 ta yangi ish o'rniga ehtiyoj paydo bo'lishini ko'rsatadi.

Yuqoridagi turizm multiplikatorlari bo'yicha amalga oshirilgan hisob-kitob natijalarini baholash maqsadida ushbu 2 multiplikatorlarning qo'shni davlatlardagi qiymatini tahlil qilishni maqsadga muvofiq deb topdik. Bunga ko'ra, har ikki multiplikator bo'yicha qo'shni Qozog'iston, Rossiya va Tojikiston Respublikalarining ko'rsatkichlari O'zbekistonnikidan nisbatan yuqoriroq ekanligi aniqlandi.

2-jadval: 2021-yilda ayrim mamlakatlarda turizm multiplikatorlarining qiymati¹²

№	Ko'rsatkichlar	Qozog'iston	Rossiya	Tojikston
1	Turistik faoliyatning multiplikativ effekti (k = koeffitsient)	2,1	2,4	1,8
2	Turizmning bandlik multiplikatori (k = koeffitsient)	0,006	0,012	0,001

2-jadval ma'lumotlariga ko'ra, Qozog'iston Respublikasida 2021-yilda turistik faoliyatning multiplikativ effekti $k = 2,1$ ga tengligini, ya'ni mamlakatga tashrif buyurgan xorijiy sayyohlarning har bir birlik qilgan xarajati milliy iqtisodiyotga 2,1 koeffitsientda qo'shimcha daromad keltirishini ko'rsatmoqda. Ushbu ko'rsatkich Rossiya va Tojikistonda mos ravishda 2,4 va 1,8 ni tashkil etgan.

Shuningdek, 2021-yilda Qozog'iston Respublikasida amalga oshirilgan turizm eksportining har 1000\$ AQSh dollari uchun mamlakat mehnat bozorida 6 ta yangi ish o'rniga ehtiyoj paydo bo'lishi mumkinligini ko'rsatmoqda. Bu ko'rsatkich Rossiyada 12 tani, Tojikistonda 1 tani tashkil qiladi.

Bizningcha, turistik faoliyatning multiplikativ effekti O'zbekistonda Qozog'iston va Rossiyaga nisbatan pastroq ko'rsatkichni ifodalaganini aholining is'temol xarajatlari daromadlariga nisbatan ancha kam ekanligini bilan izohlash mumkin. Ya'ni O'zbekiston aholisi daromadlarining ko'proq qismini iste'mol uchun emas, balki jamg'arma uchun ajratadi. Boshqacha aytganda, O'zbekiston aholisi

9 <https://mehnat.uz/uz/news/uzbekistonda-ishsizlik-darazhasi-96-foizni-tashkil-etdi-> (murojaat qilingan sana 23.12.2022-yil, soat 22:05)

10 <https://uzbektourism.uz/research/statistics> (murojaat qilingan sana 23.12.2022-yil, soat 22:05)

11 O'zbekiston Respublikasi davlat statistika qo'mitasi ma'lumotlari asosida muallif tomonidan hisoblandi.

12 Muallif tomonidan hisoblandi.



daromadlarining jamgarma uchun olingan qismi Qozog'iston va Rossiyanikiga qaraganda ko'proq bo'lishi mumkin.

O'zbekistonda turizmning bandlik multiplikatori qiymatining qo'shni Qozog'iston va Rossiya davlatlarinikiga nisbatan pastroq bo'lganligini mamlakatga tashrif buyurgan xorijiy sayyohlar sonining nisbatan kamligi yoki ularning sayohati davomida qilgan o'rtacha xarajatlari miqdorining kamligi bilan izohlash mumkin. Bu, albatta, mamlakatda yaratilgan turistik infratuzilma va xizmatlar sifati bilan bog'liq.

2019–2025-yillarda O'zbekiston Respublikasida turizm sohasini rivojlantirish Konsepsiyasini amalga oshirishning maqsadli ko'rsatkichlarida keltirilgan ma'lumolarga ko'ra, 2025-yilga borib O'zbekistonga tashrif buyuradigan xorijiy turistlar soni 11810 ming kishini, turizm xizmatlari eksporti esa 2 170 mln AQSh dollarini tashkil etishi prognoz qilingan. Agar ushbu maqsadli ko'rsatkichlar erishilsa hamda turizmning bandlik multiplikatori kamida $Mb = 0,002$ holda o'zgarishsiz qolsin deb faraz qilsak, 2025 yilda O'zbekiston mehnat bozorida kamida 4339 mingta yangi ish o'rinlarini yaratish imkoniyati paydo bo'ladi.

Yuqoridagi fikr mulohazalardan xulosa shuki, O'zbekiston sharoitida turizm xizmatlari sohasini jadal rivojlantirish, bu orqali mamlakat milliy iqtisodiyotining barqarorligini ta'minlash hamda mamlakatda bandlik darajasini oshirish uchun quyidagi chora tadbirlarni amalga oshirishga kuchli e'tibor qaratish zarur:

Mamlakat aholisining daromadlariga mutanosib ravishda iste'mol xarajatlarini ham ayniqsa, xizmatlarga bo'lgan iste'mol xarajatlarini oshirib borish lozim. Bunda turizm xizmatlarining jozibadorligini oshirish va tashrif buyuruvchilarning xilma xil ehtiyojlarini qondirishning samarali yo'llarini izlab topishga e'tibor qaratish zarur.

Mamlakatda turistik infratuzilma hamda turizm xizmatlarining sifat va samaradorligini xalqaro talab darajasiga yetkazish, turizm xizmatlarining yangi turlarini tashkil etish va ommalashtirish va bu orqali turistik xizmatlar eksportini oshirish, pirovardda har bir sayyohga to'g'ri keladigan o'rtacha xarajat summasini oshirib borish.

Mamlakatning bor turistik salohiyatini yuzaga chiqarish va bu orqali mamlakatning turistik jozibadorligini yaxshilab, tashrif buyuruvchi xorijiy sayyohlar sonini oshirishga erishish.

Ushbu tadbirlarning amalga oshirilishi turizm xizmatlari sohasining O'zbekiston milliy iqtisodiyotidagi mavqeining mustahkamlanishiga hamda mehnat bozoridagi bandlik darajasini ta'minlashda soha ulushining oshishiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi. Bunda turizm xizmatlari sohasining ushbu yo'nalishdagi ishlar samaradorligini yaxshilab borishda kelgusida amalga oshirilishi zarur bo'lgan ishlarni rejalashtirish hamda turizm xizmatlari sohasini tavsiflovchi prognoz ko'rsatkichlarini tahlil va tadqiq qilish maqsadga muvofiq bo'ladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'xati:

1. Кейнс Дж.М. Общая теория занятости, процента и денег. Избранное/Дж.М.Кейнс; вступ.статья Н.А.Макашевой. – М.:Эксмо, 2007. – 960с. – (Антология экономической мысли).
2. Немкович Е.Г. Мультипликатор туризма // Сб.научных статей по матер. междунар. научно-практич. конф.: «Роль туризма в модернизации экономики российских регионов», 8-10 июня 2010г. – Петрозаводск: карнц ран, 2010. – с. 97-100.
3. Травова А.М. Математическое моделирование развития туризма в сфере услуг системотехника. 2010г. №8. <http://systech.miem.edu.ru/2010/tramova.htm>
4. П.Самуэлсон, В.Нордхаус. Экономика. м.,2000.
5. Ruetter H. Wirtschaftsfaktor tourismus. in: wolkswirtschaftin der schweiz. bern, 2001. – с. 125-132
6. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika agentligi ma'lumotlari (www.stat.uz)
7. С. Мозговая. Туристский мультипликатор в оценке экономического вклада экологического туризма в развитие региона. Журнал международного права и международных отношений. №2 – 2009.
8. [https://mehnat.uz/uz/news/uzbekistonda-ishsizlik-darazhasi-96-foizni-tashkil-etdi-\(murojaat-qilingan-sana-23.12.2022-yil,-soat-22:05\)](https://mehnat.uz/uz/news/uzbekistonda-ishsizlik-darazhasi-96-foizni-tashkil-etdi-(murojaat-qilingan-sana-23.12.2022-yil,-soat-22:05))
9. <https://uzbektourism.uz/research/statistics> (murojaat qilingan sana 23.12.2022-yil, soat 22:05).



SMART-TURIZMNI XORIJIY TAJRIBALAR ASOSIDA RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI

Isroilov Xusanboy Ibrohimjon o'g'li

Farg'ona politexnika instituti, tayanch doktorant

Nishonboyev Doniyor Erkinjon o'g'li

Farg'ona politexnika instituti, Iqtisodiyot kafedrası assistenti

Annotatsiya: Turizm butun dunyo bo'ylab iqtisodiy o'sishning asosiy tarkibiy qismlaridan biridir. Turizmning asosiy talabi dunyoning turli burchaklaridan tobora ko'proq sayyohlarni jalb qilish hisoblanadi. Smart-turizm deganda turizmni yaxshilash uchun innovatsion vositalar va yondashuvlarni ishlab chiqish uchun aqlli shaharlarga o'xshash axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini qo'llash tushuniladi. Smart-turizm AKT, mobil aloqa, bulutli hisoblash, sun'iy intellekt va virtual reallik kabi asosiy texnologiyalarga tayanadi.

Kalit so'zlar: Smart-turizm, AKT, Buyumlar interneti, bulutli hisoblash, sun'iy intellekt, virtual reallik.

Abstract: Tourism is one of the main components of economic growth around the world. The main demand of tourism is to attract more and more tourists from different parts of the world. Smart tourism refers to the use of information and communication technologies similar to Smart cities to develop innovative tools and approaches to improve tourism. Smart tourism relies on key technologies such as ICT, mobile communication, cloud computing, artificial intelligence and virtual reality. **Key words:** Smart tourism, ICT, Internet of Things, cloud computing, artificial intelligence, virtual reality.

Аннотация: Туризм является одной из основных составляющих экономического роста во всем мире. Основной потребностью туризма является привлечение все большего количества туристов из разных уголков мира. Смарт-туризм подразумевает использование информационных и коммуникационных технологий, подобных умным городам, для разработки инновационных инструментов и подходов для улучшения туризма. Смарт-туризм опирается на ключевые технологии, такие как ИКТ, мобильная связь, облачные вычисления, искусственный интеллект и виртуальная реальность.

Ключевые слова: Смарт-туризм, ИКТ, Интернет вещей, облачные вычисления, искусственный интеллект, виртуальная реальность.

BMT News ma'lumotlariga ko'ra, 2030-yilga borib dunyo bo'ylab 1,8 milliard odam sayohat qiladi. Ushbu hajmdagi sayohatchilarni qabul qilish uchun mamlakatlar sayyohlik infratuzilmasini tartibga solish va yaxshilash vositasi sifatida Smart-turizmga intilmoqda. Smart-turizm – bu innovatsion texnologiyalar va ma'lumotlarga asoslangan yechimlar orqali turizm va mehmondo'stlikni osonlashtiradigan sayyohlik sanoatiga transformativ yondashuv.

Smart-turizm konsepsiyasi raqamli axborot va xizmatlarni sayyohlik tajribasiga muammosiz integratsiya qilish uchun axborot-kommunikatsiya (AKT) vositalarining imkoniyatlaridan foydalanadi. Maqsad turistlarga ko'proq moslashtirilgan, qulay, samarali va xavfsiz sayohat variantlarini taklif qilishdir. Shuningdek, u iqtisodiy o'sishni rag'batlantirish, madaniy merosni himoya qilish va ta'kidlash hamda turizm sanoatining atrof-muhitga ta'sirini kamaytirish orqali mezbon mamlakatlarga yordam beradi. Bundan tashqari, turizm AKTga asoslangan texnologiyalarga sarmoya kiritish va rivojlantirish orqali mezbon mamlakatlar tashrif buyuruvchilarning faolligini kuchaytirishi va ko'proq sayyohlik daromadlarini jalb qilishi mumkin.

Smart-turizm Yevropa Ittifoqida paydo bo'lgan bo'lib Yevropaning ko'plab mamlakatlarida va boshqa joylarda ajoyib natijalarni ko'rsatmoqda. Yevropa Ittifoqining "Smart-turizm" konsepsiyasi turli yechimlar sifatida namoyon bo'lishi mumkin, jumladan, yanada samarali transport, mamlakat bo'ylab bepul Wi-Fi tarmog'iga kirish, yo'l harakati tartiblari yoki ommaviy hodisalar haqida avtomatlashtirilgan ogohlantirishlar, onlayn tarzda olinishi mumkin bo'lgan madaniy obidalar uchun elektron ruxsatnomalar, elektr transporti imkoniyatlar va boshqalar.



Mamlakatlarda Smart-turizm amaliyotlarini qabul qilish va qo'llashning ko'plab usullari mavjud. Birinchidan, ular Smart Tourism maqsadlariga mos keladigan yangi turistik mahsulotlar va xizmatlarni qo'llab-quvvatlash uchun innovatsion texnologiyalarni qo'llashga ochiq bo'lishi kerak. Ular, shuningdek, o'z jamoalari va iqtisodiyotlarining uzoq umr ko'rishini yaxshilash uchun barqaror amaliyotlarni ilgari surish va joriy etish yo'llarini izlashlari kerak. Smart-turizm, shuningdek, muloqotni rivojlantirish, muvaffaqiyatli amaliyotlarni almashish va kelajak uchun shaharlararo va xalqaro bilim bazasini rivojlantirish uchun mamlakatlar va shaharlar o'rtasidagi hamkorlikka tayanadi.

Smart-turizmning ba'zi amaliy ilovalari mobil ilovalar, veb-saytlar va buyumlar interneti (Internet of Things) qurilmalarini o'z ichiga oladi, ular sayyohlarga turli raqamli aloqa nuqtalaridan moslashuvchan yechimlarni taqdim etadi. Mobil ilovalar va veb-saytlar sayyohlarni yo'lda ulashning ajoyib usuli bo'lishi mumkin. Ular butun mamlakat bo'ylab ishlatilishi mumkin va ularga kirish oson. Ular diqqatga sazovor joylar, transport yoki voqealar haqida real vaqtda ma'lumot berish uchun mo'ljallangan bo'lishi mumkin. Shuningdek, ular sayyohlar turizm ofisiga bormasdan ma'lumot izlashlari uchun chatbot xususiyatiga ega bo'lishi mumkin.

Smart-turizmning raqamli ilovalari individual imtiyozlarga asoslangan tavsiyalarni taqdim etishi va hatto tarixiy joylar va diqqatga sazovor joylarda immersiv, interaktiv tajribalarni taqdim etish uchun kengaytirilgan haqiqatni o'z ichiga olishi mumkin. Yaxshisi, ko'proq texnologik yechimlarni o'z ichiga olish va qog'oz mahsulotlariga bo'lgan ehtiyojni kamaytirish orqali mahalliy turizm sektorining uglerod gaz ajratmasini kamaytirishi mumkin.

Qabul qiluvchi mamlakatlar uchun turli aloqa nuqtalaridan to'plangan ma'lumotlar tashrif buyuruvchilarning xatti-harakatlari haqida qimmatli ma'lumotlarni olish uchun ishlatilishi mumkin. Bu ularga moslashtirilgan marketing strategiyalarini yaratishga va turizmni yanada samarali boshqarish uchun resurslardan foydalanishni yaxshilashga yordam beradi. Smart-turizm ilovalari sayohatchilarning yo'nalishlar bilan qanday aloqada bo'lishida, qulaylik, shaxsiylashtirish va barqarorlikni oshirishda hal qiluvchi ahamiyatga ega bo'lishi mumkin.

Smart-turizm konsepsiyasi bir nechta tur va ilovalarni o'z ichiga oladi, ularning har biri sayohat tajribasining turli jihatlarini yaxshilash uchun mo'ljallangan. Bu turlarga resurslar taqsimotini optimalashtirish va barqarorlikni yaxshilash uchun ma'lumotlar tahlili va buyumlar interneti texnologiyasidan foydalanadigan maqsadli boshqaruv tizimlari kiradi.

Yana bir tur – qulay axborot yechimlaridan biri bu haqiqiy vaqt rejimida ma'lumot beruvchi mobil ilovalar va veb-saytlar Smart-turizm tashabbusi uchun juda muhimdir. Ushbu qulay yechimlar navigatsiya yordami va diqqatga sazovor joylar yoki ovqatlanish uchun moslashtirilgan tavsiyalar berishi mumkin.

XULOSA

Bugungi kunda rivojlangan mamlakatlarda va balki rivojlanayotgan mamlakatlarda ham cheksiz Smart-turizm imkoniyatlari mavjud bo'lib, sayyohlar qulayligi va xavfsizligini ta'minlovchi texnologiyalardan foylanishi ularning imkoniyatlarini yanada ortishiga olib keladi.

Shu jumladan, O'zbekiston Respublikasining turizm salohiyatini oshirish maqsadida Smart-turizm elementlaridan samarali foydalanish mamlakatimizga ham turistlar oqimini kengaytirishga sabab bo'libgina qolmay balki yangi oqimlarni yaratishga ham zamin bo'ladi. Kelajakda turizmni asosiy sohalardan biri sifatida ko'rilar ekan Smart-turizm eng maqbul rivojlanish yo'li sifatida tanlanishi lozim.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'xati:

1. Mowforth M. and Yan Munt (2003), Turizm va barqarorlik, rivojlanish va uchinchi dunyoda yangi turizm, 2-nashr. Routledge.
2. Mur SA, Dowling, RK (2002), Tabiiy hudud turizmi: ekologiya, ta'sirlar va boshqaruv. Buyuk Britaniya: Channel View nashrlari.
3. Fletcher, J. (1989), Kirish-chiqish tahlili va turizm ta'sirini o'rganish, Turizm tadqiqotlari yilnomalari 16, 4: 514-29.



SMART-TURIZM: XORIJIY TAJRIBA VA UNI O'ZBEKISTONDA QO'LLASH ISTIQBOLLARI

Ulugboyeva Ezoza Inomjanovna

Asiatour Elite turistik firmasi nemis tili tur operatori

O'zbekistonda turizmni kundan-kunga rivojlantirish uchun bir qator ishlar olib borilmoqda. Jahon turizm bozoridagi raqobatning kuchayib borayotganligi ham mamlakatimizda turizmning ana'naviy turlarida innovatsion turlariga o'tishni talab qilmoqda. Xususan Smart-turizmni rivojlantirish ham muhim ahamiyatga egadir. Smart-turizm bu nafaqat turizm industriyasini rivojlantirishning kelajakdagi tendensiyasi, balki turizmni o'zgartirish va modernizatsiya qilishning kaliti bo'lgan sayyohlik sanoati va innovatsion S&R texnologiyasini birgalikda rivojlantirish modelidir. Zamonaviy xizmat ko'rsatish sohasi, Global texnologik inqilobning yangi bosqichi, uning harakatlantiruvchi kuchlaridan biri Internet bo'lib, jahon iqtisodiyoti taraqqiyoti, inson hayoti va ishlab chiqarishi yo'nalishini o'zgartirmoqda, bu esa jahon turizm sanoati rivojlanishida yangi o'zgarishlarga olib kelmoqda. Turizm industriyasini rivojlantirish jarayonining internet bilan chuqur integratsiyalashuvi zamonamizning tobora keng tarqalgan tendensiyasiga aylanib bormoqda. Smart-turizm – bu aqlli elementlardan doimiy va tizimli foydalanish sayyoh uchun qo'shimcha sayohat qiymatini yaratishga olib keladigan turizm deb ta'riflanadi. Smart-turizmning taklif etilayotgan ta'rifi aqlli texnologiyalardan foydalanish orqali iste'molchi uchun turistik xizmatning qo'shimcha qiymatiga ega bo'lishga urg'u beradi.

Smart-turizm maqsadli turizmni rejalashtirishni, qiymat zanjiriga barqarorlik tamoyillarini qo'llashni, texnologiyani turizm tajribasi va xizmatlar ko'rsatishga integratsiyalashuvini, resurslarni samarali boshqarishni va turistlarning ehtiyojlari va xatti-harakatlariga javob berish qobiliyatini birlashtiradi. Ushbu tizimning asosiy afzalligi – real vaqt rejimida mehmonxona xonalari soni va xonalarni bron qilish haqidagi ma'lumotlarni ishonchli ko'rsatishdir. Tizim mamlakatimizga tashrif buyurayotgan sayyohlarga davlat bojini to'lashning avtomatik hisobini yuritish imkonini beradi, hisobotlarni topshirishni soddalashtiradi, inson omili tufayli xatolar darajasini pasaytiradi. Smart-turizm rivojlanishi uchun O'zbekistonda bir qator islohotlar amalga oshirilmoqda, shular jumlasidan sayyohlar qulayligi uchun Uzbekistan Pass onlayn servsidir.

Uzbekistan Pass – sayyohlar va umuman O'zbekiston bo'ylab sayohat qilishni istovchilar uchun keng xizmatlar spektrini taqdim etuvchi servis turlaridan bo'lib, mazkur servisning yo'lga qo'yilishi turistik xizmatlarni amalga oshirish uchun keng imkoniyatlarni yaratadi va yangi bosqichga olib chiqadi xamda mamlakatda Smart-turizm rivoji uchun jiddiy platforma bo'ladi. Ushbu servislar asosida sayyohlarning to'liq xavfsizligi uchun SOS tugmasi ishlab chiqilgan bo'lib, favqulodda vaziyatlarda sayyoh Uzbekistan Pass servisi mobil ilovasidagi SOS tugmasini bosib, yordam olishi mumkin. Diskont karta egasi bo'lgan sayyoh uni faollashtirgan taqdirda avtomatik ravishda tibbiy sug'urtaga ega bo'ladi. Xizmatlar orasida mehmonxonalarda nomerlarni band qilish, aeroportdan va aeroportgacha transfer, aviachiptalar xarid qilish va ko'plab boshqa servislar taqdim etilgan. Tejamkorlik maqsadlarida foydalanuvchilarga Uzbekistan Pass diskont kartalari taklif etiladi. Uning egalari mehmonxonalar, kafe va restoranlar, madaniy tarixiy inshootlarda, shuningdek, o'zbekistonlik hunarmandlarning suvenirlerini xarid qilish va avtomobil xizmatlarida chegirmalar taqdim etiladi. Mazkur diskont karta chegirmalari umumiy miqdorda 70 foizgacha bo'lishi mumkin.

Ta'kidlash joizki, ushbu servis O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 3217-sonli "2018-2019-yillarda turizm sohasini rivojlantirishga doir dastlabki chora-tadbirlar to'g'risida"gi va 3514-sonli "Ichki turizmni jadal rivojlantirishni ta'minlashga doir chora-tadbirlar to'g'risida"gi qarorlari ijrosini ta'minlashga qaratilgan dasturning bir qismi hisoblanadi. Turizmni rivojlantirish davlat qo'mitasi "Tadbirkorlik, innovatsiyalar va texnologiyalar yili" doirasida mazkur servisning ishlab chiqilishi va yo'lga qo'yilishiga faol ko'mak beradi.



Mamlakatimizda Smart-turizmni rivojlantirish maqsadida, so'nggi yillarda O'zbekistonning turizm sohasida turlarni dinamik qadoqlash bo'yicha ishlar olib borilmoqda. Bu aviakompaniyalar va mehmonxonalarning resurs tizimlariga bevosita kirish orqali turistik mahsulotni shakllantirish va sotishning yangi texnologiyasidir. Dinamik tur paketlari-hozirgi vaqtda ko'pchilik ekvivalent deb hisoblaydigan ikkita tushuncha faol qo'llanilmoqda, turlar uchun dinamik narxlash va turlarni dinamik qadoqlash. Dinamik narxlash ko'proq klassik turlar to'plamida qo'llaniladi, turoperatorlar ularni sotish uchun oflayn rejimdan onlayn rejimga olib chiqishga harakat qilmoqda. Bu ekskursiyalar bo'yicha ma'lumotlar bazalarini yaratish, o'zimizning dasturiy ta'minot ishlanmalarimiz yoki sanoat dasturlarimiz yordamida amalga oshiriladi. Dinamik turlar to'plami tur paketini shakllantirish va bronlash tizimlariga so'rov yuborish vaqtida narxni aniqlashni nazarda tutadi. Veb-saytdagi jo'nash va kelish punktlari va sanalari uchun maydonlar to'ldirilgandan so'ng, parvoz va mehmonxona bron qilish tizimiga so'rov yuboriladi, mavjudligi va narxi tekshiriladi va foydalanuvchiga minimal narxdan boshlab variantlar beriladi.

Yevropa va Osiyo mamlakatlari turizm tashkilotlari tajribasi shuni ko'rsatadiki, yaqin kelajakda dinamik qadoqlash jahon turizm industriyasini rivojlantirish bo'yicha yangi raqamli strategiyaning texnologik asosiga aylanadi. Raqamli texnologiyalar yordamida yaratilgan dinamik paketlar ulushi Yevropa turizm bozorida sotilgan turistik mahsulot hajmining yarmini tashkil qiladi. Sayohat paketining yuqori texnologiyasi uni onlayn bron qilish uchun qulay imkoniyat uaratadi. Yevropada onlayn turlar savdosi asosan dinamik ravishda yaratilgan paketlar hisobiga o'sib bormoqda, bu esa taqdim etilayotgan xizmatlarning ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirish imkonini beradi.

O'zbekiston turizm bozorining prognozi qulay va bir qator sayyohlik kompaniyalari butun dunyo bo'ylab ko'plab hamkorlarga ega bo'lish imkoniyati tufayli, faoliyat yuritayotgan, klassik turizmdan tubdan farq qiluvchi dinamik qadoqlash asosida ishlashni rejalashtirmoqda. O'zbekistonning ayrim turoperatorlari "O'zbekiston havo yo'llari" Milliy aviakompaniyasining muntazam reyslari asosida dinamik qadoqlashning bir qismi sifatida turistik paketlardan foydalanishni boshladi. Temir yo'l transporti, xususan, Afrosiyob poyezdlarida, Toshkent-Samarqand, Toshkent-Buxoro yo'nalishlari bo'yicha avtobus qatnovi asosida dinamik paketlar ishlab chiqila boshlandi. Turlarni dinamik qadoqlashdagi birinchi yangiliklardan biri bu "elektron chipta" xizmati, shuningdek, mehmonxonalar, madaniyat muassasalari va ko'rsatilayotgan xizmatlar paketlari haqida kerakli ma'lumotlarni olish imkonini beruvchi umuman elektron savdodir. Dinamik turlarni qadoqlash texnologiyasi raqamlashtirishning barcha elementlaridan foydalanishini va raqamli dasturlar va platformalar asosida ishlashini alohida ta'kidlash lozim. Turizmni raqamlashtirish nafaqat samolyotlar, balki O'zbekiston bo'ylab sayohatlar uchun ham jamlangan chiptalardan foydalanish imkonini beradi.

Ommabop ilovalar O'zbekistonning istalgan nuqtasida mehmonxonalar, hostellar, kempinglar, kvartiralar haqida ma'lumot beradi. Unda sayyohlar mehmonlarning haqiqiy fotosuratlari va sharhlarini ko'rishi, xonani bron qilishi (ba'zan hech qanday oldindan to'lovsiz), shahar yo'riqnomasini olishi va ro'yxatdan o'tgan foydalanuvchilar uchun sezilarli chegirmalarga ega bo'lishi mumkin.

Turizmning yangi, sayyohlar uchun yana bir qulay shakllaridan noan'anaviy turlari orasida virtual turizm ham alohida ajralib turadi. „Virtual turizm – bu zamonaviy kompyuter texnologiyalari va aloqa tarmoqlaridan foydalangan holda, kerakli manzil haqida haqiqatda mavjud bo'lganlar orasidan, unga ko'chmasdan, eng real sensorli ma'lumotlarni yaratish va olish imkonini beradigan individual faoliyatdir.“ Virtual turizmning afzalligi ham shundan iboratki, undan aholining barcha ijtimoiy qatlamlari, masalan, nogironlar, jismoniy va real vaqt rejimida sayohat qilish uchun yetarli mablag'ga ega bo'lganlar va boshqalar foydalanishi mumkin. Tegishli ilovalar va dasturlarga ega kompyuter uskunalari va uyda Wi-Fi bo'lishi kifoya.

Hozirda raqamli turizm turli shakllarda rivojlanmoqda, ulardan biri turoperatorlar tomonidan ishlab chiqilgan turlarni onlayn xarid qilishdir. Shu kabi xizmatlarni taklif qiluvchi onlayn-resurslar ro'yxatiga "Asia tour Elite" sayyohlik agentligi tarmog'ining qidiruv tizimi (www.asiatour.uz), AVIANTA tur qidiruv tizimi, Travelata.ru onlayn sayyohlik do'koni va boshqalar kiradi. Bu tizimlarning barchasi xorijlik ishlab chiqaruvchilarga tegishli ekani, biroq internet va raqamli va elektron tijorat texnologiyalarining imkoniyatlari O'zbekistonlik turoperatorlarga ushbu tizimlardan foydalanish imkonini beradi va shu orqali chet elga sayohat qiluvchi turistlar uchun turlar ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytiradi.



Airbnb yangi kvartira ijarasi bozorini shakllantirib, Booking.com muvaffaqiyatini takrorladi. Uber, Gett, Yandex – taksi agregatorlari o'z avtomobilidan foydalanib daromad olish imkonini beradi va xizmatlardan foydalanish imkoniyatini yaratadi. Aeroflot punktuallik bo'yicha Yevropada ikkinchi va raqamlashtirish bo'yicha to'rtinchi o'rinda deb tan olingan, SAP HANA platformasiga o'tdi.

Masalan, xonalar, turli chiptalarni bron qilish xizmatlari, shuningdek, sayohat marshrutini tanlash xizmatlari Internet tizimlari, xususan, qidiruv tizimlari va turizm tashkilotlarining veb-saytlari orqali amalga oshirilishi mumkin. Bundan tashqari, potentsial iste'molchilar ushbu ma'lumotni Smartfonlarda o'rnatilgan ilovalar yordamida qidirish imkoniyatiga ega. Ushbu raqamli texnologiyalar jahon bozorida 2016 yildan beri taklif qilinib kelinmoqda va ularga bo'lgan so'rovlar hozirda 62% ga, mobil qurilmalar ilovasidan poyezd chiptalarini qidirish bo'yicha so'rovlar 50 % ga, sayohat mahsulotlarini qidirish bo'yicha so'rovlar 65% ga oshgan. Mobil ilovalar jismoniy shaxsning joylashgan joyi, uning vaqtincha turgan joyidagi uni o'rab turgan obyektlar to'g'risida ma'lumot olishda ajralmas hisoblanadi. Masalan, Google Xaritalar va "Mahalliy ekspertlar" dasturi foydalanuvchilarga turistik joylarning fotosuratlarini joylashtirish va tavsiflarini berish, sharhlar qoldirish imkonini beradi, bu esa sayyohlarni turistik joylar bilan tanishtirishni osonlashtiradi.

Shunday qilib, turizmni rivojlantirish, Smart-turizm tizimini kengaytirish, raqamlashtirish turli xil ko'rinishda namoyon bo'ladi. Bular turoperatorlar tomonidan yaratilgan tayyor turlarni onlayn xarid qilish hamda turoperatorlar va turistlar uchun mo'ljallangan mobil ilovalar yoki kompyuter dasturiy ta'minot tizimlari orqali ishlab chiqilgan individual turlar hamda dizaynni o'z ichiga oladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'xati:

1. <https://ictnews.uz/28/01/2019/smart-tourism/>
2. <https://kun.uz/uz/93174858?q=%2F93174858>
3. <http://uz.infocom.uz/2019/03/06/poytaxtda-smart-turizm-rivojlanmoqda/>
4. <https://anhor.uz/society/smart-turizm-vse-o-dostoprimechatelnostyahuzbekistana-rasskazhut-qr-kodi/>
5. www.asiatour.uz
6. <https://centersmarttourism.com/ru/>
- 7.



O'ZBEKISTONNING SMART-TURIZM SALOHIYATINI JAHON TURIZM BOZORIDA TARG'IB QILISHNING ZAMONAVIY MARKETING STRATEGIYALARI

Fayyoza Ahmedova Rashidovna

O'zbekiston Jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar universiteti, tayanch doktoranti

Annotatsiya: Ushbu tezisdagi O'zbekistonning Smart-turizm salohiyatini jahon turizm bozorida targ'ib qilishning zamonaviy marketing strategiyalari, jahonda keng o'rin egallayotgan turizmning turli jihatlarini hamda rivojlantirish bosqichlarini axborot almashinuvi va PR(public relation) orqali yuzaga keladigan yutuqlar hamda mavjud kamchiliklar ilmiy-nazariy va asoslangan fikr-mulohazalar keltirilgan bo'lib, globallashtirish va integratsiyalashuv muhitida turizmdagi yangiliklarni xorij davlatlari tajribasi va milliy amaliyotimizda qo'llash juda ham muhimdir. Shuningdek, bugungi kundagi barcha sohalaridagi o'zgarishlar singari turizm ham yetarlicha o'zgarishlar sharoitidamiz. Mazkur imkoniyatlardan oqilona foydalangan holda Smart-turizm salohiyatini jahon turizm bozorida targ'ib qilish juda ham muhim sanaladi. Ya'ni turizm targ'ibot turlarining ko'pligi turizm sifat darajasini oshirishiga sabab bo'lishi mumkin bo'ladi.

Kalit so'zlar: Smart-turizm, turizm PR (public relation)ning yutuqlari, mavjud kamchiliklar, ilmiy-nazariy fikr-mulohazalar, turizm tendensiyasi, passiv va aktiv turizm, turizm targ'ibotlari, turizmdagi o'zgarishlar, turizmning rivojlanish oqimi, Smart-turizm sifat darajasi.

Abstract: In this thesis, modern marketing strategies for promoting the potential of Smart tourism of Uzbekistan in the world tourism market, various aspects of tourism that occupy a wide place in the world, and the stages of development through information exchange and PR (public relations), the achievements and the existing shortcomings, scientific-theoretical and based opinions are given, and in the environment of globalization and integration, it is very important to apply the innovations of this type to the experience of foreign countries and our national practice. Also, today we are in the conditions of sufficient changes in tourism, as well as great changes in all areas. It is very important to promote the potential of Smart tourism in the world tourism market by using these opportunities wisely. That is, a large number of types of tourism promotion can lead to an increase in the quality of tourism.

Key words: Smart tourism, achievements of PR (public relations) in tourism, existing shortcomings, scientific and theoretical opinions, tourism trend, passive and active tourism, tourism promotions, changes in tourism, development flow of tourism, quality level of Smart tourism.

Аннотация: В данной тезисе рассмотрены современные маркетинговые стратегии продвижения потенциала Смарт-туризма Узбекистана на мировом туристическом рынке, различные аспекты туризма, занимающие широкое место в мире, и этапы развития посредством обмена информацией и PR (связи с общественностью), приводятся достижения и существующие недостатки, научно-теоретические и обоснованные мнения, а в условиях глобализации и интеграции очень важно применять инновации такого типа к опыту зарубежных стран и нашей национальной практике. Также сегодня мы находимся в условиях достаточных изменений в туризме, а также больших изменений во всех сферах. Очень важно продвигать потенциал умного туризма на мировом туристическом рынке, разумно используя эти возможности. То есть большое количество видов продвижения туризма может привести к повышению качества туризма.

Ключевые слова: Смарт-туризм, достижения PR (связи с общественностью) в туризме, существующие недостатки, научно-теоретические мнения, тенденции туризма, пассивный и активный туризм, продвижение туризма, изменения в туризме, поток развития туризма, уровень качества умного туризма.



KIRISH

Smart-turizm aqlli shaharning muhim tarkibiy qismidir. Turizm butun dunyo bo'ylab jamoalar uchun iqtisodiy o'sishning asosiy tarkibiy qismlaridan biridir. Turizmning asosiy talabi dunyoning turli burchaklaridan tobora ko'proq sayyohlarni jalb qilish Smart-turizm deganda turizmni yaxshilash uchun innovatsion vositalar va yondashuvlarni ishlab chiqish uchun aqlli shaharlarga o'xshash axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini qo'llash tushuniladi. Smart-turizm AKT, mobil aloqa, bulutli hisoblash, sun'iy intellekt va virtual haqiqat kabi asosiy texnologiyalarga tayanadi. U samaradorlik, barqarorlik va tajribani oshirish uchun jismoniy infratuzilma, ijtimoiy bog'liqlik va tashkiliy manbalar (ham davlat, ham nodavlat) hamda foydalanuvchilardan ilg'or texnologiyalar bilan birgalikda olingan ma'lumotlarni to'plash va ulardan foydalanishning innovatsion usullarini topish bo'yicha maqsadli integral harakatlarni qo'llab-quvvatlaydi. Smart-turizm uchun foydalaniladigan axborot-kommunikatsiya texnologiyalari vositalariga IoT, mobil aloqa, bulutli hisoblash va sun'iy intellekt kiradi. U Smart-turizm imkoniyatlarini taqdim etish uchun turizmning jismoniy, axborot, ijtimoiy va tijorat infratuzilmasini bunday vositalar bilan birlashtiradi. Smart-turizm tamoyillari turizm tajribasini oshirish, resurslarni boshqarish samaradorligini oshirish, barqaror jihatlariga e'tibor qaratgan holda maqsadli raqobatbardoshligini oshirishdan iborat. Shuningdek, u turizm resurslarini samarali taqsimlashga yordam berish uchun ma'lumotlarni to'plashi va tarqatishi va foydaning yaxshi taqsimlanishini ta'minlaydigan mikro va makro darajada turizm ta'minotini birlashtirishi kerak. Ular aqlli shaharlar kabi texnologik jihatdan rivojlangan yo'nalishlarda samarali ekanligi kuzatilmoqda.

Jahon miqyosida kuzatilayotgan Smart-turizm hamda uning sifati, o'z navbatida ushbu sohaning yanada aniq olib borilishi zarurligini ham anglatadi.

Yangi texnologiyalar, elektron xizmatlar bizning kundalik hayotimizning ajralmas qismiga aylanib kelmoqda. Jamiyatning axborot-kommunikatsiya texnologiyalariga tobora ko'proq qaram bo'lib borayotganligi sababli, ushbu texnologiyalarni himoya qilish va ulardan foydalanish milliy manfaatlar uchun hal qiluvchi ahamiyatga ega. Shunday ekan buni biz turizmga bog'lashimiz va O'zbekistonning Smart-turizm salohiyatini jahon turizm bozorida targ'ib qilishning zamonaviy marketing strategiyalarida PR texnologiyalaridan foydalanishimiz mumkin.

Bugungi kunda jahon bo'ylab kuzatilayotgan Smart-turizm jarayoni ham ijobiy ham salbiy ko'rinishda namoyon bo'lmoqda. Bunda ijobiy holatlar vaqt o'tishi yoki uning foydaliligi sababdan shu sohadagi yutuqlar sifatida qaralsa, salbiy ko'rinishdagi jarayonlar esa, shu sohadagi mavjud kamchiliklarni anglatadi.

Smart-turizmning yutuqlari sifatida quyidagilarning ko'rib chiqishimiz mumkin bo'ladi¹:

- masofaviy holatda ham istalgan axborotga ega bo'lish;
- axborot olishdagi vaqt omiliga nisbatan tezligi;
- axborot almashinuvidagi axborotning sifat darajasining yuqoriligi;
- global axborot almashinuvida turli tildagi axborotlarning mavjudligi;
- axborot almashinuvida axborotlar hajmining ko'pligi.

Shuningdek, Smart-turizmning kamchiliklari sifatida quyidagilarni aytishimiz mumkin bo'ladi:

- axborot oqimining juda ham jadal sur'atlarda o'sishi natijasida soxta(yoki sifatsiz) axborotlarning ko'payib ketishi;
- bugungi axborot va "smart period" asrida har bir turistik maskanlarni aks ettirib beruvchi axborot manbalariga nisbatan ichki va tashqi muammolarning mavjudligi, ya'ni mutaxassis yaxshi rivojlanmaganligi;
- jahon miqyosida axborot almashinuvida kuzatiladigan uzilishlar, bunda kommunikatsiya jarayonlarining nuqsonli faoliyatidir.

¹ Muallifning shaxsiy fikrlari



- sayt va platforma, programma ya'ni (dastur)larning yetarlicha turlari mavjud emasligi. Misol uchun o'zbekiston Smart-turizm va umuman turizm haqida yoritib kelayotgan saytlar, dasturlar qatorida douyin Weibo, Wechat nomli dasturlarning yo'qligi bizga xitoylik sayyohlar oqimini kamayiradi.
- O'zbekistonning Smart-turizm salohiyatini jahon turizm bozorida targ'ib qilishning zamonaviy marketing strategiyalaridan biri axborot oqimining oshib borishi natijasida turizm xizmatlari va maskanlari doirasida turlicha axborotlarni paydo bo'lishi, turli dasturlarda jahon tillarida targ'ib qilinishidir. Ayni kunlarda Smart-texnologiyalarni madaniy meroslar saqlanuvchi davlat muzeylariga o'rnatish masalalari korib chiqilmoqda. Shunday qilib, Buxoroda otkazilgan tajribadan mamlakatimizning boshqa hududlarida foydalanish kozda tutilmoqda. IT texnologiyalardan faol foydalanish maqsadida «VERUM QR» qoshma loyihasini amalga oshirishning amaliy bosqichi boshlandi.

O'rnatilgan QR kodlar 1 aprel kuniga qadar 12 ta tilda obyekt haqidagi malumotlarni mahalliy va xorijiy sayyohlarga 3 soniyada taqdim etadi.

O'rnatish ishlarida "Tehno Dargoh" MChJ, Turizmni rivojlantirish davlat qo'mitasi Buxoro viloyati hududiy boshqarmasi va Madaniy meros obyektlarini muhofaza qilish va ulardan foydalanish inspeksiya xodimlari ishtirok etishdi.

Mazkur kodlar o'rnatilgani zahotiyog, mahalliy va xorijiy mehmonlarga katta qiziqish uygotdi.

Mazkur loyihalarni takomillashtirish maqsadida 2018-yilning fevral oyida qoshimcha turistik tashkilotlar (mehmonxona xo'jaligi, restoranlar hamda arxeologik obyektlar)ga ham mazkur shakldagi kodlar o'rnatilishi belgilab olindi. Smart-turizm: Sayyohlar qulayligi uchun Uzbekistan Pass onlayn servisi ishga tushirildi. Uzbekistan Pass o'z sayti (<https://uzbekistanpass.com/en>) va mobil ilovasiga ega, uni market yoki App store'dan yuklab olish mumkin. Kompaniya O'zbekistonga keluvchilar uchun cho'ntak formatidagi ko'p tilli qo'llanmalarni tayyorlagan, tizimga ulangan foydalanuvchilar ularni mutlaqo bepul qo'lga kiritishlari mumkin. Unda O'zbekistonning har bir viloyati, diqqatga sazovor maskanlari, tarixiy qadamjolari, oshxonasi, bayramlari va sayyohlar uchun foydali boshqa ma'lumotlar bor. Bundan tashqari, ilova orqali turpaket sotib olish yoki gid xizmatiga buyurtma berish mumkin.

Sayyohlarning to'liq xavfsizligi uchun SOS tugmasi ishlab chiqildi. Favqulodda vaziyatlarda sayyoh Uzbekistan Pass servisi mobil ilovasidagi SOS tugmasini bosib, yordam olishi mumkin. Diskont karta egasi bo'lgan sayyohuni faollashtirgan taqdirda avtomatik ravishda tibbiy sug'urtaga ega bo'ladi.

Shuningdek, ilovada "Mobil navigator" mavjud. Uning o'ziga xosligi shundaki, turist borishi kerak bo'lgan joyni belgilab, avtomatik ravishda yo'nalish va yetib olish vaqti hamda yaqin oradagi inshootlarga doir to'liq ma'lumotni oladi. Yangi tizim sayyohga ijaraga mashina olishni yoki taksiga buyurtma berishni taklif qiladi.

Xizmatlar orasida mehmonxonalarda nomerlarni band qilish, aeroportdan va aeroportgacha transfer, aviachiptalar xarid qilish va ko'plab boshqa servislarni taqdim etilgan.

Tejamkorlik maqsadlarida foydalanuvchilarga Uzbekistan Pass diskont kartalari taklif etiladi. Uning egalari mehmonxonalar, kafe va restoranlar, madaniy-tarixiy inshootlarda, shuningdek, o'zbekistonlik hunarmandlarning suvenirlerini xarid qilish va avtomobil xizmatlarida chegirmalar taqdim etiladi. Mazkur diskont karta chegirmalari umumiy miqdorda 70 foizgacha bo'lishi mumkin.

Ta'kidlash joizki, ushbu servis O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 3217-sonli "2018-2019-yillarda turizm sohasini rivojlantirishga doir dastlabki chora-tadbirlar to'g'risida"gi va 3514-sonli "Ichki turizmni jadal rivojlantirishni ta'minlashga doir chora-tadbirlar to'g'risida"gi qarorlari ijrosini ta'minlashga qaratilgan dasturning bir qismi hisoblanadi. Turizmni rivojlantirish davlat qo'mitasi "Tadbirkorlik, innovatsiyalar va texnologiyalar yili" doirasida mazkur servising ishlab chiqilishi va yo'lga qo'yilishiga faol ko'mak berdi.



Foydalanilgan adabiyotlar ro'xati:

1. "O'zbekiston Respublikasi Turizm to'g'risida"gi Qonuni – 2019-yil.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmonlari

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni 6165-son 2021-yil.
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 13-avgustdagi PF-5781-son "O'zbekiston Respublikasida turizm sohasini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi Farmoni.
3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 5-yanvardagi PQ-5611-son "O'zbekiston Respublikasida turizmni jadal rivojlantirishga oid qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi qarori.
4. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 5-yanvardagi PQ-4095-son "Turizm tarmog'ini jadal rivojlantirishga oid chora-tadbirlar to'g'risida"gi qarori.
5. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018-yil 6-fevraldagi PQ-3509-son "Kirish turizmini rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi qarori.

O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining Qarorlari

1. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2019-yil 5-noyabrdagi 904-son "Har yilgi «Ipak yo'lida turizm» Toshkent xalqaro turizm yarmarkasini tashkil etish chora-tadbirlari to'g'risida"gi qarori.
2. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2019-yil 30-sentyabrdagi 828-son "Samarqand viloyatining turizm salohiyatidan samarali foydalanish va uni rivojlantirish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi qarori.

Sohaga doir adabiyotlar

1. Turizm istiqbollari. // O'zbekiston iqtisodiy axborotnomasi. № 1. 2014. -11.b;
2. Gulyaev V.G. Turizmda yangi axborot texnologiyalari. Qo'llanma. –M.: PRIOR, 1999 yil.
3. Kotler F., Bowen J., Makenz J. Marketing. Mehmonxona va turizm: Uch. universitetlar uchun / Per. ingliz tilidan. ed. R. B. Nozdreva. – M.: UNITI, 1998-yil.
4. Qosimova.N. "Jamoatchilik bilan samarali muloqot" o'quv-amaliy qo'llanma –T.: Toshkent – 2012-yil;
5. O'sarov O. Pablik rileyshnz va matbuot xizmatlari – T.: Toshkent-2010;
6. T.Eshbek "Pablik rileyshnz va matbuot xizmati" o'quv-amaliy qo'llanma T.: –Toshkent – 2017-yil.
7. Xolisxon."PR – nafaqat biror idoraning, balki jamiyatning ham yuziga aylanishi kerak" "" gazetasi 2018-yil 13-noyabr.

Xorijiy tillardagi adabiyotlar

1. Рекламная коммуникация сферы туризма: Монография –М.: ИНФРА-М, 2016;
2. "PR в реальном времени: тренды, кейсы, правила" М.: Альпина Паблицер –2016;
3. Реклама и связи с общественностью: Профессиональные компетенции: Учеб. Пособие –М.: ИД «Дело» РАНХиГС, 2016.
4. Проектирование рекламных и PR-кампаний: Учеб. Пособие: Казань : Изд-во КНИТУ-КАИ, 2016;
5. Основы PR в бизнесе. – М. : Изд-во «Э», 2016.
6. PR-технологии. Арт-пиар : Учеб. пособие –М-во образования и науки Российской Федерации, Федеральное гос. бюджетное образовательное учреждение высш. образования «Уральский гос. архитектурно-художественный ун-т» (УрГАХУ).–Екатеринбург : Уральский гос. архитектурно-художественный ун-т, –2016;
7. Самоучитель по PR для спортсменов –М.: Спорт, 2016.



MODERN TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF TOURISM AND THE EXPERIENCE OF FOREIGN COUNTRIES IN THE APPLICATION OF SMART INNOVATIONS IN PERSONNEL TRAINING

Iskandarova Nargiza Mashrabjonovna

Master degree students of Tourism faculty of TSUE

Abstract: The more actively the business tourism market develops, placing new requirements on the organization, conduct and implementation of business events, the more qualified personnel the industry needs. New markets, epidemiological situation, competition, new marketing strategies require new approaches and solutions. Specialized training programs for business tourism experts, master classes, and practical skills acquired during training are important aspects of training specialists in the field of business tourism. Today, universities face the task of not only training specialists, but also giving them practical skills, understanding the reality of the market, and meeting international standards. The active interaction of practitioners and universities is becoming increasingly important in an actively changing market environment.

Key words: education in tourism, business tourism, exhibitions, conferences, online courses, Smart tourism.

Annotatsiya: Ishbilarmonlik turizm bozori qanchalik faol rivojlansa, biznes tadbirlarini tashkil etish, o'tkazish va amalga oshirishga yangi talablar qo'yilsa, sohaga shunchalik malakali kadrlar kerak bo'ladi. Yangi bozorlar, epidemiologik vaziyat, raqobat, yangi marketing strategiyalari yangi yondashuv va yechimlarni talab qiladi. Ishbilarmonlik turizmi bo'yicha mutaxassislarni tayyorlashning ixtisoslashtirilgan dasturlari, mahorat saboqlari, o'quv jarayonida olingan amaliy ko'nikmalar ishbilarmonlik turizmi sohasida mutaxassislar tayyorlashning muhim jihatlari hisoblanadi. Bugungi kunda oliy o'quv yurtlari oldida nafaqat mutaxassislar tayyorlash, balki ularga amaliy ko'nikmalar berish, bozor haqiqatini anglash, xalqaro standartlarga javob berish vazifasi turibdi. Amaliyotchilar va universitetlarning faol o'zaro ta'siri faol o'zgaruvchan bozor sharoitida tobora muhim ahamiyat kasb etmoqda.

Kalit so'zlar: turizm, biznes turizmi, ko'rgazmalar, konferentsiyalar, onlayn kurslar, Smart-turizm bo'yicha ta'lim.

Аннотация: Чем активнее развивается рынок делового туризма, предъявляя новые требования к организации, проведению и реализации деловых мероприятий, тем в более квалифицированных кадрах нуждается отрасль. Новые рынки, эпидемиологическая ситуация, конкуренция, новые маркетинговые стратегии требуют новых подходов и решений. Специализированные программы обучения специалистов делового туризма, мастер-классы и практические навыки, приобретаемые в ходе обучения, являются важными аспектами подготовки специалистов в сфере делового туризма. Сегодня перед университетами стоит задача не только подготовить специалистов, но и дать им практические навыки, понимание реалий рынка и соответствие международным стандартам. Активное взаимодействие практиков и университетов становится все более важным в активно меняющейся рыночной среде.

Ключевые слова: образование в сфере туризма, деловой туризм, выставки, конференции, онлайн-курсы, Smart-туризм.

This article discusses the priority direction of the development of the economy of Uzbekistan and the main industry – the hotel business. The main trends in the formation and development of the hotel market in the country are also identified. Along with the current state of the hotel industry in the Republic of Uzbekistan, the problems of market development and possible ways to overcome them are considered. The fundamental factors influencing the development trends of this industry have been identified. The article also presents data on Smart technologies in the field of tourism. The experience of other countries in Smart tourism is presented. With the rapid development of informa-



tion and communication technologies, the traditional tourism industry has entered the era of Smart tourism, and Smart technologies are now widely used in the tourism industry.

The modern world places high demands on a specialist in the field of business tourism. Even at the initial stage of a career, a specialist needs to know not only geography, booking systems and visa requirements, but also understand logistics, marketing, and psychology. And the higher the position of a specialist, the more extensive and deeper these skills should be.

Business tourism is temporary business trips and trips for official purposes, including participation in conferences, congresses, etc. without generating income at the place of business trip. Having limited travel time, they are more clear about planning, trying to make the most of their time. Also, business tourists are more sensitive to the level of service and the quality of services provided. As you know, the ratio of daily expenses of business travelers to vacation expenses is usually between 2:1 and 3:1. Business travelers are less sensitive to their expenses, as they usually spend only a small part of the cost of the trip themselves. Thus, business tourism makes a significant economic contribution to the local and global economy. Business tourism has its own peculiarities of organizing and servicing tourists.

First of all, when they talk about business tourism, they mean holding various exhibition events, conferences and congresses. In order to organize such an event efficiently, it is necessary to take into account various factors: transport accessibility, availability of accommodation of different categories and catering facilities that can satisfy the tastes of participants from different countries, the capacity of pavilions and meeting rooms, marketing strategy, advertising campaign, as well as the epidemiological situation, safety and much more. The level of service, high-quality planning, and thoughtfulness of details become important tasks for business tourism specialists.

To date, education in the field of tourism in higher education institutions of Uzbekistan mainly goes in two directions: hospitality and tourism. The basics of business tourism are studied in master's degree programs, limited to the study of general concepts of business tourism and types of exhibitions, and does not have an in-depth specialized focus. The training programs do not provide for a more thorough study of the ways of organizing, conducting and advertising business events, and the specifics of interaction with business tourists.

The demand for specialists in the field of business tourism is growing. Some countries, realizing the importance of training highly qualified specialists in the field of business tourism, began to introduce in-depth courses in the field of business tourism into university programs. For example, the Prague University of Economics and Business, together with the Prague Bureau of Congresses, created a course conducted by working business tourism specialists. Practical lecturers share valuable experience with students by talking about the practical aspects of their work and sharing tips. Lectures are devoted to such important topics as: destination management, corporate event management, congresses and conferences, sports events, catering services, conference room management, management skills.

In Russia, a group of agencies specializing in business tourism, has developed a six-month accredited course for training MICE managers, including not only the study of business tourism products, but also customer service, English and practical aspects of work.

In Uzbekistan, business tourism has been selected as one of the types of tourism for priority development. But companies face a shortage of highly qualified personnel. Specialized courses could solve the issue of training business tourism specialists. But, unfortunately, certain programs do not provide for obtaining practical skills. Also, educational programs in the field of tourism in Uzbek universities include only a month's practice in each year of study. The lack of practical skills leads to the fact that after graduating from higher education, students have to learn the basics of activities at their place of work. But not every employer has the time and desire to train new specialists.

Gradually, leading universities began to introduce internship programs in the summer months in foreign hotels in Turkey, Spain, France and other countries. And such programs give students a significant advantage: familiarity with foreign models of hotel business, the structure of the hotel, the rules of guest service. With the student's activity and responsible work, during the months of practice



he can try himself in different departments of the hotel. This approach allows students to study the functioning of the hotel from the very basics, understand the intricacies of the work and gain working skills already during their studies. Unfortunately, these programs do not exist in all Uzbek universities, and not all students have the opportunity to get such an internship.

In Swiss universities, which occupy leading positions in the field of tourism training, practical work takes 4-6 months. Long-term practice allows students to gain the necessary work experience, establish contacts in the tourist community, and determine their specialization. Upon graduation, 97% of students already have a job offer.

Also in world practice, there are special courses developed by experts in the field of business tourism, conducted both in the format of master classes and in the format of lectures at universities. Such cooperation between practicing lecturers and universities gives students a good opportunity to learn about the real situation in the tourism market, understand the specifics of work, approaches to the formation and implementation of tourist services, analyze professional cases and consider modern innovative technologies in the field of tourism. Close cooperation between Uzbek universities and for tourism enterprises, a longer and in-depth practice will help improve the training of tourism personnel, teach the skills necessary for work already at the training stage, give students the opportunity to understand the specifics of the work and choose a specialization for themselves. This is a mutually beneficial strategy that allows universities to graduate highly qualified specialists, and businesses to get ready-made employees immediately upon graduation.

Bibliography:

1. МАРЧУК И. П. «The analysis of the contribution of ITs to the tourism industry».
2. ЛИТВИНОВА-КУЛИКОВА Л. А., АЛИЕВА Ж. Н. Образование в сфере делового туризма.
3. АБЕНОВА Е. А., КУМЕКОВА Д. М. Индустрия туризма и цели устойчивого развития.



THE MAIN ROLE OF SMART – TOURISM IN MODERN XXI CENTURY UZBEKISTAN AS AN EXAMPLE

Narzullayeva Fariza Akmalevna

Saydaliyeva Feruza Bakhtiyorovna

Master degree students of Tourism faculty of TSUE

Abstract: In this article authors give information about Smart tourism in modern society and its developments and perspectives in Uzbekistan and consideration new platforms for tourism sphere. Moreover there is a data about influence and impact of advertisement on Smart- tourism.

Key words: improvement, Implementing, Smart-tourism, advertisement, tourism potential, inclusive.

Annotatsiya: Ushbu maqolada mualliflar zamonaviy jamiyatdagi Smart-turizm va uning O'zbekistondagi rivojlanishi va istiqbollari haqida ma'lumot beradi hamda turizm sohasi uchun yangi platformalarni ko'rib chiqadi. Bundan tashqari, reklamaning Smart-turizmga ta'siri va ta'siri haqida ma'lumotlar mavjud.

Kalit so'zlar: improvement, Implementing, Smart-tourism, advertisement, tourism potential, inclusive.

Аннотация: В этой статье авторы предоставляют информацию об умном туризме в современном обществе, его развитии и перспективах в Узбекистане, а также рассматривают новые платформы для сферы туризма. Кроме того, есть данные о влиянии и влиянии рекламы на Smart-туризм.

Ключевые слова: совершенствование, внедрение, Smart-туризм, реклама, туристический потенциал, инклюзивный.

Smart tourism plays a crucial role in the modern 21st century. It leverages new technologies and innovations to enhance the overall travel experience for tourists and efficiently manage the tourism industry.

Due to the development and improvement of ICT systems in the tourism sector, the quality of services provided is improving. In addition, the awareness of the country's tourism potential is increasing due to the increasing number of tourists visiting our country.

The key principles of Smart tourism include:

1. Utilizing mobile applications and the internet for trip booking and planning. Travelers can easily find and book hotels, flights, and tours through applications on their Smart phones.
2. Implementing interactive technologies such as virtual reality and augmented reality to provide unique and exciting experiences for travelers. For example, museums can use VR technology to create virtual tours of their exhibits.
3. Developing "smart" cities and regions that utilize sensor technologies and management systems to enhance comfort and safety for travelers. For instance, cities can install sensors to monitor noise levels and air pollution, as well as provide transportation and attraction information through mobile applications.
4. Expanding accessibility of information for travelers. With Smart phones and the internet, tourists can access real-time information about local attractions, restaurants, and events.
5. Improving the environmental sustainability of tourism. Smart tourism includes the use of energy-saving technologies, waste management practices, and support for local communities.

The introduction of the latest technologies in Smart tourism cannot be imagined without assistance with advertising. Advertising can draw tourists' attention to new technologies and innovations that can improve their travelling experience.



Advertising can inform tourists about new mobile apps that facilitate the process of planning and booking a trip. It can showcase the capabilities of virtual reality and augmented reality to attract tourists to unique and immersive destinations. Advertising can also inform about Smart cities and regions where tourists can expect convenience and safety through the use of sensor technology and control systems.

Advertising can also play a role in raising awareness about the importance of environmental sustainability in tourism. It can inform tourists about energy saving technologies and waste management practices used in Smart tourism. Advertising can also support local communities by informing tourists about opportunities to participate in environmental and social initiatives.

However, advertising in the development of Smart tourism also needs to be sensitive to issues of data privacy and the accessibility of new technologies for all categories of tourists. Advertising campaigns should take these issues into account and Endeavour to make Smart tourism inclusive and accessible to all, taking into account privacy and security issues.

Taking into consideration Uzbekistan desire to be a part of Smart World by the Decree of the President of the Republic of Uzbekistan dated 14 May 2018 №3724 "On measures for accelerated development of e-commerce", the Ministry of Information Technologies and Communications together with the State Committee of Uzbekistan in the field of tourism has developed a system called Silkroad.uz.

This platform provides guests and tourists who visit Uzbekistan, quickly and efficiently make hotel reservations, as well as the site helps to speed up the process of check-in with quick and comfortable payment. The key point is that the system clearly and concisely displays the exact number of rooms in real time, timely submission of applications and reports with automatic correction of errors and misprints.

The system will soon be integrated with such platforms as Booking.com, Exedia.com, etc. Smart Chain together with NAAR is developing an innovative mobile service NAZZAR. NAZZAR is an application that utilizes AR(Augmented reality- Augmented Reality) technology. This technology is based on reality augmented with various effects; allow creating elements of a virtual world on any material media. When a Smart phone is pointed at a NAZZAR sign, a real image of the object appears on the screen, which is supplemented with various elements. Brand marks can be placed on any material media, be it a magazine, newspaper, menu or advertising poster. Examples:

- a video static picture on the media that "comes to life" by turning into a video clip;
- audio accompaniment, which is played through the speaker of the user's Smart phone;
- 3D objects. Photos and pictures on the screen become three-dimensional, which allows you to view them from different sides and angles;
- virtual buttons. The advertising offer is complemented by "buy" and "learn more" buttons that appear on the Smart phone screen during viewing.

Smart tourism has the potential to enhance the quality of service for travelers, optimize business processes in the tourism industry, and improve the sustainability of tourism. However, it also raises questions about data privacy and accessibility of new technologies for all categories of travelers.

References:

1. Галоян М.Г. Smart-ТУРИЗМ ЧАСТЬ КОНЦЕПЦИИ Smart-CITY <https://scienceforum.ru/2019/article/2018012051>.
2. Романов А. Егорова Е. Тенденции развития рекламных коммуникации в XXI веке. <https://cyberleninka.ru/article/n/tendentsii-razvitiya-reklamnyh-kommunikatsii-v-xxi-vek>
3. <https://ictnews.uz/28/01/2019/smart-tourism/> ICTNEWS



HOW DOES SMART TOURISM SUPPORT SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT: THE CASE OF UZBEKISTAN

Khusniddin Egamnazarov

Tashkent State University of Economics

Abstract: Sustainable tourism is crucial for preserving cultural and natural treasures while fostering economic development. In this article, we explore how Smart tourism contributes to sustainable tourism development, with a focus on the case of Uzbekistan. By leveraging technology, responsible travel practices, and community engagement, Smart tourism is transforming Uzbekistan's tourism sector. This article examines the key components and strategies that are making Uzbekistan a model for sustainable tourism in the digital age.

Key words: Smart tourism, Sustainable tourism, Uzbekistan, Technology, Responsible travel, Community engagement.

Annotatsiya: Barqaror turizm iqtisodiy taraqqiyotni rag'batlantirish bilan birga madaniy va tabiiy boyliklarni saqlab qolish uchun juda muhimdir. Ushbu maqolada O'zbekiston misoliga e'tibor qaratgan holda, Smart-turizm barqaror turizmni rivojlantirishga qanday hissa qo'shishi ko'rib chiqamiz. Texnologiya, mas'uliyatli sayohat amaliyoti va jamoatchilik ishtirokidan foydalangan holda, Smart-turizm O'zbekistonning turizm sektorini o'zgartirmoqda. Ushbu maqola O'zbekistonni raqamli asrda barqaror turizm modeliga aylantirayotgan asosiy komponentlar va strategiyalari tahlil qilingan.

Kalit so'zlar: Smart-turizm, Bargaoror turizm, O'zbekiston, Texnologiya, Mas'uliyatli sayohat, Jamiyat ishtiroki.

Аннотация: Устойчивый туризм имеет решающее значение для сохранения культурных и природных богатств и одновременного содействия экономическому развитию. В этой статье мы исследуем, как Смарт-туризм способствует устойчивому развитию туризма, уделяя особое внимание примеру Узбекистана. Используя технологии, ответственную практику путешествий и вовлечение общества, Смарт-туризм преобразует туристический сектор Узбекистана. В данной статье рассматриваются ключевые компоненты и стратегии, которые делают Узбекистан моделью устойчивого туризма в эпоху цифровых технологий.

Ключевые слова: Смарт-туризм, Устойчивый туризм, Узбекистан, Технологии, Ответственный туризм, Вовлечение сообщества.

INTRODUCTION

Uzbekistan, with its rich cultural heritage and stunning landscapes, is emerging as a model for sustainable tourism development. The country is embracing Smart tourism practices to enhance travel experiences while preserving its cultural and natural assets. Smart tourism leverages technology, responsible travel practices, and community engagement to create a more environmentally friendly and culturally enriched future for both travelers and the nation. In this article, we delve into the ways Smart tourism supports sustainable tourism development in Uzbekistan.

Main Body:

- 1. Technology and Accessibility:** Smart tourism relies on technology to make travel more accessible and convenient. Mobile applications, online platforms, and digital tools provide tourists with information and services that enhance their travel experiences. These digital solutions improve accessibility to information about historical sites, accommodation, and transportation, making it easier for travelers to plan their trips sustainably.

In Uzbekistan, the “Visit Uzbekistan” app, for instance, provides travelers with real-time information about historical sites, tour options, and even language translation features. This enhances the accessibility of travel information, allowing visitors to explore the country with ease while minimizing their ecological footprint.



2. **Responsible Travel Practices:** Sustainable tourism begins with responsible travel practices. Smart tourism encourages tourists to respect local customs, protect natural resources, and minimize their environmental impact. Through mobile applications, travelers can access guidelines for responsible tourism, promoting eco-friendly behavior and cultural respect.

The “Responsible Traveler’s Guide” feature on the Visit Uzbekistan app educates tourists about the cultural norms, etiquette, and eco-friendly practices they should follow during their visit. This promotes a sense of responsibility among travelers, helping to conserve cultural heritage and the environment.

3. **Cultural Heritage Preservation:** Uzbekistan’s cultural heritage is a significant attraction for tourists. Smart tourism ensures the preservation of cultural assets. Through augmented reality and interactive experiences, visitors can engage with historical sites and traditions while contributing to their preservation. This not only enhances the travel experience but also fosters cultural heritage protection.

Uzbekistan has implemented innovative AR-based tours in cities like Samarkand, where visitors can use their Smartphones to access virtual historical reenactments and information about ancient architecture. These experiences not only enrich tourists’ understanding of the culture but also promote the preservation of these historical sites.

4. **Environmental Conservation:** Environmental conservation is a critical component of sustainable tourism. Smart tourism initiatives in Uzbekistan focus on minimizing the environmental footprint of travel. Sustainable transportation options, waste reduction initiatives, and eco-friendly accommodations all contribute to protecting the country’s natural beauty.

The adoption of electric or hybrid transportation in major tourist areas and the promotion of waste reduction through recycling programs help Uzbekistan reduce its impact on the environment. Additionally, eco-friendly accommodations and initiatives like “Leave No Trace” camping practices are encouraged to minimize the ecological footprint of tourism.

5. **Community Engagement:** Community involvement is integral to sustainable tourism in Uzbekistan. The local population plays a central role in preserving and promoting the country’s cultural and natural assets. Smart tourism encourages community engagement by supporting local development initiatives, providing training, and creating opportunities for sustainable tourism businesses.

Community-based tourism programs in Uzbekistan empower local residents to become tour guides, craft artisans, or hosts for homestays, allowing them to benefit directly from tourism. The “Support Local Communities” feature on the Visit Uzbekistan app connects travelers with these community-based experiences, fostering engagement and cultural exchange.

CONCLUSION

Smart tourism is a driving force behind the sustainable tourism development in Uzbekistan. By leveraging technology, responsible travel practices, and community engagement, the country is transforming its tourism sector into a more environmentally friendly and culturally enriched industry. The case of Uzbekistan showcases the potential for other nations to follow suit and embrace Smart tourism to support sustainable development while providing enriching travel experiences.

As Uzbekistan continues to make strides in sustainable tourism development, it sets an example for the global tourism industry. The combination of technological innovation, cultural preservation, and environmental consciousness positions Uzbekistan as a leader in sustainable and Smart tourism.

References:

1. Bakhromov, A., Juraeva, N., Nurfayzieva, M., Oppokkhonov, N., & Egamnazarov, K. (2023). SUN’IY INTELLEKTNING TURIZM SOHASIDA XIZMAT KO’RSATISH SIFATINI OSHIRISHDAGI O’RNI.
2. Egamnazarov Kh., Bakhromov A., Nurfayzieva M., & Oppokkhonov N. (2023). TOURISM POTENTIAL OF THE REPUBLIC OF KARAKALPAKSTAN: AN EXPLORATION OF CULTURAL HERITAGE AND NATURAL BEAUTY. Экономика и социум, (7 (110)), 104-110.



3. Egamnazarov, K. (2023). The Role of the Cities of the Great Silk Road of Uzbekistan in the Tourism of Uzbekistan. European Journal of Life Safety and Stability (2660-9630).
4. Khalilullayeva, D. M. (2023). Current Problems in Improving the Practice of Financing Investments in the Field of Tourism. EUROPEAN JOURNAL OF INNOVATION IN NONFORMAL EDUCATION, 3(6), 147-152.
5. MATKABULOVA, D. (2022). THE RELATIONSHIP BETWEEN INVESTMENT AND TOURISM: INSIGHTS FROM THE LITERATURE. THEORETICAL & APPLIED SCIENCE Учредители: Теоретическая и прикладная наука, (3), 871-878.
6. Рахимова, Д. (2023). ЎЗБЕКИСТОНДА ЗИЁРАТ ТУРИЗМИ РИВОЖЛАНИШИНИНГ ҲОЗИРГИ ТЕНДЕНЦИЯЛАРИ. Engineering problems and innovations.
7. Рахимова, Д. М. (2022). ДИВЕРСИФИКАЦИЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ, МІСЕ ТУРИЗМ. Архив научных исследований, 2(1). извлечено от <https://journal.tsue.uz/index.php/archive/article/view/1017>
8. Рахимова, Д. М. (2022). ТУРИСТСКО-РЕСУРСНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ УЗБЕКИСТАНА, КАК ОБЪЕКТА КАРАВАНИНГА. Архив научных исследований, 2(1). извлечено от <https://journal.tsue.uz/index.php/archive/article/view/964>
9. qizi Sa'dullayeva, G. S. (2019). TA'LIM XIZMATLARI BOZORINI MARKETING STRATEGIYASINI REJALASHTIRISH. Turizm ilmiy-amaliy elektron jurnali, 1(1), 18-25.
10. Саъдуллаева, Г. (2020). Туризм хизматлари бозорида таълим туризми тушунчаси моҳияти ва уни ривожлантиришнинг хориж тажрибалари. Инновацион технологиялар, (2 (38)), 98-100.
11. Xushnazarova Maxzuna Gulamdjanovna. (2023). TURIZM TARMOG'IDA MILLIY HUNARMANDCHILIK MAHSULOTLARINING O'ZIGA XOS XUSUSIYATLARI. JOURNAL OF ECONOMY, TOURISM AND SERVICE, 2(7), 107-112. Retrieved from <http://jets.innovascience.uz/index.php/jets/article/view/75>
12. Хушназарова, М. Г. (2020). «УПРАВЛЕНИЯ ЗНАНИЯМИ» В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА. Экономика и социум, (12-2 (79)), 390-394.
13. Махзуна, Х. Г. (2023). STRATEGY FOR INCREASING THE ATTRACTIVENESS OF NATIONAL TOURISM PRODUCTS (IN A BASIS OF CRAFTSMANSHIP): СТРАТЕГИЯ ПОВЫШЕНИЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ НАЦИОНАЛЬНЫХ ТУРИСТИЧЕСКИХ ПРОДУКТОВ (НА ОСНОВЕ РЕМЕСЛЕННОСТВА). Молодой специалист, 2(14), 24-27.



APPEARANCES, CLASSIFICATION AND APPLICATION OF SMART TOURISM

Akhmadjanova Mukhtasarkhan Anvar qizi

Sharifboyeva Fazilatxon Odilbek qizi

Dadamirzayev Sarvarbek Ulug'bek o'g'li

Tashkent State University of Economics master's students

Abstract: This article describes the role, structure and importance of Smart tourism in the country. In order to increase the income through Smart tourism, foreign experiences are shown and those that should be applied in our country are presented.

Key words: Smart tourism, Sustainable tourism, Uzbekistan, Technology, Responsible travel, Community engagement.

Annotatsiya: Ushbu maqolada mamlakatda Smart-turizmning roli, tuzilishi va ahamiyati yoritilgan. Smart-turizm orqali daromadni oshirish maqsadida xorijiy tajribalar ko'rsatilib, mamlakatimizda qo'llanilishi kerak bo'lgan jihatlari tahlil etilgan.

Kalit so'zlar: Smart-turizm, texnologik imkoniyatlar, o'yin-kulgilar, mobil aloqa, raqamlashtirish, aqlli xaritalar.

Аннотация: В данной статье описаны роль, структура и значение умного туризма в стране. В целях увеличения доходов за счет умного туризма показан зарубежный опыт и представлены те, которые следует применять в нашей стране.

Ключевые слова: Смарт-туризм, технологические возможности, развлечения, мобильная связь, цифровизация, умные карты.

Over the last decades, tourism has become one of the largest industries in the world. It is claimed that tourism can have bad effects the majority of the people have some benefits and drawbacks of travel, and they will be discussed in this article. One of the primary advantages of travel is that it boosts the country's economy, as it acts as a source of economy for both government and local people. For example, when tourists arrive in a country, they tend to spend their money on a board range of services and goods, including transportation, amusements, food, hotels, and even medical. Another advantage worth nothing is that tourist promotes international connections which can increase business opportunities. In other words, travel brings investment opportunities from wealthy foreign investors. For example, in many countries, the government focus on the tourism sector more in order to enhance the economy of the country. So that types of tourism helps to country to develop well, for instance is Smart tourism. Smart tourism is predicated on the technological capabilities of a destination, a particular attraction or the traveler himself. Many destinations are now modernizing to increase the use of Smart technology in their operations, from payment methods to interactive activities. The ultimate goal of Smart tourism is to improve resource management efficiency, maximize competitiveness and enhance sustainability through the use of technological practices and innovations.

Smart tourism is an important component of a smart city. Tourism is one of the major components of economic growth for communities worldwide. A key requirement of tourism has been to attract more and more tourists from different parts of the world. Smart tourism refers to the application of information and communication technology, such similar to the Smart cities, for developing innovative tools and approaches to improve tourism. Smart tourism is reliant on core technologies such as ICT, mobile communication, cloud computing, artificial intelligence, and virtual reality. It supports integrated efforts at a destination to find innovative ways to collect and use data derived from physical infrastructure, social connectedness and organizational sources (both government and non-government), and users in combination with advanced technologies to increase efficiency, sus-



tainability, experiences. The information and communication technology tools used for Smart tourism include IoT, mobile communication, cloud computing, and artificial intelligence. It combines physical, informational, social, and commercial infrastructure of tourism with such tools to provide Smart tourism opportunities. The principles of Smart tourism lie at enhancing tourism experiences, improve the efficiency of resource management, maximize destination competitiveness with an emphasis on sustainable aspects. It should also gather and distribute information to facilitate efficient allocation of tourism resources and integrate tourism supplies at a micro and macro level ensuring that the benefits are well distributed. They are observed to be effective in technologically advanced destinations such as smart cities. It is often associated with e-tourism because it involves the use of technology. China is a leader in Smart travel, where travelers can use their phones to perform simple tasks such as paying for taxis, ordering meals, checking wait times and reading point information, destination or tourist destination they are visiting. A QR code is provided.

A definition of Smart tourism

'Smart' has become somewhat of a buzzword in recent years. In essence, for something to be 'smart' it needs to have complex technological capabilities in order to allow for the exploitation of a range of information that is then used to inform product development and operation. Whilst the average tourist may not be aware of what goes on behind the scenes, there is likely a lot of work that goes on to ensure maximum productivity and competitiveness. Whilst the concept of 'smart' isn't directly correlated with technology, in today's world they are inevitably intertwined. In order to be 'smart', destinations, attractions and other tourism industry stakeholders will utilise a variety of technological innovations and practices (these are outlined shortly). As such, the use of technology is at the heart of the concept of Smart tourism. The Evropean Capital of Smart Tourism, define a Smart destination as: 'A destination facilitating access to tourism and hospitality products, services, spaces and experiences through ICT-based tools. It is a healthy social and cultural environment, which can be found through a focus on the city's social and human capital. It also implements innovative, intelligent solutions and fosters the development of entrepreneurial businesses and their interconnectedness.' To further elaborate, Buhalis and Amaranggana explain that: Smart Tourism Destinations take advantage of: (1) Technology embedded environments; (2) Responsive processes at micro and macro levels (3) End-user devices in multiple touch-points; and (4) Engaged stakeholders that use the platform dynamically as a neural system.' 'Smart tourism is the act of tourism agents utilising innovative technologies and practices to enhance resource management and sustainability, whilst increasing the businesses overall competitiveness', resource management, maximise competitiveness and to enhance sustainability through the use of technological innovations and practices.

Types of Smart tourism

At the heart of Smart tourism is technology, that much is clear. But the key is how this technology is used to make the tourism agent (destination management organisation, tourist attraction, hotel, restaurant etc) operate more effectively.

Ways to implement Smart tourism

Smart tourism can be implemented in any number of different ways, providing it achieves the outcomes of enhanced resource management, sustainability and competitiveness. There are five main ways to do this, although this list is, of course, not exhaustive. These five methods include; Smart accessibility options, Smart sustainability initiatives, Smart information sharing, Smart research and management tools and Smart tourist experiences.

Smart tourism accessibility options

In order to a tourism agent to identify as Smart tourism initiative, they must demonstrate that they are accessible to all, both in a physical and a digital sense. This means that everyone has access to the tourism provider, regardless of age, gender, religion, race, sexuality or disability. A Smart tourism attraction or destination should have a well development transport infrastructure that enables all types of people to travel (i.e. there is wheelchair access and lifts for parents with prams etc). This should also include reasonably priced transport options, which will usually be public transport. At the



attraction or destination itself, there should be opportunities for everybody to access all areas. This may include lifts and ramps for disabled people. Smart tourism accessibility also includes language communications.

Smart tourism sustainability initiatives

Sustainable tourism is at the forefront of many tourism agent's plans and operations nowadays, and for good reason. As I explained in my post 'Sustainable tourism explained', such practices not only help to provide a good image for the organisation, but also help to combat the negative social, environmental and economic impacts of tourism. An important arm of Smart tourism is the sustainability sector. Tourism agents which operate successful Smart tourism initiatives should have a considerable focus on sustainability; reducing their carbon footprint, adopting environmentally friendly approaches and taking into account the host communities and their needs. There are many ways that organisations can use smart technology to improve their sustainability practices. Helsinki demonstrated their commitment to sustainable tourism during their Sustainable Flow Festival and Estonia have their Green Key initiative. At a more local level, there are many eco hotels and resorts around the world as well as socially beneficial tourism forms such as volunteer tourism. Of course, having sustainable practices alone doesn't qualify a tourism agent as a Smart tourism provider. These practices need to be underpinned by technologies, such as the use of solar panel lighting for example, that enable said practices to be achieved.

Smart tourism information sharing

One of the key advancements enabling Smart tourism to occur in recent years is the growth of information sharing platforms. The digitalisation of modern day society has opened up a wealth of opportunities for tourism providers to share information to a wide range of tourist types. The growth of social media, QR codes and mini-programmes has provided tourism agents with opportunities that were not previously available. Tourism organisations can now use these new opportunities to provide information prior, during and after the tourists' visit. They can also utilise more efficient promotional methods and marketing on these online platforms. Complex algorithms, cookies and other digital monitoring methods can help organisations to be more and more in tune with their consumers or potential consumers. This allows them to develop more suitable and targeted products. Organisations have been capitalising on the new possibilities of Smart tourism information sharing by adopting electronic means of sharing information, for example in a museum or exhibit, encouraging the use of particular social media hashtags and geotagging and developing custom made apps. While many organisations around the world have turned to Smart tourism information sharing practices, China is leading the way in this domain. Chinese tourism attractions are abundant with QR codes and their social media sharing platform, WeChat, enables tourism providers to develop their own mini-programmes- kind of like apps, but less extensive and without the need to download anything.

Smart tourism research and management tools

Nowadays there are many methods of obtaining and monitoring information. Organisations now have a wealth of data at their fingertips. Adopting Smart tourism research and management tools, such as designing a custom-made tourism flow monitor or developing a tailor-made CRM programme, can dramatically improve business outcomes. A good example of a destination that has implemented Smart tourism research and management tools in this way is Malaga, where they have introduced a parking app to help travellers park more effectively and reduce congestion.

To conclude, perhaps the most obvious type of Smart tourism (for the tourist at least), is the Smart tourist experience. Destinations, attractions and other tourism providers are now adopting innovative technological approaches to develop and enhance the tourism experience that they offer. This ranges from augmented reality applications to gaming and virtual reality. This article on the top 20 augmented reality travel apps show a few examples of how this works in practice. In the UK, The Hub Hotel from Premier Inn has made augmented reality compatible with the wall maps in the hotel rooms. When these maps are viewed through a Smart device the wall maps present additional information about some of the local places of interest.

**References:**

1. <https://tourismteacher.com>
2. https://en.wikipedia.org/wiki/Smart_tourism
3. Z. Lijing, P. Yanrong and H. Jianhua, "The Development Strategy for the Tourism in Hebei under the Background of Smart City Based on Data Mining," in Proc. 7th International Conference on Intelligent Computation Technology and Automation, Changsha, 2014, pp. –991-994.
4. Jump up to:a b A. K. Tripathy, P. K. Tripathy, N. K. Ray, and S. P. Mohanty, "iTour: The Future of Smart Tourism", IEEE Consumer Electronics Magazine, Volume 7, Issue 3, May 2018, pp. 32-37.
5. Jump up to:a b SMART TOURISM TOOLS: LINKING TECHNOLOGY TO THE TOURISTIC RESOURCES OF A CITY (PDF).
6. Marchesani, F. (2022). Exploring the relationship between digital services advance and Smart tourism in cities: Empirical evidence from Italy. Current Issues in Tourism, –1-12.
7. Gretzel, Ulrike; Sigala, Marianna; Xiang, Zheng; Koo, Chulmo (2015-08-01). "Smart tourism: foundations and developments". Electronic Markets. 25 (3): 179–188. doi:10.1007/s12525-015-0196-8. ISSN 1019-6781.
8. Jump up to:a b c d Gretzel, Ulrike; Zhong, Lina; Koo, Chulmo (2016-05-03). "Application of Smart tourism to cities". International Journal of Tourism Cities. 2 (2). doi:10.1108/IJTC-04-2016-0007.
9. "This App Will Hire a Local to Plan Your Entire Trip – for Only \$25 a Day". Travel + Leisure. Retrieved 2018-09-18.
10. Jump up to:a b c d Gretzel, Ulrike; Reino, Sofia; Kopera, Sebastian; Koo, Chulmo (2015-01-01). "Smart Tourism Challenges". Journal of Tourism. –16: 41–47.



ФАРҒОНА ВОДИЙСИНИНГ ҚИШЛОҚ АҲОЛИ ПУНКТЛАРИДА АГРОТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ СТРАТЕГИК РЕЖАСИНИ ВА СМАРТ-ТЕХНОЛОГИЯ КОНЦЕПЦИЯСИНИ ИШЛАБ ЧИҚИШ БЎЙИЧА УСЛУБИЙ ЁНДАШУВЛАР

Жумабаева Дилафруз Тожиidinovна

Андижон қишлоқ хўжалиги ва агротехнологиялар институти мустақил изланувчиси

Аннотация: Ушбу мақолада қишлоқ аҳоли пунктларида агротуризмни ривожлантиришнинг стратегик режасини ишлаб чиқиш, агротуризмни режалаштириш, агротуризмни стратегик режалаштиришнинг моҳияти ва агротуризмни ривожлантириш йўналишлари аниқланган.

Калит сўзлар: режалаштириш, агротуризмни режалаштириш, стратегик режалаштириш, баҳолаш, ривожлантириш йўналишлари.

Abstract: This article identifies the areas of development of the strategic plan for the development of agrotourism in rural settlements, agrotourism planning, the essence of the strategic planning of agrotourism and the development of agrotourism.

Key words: areas of planning, agrotourism planning, Strategic Planning, Assessment, Development.

Аннотация: В данной статье определены направления разработки стратегического плана развития агротуризма в сельских населенных пунктах, планирование агротуризма, сущность стратегического планирования агротуризма и развития агротуризма.

Ключевые слова: уобласти планирования, планирование агротуризма, Стратегическое планирование, Оценка, развитие.

Агротуризмни ривожлантириш аниқ режалаштиришни талаб қилади. Режалаштириш мослашувчан замонавий интеграл, экологик тоза ва барқарор усуллардан фойдаланган ҳолда аниқ белгиланган вақт оралиғини ҳисобга олган ҳолда ишлаб чиқилади. Қишлоқ хўжалиги мулкларининг хусусийлиги, эгалари даражасида режалаштиришнинг энг катта муаммоси уларнинг агротуризмни бошқариш бўйича махсус иқтисодий билим ва тегишли кўникмаларга эга эмаслигидир. Қишлоқ жойларда туризм хусусий ташаббускор сектордир, шунинг учун уни режалаштириш даражаси қишлоқ жамоаларининг ижтимоий-иқтисодий ва маданий ривожланишини умумий маҳаллий ва минтақавий режалаштиришга мос келиши керак.

Агротуризмни режалаштириш – агротуризм ташкилотларини бошқариш шаклларида бири бўлиб, у агротуризм ташкилотлари ва муассасаларининг самарали рақобатбардошлиги ва иқтисодий фаровонлигини таъминлаш мақсадида бозор шароитида ишлаш стратегияси, тактикаси ва механизмини аниқ белгилаш ва аниқ тартибга солишдан иборат.

Агротуризмни стратегик режалаштиришнинг моҳияти шундаки, у қишлоқ хўжалиги мулкларининг эгаси бўлиб, унинг таклифи потенциал рақобатчилар таклифидан, потенциал имкониятлардан, технологиялар ва ресурслардан, маркали хизматлардан, корпоратив идентификациядан ва бошқалардан қандай фарқ қилишини аниқлаши керак.

Стратегик режалаштиришни бир-биридан келиб чиқадиган ўзаро боғлиқ бошқарув жараёнларининг динамик тўплами сифатида кўриб чиқиш керак. Ушбу режалаштириш қуйидагиларни таъминлайди:



1. **Меҳмондўст мулкнинг мақсадини аниқлаш** – бу жараён қишлоқ хўжалиги мулки фаолиятининг мазмунини, унинг мақсадини белгилашдан иборат бўлиб, бозор эҳтиёжлари, маҳсулот хусусиятлари, уни истеъмол қилиш табиати, рақобат шароитлари асосида фаолият йўналишини тавсифлайди.
2. **Атроф-муҳит ҳолатини баҳолаш** агро-фермер хўжаликларига қуйидаги элементларнинг таъсирини ўрганишни ўз ичига олади: иқтисодиётнинг ҳолати, ишлаб чиқаришни ҳуқуқий тартибга солишнинг ўзига хос хусусиятлари, атроф-муҳитнинг хусусиятлари ва ресурсларнинг мавжудлиги, илмий-техник даража ва бошқалар.

Бозор таҳлили харидорларни, рақобатчиларни ва меҳнат бозорини аниқлашни ўз ичига олади.

3. **Ички тузилиш ҳолатини баҳолаш** фермер хўжалигининг кучли ва заиф томонларини, ўз мақсадларига эришиш жараёнида рақобат курашида ҳисобга олиниши мумкин бўлган ички имкониятларни аниқлашга имкон беради. Ички муҳит қуйидаги йўналишларда ўрганилади: инсон ресурслари, бошқарувни ташкил этиш, маркетинг, молия.
4. **Муқобил ечимларни ишлаб чиқиш.** Улар ечимларнинг тўлиқ спектрини намоиш этадилар, мумкин бўлган максимал вариантлар тўпламини ўрнатадилар. Ҳар бир вариант қарорга таъсир қилиши мумкин бўлган чекловларни ҳисобга олган ҳолда шартлар ва ресурслар билан боғлиқ. Қуйидагиларга таъсир қилувчи омиллар орасида қуйидагилар муҳим: мажбуриятлар, молиявий ресурсларнинг мавжудлиги ва малакали кадрлар билан таъминлаш.
5. **Оптимал ечимни асослаш ва танлаш.** Ушбу жараён стратегик режалаштиришда асосий ҳисобланади, чунки у компания ўз мақсадларига қандай эришиши ва топшириқларини бажариши тўғрисида қарор қабул қилади. Танланган стратегия унинг фаолиятига таъсир қилиши мумкин бўлган барча омилларни ҳисобга олишга имкон беради.
6. **Оптимал ечимни амалга ошириш ва натижаларни баҳолаш.** Оптимал стратегик қарорнинг бажарилишини баҳолаш стратегик режалаштиришнинг якуний босқичидир. Обьектив баҳолашни таъминлаш воситаси бу назорат чоралари тизимини белгиладиган, фермер хўжалиги фаолияти натижаларини оқилona ривожланиш стратегиясидан четга чиқиш сабабларини аниқлайдиган, режа кўрсаткичларига ва стратегияни амалга ошириш жараёнида тузатишлар киритишга имкон берадиган назоратдир.

Туризмни режалаштириш бир марталик ҳаракат эмас, балки режалаштириш кетма-кет ва чизикли эмас, балки динамик равишда амалга ошириладиган доимий жараёндир. Бу ўзаро боғлиқ қисмларга эга бўлган катта динамик тизим сифатида агротуризмнинг хусусиятларига мос келади. Туристик диққатга сазовор жой каби битта омилнинг ўзгариши аҳоли пунктидаги туризмнинг барча элементларига таъсир қилиши мумкин: хизматлардан реклама ва транспортгача. Шунга ўхшаб, маҳаллий маъмурият, бизнес ва нотижорат ташкилотлар раҳбариятидаги ўзгаришлар янги ғояларга олиб келади, бошқа активларни жалб қилади ва сайёҳлар туристик объектлар ривожланиши билан ўзгаради.

Белгиланган вазифаларни ҳал қилиш учун Ўзбекистон Республикаси муниципалитетларида агротуризмни ривожлантиришни стратегик режалаштириш бўйича услубий тавсиялар ишлаб чиқилди.

Келинг, стратегик режанинг асосий босқичларини кўриб чиқайлик, у қуйидаги босқичларни ўз ичига олиши керак.

1. Қишлоқ аҳоли пунктининг потенциалини таҳлил қилиш.
2. Бозор таҳлил.
3. Қишлоқ аҳоли пунктининг туристик имиджини шакллантириш.
4. Муайян мақсадлар ва ҳаракатлар режаларини аниқлаш.
5. Натижаларни Мониторинг қилиш ва баҳолаш (агар керак бўлса, режаларни тузатиш).



1-Босқич. Туризм салоҳиятини таҳлил қилиш қуйидаги маълумотларни тақдим этиши керак:

- маҳаллий аҳоли ва раҳбарият агротуризмни аҳоли пункти иқтисодиётини ривожлантириш имконияти сифатида қабул қилишга тайёрами?
- мавжуд потенциалдан қай даражада фойдаланилмоқда?
- агротуризмни ташкил қилишда қандай имкониятлардан фойдаланилади ва қандай муаммолар пайдо бўлиши мумкин?

Таҳлилнинг мақсади туризм тизимининг ҳар бир элементининг кучли ва муаммоларини аниқлаш, шу жумладан:

- маҳаллий ҳамжамиятнинг муносабатлари ва қадриятлари;
- диққатга сазовор жойлар ва тадбирлар;
- тижорат хизматлари;
- давлат муассасалари ва хизматлари (инфратузилма);
- транспорт;
- алоқа;
- тартибга солиш ва сиёсат;
- маҳаллий бизнес иқлими ва демографияси;
- оммавий тадбирлар учун биноларнинг мавжудлиги.

Ўзбекистон шароитида агротуризмни ривожлантиришнинг қуйидаги истиқболли йўналишлари (моделлари) таклиф этилади:

- қишлоқ жойларининг мавжуд туристик ресурслари: турар жой бинолари (кичик оилавий меҳмонхоналар) ва агротуризм инфратузилмаси асосида кичик, оилавий ва индивидуал агротуристтик бизнесни ривожлантириш орқали минтақавий агротуристтик тармоқларни яратиш.

Туристтик минтақа ҳудудида хусусий агротуризм фермер хўжаликларининг самарали тармоғини ташкил этиш марказ (ёки ҳеч бўлмаганда минтақа даражасида давлат томонидан қўллаб-қувватлаш тизимини яратишни ўз ичига олади;

- тарихий аҳоли пунктининг ижтимоий – маданий муҳитини – “тарихий қишлоқ”, “миллий қишлоқ” ёки бошқа турдаги аҳоли пунктини, шунингдек бошқа тарихий объектларни реконструкция қилиш;
- сайёҳларни қабул қилиш ва уларнинг тўлиқ дам олишларини ташкил этишга йўналтирилган йирик ва ўрта ихтисослашган агротуристтик объектларни яратиш: ихтисослаштирилган марказлар;
- турар жой бинолари ва тегишли инфратузилмага эга бўлган йирик кўп функцияли сайёҳлик, кўرғазма, реклама ва экспозиция, маданий-тарғибот, илмий-ишлаб чиқариш ва бошқа комплекслар сифатида давлат ва хусусий қишлоқ хўжалиги паркларини яратиш.

Агротуризмнинг истиқболли имиджини шакллантириш жараёнига иложи борица кўпроқ жамоат манфаатдор томонлари жалб қилиниши керак. Қишлоқ аҳолиси жамоат даражасида асосий ўйинчилар бўлганлиги сабабли, агротуризм моделини танлашда уларнинг овози эшитилиши муҳимдир. Ушбу вазифани амалга ошириш учун таклиф этилаётган туризм моделини кенг муҳокама қилиш учун махсус семинарлар/тренинглари ва жамоат учрашувлари/учрашувлар, маҳаллий газеталар, қишлоқ хўжалиги консалтинг маркази орқали ихтиёрий сўровлар ўтказиш, шунингдек маҳаллий радио ва телевидениеда эшитиришларни ташкил этиш зарур. Барча анкеталар ва маълумотлар маҳаллий ташаббускор гуруҳ аъзолари томонидан кейинги таҳлил ва тадбирларни режалаштиришда фойдаланиш учун тўпланади.



1-расм: Агротуризмни ривожлантириш йўналишлари

Агротуризмнинг истиқболли имиджи ва моделини шакллантириш мулоқот ва мунозаралар, жамиятнинг хоҳиш ва умидлари, жамоат қадриятлари ва эътиқодлари орқали ўтиши керак. Танланган ёндашувларга қараб, бу жараён турли манфаатдор томонлар ўртасидаги муносабатларни яхшилаш ёки ўрнатишга ҳисса қўшиши мумкин.

Ташаббусни амалга ошириш техник жиҳатдан норасмий бўлганлиги сабабли, унинг иштирокчилари мунозарали ёки сиёсий масалаларни қўрқмасдан эркин муҳокама қилишлари мумкин. Бундан ташқари, бошланган жараён маҳаллий ҳамжамият мақсадларини янада аниқлаш ва уларга эришиш стратегиясини муҳокама қилиш учун асос сифатида ишлатилиши мумкин.

Фойдаланилган адабиётлар рўхати:

1. Еланцева, О. П. Документационное обеспечение управления в социально-культурном сервисе и туризме [Текст] : учебник для вузов / О.П. Еланцева – 2-е изд. – М. : Флинта, 2012. – 309 с.: схем.
2. Еланцева, О. П. Стандартизация и сертификация в социально-культурном сервисе и туризме [Текст] : учеб. Пособие / О.П. Еланцева – 2-е изд., стер. – М. : ФЛИНТА, 2012. –376 с.
3. Здоров, А.Б. Организационно-экономические основы развития аграрного туризма [Текст]: дис....д-ра эконом. Наук / Здоров А.Б. — М., 2014. – 432 с.



BUTUN JAHON SMART TURIZMI BOZORINING RIVOJLANISH XUSUSIYATLARI

Ravshanov To'lyi Gulmurodovich

TDIU katta o'qituvchisi

"Covid-19" pandemiyasi oqibatlari jahon turizm faoliyati boshqaruvida turli innovatsiyalarni izlash va yangi texnologiyalarni integratsiyalashga asoslangan turizm yo'nalishlari rivojlanishiga turtki bo'lmoqda.

Pandemiyaning ta'siri tufayli jahon miqyosida turizm sohasiga innovatsion texnologiyalarni tadbiq etish va ularni yanada rivojlantirish hamda smart turizmni mazkur tarmoqqa joriy etishni taqazo etmoqda.

Pandemiya tufayli xalqaro va ichki chegaralarning yopilganligi, insonlarning o'z-o'zini yakkalash rejimiga o'tilganligi sababli turizm industriyasining o'sish sur'atlari sekinlashdi. Ushbu salbiy tendeni-yasilarning oldini olish maqsadida hozirgi kunda mamlakatlar tomonidan smart turizm konsepsiyasini takomillashtirishga e'tibor qaratilmoqda.

Xususan, 2022-yilda Yevropaning 13 ta mamlakatlari 29 ta shaharlari Yevropaning eng yaxshi smart turizm shaharlari nominatsiyasini qo'lga kiritish uchun "the 2022 European Capital of Smart Tourism" tadbirlarida ishtirok etishdi.

Umuman olganda, ushbu loyiha Yevropa Ittifoqiga a'zo mamlakatlarda turizm destinatsiyalari uchun yangi tashabbuslarni qo'llab-quvvatlash hamda innovatsion hamda smart loyihalarni amalga oshirishni rejalashtirilgan.

Ushbu tanlov tomonidan belgilangan mezonlarga asosan smart turizm shaharlari 4 ta katagori-yalar bo'yicha baholangan. Jumladan:

1. Foydalanish imkoniyati (Accessibility).

Qulay bo'lish turli xil transport turlari va shahar ichida va uning atrofida kuchli transport tizimi orqali osonlik bilan borishni anglatadi. Foydalanish imkoniyati nafaqat to'siqlarsiz manzilda bo'lishni nazarda tutadi, balki yoshi, madaniy kelib chiqishi yoki jismoniy nogironligidan qat'iy nazar, ko'p tilli hamda barcha sayohatchilar yoki tashrif buyuruvchilar uchun raqamli bo'lgan xizmatlarni ham o'z ichiga oladi.

Ispaniyaning Seviliya shahri Yevropaning eng yaxshi smart shaharlaridan bir etib e'tirof etildi. Ushbu shaharga 2022-yilda butun dunyodan milliondan ortiq turistlar tashrif buyurgan hamda ular uchun "Seville Accessible" mobil ilovasi tashkil etilgan.

Ushbu turistik mobil ilova shahardagi tarixiy hamda diqqatga sazovor joylarga jamoa transport vositalari orqali oson yetib olish to'g'risida ma'lumotlar taqdim etadi.

Shuningdek, turistlar ushbu ilova orqali shaharda o'tkazilayotgan madaniy tadbirlar va festi-vallarning taqvimlari hamda dam olish maskanlari haqida ma'lumotlar olish imkoniyatlari tashkil etilgan.

2. Barqarorlik (Sustainability).

Tashrif buyuruvchilar, sanoat, atrof-muhit va mezbон jamoalarning ehtiyojlarini qondiradigan, hozirgi va kelajakdagi iqtisodiy, ijtimoiy va ekologik ta'sirini to'liq hisobga olishni nazarda tutadi.

Shu bilan birga, barqaror bo'lish nafaqat shahar sifatida tabiiy resurslaringizni boshqarish va himoya qilishni, balki mavsumiylikni kamaytirishni va mahalliy hamjamiyatni qamrab olishni anglatadi.

Xususan, Vengriyaning Seged shahri ushbu musobaqada turistlar uchun o'zining "Barqaror shahar harakatlanish rejasi" (Sustainable Urban Mobility Plan)ni taqdim etdi.

Ushbu rejaga asosan 2017-2030-yillarda shaharning transport infratuzilmasini rivojlantiriladi hamda transport muammolarini barqaror va innovatsion texnologiyalar bilan bartaraf etishni nazarda tutadi.

Ushbu barqaror turizm loyihasining asosiy maqsadi Seged shahrida turistlar uchun qulay transport xizmatlarini ko'rsatish hamda velosipedchilar uchun 40 foizgacha inshootlar tashkil etish rejalashtirilmoqda.



3. Raqamlashtirish (Digitalisation).

Raqamli turizm axborot-kommunikatsiya texnologiyalariga asoslangan yechimlar va raqamli vositalar orqali iste'molchilar ehtiyojlariga moslashtirilgan innovatsion turizm va mehmondo'stlik ma'lumotlari, mahsulotlar, xizmatlar, joylar va tajribalarni taklif qilishni anglatadi.

Bu yo'nalishlar, diqqatga sazovor joylar va sayyohlik takliflari to'g'risidagi raqamli ma'lumotlarni, shuningdek, jamoat transporti haqidagi ma'lumotlarni taqdim etish va diqqatga sazovor joylar va turar joyni raqamli ravishda foydalanish imkoniyatini yaratishni nazarda tutadi.

Italiyaning Jenoa shahrini raqamlashtirish dasturi doirasida, shahar mamuriyati tomonidan "Rol-lindagando" informatsion ma'lumotlar bazasi tashkil etilgan. Mazkur dastur Jenoa shahrining tarixiy eski shahar hududdagi obyektlarning madaniy xaritasini ham o'z ichiga oladi.

Ushbu dastur Genoa universiteti bilan hamkorlikda tashkil etilgan bo'lib, u o'z ichiga shahardagi 12- hamda 20-asrlarda barpo etilgan tarixiy obyektlar haqida ma'lumotlarni jamlagan.

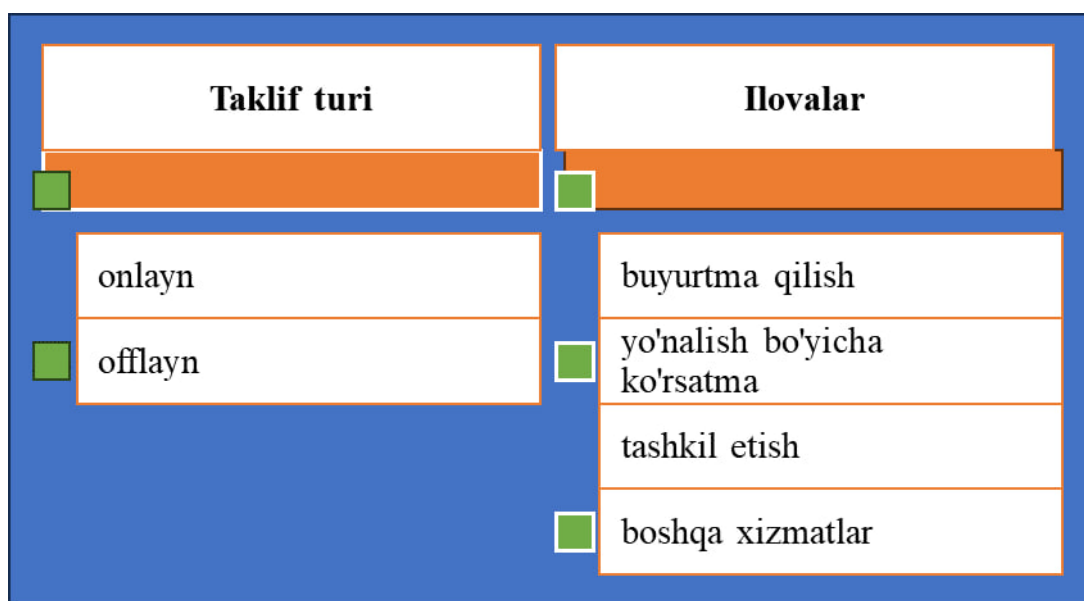
4. Madaniy meros va ijodkorlik (Cultural heritage & creativity).

Madaniy meros va ijodkorlikka e'tibor mahalliy merosni, shuningdek madaniy va ijodiy boyliklarni maqsadli joy, sanoat va sayyohlar manfaati uchun himoya qilish va ulardan foydalanishni anglatadi.

Xususan, Irlandiyaning Kork shahri kengashi tomonidan madaniyat va madaniy meros biologik xilma-xilligini himoya qilish va targ'ib qilish maqsadida, "2018-2022-yillar uchun madaniyat va ijodkorlik strategiyasi" dasturi ishlab chiqilgan.

Dasturga asosan shaharning ajralmas qismi tabiiy, madaniy va arxeologik obyektlari himoyaga olingan hamda unda bo'lib o'tadigan tadbirlar haqida ma'lumotlar joylangan.

Umuman olganda, bugungi kunda smart turizm bozori segmentlarga bo'lingan holda tadbir etishga e'tibor qaratilmoqda. Smart turizmi bozori 2 ta turga ajratilmoqda.



1-rasm: Butun jahon smart turizmi bozorining ko'rinishi¹

Butun jahon smart turizmi bozorining o'ziga xos xususiyatidan biri uning taklif turi va ilovalar singari tarmoqlarga ajratilishi hisoblanadi. Taklif turida turistlar o'zlariga zarur bo'lgan ma'lumotlarni onlayn hamda offlayn shaklda buyurtma qilishi hamda ilovalar funksiyasi orqali esa o'zlari uchun maqbul bo'lgan xizmatlarni tanlab olish imkoniyati yaratilgan.

2018-yilda umumiy smart turizm bozorining qiymati 14,462 mln.dollarni tashkil etgan bo'lsa, 2018-2022-yillarda ushbu bozorga bo'lgan talab sezilarni darajada rivojlanib, 14,8 foiz o'sishga erishgan.

Natijada, 2022-yilda umumiy smart turizm sohaning qiymati 25,121 mln.dollarni tashkil qilgan bo'lsa, 2023-yilda ushbu ko'rsatkich 28,763 mln.dollarni tashkil qilishi prognoz qilinmoqda.

¹ www.evolvebi.com sayti ma'lumotlariga asosan muallif tomonidan tayyorlandi.

**1-jadval: Butun jahon smart turizmi bozorining o'sish tendensiyalari²**

Ko'rsatkichlar	Miqdori
2022-yilda global aqlli sayohat sektori bozori qiymati	25,121 mln.dollar
2023-yildagi prognoz qilinayotgan ulush	28,763 mln.dollar
2033-yildagi prognoz qilinayotgan ulush	126,889 mln.dollar
2023-2033-yillardagi o'sish foizi	16%

Yuqoridagi jadvaldan ham ko'rish mumkinki, bugungi kunda dunyoda smart turizm bozorining o'sish tendensiyalari sezilarli tarzda rivojlanayotganligi hamda mamlakatimizda ham ushbu turizm tarmog'ini yanada rivojlantirish uchun Yevropa va rivojlangan mamlakatlarning tajribasiga e'tibor qaratilayotganligini alohida ta'kidlab o'tish lozim hisoblaniladi.

Adabiyotlar ro'yxati:

1. O'zbekiston Respublikasining "Turizm to'g'risida"gi Qonuni, O'RQ-549-son. 2019-yil 18-iyul.
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "O'zbekiston Respu likasida ichki va ziyorat turizmini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi (2021-yil 9-fevral, PF-6165-son) Farmoni.
3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 28-maydagi "Koronavirus pandemiyasining salbiy ta'sirini kamaytirish uchun turizm sohasini qo'llab-quvvatlashga doir kechiktirib bo'lmaydigan chora-tadbirlar to'g'risida"gi PF-6002-son Farmoni.
4. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoevning Oliy Majlisga Murojaatnomasi. 28.12.2018. – Toshkent: "O'zbekiston", 2019. – 64 b.
5. 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-son Farmoni.
6. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2021-yil 24-fevraldagi "Ichki va ziyorat turizmini rivojlantirish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi 100-son qarori.
7. Alieva M.T. Assessment of the development potential of the tourism industry in Uzbekistan. Xorijiy maqola Journal of Management Value & Ethics Jan.-March 19, Vol.9 No.1, India ISSN-2249-9512.
8. Safaeva S.R., Alieva M.T. Organizational and economic aspects of the development of the international tourism and hospitality industry of Environmental Management and Tourism, 11(4), pp 913-919.2020.
9. www.uzbektourism.uz
10. www.evolvebi.com
11. www.futuremarketinsights.com/

² <https://www.futuremarketinsights.com/>



ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СМАРТ ТУРИЗМА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН

Салиева Екатерина Сергеевна

Докторант НИИ изучения проблем объектов культурного наследия и развития туризма

Аннотация: Данное научное исследование посвящено анализу и исследованию современных тенденций развития Смарт-туризма в условиях развития цифровой экономики в Республике Узбекистан. С учетом стремительного развития технологий и их влияния на туристическую индустрию, данное исследование направлено на выявление инновационных подходов к улучшению туристического опыта и стимулированию развития отрасли в цифровом мире.

Ключевые слова: Смарт-туризм, цифровая экономика, технологические инновации, инновационные подходы, интеграция технологий.

O'zbekiston RespublikasiDA RAQAMLI IQTISODIYOTDA Smart-turizmNI O'SISH MUHIM TENDENTLARI

Saliyeva Yekaterina Sergeyevna

Madaniy meros obyektlari va turizmni rivojlantirish muammolarini o'rganish ilmiy tadqiqot instituti doktoranti

Annotatsiya: Ushbu ilmiy bilim O'zbekiston Respublikasida raqamli iqtisodiyotning o'sishi sharoitida Smart-turizmning o'sish tendensiyalarini tahlil qilish va tadqiq qilishga bag'ishlangan. Texnologiyalarning jadal rivojlaniishi va ularning turizm industriyasiga ta'sirini hisobga olgan holda, ushbu tadqiqot sayyohlik tajribasini takomillashtirish va raqamli dunyoda soha rivojlanishini rag'batlantirishga innovatsion yondashuvlarni aniqlashga qaratilgan.

Kaliit so'zlar: Smart-turizm, raqamli iqtisodiyot, texnologik innovatsiyalar, innovatsion yondashuvlar, texnologiya integratsiyasi.

IMPORTANT TRENDS IN THE GROWTH OF Smart TOURISM IN THE DIGITAL ECONOMY IN THE REPUBLIC OF UZBEKISTAN

Salieva Ekaterina Sergeevna

Doctoral student Scientific research institute for the study of the problems of cultural heritage objects and tourism development

Abstract: This scientific cognition is dedicated to the analysis and research of current trends in the growth of Smart tourism in the environment of the growth of the digital economy in the Republic of Uzbekistan. Taking into account the rapid development of technologies and their effect on the tourism industry, this study is aimed at identifying innovative approaches to improving the tourist experience and stimulating the development of the industry in the digital world.

Key words: Smart tourism, digital economy, technological innovations, innovative approaches, technology integration.

Смарт-туризм год за годом становится одним из динамично развитых видов туризма. Перспектива реализации цифровых технологий в индустрии туризма, является движущим фактором для развития мировой экономики. Цель исследования заключается в выявлении ключевых тенденций внедрения смарт-технологий в туристическую сферу Узбекистана и оценке их влияния на уровень обслуживания туристов.

Объектом исследования является внедрение цифровых технологий в туристическую индустрию Республики Узбекистан.

Предметом исследования выступают тенденции развития Смарт-туризма в условиях цифровой экономики.



В процессе исследования были рассмотрены перспективы внедрения и развития инновационных цифровых решений в туризме. Методология проведенного исследования вбирает в себя оценку данных о туристическом потоке, обзор существующих смарт-технологий в туризме, проведение опросов среди участников индустрии и туристов.

Гипотеза исследования основывается на предположении, что интеграция смарт-технологий в туристическую индустрию Республики Узбекистан будет способствовать улучшению туристического опыта, повышению конкурентоспособности и стимулированию инноваций в данной отрасли.

Для развития и внедрения цифровых технологий в туристическую индустрию Узбекистана, стоит провести качественное и количественные анализы сбора информации, включающие в себя следующие этапы исследования:

- **Подготовительный этап:** обзор литературы, анализ предыдущих исследований, и выявление ключевых проблем и тенденций.
- **Сбор данных:** проведение опросов, сбор статистической информации о потоке туристов, и анализ существующих цифровых решений.

Анализ и обработка: статистический анализ данных, комплексный обзор цифровых решений, и выделение ключевых трендов.

Эксперимент и проверка гипотезы: разработка и тестирование инновационных цифровых решений в туризме.

Интерпретация результатов: оценка влияния цифровых технологий на туристический опыт, а также выявление перспектив для будущего развития.

Для выявления результатов исследования, стоит уделить особое внимание на существующие методы исследования:

- **Статистический анализ:** использование данных о туристическом потоке для выявления паттернов и тенденций.
- **Кейс-стади:** анализ успешных практик внедрения смарт-технологий в туризме других стран.
- **Экспертные оценки:** получение мнения экспертов из сферы туризма относительно перспектив цифровой трансформации.
- **Опросы:** сбор мнений и предпочтений туристов по вопросам использования цифровых технологий в туризме.

Глубокий анализ потребностей туристов: проведение более глубокого анализа предпочтений и потребностей туристов с использованием методов машинного обучения.

Пилотные проекты: реализация пилотных проектов по внедрению смарт-технологий в туристической инфраструктуре для оценки их эффективности.

Обучение данной индустрии: создание учебных пособий для сотрудников индустрии туризма с целью улучшения их знаний в данной сфере.

Проведение данных исследований, позволит выявить ключевые тенденции в Смарт-туризме, разработать рекомендации для успешной интеграции цифровых решений в туристическую индустрию Узбекистана, и оценить влияния этих технологий на уровень обслуживания туристов.

Стоит отметить, что внедрение цифровых технологий в туристическую отрасль имеет значительный потенциал для улучшения туристического опыта и стимулирования развития индустрии. Смарт-технологии, такие как мобильные приложения, интерактивные карты и умные устройства, могут значительно улучшить доступность информации, комфорт и безопасность туристов. Увеличение спроса на онлайн-бронирование, персонализированные туристические маршруты и внедрение технологий искусственного интеллекта для предсказания предпочтений туристов также оказывают важную роль в развитии цифровизации в Республике Узбекистан.

В заключении можно сделать следующие выводы, о том, что влияние цифровых технологий, а в целом внедрение смарт-технологий в туристическую отрасль Узбекистана содействует улучшению туристического опыта и создает новые возможности для данной индустрии. Стремительный рост онлайн-бронирования и рост интереса к персонализированным туристическим



ческим сервисам подчеркивают потенциал для дальнейшего развития Смарт-туризма. Узбекистану следует активно адаптировать успешные практики других стран, обеспечивая консолидацию усилий с индустрией для эффективной реализации цифровых решений.

Список литературы:

1. «Научно-аналитический журнал «Инновации и инвестиции»» №10/2015» <https://www.book.ru/book/919156>
2. The Digitized Ecosystem of Tourism in Europe: Current Trends and Implications | SpringerLink https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-65785-7_34
3. Философия образования = Philosophy of Education: всероссийский научный журнал. 2017. № 2(71) http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=460309
4. Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2015). Smart tourism destinations enhancing tourism experience through personalisation of services. In Information and Communication Technologies in Tourism 2015 (pp. 377-389). Springer.
5. Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: foundations and developments. Electronic Markets, 25(3), 179-188.
6. UNWTO. (2018). Tourism and the Digital Transformation. United Nations World Tourism Organization.
7. Xiang, Z., Du, Q., Ma, Y., & Fan, W. (2017). A comparative analysis of major online review platforms: Implications for social media analytics in hospitality and tourism. Tourism Management, 58, 51-65.
8. Eurostat. (2021). Digital economy and society statistics – enterprises. European Commission.
9. Sigala, M. (2017). Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research. Journal of Business Research, 117, 312-321.
10. UNWTO. (2021). Tourism Trends and COVID-19 Impact. United Nations World Tourism Organization.
11. Gretzel, U., & Fesenmaier, D. R. (2013). Searching for the future: challenges faced by destination marketing organizations. Journal of Travel Research, 0047287513489483.
12. UNWTO. (2019). Global Report on Digital Transformation in Tourism. United Nations World Tourism Organization.
13. Neuhofer, B., Buhalis, D., & Ladkin, A. (2015). Technology as a catalyst of change: Enablers and barriers of the tourist experience and their consequences. In Information and Communication Technologies in Tourism 2015 (pp. 789-802). Springer.



РАЗВИТИЕ СМАРТ-ТУРИЗМА В УЗБЕКИСТАНЕ НА ОСНОВЕ СОВРЕМЕННЫХ ПРИНЦИПОВ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА

Ахмеджанова Ирада Усмановна

Начальник отдела НИИ развития туризма при министерстве экологии, охраны окружающей среды и изменения климата РУз

Халилова Нодира Абдухамид қизи

Ведущий-специалист НИИ развития туризма при министерстве экологии, охраны окружающей среды и изменения климата РУз

Аннотация: В статье рассмотрены основные параметры влияния смарт технологий на развитие туризма. Как Смарт-туризм способствует продвижению туристского потенциала и является ключевым элементом для конкурентоспособности на международном рынке туризма. На основе анализа международного опыта рассматриваются применение смарт технологий в туристской отрасли Узбекистана.

Ключевые слова: туризм, информационные технологии, Смарт-туризм, смарт туризм, смарт элемент, цифровая экономика.

Annotatsiya: Maqolada aqlli texnologiyalarning turizmni rivojlantirishga ta'sirining asosiy parametrlari muhokama qilinadi. Qanday qilib Smart-turizm turizm salohiyatini targ'ib qiladi va xalqaro turizm bozorida raqobatbardoshlikning asosiy elementi hisoblanadi. Xalqaro tajriba tahlili asosida O'zbekiston turizm sanoatida aqlli texnologiyalardan foydalanish ko'rib chiqilmoqda.

Kalit so'zlar: turizm, axborot texnologiyalari, Smart-turizm, Smart-turizm, aqlli element, raqamli iqtisodiyot.

Abstract: The article discusses the main parameters of the influence of Smart technologies on the development of tourism. How Smart tourism promotes tourism potential and is a key element for competitiveness in the international tourism market. Based on an analysis of international experience, the use of Smart technologies in the tourism industry of Uzbekistan is considered.

Key words: tourism, information technology, Smart tourism, Smart tourism, Smart element, digital economy.

Туризм является одной из крупнейших и динамично развивающихся отраслей экономики многих стран. Рост туристского потока приводит к увеличению спроса на предоставляемые услуги не только в сфере туризма, но и в смежных отраслях экономики, что в свою очередь способствует обеспечению значительных поступлений в местный бюджет.

В эпоху информационных технологий устойчивое социально-экономическое развитие региона, повышение конкуренции предприятий сервиса и туризма, обеспечение удовлетворенности туристов от путешествий напрямую зависит от активного внедрения в процессы жизнеобеспечения инновационных технологий. Одной из таких инноваций является концепция Smart-туризма.

Прежде всего, сам термин «Smart», введенный теоретиком менеджмента – американским учёным австрийского происхождения Peter Ferdinand Drucker, в своей работе «The Practice of Management» (1954 г.), является аббревиатурой для определения признаков поставленной цели: Specific – конкретная, Measurable – измеримая, Achievable – достижимая, Realistic – реалистичная, Time – определенная во времени. Таким образом, ученый полагал, что, если поставленная цель будет «умной», то есть будет соответствовать поставленным критериям, она будет достигнута.



Smart-туризм – туризм, в котором постоянное и систематическое использование Smart-элементов приводит к созданию дополнительной ценности путешествия для туриста. Smart – туризм — актуальное решение, позволяющее государству, туристическим фирмам и работникам туристской отрасли использовать необходимую информацию в большом объеме, чтобы гарантировать доступность туристских направлений для путешественников, а также удобство проживания и навигации.

С развитием интернета и мобильных устройств, туристские организации и предприятия начали активно использовать новые технологии для улучшения своих услуг и привлечения большего количества клиентов. Отзывы, рекомендации, онлайн-бронирование и навигация стали доступными в одном клике, что значительно упростило процесс путешествия.

В международном туристском сообществе достаточно примеров использования Smart-элементов. Разные страны находят свои пути в этом направлении. Так, например, в Азии и Европе разработаны программы интеллектуального туризма в рамках концепции Smart-City, способствующие продвижению региона. Такие города используют максимум информационных и коммуникационных технологий для повышения эффективности использования ресурсов и снижения объемов их потребления. Например, в городах Брисбен и Амстердам на достопримечательностях установлены специальные датчики-маяки, позволяющие туристам через мобильное приложение передавать информацию об определенных достопримечательностях, переводить туристические и другие знаки на разные языки, регулировать движение группы и т.д. В Китае и Южной Корее поддерживают проекты, направленные на создание технологической инфраструктуры Smart-туризма. В Австралии акцент делается на Smart-управлении. В Европе есть несколько городов, которые уже были отмечены инициативой European Capital Smart Tourism Initiative за свой умный подход к туризму. Это города Гётеборг, Малага и Бреда. Эти города используют инновационные технологии для внедрения и использования зеленых стандартов.

Узбекистан также учитывает требования времени и реализует комплексные меры по активному развитию цифровой экономики, а также широкому внедрению современных информационно-коммуникационных технологий во все отрасли и сферы экономики. Так Указом президента нашей страны в 2020 году была утверждена стратегия «Цифровой Узбекистан-2030».

В туристической сфере Узбекистана уже происходят серьезные позитивные изменения по внедрению инновационных решений, которые позволят сделать отдых туристов и путешественников в нашей стране более приятным и комфортабельным. В целях продвижения имиджа нашей страны на международном туристическом рынке как страны Смарт-туризма и активного внедрения и использования ИКТ для удобства туристов, реализуется проект «VERUM QR». Так, в рамках реализуемого проекта QR-кодами были оснащены большинство исторических памятников в Хиве и Бухаре. Эти коды позволяют туристам за считанные секунды получать на смартфон всю информацию об историческом объекте в удобной и доступной форме, а также о расположенных поблизости отелях, ресторанах и других достопримечательностях.

В целях достижения высоких показателей в сфере, разработана и инициирована программа «Hospitality Contract», направленная на развитие туризма в Республике Узбекистан. Внедрение системы мониторинга и управления качеством «NetQIS» (TM «ClickSmile») заняло почетное место в данной программе, обеспечив ей необходимую инновационную технологическую поддержку. Приложение ClickSmile – это своего рода «пульт лояльности». Это система оценки качества обслуживания с максимальным уровнем конверсии в отзывы. Программа позволяет оценивать качество сервиса на месте в момент получения услуги. Благодаря оперативной работе приложения можно отреагировать на негативный отзыв, пока клиент еще находится в заведении.

Для удобства местных и иностранных туристов в городах Ферганской области устанавливаются навигационные информационные знаки, туристические карты и QR-коды.

В городе Андижан создан сайт andijan360.uz с целью познакомить туристов с интересными местами региона и дать им возможность виртуально путешествовать в Андижан из любой точки мира.



Стикеры с QR-кодом для оценки качества услуг размещены и на объектах транспортной туристской инфраструктуры. QR-кодами оснащены и средства размещения, для удобства туристов по оставлению отзывов или рекламаций.

По инициативе президента создано бесплатное приложение NAZZAR MUSEUM, с помощью которого можно посмотреть виртуальный 3D-тур, включающий в себя осмотр различных музеев и объектов историко-культурного наследия Узбекистана в режиме виртуальной реальности.

С целью развития внутреннего туризма внедрена программа «Узбекистон буйлаб саёхат кил!», в рамках которой для граждан Республики Узбекистан предусмотрен порядок возврата части расходов (cashback) на внутренние путешествия, осуществляемые по регионам республики. Возврат части расходов за путешествия осуществляется через электронную платформу, в том числе через ее мобильное приложение, предусматривающую планирование внутренних путешествий и возврат средств, а также предоставление скидок и самостоятельное формирование готовых туристских пакетов.

Для удобства работы гостиниц разработана автоматизированная информационная система (АИС) E-MENMONXONA, которая позволяет производить регистрацию гостей и автоматически отправлять отчет в органы государственного управления.

Также для осуществления оплаты электронных въездных виз создан официальный государственный портал «Электронная виза» с предоставлением технологических инструкций для внедрения VISA, MasterCard и других платежных систем.

Важно отметить и первую национальную систему онлайн-бронирования MyBooking. Путешественники и туристы получили возможность забронировать номер и оплатить проживание в гостинице всего за несколько минут. В системе используются карты VISA и MasterCard, а также действует гибкая система скидок – предполагается, что эти факторы стимулируют рост безналичных расчетов. Возможность использования UzCard и способность принимать оплату в национальной валюте становятся отличным инструментом для поддержки внутреннего туризма, облегчают организацию командировок и деловых поездок.

Проект «HOTELIOS» – это интернет-платформа для бронирования гостиниц Узбекистана юридическими лицами в режиме онлайн. В системе уже более 250 гостиниц по всей стране. Дополнительно предлагаются услуги трансфера из/в аэропорт, встречи и проводов через СИП зал, «Зеленый коридор», а также оплата в национальной валюте.

АО «Uzbekistan Airways», АО «Узбекистон темир йуллари» налажена онлайн продажа авиа и ж/д билетов.

На сегодняшний день реализуются различные проекты по развитию Smart – туризма в стране и правительство оказывает всестороннюю поддержку для их осуществления.



Таким образом, Smart-туризм – это большой шаг в развитии информационных и коммуникационных технологий в туризме, поскольку он интегрирует общество и помогает правительствам стран развивать сферу туризма. Правильное использование умных технологий будет



способствовать формированию привлекательных и запоминающихся впечатлений, что является выигрышным для всех участников системы управления Смарт-туризмом.

Smart-туризм является важной тенденцией, которая будет играть все более значительную роль в будущем путешествий.

Библиографическая ссылка:

1. Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., Koo, C. (2015), Smart tourism: foundations and developments. Electronic markets, 25 (3), pp. 179-188.
2. Gretzel, U., Reino, S., Kopera, S., Koo, C. (2015), Smart Tourism Challenges. Journal of Tourism, 16, pp. 41-47.
3. Жертовская Е.В., Якименко М.В. Возможности и перспективы использования технологий Smart CITY для развития туризма территории // Фундаментальные исследования. – 2018. – № 2. – С. 83-89.
4. Кормягина Н. Н. Smart-туризм как часть Smart-концепции // Маркетинг и логистика. – 2017. – №6 (14). – с. 45-57.



БУДУЩАЯ РОЛЬ СМАРТ-ТУРИЗМА НА МИРОВОМ ТУРИСТИЧЕСКОМ РЫНКЕ

Уралова Матлюба Ахроровна

преподаватель кафедры Управления гостиничного бизнеса, ТГЭУ

Индустрия туризма начинает постепенно восстанавливаться, однако для этого требуется применение технологий во всей отрасли. Чтобы сохранить конкурентоспособность, занять устойчивую позицию и возродить туризм, нужно максимально использовать технологии. Например, такие, как искусственный интеллект, дополненная реальность, различные мобильные приложения.

Smart-туризм («Умный» туризм) – это модель объединенного развития туристической индустрии и инновационной технологии S&R, что является не только будущей тенденцией развития туристической индустрии, но и ключом к трансформации и модернизации современной сферы обслуживания. Новый этап мировой технологической революции, одной из движущих сил которой выступает Интернет, изменяет ход мирового экономического развития, человеческую жизнь и производство, что ведёт к новым изменениям в развитии мировой туристической индустрии. Глубокая интеграция процесса развития туристической индустрии с Интернетом становится все более распространенной тенденцией современности.

Smart-туризм определяется как туризм, в котором постоянное и систематическое использование Smart-элементов приводит к созданию дополнительной ценности путешествия для туриста. В предложенном определении Smart-туризма сделан акцент на приобретение дополнительной ценности туристической услуги для потребителя за счет использования Smart-технологий

Направление Smart-туризма объединяет в себе планирование туризма на территории, применение принципов устойчивости к цепочке начисления стоимости, внедрение технологий в туристические впечатления и предоставление услуг, эффективное управление ресурсами и способность реагировать на потребности и особенности поведения туристов.

По технологиям:

- Интернет-технологии
- Социальные сети
- Мобильная связь
- GDS — глобальные системы
- Программное обеспечение инфраструктуры туризма
- Интернет-маркетинг

Управление / Smart-management:

- Smart-элементы анализа деятельности организации / сферы
- Smart-элементы планирования туристической деятельности
- Smart-элементы работы с персоналом
- Smart-элементы организации процессов
- Smart-элементы контроля и обратной связи

По отраслям:

- Smart-элементы гостиничного бизнеса
- Smart-элементы общественного питания
- Smart-элементы транспортно-логистические и т.д.¹
- Smart-туристская компания / фирма — организация, работающая в сфере туризма, в которой использование в бизнесе Smart-элементов приводит к принципиально новому качеству процессов, повышающему эффективность коммерческой деятельности и конкурентоспособность фирмы.

¹ <https://tourquality.uz/press-center/news/smart-turizm-umnyy-turizm/>



- Smart турист — потребитель туристской услуги, постоянно использующий Smart-элементы для достижения нового качества процессов в туризме с целью наиболее полного удовлетворения своих туристских потребностей.
- Smart процесс (в туризме) — процесс предоставления туристской услуги, который дает возможность эффективного удовлетворения потребностей Smart-туриста.

Тенденцию “Смарт-туризм” (Smart tourism) можно определить как тандем человеческого опыта с умными технологиями. Смарт-туризм тесно связан с развитием “Умных городов” (Smart cities). Он идет рука об руку с совершенствованием таких технологий, как искусственный интеллект, большие данные или 5G.



Цель “умного туризма” – повысить эффективность использования ресурсов, максимизировать конкурентоспособность и повысить устойчивость за счет использования инноваций.

Умные города и туризм

Тренд “умных городов” в мире оказывает влияние на многие отрасли, и одна из них – туризм, который все больше переходит к модели “умного” направления. Эти города имеют главной целью улучшение качества жизни своих жителей, а также создание более устойчивых мест. Поэтому Смарт-туризм также следует этим идеям, предлагая более богатый и экологически чистый опыт.

Туризм – важная стратегическая экономическая деятельность во многих странах. Благодаря этому появляются новые способ путешествовать по городам. Вот, например, некоторые ключевые моменты для укрепления умного туризма в умном городе:

Современная инфраструктура способствует устойчивому развитию и справедливой доступности.

- Доступ к бесплатному Wi-Fi на улице и в общественных местах.
- Электромобили как альтернатива традиционному транспорту.
- Продвижение более устойчивого эко-туризма.
- Информация в режиме реального времени, такая как транспортный поток или происшествия в общественном транспорте.
- Культурные и интерактивные мероприятия.
- Искусственный интеллект (ИИ) и туризм

Искусственный интеллект имеет множество применений в туристическом секторе. Это актуально как с точки зрения потребителя, так и с точки зрения бизнеса. В случае с потребителем искусственный интеллект помогает быстрее находить наиболее актуальную и интересующую информацию, дает большую мобильность, улучшает процесс принятия решений и обеспечивает им лучший туристический опыт.



Для предпринимателей ИИ помогает управлять бизнес-ресурсами, особенно в области продвижения и производительности. К наиболее распространенным примерам относятся:

- Рекомендательные системы и методы персонализации
- Разговорные системы (чат-боты и голосовые помощники)
- Инструменты прогнозирования
- Переводческие приложения: одной из основ туризма является контакт с различными культурами и языками.

Смарт-туризм и сеть 5G

Благодаря развитию сетей 5G появятся новые приложения, основанные на более быстрой связи между устройствами.

Изменения в этом секторе будут направлены на большую персонализацию услуг, лучший доступ к информации и контенту, качественные развлечения и оптимизацию операций.

Это также фундаментальная технология для правильного функционирования других технологий, таких как дополненная реальность. Многие музеи уже включили в свою программу опыты с планшетами или очками, которые геймифицируют традиционный опыт или живые экскурсии.

Смарт-туризм в мире: примеры

Сегодня в мире появляется все больше примеров направлений умного туризма, которые мы можем найти в любой точке мира.

Некоторые из наиболее ярких примеров умного туризма:

- Эль Йерро, в Испании, стал первым в мире “умным” островом, который достиг энергетической самодостаточности. Также он снизил уровень загрязнения окружающей среды благодаря выработке электроэнергии из мусора или замене кирпича вулканическим камнем в строительстве.
- Шведский город Гетеборг принял меры по обеспечению благополучия будущих поколений. Он опубликовал смарт-карту, которая поощряет участие граждан в обмене, совместном использовании или аренде в городе. С другой стороны, 60% централи-



зованного теплоснабжения города основано на переработанном тепле, что делает его одной из самых экологичных европейских столиц.

- Малага – испанский город, который наиболее выделяется в плане доступности. Здесь установлено светодиодное уличное освещение и проложены многочисленные километры велосипедных дорожек, также несколько станций проката. Еще здесь установлены интеллектуальные системы орошения в парках и садах для экономии воды. Реализован план по снижению загрязнения воздуха, контролю уровня пыли и уменьшению шума.
- Любляна, столица Словении, уделяет особое внимание устойчивому развитию, и 20% ее территории составляют охраняемые природные зоны. При этом особое внимание уделяется преобразованию деградировавших участков в общественные пространства. Она также поощряет покупку местных продуктов в гостиницах и ресторанах. Здесь был создан туристический веб-сайт с разнообразным содержанием и приложениями, ориентированными на ответственный туризм.

- В Хельсинки, столице Финляндии, была разработана интеллектуальная система общественного транспорта, получившая высокую оценку. В настоящее время рассматривается возможность создания системы “Uber boat” и проводятся испытания автобусов без водителя.

Город также уделяет особое внимание электротранспорту и стремится стать углеродно-нейтральным к 2035 году.

- Копенгаген, столица Дании, добился больших успехов в цифровизации. Он запустил сервис для посетителей, где туристы могут увидеть все, что можно увидеть в городе. Это возможно при помощи движущихся рекламных щитов, робототехники или виртуальной реальности.
- Сингапур – еще один пример цифровизации, поскольку он внедрил решения, способствующие развитию инновационных сообществ. Там у туристов есть приложения, которые информируют их об уровне преступности в каждом конкретном районе. Также получают уведомления о пропавших людях и чрезвычайных учреждениях или информации, основанную на их геопозиционировании.

Сегодня Смарт-туризм играет важную роль в развитии умных городов. Это связано с тем, что его инициативы по привлечению туристов могут привести к увеличению количества людей и транспортных средств. Это влияет на трафик, его пробки или трудности с поиском парковки. Так, туризм и города должны работать слаженно, чтобы решить эти проблемы и обеспечить лучший опыт.²

Как блокчейн меняет туристическую индустрию

Что такое блокчейн в общем случае?

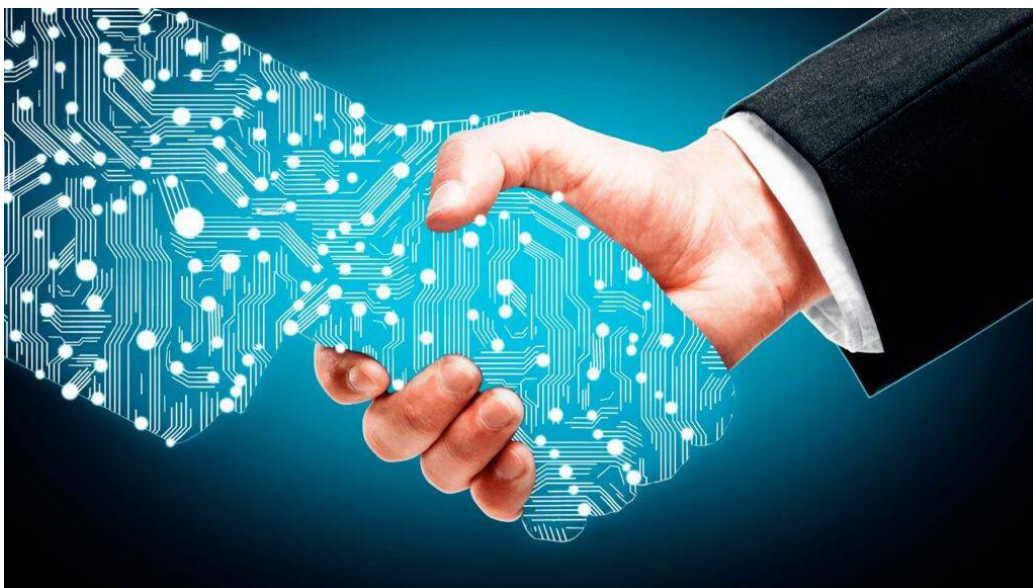
Блокчейн берет свое происхождение от английского слова blockchain, что дословно переводится как «цепочка блоков». Понятие блокчейн в общем виде представляет собой технологию шифрования и хранения данных (реестра), которые распределены по множеству компьютеров, объединенных в общую сеть.

Если говорить проще, то это своего рода база данных. База данных, которая устроена таким образом, что каждая последующая запись включает все предыдущие. Эта технология не совсем удобна с точки зрения того, что исключает возможность внесения изменений в ранее сделанные записи. По большому счету – это то, где что-либо фиксируется и остается навсегда неизменным.

² <https://tourismteacher.com/smart-tourism/>

Блокчейн в туризме

Обеспечение доверия между контрагентами (участниками сделки) – вот основная миссия блокчейна в туризме. Проблема доверия особенно актуальна в современном быстроразвивающемся мире. Для туризма любой страны такая гарантия явно не будет лишней.



Примером работы блокчейна может выступить следующее. Это гарантия туристу номер с видом на море, если это зафиксировано в смарт-контракте с отелем. Также это защищает отель от необоснованных требований гостей. При любых отклонениях от условий контракта, робот автоматически может наказать нарушителя, а «пострадавшему» компенсировать его ущерб.

Сокращение расстояния между производителем и потребителем продукта – еще одна важная задача для туризма. Блокчейн-платформы предоставляют возможность выхода на глобальный рынок всем производителям, включая локальных.

В этом случае блокчейн работает как сервис, допуская к сделкам с потребителем лишь тех поставщиков, которые зарегистрировали аккаунт, создали профиль и приобрели активы этой платформы.

Сокращение издержек, пожалуй, одна из основных задач любой фирмы. И здесь преуспел блокчейн.

Снижение цены турпродукта и возможность сокращения издержек – следующий важный плюс блокчейна.

Все действующие крупные сервисы работают за процент, т. е. взимают комиссию с поставщика или потребителя (или с обоих). Туристическая смарт-платформа блокчейна позволяет не взимать эту комиссию, т.к. ее бизнес базируется на другом принципе.

Практическое применение блокчейна в туриндустрии

Платформа «умного туризма» пока еще не реализована полноценно. То, что уже сделано и применяется на практике, – это лишь фрагменты.

Сейчас довольно активно используются блокчейн-системы для регистрации пассажиров и багажа на рейс в аэропортах. Также применяется для регистрации гостей и выдачи ключей в гостиницах и отелях. В этих случаях блокчейн-технологии отвечают за идентификацию и сохранность данных пользователей.

Хороший пример использования блокчейна – продажа билетов. Такое применение нашло свое место, например, на футбольных матчах. Это помогает пресечь продажу поддельных билетов на ажиотажные мероприятия. Эксперты находят выпуск билетов на мероприятия одним из перспективных направлений в развитии блокчейн-технологий для событийного туризма.



Будущее за технологиями – это уже действительно девиз современного мира!

Сфера туризма, которая никогда не славилась консерватизмом и снобизмом, также не может устоять перед новыми горизонтами, которые открывают перед нами автоматизация, цепочки и его Величество Блокчейн.³

Итак, чем полезен блокчейн для туриста? Первым делом, это экономия средств вследствие обхода посредников. Даже “лучшая” цена в Интернете — далеко не лучшая и превосходит себестоимость услуги как минимум на 50%. Нет, это не прожорливость отелей. Вся причина как раз в компаниях-посредниках.

В современном туризме присутствует иллюзия свободы выбора. Предложений действительно миллионы и найти оптимальное кажется даже проще, чем щелкнуть пальцем. На самом деле, это не так. Нет-нет, мы не собираемся пичкать вас тайнами заговора. Просто иллюминаты запретили. Оставим это специалистам.

Монополисты (точнее, олигополисты) в сфере туризма известны. Их имена — на каждом столбе и в контекстной рекламе. Они — информационные системы, туроператоры, маркетплейсы и другие посредники.

Блокчейн предлагает решение данной проблемы. Например, проект LockChain помогает устранить посредников, улучшить качество и снизить стоимость проживания. Подобным образом работают и алгоритмы Travel Chain — уникальной базы данных, которая существенно облегчит составление бюджета путешествия. А с проектом WindingTree наладил прямые контакты даже такой гигант перевозок, как Lufthansa.

При помощи блокчейн-технологий становится реальным обеспечить прозрачность выполнения услуги. В основе — использование смарт-контрактов, что значительно повышает финансовую безопасность сделок и сводит к минимуму страх потери средств.

Блокчейн — не просто очередная раскрученная технология. Уже сегодня мы собираем питательные плоды его работы. Даже гиганты туристической отрасли преклоняют колено и жмут “F” новой технологии. Onlife также строится на основе блокчейн, чтобы стать лучшим другом каждого туриста. С помощью нашего детища каждый сможет узнать правдивые отзывы про любое место, найти полезные знакомства и даже заработать!

Целью данной публикации является попытка раскрыть содержание, смысловое наполнение новых туристских понятий и дать им определение. Научная новизна заключается в упорядочении понятий туризма, связанных с информационно-коммуникационными технологиями.

Вместо заключения следует сказать, что в последние годы блокчейн технология привлекает все больше внимания в различных отраслях, и туризм не является исключением. Блокчейн предлагает уникальные возможности для улучшения процессов и повышения безопасности в индустрии туризма.

Одной из главных проблем в туризме является отсутствие доверия между участниками рынка, такими как туристы, турагенты и отели. Блокчейн может решить эту проблему, обеспечивая прозрачность и надежность взаимодействия. С помощью блокчейна можно создать децентрализованную систему, где все транзакции и данные будут записываться в цепочку блоков, доступную для проверки всем участникам сети. Это позволит исключить возможность манипуляций с данными и обеспечить высокий уровень доверия.

Smart-туризм, основанный на блокчейне, также может значительно улучшить опыт путешественников. С помощью смарт-контрактов можно автоматизировать процессы бронирования и оплаты, что упростит и ускорит процесс планирования поездки. Кроме того, блокчейн позволяет создавать персонализированные предложения для каждого туриста на основе его предпочтений и истории путешествий.

Будущая роль Smart-туризма на мировом туристическом рынке будет огромной. Smart-туризм позволит создать более удобные и безопасные условия для путешествий, а также повысить эффективность работы всей отрасли. Благодаря использованию блокчейна, туристические компании смогут снизить издержки и повысить качество обслуживания, что привлечет больше клиентов и укрепит конкурентоспособность на рынке.

3 <https://onlife.app>



В целом, блокчейн в туризме и развитие Смарт-туризма имеют огромный потенциал для преобразования индустрии. Они помогут создать более привлекательные условия для путешествий, улучшить безопасность и повысить эффективность работы всей отрасли. С развитием технологий блокчейна и Смарт-туризма, мировой туристический рынок может стать более инновационным и устойчивым.

Список использованной литературы

1. Кормягина Н.Н. Анализ и моделирование потребительского и коммуникативного поведения молодежи в сфере туризма // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ» Том 7, №1 (2015).
2. Тихомирова, Н. В. Глобальная стратегия развития Smart-общества. МЭСИ на пути к Smart-университету [Электронный ресурс] /
3. Н.В.Тихомирова//smartnesi.blogspot.com//smartsmart.html. 22.11.2017.
4. <https://tourismteacher.com/smart-tourism/>
5. Ulrike Gretzel & Marianna Sigala & Zheng Xiang & Chulmo Koo. Smart tourism: foundations and developments Electron Markets (2015) 25:179–188 DOI 10.1007/s12525-015-0196-8
6. <https://tourquality.uz/press-center/news/smart-turizm-umnyy-turizm/>
7. <https://onlife.app>



ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ SMART-ТУРИЗМА В УЗБЕКИСТАНЕ

Очилова Хилола Фармоновна
доцент кафедры «Туризм»

Раимова Севара Ойбековна
магистр 2 курса ТГЭУ

Аннотация: В условиях цифровизации экономики туристическая отрасль развивается быстрыми темпами и не стоит на месте. За последние два года было запущено несколько приложений и интерактивных услуг, которые способствуют развитию Smart-туризма в республике. Всем нам известно, что развитие Smart-туризма и совершенствование информационно-инновационных услуг в сфере туризма, улучшает качество оказываемых услуг и повышается информированность туристов о туристическом потенциале Республики Узбекистан. Цифровые продукты туристических объектов создают удобства для туристов в перемещении и посещении достопримечательностей.

Ключевые слова: Smart-туризм, Узбекистан, мобильные приложения, туриндустрия, турист.

Annotatsiya: Iqtisodiyotni raqamlashtirish sharoitida turizm sohasi jadal rivojlanmoqda va bir joyda turmayapti. Oxirgi ikki yil davomida respublikada Smart-turizmni rivojlantirishga xizmat qiluvchi bir qancha ilovalar va interaktiv xizmatlar ishga tushirildi. Barchamizga ma'lumki, Smart-turizmni rivojlantirish va turizm sohasida axborot-innovatsion xizmatlarni takomillashtirish ko'rsatilayotgan xizmatlar sifatini oshirib, sayyohlarning O'zbekiston Respublikasining turizm salohiyati haqida xabardorligini oshiradi. Turistik saytlarning raqamli mahsulotlari sayyohlarga diqqatga sazovor joylarni ko'chirish va tashrif buyurishda qulaylik yaratadi.

Kalit so'zlar: Smart-turizm, O'zbekiston, mobil ilovalar, turizm sanoati, turist.

Abstract: In the context of digitalization of the economy, the tourism industry is developing rapidly and does not stand still. Over the past two years, several applications and interactive services have been launched that contribute to the development of Smart tourism in the republic. We all know that the development of Smart tourism and the improvement of information and innovative services in the field of tourism improves the quality of services provided and increases the awareness of tourists about the tourism potential of the Republic of Uzbekistan. Digital products of tourist sites create convenience for tourists in moving and visiting attractions.

Key words: Smart tourism, Uzbekistan, mobile applications, tourism industry, tourist.

ВВЕДЕНИЕ

Туристическую сферу ждёт цифровизация и уход от личных контактов, то есть будут востребованы услуги по электронной продаже туров через программные продукты, мобильные приложения, онлайн-консультации, цифровые экскурсии. Кроме того, в ближайшее время ускоренными темпами будет развиваться цифровой туризм и его инфраструктура для самостоятельных путешествий. Мобильные приложения, электронные платформы туристических объектов создают удобства для туристов в перемещении и посещении достопримечательностей.

В сфере экономики цифровой туризм быстро развивается как инновационное направление. Узбекистан также придает большое значение развитию туризма, в том числе цифрового туризма. Сейчас необходимо определить, на какие туристические услуги в Узбекистане необходимо обращать внимание в ближайшие месяцы и годы для восстановления турпотока, увеличения затрат и продолжительности пребывания туристов, а также увеличения количества повторных визитов. В целях реализации постановления Президента Республики Узбекистан «О мерах по ускоренному развитию электронной коммерции» № 3724 от 14 мая 2018 г. в сегменте услуг HoReCa Комитетом по туризму Республики Узбекистан совместно с Министерством информационных технологий была разработана международная информационная система Silkroad.uz. Данная платформа позволяет туристам самостоятельно и быстро бро-



нировать, ускоряет процесс заселения, делает оплату услуг быстрой и комфортной как для гостей, так и для сотрудников туристских предприятий. Кроме того, Комитет по туризму поддерживает предпринимателей, внедряя подобные цифровые продукты и облегчая процесс управления субъектам туристического бизнеса.

АНАЛИЗ ЛИТЕРАТУРЫ

Smart технологии занимают особое место в условиях цифровой экономики для туристической отрасли. Рынок Smart технологий помогает решать задачи оперативно и быстро, кроме того сейчас это одно из самых перспективных направлений развития, в особенности, сферы услуг. Примечательно, что если расширение практики применения традиционных информационных технологий происходит как правило, от корпоративного сектора к потребительскому, то распространение Smart технологий в виде мобильных приложений и платформ, происходит в обратном направлении. Как отмечает А. Колесов, растущая значимость мобильности информационного процесса все больше становится ключевым трендом развития технологий в целом (Колесов, 2015). Что же касается применения мобильных технологий в оказании туристических услуг, по мнению В. Гладина то на сегодня, лишь немногие предприятия их применяют в своей деятельности (Гладин, 2017). На наш взгляд, руководству данных предприятий не всегда очевидны конкурентные преимущества, экономические выгоды при вполне конкретных и значительных затратах на закупку технологических устройств и лицензирование программного обеспечения к ним.

МЕТОДОЛОГИЯ

В статье используется метод сравнения данных, с учетом временного периода, которые протекали раньше и ожидаются в ближайшие годы в актуальности развития Smart-туризма в республике. Также были сделаны выводы о необходимости внедрения цифровых продуктов, мобильных приложений и электронных платформ в практику обслуживания туристов и в деятельности туристских предприятий и гостиниц. Кроме того, разработаны мобильные приложения позволяющие туристам самостоятельно бронировать туруслуги, а также которые должны учитывать влияние научно-технического прогресса, степень компьютеризации населения.

РЕЗУЛЬТАТЫ

Для развития Smart-туризма в Узбекистане целесообразно применять различные мобильные приложения, электронные платформы и другие Smart технологии. Подобные цифровые продукты применяются сегодня в продаже авиабилетов, бронировании такси и туров, а также в бронировании гостиничных номеров. К примеру в гостиничном бизнесе главное преимущество применения подобных цифровых продуктов – это достоверное отображение количества номеров в гостиницах и информирование о бронировании номера в режиме реального времени. Цифровые продукты позволяют вести автоматический учет уплаты госпошлин, упрощают подачу отчетов, снижают уровень возникновения ошибок из-за человеческого фактора. Нами был подан проект разработки мобильного приложения Digital tourism, это приложение которое позволяет интегрировать на любые материальные носители элементы дополненной реальности. При наведении смартфона на QR код на экране смартфона появляется изображение реального объекта, дополненное различными эффектами.

Самым первым мобильным приложением предложенным туристам в республике был Uzbekistan Pass, включающий в себя различные туристические сервисы. Uzbekistan Pass предоставлял широкий спектр туристических услуг по Узбекистану, но данное приложение не обновляется, соответственно нет возможности включать новые туристические объекты и достопримечательности. Предложенное нами мобильное приложение Digital tourism может стать платформой для развития Smart-туризма в стране. Digital tourism интегрирован с уже существующими сервисами и приложениями, что делает сервис удобным и оперативным для путешественников в любой точке страны.



В мобильном приложении будет информация об исторических местах, музеях и выставках, зонах отдыха, гостиницах, парках и других объектах Узбекистана, а также будет создана интерактивная база данных этих объектов. В результате разработки мобильного приложения объектов туризма Узбекистана, можно привлечь иностранных и отечественных туристов, всё это приведёт к развитию Smart-туризма, познавательного туризма, экотуризма, повышению качества туристических услуг, созданию новых экономических возможностей, которое в свою очередь приведёт к увеличению доходов местных бюджетов до 20%. На основе базы данных исторических мест, музеев и выставок, зон отдыха, отелей, парков и других объектов страны будет разработано мобильное приложение туристических объектов для местных и иностранных туристов. Для туристов, посещающих Узбекистан, также будет создан интеллектуальный программный продукт, который поможет туристу самому создать интеллектуальный тур, исходя из времени пребывания его в стране и своего бюджета. На основе оценки важности туристических объектов и количества посещений отечественными и иностранными туристами этих объектов, планируется добиться развития туристического бизнеса республики за счет оценки туристско-рекреационных ресурсов и увеличить доходы бюджета от отрасли туризма на 20%.

В данном мобильном приложении будут всесторонне комплексно изучены туристические объекты Узбекистана с древних времен до наших дней. В сборе данных для мобильного приложения будут использоваться археологические, этнографические, нумизматические, топонимические, лингвистические, пиктографические, а также письменные источники, путевые заметки иностранных туристов, выводы экспедиций ученых, архивные источники, статистические материалы, материалы СМИ и научные исследования. Кроме того, эта информация будет размещена на сайте каталога на английском, русском и узбекском языках, будет разработано мобильное приложение объектов туризма, которое будет распространено среди иностранных и отечественных туристов. Также в рамках проекта, будет разработана система мониторинга пользователей электронного каталога, которая будет оценивать посещение различных туристических объектов Республики Узбекистан, на основе которой будет разработана система рейтингов. Электронный каталог, который планируется разработать, будет интегрирован с другими системами, в частности, такими как бронирование гостиниц, вызов такси, экстренный вызов. Это, в свою очередь, облегчит посещение туристами и местными жителями туристических объектов, приведет к развитию внутреннего туризма в регионах и повышению занятости населения.

Мобильное приложение Digital tourism можно скачать в Play Market или Appstore. Пользователи Digital tourism могут определять локацию и местоположение туробъектов без проблем посетить их. Digital tourism можно найти туробъекты, гостиницы, рестораны и торговые центры городов Узбекистана, их достопримечательности, узбекскую кухню и другую информацию. Кроме того, через приложение можно приобрести турпакет либо заказать услуги гида.

В приложении Digital tourism встроена кнопка для связи со службами экстренной помощи. В случае возникновения чрезвычайных ситуаций турист может получить помощь, нажав на эту кнопку, а владелец дисконтной карты при ее активации автоматически получит медицинскую страховку. Пользователям приложения также доступен «Мобильный навигатор». Используя эту услугу, турист автоматически получает полную информацию о заданном маршруте, времени пути, а также о ближайших заведениях. Пользователи приложения могут получить бонусы, которая позволит им иметь скидки в гостиницах, кафе, ресторанах, культурно-исторических заведениях, при покупке сувениров и при пользовании автомобильными услугами.

Мобильное приложение Digital tourism также может предложить взять машину в аренду или заказать такси. Среди услуг Digital tourism есть сервис бронирования номеров в отелях, трансфер от аэропорта и обратно, покупка ж/д и авиабилетов и многое другое.

Другим цифровым продуктом, которым также пользуются туристы является программа ClickSmile. Многие туристы предпочитают искать отели, рестораны и достопримечательности по рейтингам и отзывам в сети интернет. Приложение ClickSmile – это своего рода «пульт лояльности». Это система оценки качества обслуживания с максимальным уровнем конверсии в отзывы. Программа позволяет оценивать качество сервиса на месте в момент получения

услуги. Важно понимать, что другие способы получения фидбэка в виде опроса, смс-голосования или звонков не дают таких результатов. С помощью ClickSmile можно получать отзывы в режиме реального времени, к примеру, на кассе при большом потоке клиентов. Благодаря оперативной работе приложения можно отреагировать на негативный отзыв, пока клиент еще находится в заведении. В данной системе также доступны такие сервисы, как мониторинг качества работы персонала, оценка удовлетворенности покупателей, автоматическое управление инцидентами, централизованное управление рекламным контентом, обучение и аттестация персонала, оптимизация управления ресурсами и система аудиогиды в автобусах.

Для продвинутых путешественников, привыкших получать информацию одним кликом, также создано инновационное решение. Проект Verum-QR – это информационная база всех туристических объектов и экспонатов в текстовом и аудиоформатах. Информация о них доступна на 12 языках с применением технологии QR-кода. Это приложение функционирует в Самарканде, Бухаре и Хиве. В будущем планируется повсеместное внедрение системы во всех туристических зонах, объектах культурного наследия, в аэропортах и ж/д вокзалах, а также гостиницах.

Далее мы приведём методику обоснования выбора и реализации мобильных приложений на примере курортных зон, с расчетом эффективности или финансового результата.

Концепция мобильного приложения – клиентское мобильное приложение, иначе, так называемый «личный кабинет», перестала быть редкостью для сервисов общественного питания, интернет-магазинов, банков и мобильных операторов, чего не скажешь для услуг санаторно-курортной сферы. Вместе с тем ее потенциальные возможности применения в этой сфере достаточно широкие. Например, формирование клиентом меню-заказа, листа назначений, адресации вопросов лечащему врачу, подача заявки в технический сервис, предварительная запись на экскурсии, заказ дополнительных услуг и многое другое, что необходимо для полноценного сервиса при получении санаторно-курортных услуг. Нами предлагается макет стартового экрана «Личного кабинета» отобразить следующим образом (рис. 1).

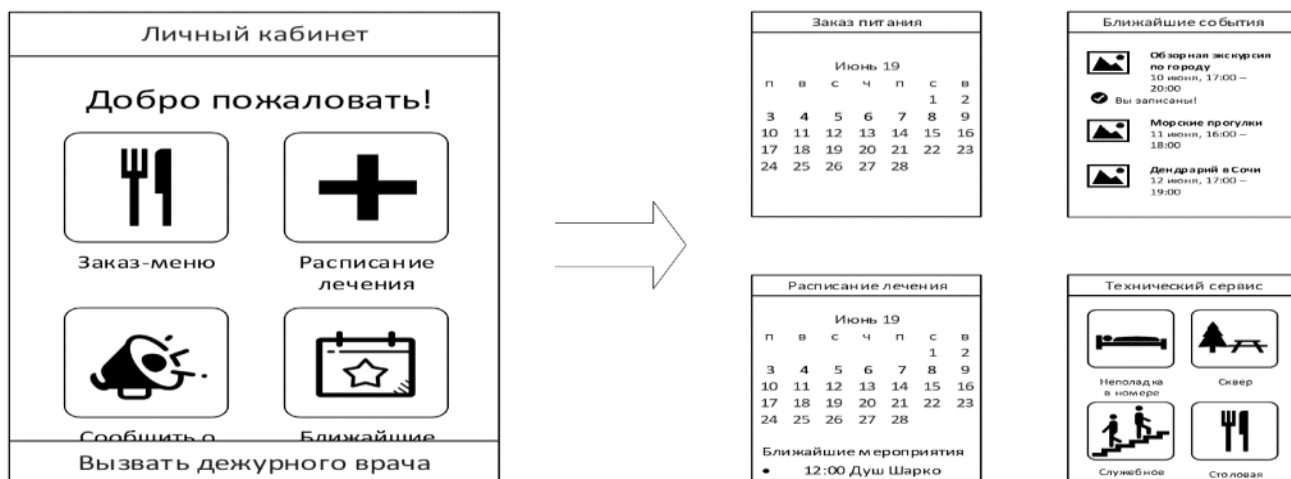


Рис. 1: Стартовый экран «Личного кабинета»

Источник: составлено авторами статьи

Говоря о преимуществах электронной формы меню-заказа, отметим, что очевидным «плюсом» в использовании мобильного приложения клиентом является отсутствие необходимости отстоявания им очереди перед стойкой ресепшена, и вообще, даже идти к ней. Оформление заказа можно сделать в любом месте санатория, где желает сам клиент, непосредственно не отвлекаясь от отдыха, оздоровления, лечения, развлечений. К основным преимуществам другого элемента мобильного приложения – электронного расписания лечения, следует отнести push-уведомления о предстоящих процедурах и изменениях в расписании,



а также экономию канцелярских товаров. Также в мобильном приложении можно оформить предварительную запись на экскурсии или другие мероприятия. Пользователям мобильного приложения в данном случае нужно будет только заполнить простую форму записи на своём мобильном телефоне. Как и в случае с лечебными процедурами, система push-уведомлений может быть задействована и для ближайших развлекательных мероприятий.

Вышеперечисленное, в большей мере касается удобства основного сервиса для клиента, но следует рассматривать возможности и в плане более удобного приобретения дополнительных услуг (в т. ч. медицинских), что уже напрямую может повлиять положительным образом на финансовый результат (прибыль) санатория. При традиционной технологической схеме лечебного сервиса клиент (пациент) может заказать дополнительные услуги либо на приёме у врача, либо уже после приёма (в регистратуре). В первом случае пациент может ещё не быть уверенным в том, хочет ли он в действительности воспользоваться той или иной медицинской услугой, а во втором – просто не захотеть отправляться в регистратуру, как правило, единственное место обслуживания (что особенно актуально, когда санаторий представляет собой кластер из нескольких корпусов) и отстаивать очередь. Повысить вероятность продажи медицинских услуг, а также разгрузить отдел регистратуры и врача-терапевта, помогут мобильные приложения, а для стимулирования клиентов в их использовании, можно предложить дополнительные скидки, бонусами.

В отношении возможных вариантов способов оплаты обратимся к практике некоторых, инновационных в технологии сервиса, санаториев, которые успешно используют систему депозитов и карт клиента. Ввиду относительно низкой стоимости NFC-считывателей в сравнении с кассовыми аппаратами, их можно установить практически в любом кабинете, где могут оказываться услуги. Клиенту не обязательно, по каждой услуге, каждый раз обращаться в кассу, а можно оплачивать услуги депозитной картой на протяжении всего пребывания, а по выезду погасить задолженность (постоплатный депозит) либо вернуть остаток (предоплатный). Эта идея получает развитие в виде раздела оплаты в мобильном приложении – оплату можно реализовать как через использование депозитного счёта, так и онлайн-оплатой. Таким образом, санатории, которые ещё не перешли к депозиту и не закупили считыватели, могут сразу перейти к этой схеме через мобильное приложение.

Что касается определения стоимости разработки и выбора вариантов реализации, то укрупнено, можно выделить две возможности:

- 1) нативная разработка под каждую платформу (iOS и Android);
- 2) разработка универсального приложения, которое будет вести себя одинаково на обеих платформах.

Первый вариант позволит задействовать все возможности каждой из платформ и оставить задел на будущее, но это куда более дорогой вариант: стоимость разработки с минимальным функционалом может достигать 500 000 долларов США. под каждую платформу, и это может оттолкнуть санатории в отдалённых регионах. Второй вариант: Progressive Web Apps – приложения, которые используют стек Web-технологий (JS + HTML + CSS) и позволяют соединить простоту использования Web-сайта со специфичными для нативных приложений операционной системы UX и техническими возможностями. Возможностей для реализации вышеописанного функционала достаточно, но потенциал для развития всё же ограничен. Стоимость разработки заметно ниже: те же 500 000 долларов США, но это на одно приложение, которое будет работать практически везде. Следует немного сказать о публикации в магазинах приложений AppStore и Google Play. Например, для размещения в этих магазинах необходим аккаунт разработчика. Плата за регистрацию в Google Play единовременная и составляет \$25. Плата за работу аккаунта разработчика Apple, в отличие от Google Play, ежегодная и составляет \$99 в год. PWA могут не проходить сертификацию магазинов приложений AppStore или Google Play, а устанавливаться сразу из Web-сайта, но для расширения будущей аудитории стоит опубликовать его в данных магазинах, поскольку AppStore и Google Play – основные источники приложений на смартфоне пользователя.



ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключение отметим, что мобильные приложения и цифровые продукты нацелены на повышение удобства размещения клиентов, их лояльность по отношению к турпредприятию. Приложение позволяет разгрузить очереди напротив стоек ресепшена, заказа питания, а клиент сосредоточиться на приятном времяпрепровождении, что особенно важно при болезнях, сопровождающимися трудностями при движении. Кроме того, удобство при заказе дополнительных услуг в сочетании с программой лояльности может склонить клиента к «щедрости» работникам санатория. Автоматизация в сочетании с мобильными технологиями – один из ключей к успешному ведению санаторно-курортного бизнеса, и эти мероприятия в любом случае игнорировать не стоит.

Таким образом, роль цифрового туризма в экономике страны, а также его влияние на уровень жизни населения бесспорна. В мобильном приложении имеется информация об исторических памятниках, музеях, святынях, курортах страны и будет создана единая интерактивная база данных. Отмечая самые значимые туристические объекты республики для местного населения будут организованы туры совместно с профсоюзами и союзами молодежи.

В мобильном приложении будет информация об исторических местах, музеях и выставках, зонах отдыха, гостиницах, парках и других объектах Узбекистана, а также будет создана интерактивная база данных этих объектов. В результате разработки мобильного приложения объектов туризма Узбекистана, можно привлечь иностранных и отечественных туристов, всё это приведёт к развитию Smart-туризма, познавательного туризма, экотуризма, повышению качества туристических услуг, созданию новых экономических возможностей, которое в свою очередь приведёт к увеличению доходов местных бюджетов до 20%. На основе базы данных исторических мест, музеев и выставок, зон отдыха, отелей, парков и других объектов страны будет разработано мобильное приложение туристических объектов для местных и иностранных туристов. Для туристов, посещающих Узбекистан, также будет создан интеллектуальный программный продукт, который поможет туристу самому создать интеллектуальный тур, исходя из времени пребывания его в стране и своего бюджета. На основе оценки важности туристических объектов и количества посещений отечественными и иностранными туристами этих объектов, планируется добиться развития туристического бизнеса республики за счет оценки туристско-рекреационных ресурсов и увеличить доходы бюджета от отрасли туризма на 20%.

В результате развития Smart-туризма в республике ожидаются следующие результаты:

1. Сбор информации о существующих исторических местах, музеях и выставках, зонах отдыха, гостиницах, парках и других объектах в Узбекистане и создание единой интерактивной базы данных;
2. Использование этой единой интерактивной базы данных при создании QR-кодов туристических объектов, внедрение системы QR-кодов на туристических объектах по всей стране;
3. Разработка мобильного приложения объектов туризма на основе единой интерактивной базы данных изученных исторических мест, музеев, зон отдыха, гостиниц, парков;
4. Разработка интеллектуальных программных продуктов для туристов, посещающих Узбекистан, исходя из времени и бюджета пребывания в стране, а также сотрудничество с областными и районными хокимиятами, местным населением и туристическими организациями;
5. Разработка системы мониторинга пользователей электронного каталога с целью оценки различных туристических направлений Республики Узбекистан и на ее основе разработка рейтинговой системы. Создание единой интерактивной базы данных с оценкой существующего потенциала экотуризма, агротуризма, гастрономического туризма и рекреационного туризма в стране. Создание программного продукта электронного каталога туристических объектов на основе этой информации;



6. Интеграция электронного каталога туристических объектов с такими системами, как бронирование гостиниц, вызов такси, экстренный вызов. Разработка мобильного приложения этого электронного каталога и возможность его загрузки в электронном виде;
7. Обеспечивать поддержку сайта и мобильного приложения на узбекском, русском, английском и китайском языках, а также предоставлять информацию на этих языках. Размещение информации на всех сайтах, перечисленных в электронном каталоге в сети интернет;
8. С помощью предложенных разработок создать интеллектуальную систему, предлагающую туры туристам, посещающим Узбекистан, исходя из их бюджета, продолжительности поездки, интересов и внедрить ее во всемирную сеть интернет. Предоставить базу данных туристических достопримечательностей в аудиозаписях на нескольких языках для устройства аудиогuida.

В перспективе планируется разработка мобильного приложения UzFinder. Приложение позволит найти ближайшие к вам туалеты и бесплатные Wi-Fi-зоны. Также UzFinder предоставит пользователям возможность оценить тот или иной туалет, выложить его фотографию, указать его стоимость или ее отсутствие и другую дополнительную информацию.

Список использованной литературы

1. 1. Колесов. А. Мобильные технологии в России: от первых гаджетов к корпоративным решениям / А. Колесов // PC Week/RE. – 2015. – №17 (894). [ЭЛЕКТРОННЫЙ РЕСУРС]. Режим доступа: <https://itweek.ru/mobile/article/detail.php?ID=178545> – Дата доступа: 30.08.2023.
2. 2. Гладилин В. А. Методология формирования и концепции инновационных процессов в экономике туризма: монография / В. А. Гладилин. – М.: РУСАЙНС, 2017. – 167 с.
3. 3. Поклонова Е. В. Мобильное приложение – инструмент развития предприятий общественного питания Е.В. Поклонова, Е.Ю. Савина // Политика, экономика и социальная сфера: проблемы взаимодействия. – 2016. – № 3. – С. 141–146.
4. 4. Очилова Х. Ф., Умирова Д. С. Гастрономический туризм: теория и практика. – 2021.



ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СМАРТ-ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН НА ОСНОВЕ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА

Рустамов Абдор Равшан угли

Студент магистратуры 1-го курса факультета Международного туризма Ташкентского государственного экономического университета

Аннотация: Данный тезис рассматривает перспективы развития Смарт-туризма в Республике Узбекистан на основе изучения опыта ведущих стран-лидеров в этой области, таких как Япония, Германия, Нидерланды, Китай и Швейцария. В данном тезисе обсуждаются использование современных цифровых технологий для улучшения туристического опыта, проблемы, возникающие в данной сфере, предоставления информации о местных достопримечательностях и событиях, а также повышения уровня сервиса. Также предлагается разработка специальных программ виртуальной реальности, мобильных приложений и интерактивных карт для привлечения большего числа туристов и обеспечения им комфортного пребывания. В целом, в тезисе предлагается изучить опыт развитых стран в области «умного» туризма, чтобы Узбекистан стал конкурентоспособным игроком на мировом туристическом рынке.

Ключевые слова: Смарт-туризм, зарубежный опыт, Республика Узбекистан, внедрение современных цифровых технологий, поэтапное решение проблем, развитие Смарт-туризма, зарубежный опыт, страны-лидеры.

Annotatsiya: Ushbu dissertatsiya ishida Yaponiya, Germaniya, Niderlandiya, Xitoy, Shveytsariya kabi yetakchi mamlakatlar tajribasini o'rganish asosida O'zbekiston Respublikasida Smart-turizmni rivojlantirish istiqbollari ko'rib chiqiladi. Mazkur bitiruv malakaviy ishida sayyohlik tajribasini yaxshilashda zamonaviy raqamli texnologiyalardan foydalanish, bu borada yuzaga kelayotgan muammolar, joylardagi diqqatga sazovor joylar va tadbirlar haqida ma'lumot berish, xizmat ko'rsatish darajasini oshirish masalalari muhokama qilinadi. Shuningdek, sayyohlarni ko'proq jalb qilish va ularning qulay yashashini ta'minlash uchun maxsus virtual reallik dasturlari, mobil ilovalar va interaktiv xaritalar ishlab chiqish taklif etilmoqda. Umuman olganda, dissertatsiyada O'zbekistonning jahon turizm bozorida raqobatbardosh o'yinchiga aylanishi uchun rivojlangan mamlakatlarning "aqlli" turizm sohasidagi tajribasini o'rganish taklif etiladi.

Kalit so'zlar: Smart-turizm, xorijiy tajriba, O'zbekiston Respublikasi, zamonaviy raqamli texnologiyalarni joriy etish, muammolarni bosqichma-bosqich hal qilish, Smart-turizmni rivojlantirish, xorijiy tajriba, yetakchi davlatlar.

Abstract: This thesis examines the prospects for the development of Smart tourism in the Republic of Uzbekistan based on studying the experience of leading countries in this area, such as Japan, Germany, the Netherlands, China and Switzerland. This thesis discusses the use of modern digital technologies to improve the tourist experience, the problems arising in this area, providing information about local attractions and events, and improving the level of service. It is also proposed to develop special virtual reality programs, mobile applications and interactive maps to attract more tourists and provide them with a comfortable stay. In general, the thesis proposes to study the experience of developed countries in the field of "smart" tourism, so that Uzbekistan becomes a competitive player in the global tourism market.

Key words: Smart tourism, foreign experience, the Republic of Uzbekistan, introduction of modern digital technologies, step-by-step problem solving, development of Smart tourism, foreign experience, leading countries.



В последние годы туризм в Узбекистане стал одной из наиболее динамично развивающихся отраслей экономики. Страна привлекает туристов со всего мира своими богатыми культурными и историческими достопримечательностями, уникальной архитектурой, разнообразными традициями и гостеприимством местных жителей. Однако, чтобы увеличить привлекательность Узбекистана как туристического направления, необходимо внедрить инновационные технологии и концепции, такие как Смарт-туризм.

Смарт-туризм, или же интеллектуальный туризм, может стать ключевым фактором развития туристической отрасли Узбекистана. Внедрение современных цифровых технологий позволит улучшить качество туристического продукта, обеспечить удобство и комфорт для посетителей, а также повысить конкурентоспособность страны на мировом рынке туризма.

Одной из основных задач Смарт-туризма является предоставление туристам информации о местных достопримечательностях, событиях, ресторанах, отелях и других объектах инфраструктуры. Для этого можно использовать мобильные приложения, интерактивные карты, аудио- и видео гиды, а также другие цифровые решения. Это позволит туристам легко ориентироваться в новом месте, выбирать наиболее интересные для них объекты и получать актуальную информацию о них.

Кроме того, Смарт-туризм предполагает создание персонализированных туристических предложений на основе данных о предпочтениях и поведении посетителей. Благодаря использованию big data и искусственного интеллекта компании смогут предлагать индивидуальные маршруты, экскурсии, развлекательные программы и другие услуги, соответствующие потребностям каждого конкретного туриста.

Еще одним важным аспектом Смарт-туризма является оптимизация процессов бронирования и оплаты услуг. С помощью цифровых технологий можно создать удобные онлайн-сервисы для бронирования отелей, билетов на мероприятия, ресторанов и транспорта. Это существенно упростит процесс планирования поездки для туристов и повысит эффективность работы туристических компаний.

Кроме того, Смарт-туризм способствует повышению безопасности и комфорта туристов. Благодаря использованию интернет сервисов и других технологий возможно контролировать обстановку на туристических объектах, обеспечивать быстрый доступ к экстренной помощи и предотвращать возможные происшествия.

Для успешной реализации концепции Смарт-туризма в Узбекистане необходимо провести ряд мероприятий. В первую очередь, это обучение специалистов в сфере туризма использованию цифровых технологий и разработке инновационных продуктов. Также необходимо создать благоприятную инфраструктуру для развития Смарт-туризма, включая высокоскоростной интернет, мобильные платежные системы и другие цифровые инструменты.

Однако, в каждой сфере деятельности существуют определённые недостатки. Данный вид туризма не является исключением. Проблемы, возникающие в сфере Смарт-туризма в Узбекистане, могут быть различными и требуют комплексного подхода для их решения. Одной из основных проблем является недостаток инфраструктуры для внедрения современных цифровых технологий в туристическую отрасль. Для решения этой проблемы необходимо провести модернизацию туристической инфраструктуры, включая создание беспроводных сетей, установку интерактивных информационных стендов и развитие мобильной связи.

Другой проблемой является недостаток квалифицированных специалистов в области информационных технологий и цифрового маркетинга. Для решения этой проблемы необходимо проводить специальные образовательные программы и курсы для специалистов туристической отрасли, а также стимулировать молодежь к обучению в этой области.

Также одной из проблем Смарт-туризма является недостаток информации о местных достопримечательностях и услугах для туристов. Для решения этой проблемы необходимо разработать специальные мобильные приложения и интерактивные карты, которые будут содержать подробную информацию о местах, которые стоит посетить, а также предлагать возможность бронирования различных услуг.



Поэтапное решение этих проблем может быть следующим:

1. Модернизация туристической инфраструктуры, включая создание беспроводных сетей и установку интерактивных информационных стендов.
2. Проведение образовательных программ и курсов для специалистов туристической отрасли в области информационных технологий.
3. Создание централизованной базы данных о туристах и использование современных технологий big data для анализа этой информации.
4. Разработка специальных мобильных приложений и интерактивных карт с подробной информацией о местных достопримечательностях и услугах.
5. Разработка систем мониторинга и контроля для обеспечения безопасности туристов при использовании цифровых технологий.

Развитие Смарт-туризма является одним из приоритетов для Узбекистана, поскольку страна стремится привлечь больше туристов и улучшить их туристический опыт. Для достижения этих целей можно обратиться к зарубежному опыту применения технологий в этой сфере.

Япония, Германия, Нидерланды, Китай и Швейцария являются странами-лидерами в сфере смарт туризма за последние несколько лет. Эти страны активно внедряют современные технологии в туристическую отрасль, что позволяет им повышать уровень сервиса, облегчать пребывание туристов и предоставлять им удобный доступ к информации о местных достопримечательностях и событиях. Изучение опыта этих стран может быть полезным для разработки стратегии развития смарт туризма в Узбекистане.

Например, Япония активно использует роботов-гидов и виртуальную реальность для улучшения туристического опыта. Роботы-гиды могут предоставлять информацию о достопримечательностях, истории и культуре, а также помогать туристам с навигацией. Виртуальная реальность позволяет создать интерактивные экскурсии и позволяет туристам погрузиться в уникальные культурные и исторические моменты.

Германия также является одной из ведущих стран в области смарт туризма. Она активно внедряет цифровые технологии для создания персонализированных туристических программ, предоставления информации о местных достопримечательностях и событиях, а также для улучшения инфраструктуры туристического обслуживания. Германия также разрабатывает системы умного города, которые обеспечивают удобство и безопасность для туристов.

Нидерланды известны своими инновационными подходами к смарт туризму. Страна активно использует цифровые технологии для управления потоками туристов, предоставления информации о местах отдыха и развлечений, а также для повышения уровня сервиса в гостиничном бизнесе. Нидерланды также разрабатывают программы виртуальной реальности, которые позволяют туристам погрузиться в уникальные культурные и исторические моменты.

Китай также занимает важное место в области смарт туризма. Страна активно внедряет цифровые платформы для предоставления информации о туристических объектах, бронирования гостиничных услуг и покупки билетов на различные мероприятия. Китай также активно развивает системы распознавания лиц и биометрической идентификации для обеспечения безопасности и комфорта туристов.

В Швейцарии успешно применяются цифровые технологии для сбора и анализа данных о туристах, что позволяет улучшить качество предоставляемых услуг. Анализ данных помогает понять потребности и предпочтения туристов, что в свою очередь позволяет развивать персонализированные туристические программы и услуги.

В целом, для разработки стратегии развития интеллектуального туризма (смарт-туризма) в Узбекистане целесообразно изучить опыт этих стран. Следуя успешным примерам Японии, Германии, Нидерландов, Китая и Швейцарии, Узбекистан может улучшить туристический опыт, предоставить информацию о местных достопримечательностях и событиях, повысить уровень обслуживания за счет внедрения новейших цифровых технологий. Кроме того, Узбекистан может разработать специальные программы виртуальной реальности, мобильные приложения



и интерактивные карты, чтобы привлечь больше туристов и обеспечить им приятный отдых. Таким образом, изучение и применение опыта развитых стран в области интеллектуального туризма поможет Узбекистану стать конкурентоспособным игроком на мировом туристическом рынке.

Использованная литература:

1. Абдуллаев, А. (2019). Смарт-туризм: перспективы и проблемы развития в Узбекистане. Туристический бизнес, 3(15), 25-31.
2. Рахимов, Ш. (2020). Развитие Смарт-туризма в Узбекистане: проблемы и перспективы. Международный журнал экономических наук, 4(2), 112-118.
3. Саидов, Б. (2018). Смарт-туризм как инновационное направление развития туристической отрасли в Узбекистане. Экономика и предпринимательство, 2(4), 45-51.
4. Fujimoto, T., & Kumagai, Y. (2016). Smart tourism destination: A case study of Japan. Journal of Tourism and Hospitality, 5(1), 1-9.
5. Buhalis, D., & Michopoulou, E. (2011). Information-enabled tourism destination marketing: addressing the accessibility market. Current Issues in Tourism, 14(2), 137-168.



ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЗЕЛЁНОГО СМАРТ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН

Расулова Нигора Юсуповна

Ассистент кафедры Управления гостиничным бизнесом Ташкентского государственного экономического университета

Аннотация: В статье рассматриваются вопросы зелёного смарт туризма. В частности, научно проанализированы важность совершенствования зелёного смарт туризма в Узбекистане, вопросы эффективного использования туристского потенциала регионов в формировании зелёного смарт туризма. Также представлены научные предложения и выводы по вопросам повышения зелёного смарт туризма.

Ключевые слова: Smart-туризм, модель объединенного развития туристической и инновационной технологии S&R, зелёного смарт туризма, Silkroad.uz., онлайн-аудиогид, модель Data-Driven Sustainable Smart City Framework (DDSCF)

Annotatsiya: Maqolada yashil Smart-turizm masalalari muhokama qilinadi. Xususan, O'zbekistonda yashil Smart-turizmni takomillashtirishning ahamiyati, yashil Smart-turizmni shakllantirishda hududlarning turizm salohiyatidan samarali foydalanish masalalari ilmiy tahlil qilindi. Yashil Smart-turizmni rivojlantirish bo'yicha ilmiy taklif va xulosalar ham taqdim etilgan.

Kalit so'zlar: Smart-turizm, turizm industriyasini birgalikda rivojlantirish modeli va innovatsion texnologiya S&R, yashil Smart-turizm, Silkroad.uz., onlayn audio qo'llanma, Data-Driven Sustainable Smart City Framework (DDSCF) modeli.

Abstract: The article discusses the issues of green Smart tourism. In particular, the importance of improving green Smart tourism in Uzbekistan, the issues of effective use of the tourism potential of the regions in the formation of green Smart tourism, were scientifically analyzed. Scientific proposals and conclusions on enhancing green Smart tourism are also presented.

Key words: Smart tourism, model of integrated development of the tourism industry and innovative technology S&R, green Smart tourism, Silkroad.uz., online audio guide, Data-Driven Sustainable Smart City Framework (DDSCF) model.

ВВЕДЕНИЕ

Современные тенденции развития в туристической индустрии особое внимание уделяется к развитию зеленого туризма. Города и небольшие муниципалитеты охватывают движение «умных городов» – растущую практику подключения традиционной инфраструктуры к «умным» технологиям для повышения общественной безопасности, качества жизни и управления окружающей средой. Технологии «умного города» были приняты во всем мире, и туристические направления начали понимать, как эти технологии могут способствовать устойчивости, доступности, бизнес-инновациям, брендингу и маркетингу направлений, а также сохранению культурного наследия.

По данным Всемирного совета по туризму и путешествиям, до пандемии коронавируса около 10 процентов мирового валового продукта и 7 процентов мирового экспорта приходилось на туристический сектор. В прошлом году в мире почти один миллиард туристов совершили путешествия за рубеж, что составляет около 70 процентов допандемийного показателя.¹

Smart-туризм («Умный» туризм) – это модель объединенного развития туристической и инновационной технологии S&R, что является не только будущей тенденцией развития туристической индустрии, но и ключом к трансформации и модернизации современной сферы обслуживания.

¹ Президент Республики Узбекистан Шавкат Мирзиёев. Выступление на 25-й сессии Генеральной Ассамблеи Всемирной туристской организации. Народное слово, №219 (8520)17.10.2023г.



Новый этап мировой технологической революции, одной из движущих сил которой выступает Интернет, изменяет ход мирового экономического развития, человеческую жизнь и производство, что ведёт к новым изменениям в развитии мировой туристической индустрии. Глубокая интеграция процесса развития туристической индустрии с Интернетом становится все более распространенной тенденцией современности.²

Зеленый туризм – это форма туризма, которая призвана минимизировать негативное воздействие на окружающую среду и способствовать сохранению природы и культурного наследия.

Зеленый туризм предлагает множество преимуществ, как для туристов, так и для окружающей среды. Он позволяет наслаждаться красотой природы, здоровым и экологически чистым воздухом, а также позволяет узнать больше о местной культуре и традициях. Зеленый туризм также способствует сохранению природных ресурсов и биоразнообразия, а также помогает местным сообществам развиваться экономически и социально.

Зеленый туризм – это форма туризма, которая призвана минимизировать негативное воздействие на окружающую среду и способствовать сохранению природных ресурсов. Среди стран, которые наиболее развиты в области зеленого туризма, можно выделить Норвегию, Швецию, Финляндию, Коста-Рику, Новую Зеландию, Австрию и Швейцарию. Эти страны активно развивают экотуризм, предоставляя туристам возможность посетить национальные парки, заповедники, экологически чистые районы и участвовать в экологических проектах.

Сегодня развитию современных смарттехнологий в сфере зеленого смарт туризма уделяется значительное внимание, поскольку присутствует необходимость непрерывного обеспечения населения современными смарт зелеными турпродуктами.

В тоже время присутствуют определенные негативные факторы, которые препятствуют эффективному использованию потенциала зеленого смарт туризма республики. Текущее состояние секторов сельскохозяйственной отрасли Республики Узбекистан требует новых подходов в разработке и формировании государственной политики.

Актуальность темы обусловлена необходимостью обеспечения ускоренного и эффективного развития зеленого смарт туризма. На сегодняшний день первостепенным является вопрос совершенствования системы управления и внедрения действенных механизмов государственной поддержки зеленого смарт туризма.

Стратегической задачей правительства является наращивание зеленого смарт туризма. Развитие зеленого смарт туризма в республике увеличит доходы туристической индустрии, создаст новые рабочие места, обеспечит безопасность и рациональное использование природных ресурсов.

Научная значимость состоит в теоретической разработке, обосновании методических и практических рекомендаций по развитию зеленого смарт туризма. Практическая значимость работы определяется возможностью применения результатов работы, в части проведенного изучения и предложенных рекомендаций по развитию зеленого смарт туризма при осуществлении стратегического управления государством сектора зеленого туризма.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

В данной статье использованы и проанализированы материалы Государственного комитета Республики Узбекистан по развитию туризма, сделаны выводы по законодательно-нормативным актам и решениям Правительства в сфере смарт туризма.

ЛИТЕРАТУРНЫЙ ОБЗОР

Основными источниками, раскрывающими теоретические основы управления и развития отрасли смарт туризма, в частности эффективного развития зеленого смарт туризма, явились работы зарубежных учёных таких как, Миронова О.А., Соколова Е.М., Chun-Wei Lu, Jui-Chan Huang, Chen Chen, Ming-Hung Shu, Chih-Wei Hsu, B.R. Tapas Bapu, Sanaz Shafiee, Saeed

2 <https://tourquality.uz/press-center/news/smart-turizm-umnyy-turizm>.



Jahanyan, Ali Rajabzadeh Ghatari, Alireza Hasanazadeh, Kamrul Hasan Bhuiyan, Israt Jahan, Nurul Mohammd Zayed, Khan Mohammad Anwarul Islam, Sayma Suyaiya, Olena Tkachenko and Vitalii Nitsenko, Maria Plotnikova.

В данных источниках подробно рассмотрено методы и механизмы управления и интенсивного развития секторов смарт туризма, в частности эффективного развития зелёного смарт туризма.

Также был рассмотрен ряд законодательных документов, регулирующих мероприятия для ускоренного развития смарт туризма в области зелёного туризма.

В целях реализации постановления Президента Республики Узбекистан «О мерах по ускоренному развитию электронной коммерции» №3724 от 14 мая 2018 года в сегменте услуг HoReCa Государственным комитетом Республики Узбекистан по развитию туризма совместно с Министерством по развитию информационных технологий и коммуникаций была разработана международная информационная система Silkroad.uz. Она позволяет оперативно оформлять гостям бронь, ускоряет процесс заселения, делает оплату услуг быстрой и комфортной как для гостей, так и для персонала гостиницы. Госкомтуризм вносит вклад в развитие предпринимательской деятельности, осуществляя запуск в пилотном режиме единой системы бронирования.³

РЕЗУЛ ЪТАТЫ И АНАЛИЗ

Гости и жители Узбекистана смогут воспользоваться онлайн-аудиогидом по достопримечательностям Самарканда, Бухары, Хивы и Ташкента. Приложение запущено Министерством туризма и культурного наследия совместно с французской компанией Orpheo.

Первый этап запуска цифрового аудиогuida включает размещение достопримечательностей Самарканда. Они доступны на русском и английском языке. Это сделано к открытию саммита ШОС.

Приложение можно открыть через любой мобильный браузер по ссылке uztour.orpheo.app. Кроме того, можно отсканировать QR-коды, которые будут размещены на культурно-исторических объектах. При этом скачивать гид через App Store или Google Play не потребуется.

Одним из преимуществ приложения разработчики называют высокую скорость за счет загрузки кэшированных данных. Благодаря этому пользователь может сразу приступить к туру без ожидания. Приложение хранит большое количество контента. При этом его обновление происходит незаметно для посетителей.⁴

ОБСУЖДЕНИЕ

На сегодняшнее время перспективным является вопрос совершенствования системы управления и внедрения действенных механизмов государственной поддержки в смарт туризме.

Smart-туризм определяется как туризм, в котором постоянное и систематическое использование Smart-элементов приводит к созданию дополнительной ценности путешествия для туриста. В предложенном определении Smart-туризма сделан акцент на приобретение дополнительной ценности туристической услуги для потребителя за счет использования Smart-технологий.

Направление Smart-туризма объединяет в себе планирование туризма на территории, применение принципов устойчивости к цепочке начисления стоимости, внедрение технологий в туристические впечатления и предоставление услуг, эффективное управление ресурсами и способность реагировать на потребности и особенности поведения туристов.

ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ

Республике Узбекистан необходимо предпринять все необходимые меры по созданию кластерной формы турфирм ориентированных зелёному туризму всех районов, специализи-

³ <https://ictnews.uz/28/01/2019/smart-tourism/>

⁴ https://plov.press/news/turizm/smart_turizm_v_uzbekistane_poyavilos_prilozhenie_s_onlayn_audiogidom



рованных на оказании услуг зелёного туризма, и созданию в отрасли цепочки добавленной стоимости.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключение следует отметить, что вопросы внедрения смарт туризма к зелёному туризму является самой перспективной для развития индустрии туризма республики, и могла бы стать одной из первых, где в полной мере осу ществлен переход от традиционного туризма к безопасному зелёному туризму.

Стратегической задачей правительства республики является поддержка развитие смарт туризма в области зелёного туризма. Для достижения этой цели необходимо комплексное развитие кластерной системы и создание в отрасли цепочки добавленной стоимости.

Список литературы:

1. Президент Республики Узбекистан Шавкат Мирзиёев. Выступление на 25- й сессии Генеральной Ассамблеи Всемирной туристской организации. Народное слово, №219 (8520)17.10.2023 г.
2. Постановления Президента Республики Узбекистан «О мерах по ускоренному развитию электронной коммерции» №3724 от 14 мая 2018 г.
3. Агентство Статистики при Президенте Республики Узбекистан, 06.08. 2023. www.stat.uz
4. Конституция Республики Узбекистан, Глава XII, статья 68, 01.05.2023г. www.lex.uz
5. Р.Ахмедходжаев. Пути развития и современные тенденции “зелёного” туризма в Узбекистане. Educational Research in Universal Sciences ISSN: 2181-3515. VOLUME 2 | SPECIAL ISSUE 13 | 2023
6. Миронова О.А., Соколова Е.М. Роль зеленого туризма в обеспечении устойчивого развития региона (на примере ростовской области). Вестник Ростовского государственного экономического университета. 2016. №4(56). С.61-67.
7. Chun-Wei Lu, Jui-Chan Huang, Chen Chen, Ming-Hung Shu, Chih-Wei Hsu, B.R. Tapas Bapu. An energy-efficient Smart city for sustainable green tourism industry. Sustainable Energy Technologies and Assessments. Volume 47. October 2021, 101494.
8. Sanaz Shafiee, Saeed Jahanyan, Ali Rajabzadeh Ghatari, Alireza Hasanzadeh. Developing sustainable tourism destinations through Smart technologies: A system dynamics approach. Pages 477-498 | Received 14 Jul 2021, Accepted 11 Jan 2022, Published online: 09 Feb 2022.
9. Kamrul Hasan Bhuiyan, Israt Jahan, Nurul Mohammad Zayed, Khan Mohammad Anwarul Islam, Sayma Suyaiya, Olena Tkachenko and Vitalii Nitsenko. Smart Tourism Ecosystem: A New Dimension toward Sustainable Value Co-Creation. Sustainability 2022, 14, 15043. <https://doi.org/10.3390/su142215043>
10. Maria Plotnikova. Green tourism development in Smart communities. June 2018, Baltic Journal of Economic Studies 4(3):203-210
11. https://plov.press/news/turizm/smart_turizm_v_uzbekistane_poyavilos_prilozhenie_s_onlayn_audiogidom.
12. <https://tourquality.uz/press-center/news/smart-turizm-umnyy-turizm>.
13. <https://ictnews.uz/28/01/2019/smart-tourism>.



ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СМАРТ-ТУРИЗМА В УЗБЕКИСТАНЕ НА ОСНОВЕ СОВРЕМЕННЫХ ПРИНЦИПОВ

Сайфутдинов Шухратжон Султонович

PhD, доцент. Декан факультета «Туризм», Университет Альфраганус"

Рахимова Дилфуза Мирзакасимовна

Старший преподаватель кафедры Управления гостиничным бизнесом, ТГЭУ

Smart-туризм – это новое направление в туризме, которое основано на использовании передовых технологий для повышения эффективности и качества туристического обслуживания. Smart-туризм включает в себя использование таких технологий, как:

- Интернет вещей (IoT) - для сбора и обработки данных о туристах и туристической среде;
- Искусственный интеллект (AI) - для анализа данных и принятия решений;
- Географические информационные системы (ГИС) - для отображения и анализа пространственных данных;
- Блокчейн - для обеспечения безопасности и прозрачности транзакций.

Использование этих технологий позволяет:

- Обеспечить более персонализированное обслуживание туристов, основанное на их индивидуальных предпочтениях и потребностях;
- Сделать туристическую информацию более доступной и удобной, например, с помощью мобильных приложений;
- Улучшить безопасность туристов, например, с помощью систем отслеживания и оповещения;
- Снизить негативное воздействие туризма на окружающую среду.

Зарубежный опыт показывает, что Smart-туризм может быть эффективным инструментом для повышения привлекательности и конкурентоспособности туристической дестинации. Например, в Сингапуре используется система Smart Nation, которая включает в себя ряд технологий, направленных на улучшение качества жизни и туризма. Благодаря этой системе туристы могут получать информацию о достопримечательностях и услугах, бронировать билеты и транспорт, а также пользоваться другими услугами, не выходя из дома.

Принципы развития смарт туризма включают в себя использование инновационных технологий, устойчивость и экологическую ориентированность, персонализацию услуг и улучшение качества обслуживания. Для использования зарубежного опыта можно изучить передовые практики и технологии в развитых странах, адаптировать их к местным условиям и применять в своем регионе.

Смарт туризм – это концепция, основанная на использовании инновационных технологий для улучшения опыта путешественников и развития туристической индустрии в целом. В смарт туризме применяются различные инновационные технологии, включая:

Интернет вещей (IoT): IoT-технологии позволяют связывать различные устройства и сенсоры, чтобы создавать «умные» туристические объекты и услуги. Например, умные города могут предлагать туристам интерактивные карты, автоматическое управление освещением и системы безопасности.

Распознавание лиц и биометрия: Эти технологии используются для обеспечения безопасности и удобства путешественников. Например, автоматизированные системы распознавания лиц могут использоваться для бесконтактного прохождения паспортного контроля или оплаты услуг.



Виртуальная и дополненная реальность: VR и AR технологии могут предоставлять путешественникам уникальные визуальные и информационные впечатления. Например, виртуальные экскурсии позволяют путешественникам посещать места, которые физически недоступны или опасны.

Бесконтактные технологии: Бесконтактные технологии, такие как NFC (бесконтактная связь) и Bluetooth, позволяют

Смарт туризм представляет собой использование современных технологий и инноваций для улучшения опыта путешествий. Одним из способов персонализации услуг в Смарт-туризме является использование данных о предпочтениях и интересах туристов.

Вот несколько способов персонализации услуг в Смарт-туризме:

1. Сбор данных: Собирайте информацию о предпочтениях туристов, например, через анкеты, опросы или историю их предыдущих поездок. Эти данные помогут вам лучше понять потребности каждого туриста.

2. Анализ данных: Анализируйте собранные данные, чтобы выявить общие тенденции и предпочтения. Например, если большинство туристов предпочитают активный отдых, вы можете предложить им соответствующие маршруты и активности.

3. Персонализированные рекомендации: Используйте собранные данные, чтобы предлагать каждому туристу индивидуальные рекомендации. Например, если турист интересуется историческими достопримечательностями, вы можете рекомендовать ему посещение местных исторических музеев или памятников.

4. Использование мобильных приложений: Разработайте мобильное приложение, которое будет предлагать персонализированные рекомендации и информацию о местных достопримечательностях

Смарт-туризм является современным подходом к организации и предоставлению туристических услуг с использованием информационных технологий. Для улучшения качества обслуживания в Смарт-туризме можно применять следующие принципы:

Персонализация: Использование данных о предпочтениях и потребностях туристов позволяет предлагать индивидуальные и уникальные услуги. Например, предоставление персональных рекомендаций по местам для посещения или ресторанам.

Интерактивность: Взаимодействие с туристами через мобильные приложения, чат-боты или интерактивные терминалы позволяет оперативно отвечать на их вопросы и предоставлять информацию о достопримечательностях, маршрутах и событиях.

Оптимизация процессов: Автоматизация и цифровизация процессов позволяют сократить время ожидания и упростить процедуры бронирования, оплаты и получения услуг.

Внедрение новых технологий: Использование инновационных технологий, таких как искусственный интеллект, интернет вещей и виртуальная реальность, позволяет создавать более удобные и привлекательные условия для туристов.

Сотрудничество с партнерами: Взаимодействие с другими участниками туристической индустрии

Узбекистан обладает богатым культурным и историческим наследием, а также живописными природными ландшафтами. Эти факторы делают страну привлекательным туристическим направлением. В последние годы в Узбекистане наблюдается устойчивый рост туристического потока. В 2022 году страну посетили более 5 миллионов туристов, что на 20% больше, чем в 2021 году.

Правительство Узбекистана уделяет большое внимание развитию туризма. В 2023 году была принята Национальная стратегия развития туризма до 2028 года. Стратегия предусматривает ряд мер по повышению привлекательности Узбекистана как туристического направления, в том числе:

- Развитие инфраструктуры. В рамках стратегии планируется строительство новых гостиниц, ресторанов, туристических объектов и инфраструктуры.
- Продвижение Узбекистана на мировом туристическом рынке. Стратегия предусматривает проведение маркетинговых кампаний по продвижению Узбекистана как туристического направления.



- Развитие внутреннего туризма. Стратегия предусматривает меры по стимулированию внутреннего туризма.

Реализация этих мер позволит Узбекистану достичь следующих целей:

- Увеличить количество туристов до 10 миллионов человек к 2028 году.
- Доля туризма в ВВП страны довести до 10%.
- Создать 1 миллион новых рабочих мест в сфере туризма.

Потенциал развития туризма в Узбекистане

Узбекистан имеет большой потенциал для развития туризма. Страна обладает богатой историей и культурой, а также живописными природными ландшафтами. Кроме того, Узбекистан находится в удобном географическом положении, что делает его доступным для туристов из многих стран мира.

Перспективы развития туризма в Узбекистане

Узбекистан обладает хорошим потенциалом для развития туризма. При реализации необходимых мер страна может стать одним из ведущих туристических направлений в мире.

Для развития Smart-туризма в Узбекистане необходимо:

- Разработать и внедрить соответствующую законодательную базу, которая будет способствовать развитию технологий в сфере туризма;
- Создать инфраструктуру для использования Smart-технологий в туризме, например, сети Wi-Fi и мобильной связи;
- Обучить специалистов в области Smart-туризма;
- Продвигать Smart-туризм в качестве нового направления туристической отрасли.

Развитие Smart-туризма в Узбекистане позволит сделать туризм в нашей стране более привлекательным, доступным и безопасным.

Конкретные меры по развитию Smart-туризма в Узбекистане:

- Разработать и внедрить государственную программу развития Smart-туризма. Программа должна предусматривать меры по развитию инфраструктуры, обучению специалистов, продвижению Smart-туризма.
- Создать центр компетенций по Smart-туризму. Центр будет заниматься исследованиями и разработками в области Smart-туризма, а также оказывать поддержку предприятиям и организациям туристической отрасли.
- Привлечь инвесторов для развития Smart-туризма. Инвестиции необходимы для создания инфраструктуры и внедрения новых технологий.

Реализация этих мер позволит Узбекистану занять достойное место в мировом туристическом сообществе.

Список использованной литературы:

1. Лучшие достопримечательности Узбекистана. URL: <https://www.tripzaza.com/ru/destinations/luchshie-dostoprimechatelnosti-uzbekistana/> (дата обращения: 10.04.2019).
4. Сборник «Туризм в Узбекистане 2018» информационно-аналитического управления Государственного комитета Республики Узбекистан по развитию туризма. URL: <http://uzbektourism.uz/ru> (дата обращения: 03.04.2019)
5. Статистические данные Узбекистана. URL: <https://stat.uz/ru/433-analiticheskie-materialy-ru/4831-turizm-v-respublike-uzbekistan> (дата обращения: 15.04.2019).
6. Aliyeva M.A. Organizational and Economic Mechanism for the Development of Pilgrimage. Tourism in Uzbekistan // International Journal of Novel Research in Advanced Sciences. (IJNRAS). 2022. Vol. 01, Issue 04.
7. Rakhimova D.M. The Potential of Ecotourism in Uzbekistan // European Journal of Business Startups and Open Society. 2022. Vol. 2, No. 2. EJBSOS ISSN: 2795-9228. Доклады на дискуссионных площадках



ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ СМАРТ ТУРИЗМА В УЗБЕКИСТАНЕ

Гузал Шеровна Хонкелдиева

Доктор экономических наук, профессор Ферганский государственный университет

Туризм стал важнейшей сферой экономической деятельности как для мировой экономики в целом, так и для национальных экономик многих стран. Кроме этого, туристическая деятельность и индустрия гостеприимства являются информационно насыщенной сферой, где сбор, передача и обработка информации имеют огромное значение при принятии решений на всех уровнях управления туризмом.

В этой связи формирование нового течения цифровой экономики непосредственно касается сферы туризма, которая уже активно использует новые информационно-коммуникационные технологии цифровой экономики.

Информационное сопровождение туристического бизнеса представляет собой совокупность информационной базы данных о туристической деятельности и специализированных информационных технологий, предназначенных для ее обработки, которые обеспечивают эффективное функционирование туристической системы. Цифровая экономика представляет собой уникальный тип хозяйствования, при котором важнейшим ресурсом в сфере производства, распределения, обмена и потребления являются цифровая информация и соответствующие методы управления данными.

Информационное обеспечение туризма выступает в качестве важнейшего фактора его развития, что приобретает особую значимость в последние годы в условиях развития и становления цифровой экономики.

Smart-технологии повсеместно используются в современной жизни: смартфоны, электронные средства оплаты, Интернет. Туризм также не является исключением. Примером может послужить концепция Smart-городов. Такие города используют максимум информационных и коммуникационных технологий для повышения эффективности использования ресурсов и снижения объемов их потребления. Например, в городах Брисбен и Амстердам на достопримечательностях установлены специальные датчики-маяки, позволяющие туристам через мобильное приложение передавать информацию об определенных достопримечательностях, переводить туристические и другие знаки на разные языки, регулировать движение группы и т.д. Сеул вкладывает значительные средства в развитие сети Интернет в городе, предоставление туристам бесплатного Wi-Fi (именно поэтому Южная Корея считается страной с самым быстрым интернет-соединением в мире).

Известно, что Smart – это новое качество, возникающее при интеграции двух и более составляющих, одним из которых является технологическая инновация и/или Интернет. Как отмечают исследователи, слово «Smart» описывает технологические, экономические и социальные события, основанные на IT-технологиях, которые базируются на определенных базах данных, новых способах подключения и обмена информацией.

Феномен Смарт-туризма можно трактовать как туризм, в котором постоянное и систематическое использование смарт-элементов приводит к созданию дополнительной ценности путешествия для туриста. В данной дефиниции сделан акцент на приобретении дополнительной ценности туристской услуги для потребителя за счет использования смарт-технологий. С точки зрения маркетинга это основное достоинство Смарт-туризма.

С развитием искусственного интеллекта, больших данных, 5G и других технологий интеллектуальные туристические аттракции (STA) получили широкое распространение в мире. При этом при разработке STA основные акценты сместились от ориентации на технологии к ориентации на спрос.



Смарт технологии – это конкретные продукты и услуги, которые повышают ценность туристского опыта, способствуя более высокому уровню взаимодействия, сотворчества и персонализации. Интеллектуальные технологии сегодня служат неоднозначным «зонтичным термином» для многих передовых технологий, включая коммуникацию ближнего поля (NFC), дополненную и виртуальную реальность (AR & VR), повсеместную связь через Wi-Fi и другие сети, а также использование мобильных технологий, iBeacons и других смарт-тегов, мобильных приложений, смарт-карт, веб-сайтов последнего поколения и социальных сетей, чат-ботов и т. д. Поскольку новые турпродукты развиваются так же быстро, как и новые технологии, можно привести еще несколько примеров технологий, относящихся к Smart-туризму:

- использование социальных сетей и онлайн-систем бронирования, поскольку зачастую, при выборе дестинации, туристы полагаются на отзывы и рейтинги, оставленные в соц-сетях и таких сайтах, как Booking.com;
- использование информационных технологий в отелях, например, замена роботами обслуживающего персонала или использование гостем смартфона для открытия номера (такую технологию используют в сети отелей Hilton);
- необычные средства размещения, такие как капсульные отели, которые были придуманы в Японии в 1970-х гг., однако обрели популярность в наше время за счет приемлемых цен и возможности оставаться на короткое время.

На сегодняшний день рост туризма автоматически будет означать больше возможностей для всех, поскольку будет создаваться больше материальных благ, рабочих мест, забот об окружающей среде и возможностей для отдыха. Все это возможно, если отрасль будет готова совершенствоваться и в полной мере использовать преимущества цифровой трансформации. А это должно быть результатом коллективных усилий государства, туроператоров и организаций, занимающихся маркетингом направлений. Развитие «умного» туризма обеспечивает «умное» направление, а «умного» направления в свою очередь дает возможность получить опыт.

Для цифровизации туристической отрасли необходимо:

- сотрудничать с частным сектором для обмена инновационным опытом и совместного создания уникальных туристических услуг.
- ускорить принятие инновационных технологических решений в области туризма, включая виртуальные туры, прием и киоски; приложения для отслеживания контактов.
- содействовать инновационным цифровым и виртуальным решениям для объектов и услуг для проведения мероприятий для повышения качества и ценности гибридных и онлайн мероприятий.

Такие инновации, основанные на прорывных технологиях, позволят:

1. Прогнозировать потребности пользователей на основе множества факторов и предоставить рекомендаций в отношении выбора конкретных видов потребительской деятельности, таких как достопримечательности, рестораны и места отдыха;
2. Улучшить опыта путешественников на месте за счет предоставления обширной информации, интерактивных услуг с учетом местоположения и индивидуализированных интерактивных услуг;
3. Предоставить туристам возможности делиться своим опытом путешествий, чтобы они помогали другим путешественникам в процессе принятия решений, оживляли и укрепляли их впечатления от путешествий, а также создавали свое представление о себе и статус в социальных сетях.

Таким образом, интеллектуальные технологии, используемые в туристическом направлении, призваны решить основные проблемы его устойчивости, улучшая качество жизни



всех его жителей. Чтобы умные направления стали устойчивыми, необходима система производства и потребления туристических услуг, координируемая с помощью умных технологий. Основными направлениями работы такой системы будут обеспечение социальной и экономической справедливости, управление информацией и формирование положительных впечатлений от путешествия. Подход к интеллектуальному туризму в контексте устойчивого развития предполагает конвергенцию технологий и туристического опыта. Умные направления должны соответствовать ожиданиям и повышать удовлетворенность новых типов туристов.

Список литературы:

1. Платов А.В., Силаева А.А., Чхиквадзе Н.А., Удалов Д.Э. Влияние интернет-контента на потребительское поведение в туризме // Финансовые рынки и банки. 2021. № 5. С. 3641.
2. Платов А.В., Зикирова Ш.С., Подсевалова Е.Н. Применение модели электронного удовлетворения для безналичных транзакций в цифровом туризме // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2020. Том 10. № 8А. С. 409-417.



РАЗВИТИЕ КУЛЬТУРНОГО СМАРТ-ТУРИЗМА В УЗБЕКИСТАНЕ, С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ОПЫТА ЗАРУБЕЖНОЙ КОМПАНИИ «POLYMEDIA»

Караваева Алёна Викторовна

Студентка 1-го курса магистратуры, Факультет Туризма,
Ташкентский Государственный Университет Экономики

В нашем исследовании предпринята попытка введения зарубежного опыта внедрения смарт-технологий в отечественный объект культурного туризма. В качестве зарубежного опыта был представлен проект российской компании Polymedia, реализованный в Государственном Историко-Литературном Музее-Заповеднике имени А. С. Пушкина; в качестве отечественного объекта внедрения был использован Государственный музей истории Тимуридов.

Для начала, компания Polymedia – это один из лидеров аудиовизуального рынка, системный интегратор и разработчик программных решений. Компания была основана в 1998 году и за время своего существования открыла 10 представительств в крупнейших городах России, СНГ и ОАЭ. Представительство компании в Узбекистане было открыто в 2012 году [1].

Деятельность компании в основном заключается в обеспечении предприятий, учебных заведений и не только, АВ-комплексами (Аудиовизуальными технологиями), а также, мультимедийными технологиями для конференц-залов и переговорных комнат. Так, в 2015 году, в городе Ташкент, компания Polymedia оснастила Центр мониторинга и управления АК «Узавтосаноат» аудиовизуальными комплексами в двух конференц-залах и двух переговорных комнатах для руководства организации [2]. В 2018 году было реализовано целых два проекта компании по оснащению современными мультимедийными комплексами: в Университета Инха [3] и в ЧАБК «Ориент Финанс Банк» [4].

Однако, несмотря на все возможности компании и реализованные проекты в Российской Федерации и в странах СНГ, идея внедрения смарт-технологий на территории Узбекистана в сфере культурно-познавательного туризма все еще остается не выполненной.

Компания Polymedia считает своей миссией расширение возможностей сотрудников и посетителей музеев и галерей, театрах и выставочных/развлекательных пространствах [5]. «Кризис посещения, – как говорит один из членов компании Polymedia Кулаков Константин в своем выступлении в Галерее изобразительного искусства Узбекистана 5-го мая 2023 года, – связан с повсеместной цифровизацией и условиями мультимедийного контента, когда основное внимание молодежи уделено компьютерным технологиям, фильмам и играм».

Решение о запуске специальной программы и внедрение серий интерактивных инсталляций в Государственном Историко-Литературном Музее-Заповеднике А. С. Пушкина в Больших Вяземах было связано с 220-летием со дня рождения поэта [6]. Все использованные технологии, вполне применимы и у нас в Государственном музее истории Тимуридов.

Так, «Пушкин в зеркале» – инсталляция, осуществленная с использованием камеры Logitech C525, прикрепленной к зеркалу сверху, создает впечатление «ожившей» зеркальной глади. Когда посетители подходят к нему, изображение появляется из глубины поверхности и приветствует гостей; программное обеспечение AddReality поддерживает распознавание и трекинг лиц, а само зеркало на экране ultra HD Aqua View Smart TV имеет встроенные колонки. Подобная технология подошла бы и в главном зале музея истории Тимуридов, где поверх фрески, напротив главного входа, можно было бы наложить изображение самого Амира Тимура, рассказывающего о своей жизни (как это делает Александр Сергеевич в своем музее в Больших Вяземах).



Подобная технология используется и в «оживших картинах». Живые картины внедрены на основе LCD дисплеев 43-inch LG 43SM5KE, со все той же системой распознавания лиц и небольшими встроенными камерами. Как известно, музей истории Тимуридов предлагает не только историю самого Амира Тимура, но и его потомков, потому, было бы вполне интересно в некоторых залах, посвященных этой тематике, расположить подобные картины. На них, как князь Голицын или Павел I в музее Пушкина, дети самого Амира Тимура или же его потомки, например Захириддин Мухаммад Бобур, могли бы продолжить рассказ Амира Тимура из главного зала, но уже о других событиях того времени.

Как правило, для создания такой картины (как и для зеркала), требуется целая команда профессиональных режиссёров и актеров, не забывая и о скоординированной работы с командой самого музея.

Огромные выставочные залы в музее истории Тимуридов позволяют применить технологию мэппинга (с англ. Map – карта). Эти карты динамичны, спроецированы на пол комнаты и могут представлять абсолютно любой контент, по желанию руководства музея. В музее Пушкина это запись исторических событий, происходивших в районе музея в то время, а в музее истории Тимуридов это могут быть карты военных походов самого Амира Тимура или же карта его империи по мере разрастания.

В конце, стоит все-таки отметить, что любая инновация или же смарт-технология ранее не изученная и не применяемая в определенном месте, всегда может повлечь за собой ряд проблем. Это могут быть проблемы, связанные с обеспечением и обслуживанием новых технологий; это все та же их установка и управление; сюда же можно отнести и финансовый вопрос. О том, кто и когда должен финансировать подобные проекты должен решать не только сам музей. Внимание со стороны государства является неотъемлемой части внедрения смарт-технологий, и в особенности для развития культурного туризма в регионе.

Список использованной литературы:

1. Основной вебсайт компании Polymedia. URL: <https://www.polymedia.ru/>; Вебсайт официального представительства компании Polymedia в Узбекистане. URL: <https://polymedia.uz/>
2. Проект компании Polymedia в Центре мониторинга и управления АК «Узавтосаноат» в г. Ташкент, Узбекистан (2015). URL: <https://www.polymedia.ru/proekty/sistemnaya-integratsiya/47338/>
3. Проект компании Polymedia в Университете Инха, г. Ташкент, Узбекистан (2018). URL: <https://www.polymedia.ru/proekty/sistemnaya-integratsiya/49825/>
4. Проект компании Polymedia в ЧАБК «Ориент Финанс Банк», г. Ташкент, Узбекистан (2018). URL: <https://www.polymedia.ru/proekty/sistemnaya-integratsiya/49717/>
5. Решения для музеев, театров и выставочных центров, предлагаемых компанией Polymedia. URL: <https://www.polymedia.ru/sistemnaya-integratsiya/installyatsii-dlya-obyektov-kultury/>
6. Проект компании Polymedia в Государственном Историко-Литературном Музее-Заповеднике им. А. С. Пушкина, г. Москва, Российская Федерация. URL: <https://www.polymedia.ru/proekty/sistemnaya-integratsiya/50134/>



TURISTIK XIZMATLAR BOZORINI SHAKLLANTIRISHNING REKREATSION DINAMIKASI

Bahrieva Zarina Nasimovna

«Ipak Yo'li» turizm va madaniy meros xalqaro universiteti, 1-kurs doktoranti

Annotatsiya: Ushbu maqolada xalqaro turistik xizmatlar rivojlanishi dinamikasi, pandemiyaning sanoatga ta'siri va pandemiya keyingi holati o'rganildi, sohadagi tendensiyalar tahlil qilindi.

Kalit so'zlar: xalqaro turizm, turistik xizmatlar, turistik resurslar

Abstract: In this article, the dynamics of the development of international tourist services, the impact of the pandemic on the industry and the post-pandemic situation were studied, trends in the field were analyzed.

Key words: international tourism, tourist services, tourist resources

Аннотация: В данной статье изучена динамика развития международных туристических услуг, влияние пандемии на отрасль и постпандемическая ситуация, проанализированы тенденции в сфере.

Ключевые слова: международный туризм, туристические услуги, туристские ресурсы.

KIRISH

Turizmning e'tiborli jihatlaridan biri shuki, mazkur soha hech qanday tabiiy resurslarning kamayib ketishiga olib kelmay, balki milliy iqtisodiyotning taraqqiy etishiga olib keladi. Dunyodagi 190 dan ortiq davlatning qariyb 150 tasining iqtisodiyotida turizm o'z o'rnini egallagan. Mamlakatda turizmni rivojlantirish nafaqat savdo, transport, aloqa, qishloq xo'jaligi, qurilish, iste'mol tovarlari ishlab chiqarish kabi iqtisodiyotning yetakchi tarmoqlariga rag'batlantiruvchi ta'sir ko'rsatadi, balki iqtisodiy qayta qurishning eng istiqbolli yo'nalishlaridan biri hisoblanadi. Xalqaro miqyosdagi jarayonlarga nazar tashlaydigan bo'lsak, har bir mamlakat turizmni rivojlantirishga intilayotganligiga guvoh bo'lishimiz mumkin. Biroq turizm ayrim mamlakatlarning diversifikatsiya qilingan yirik iqtisodiyotidan joy egallasa, ba'zi mamlakatlarning asosiy daromad manbai ekanligini ham inobatga olish lozim. UNWTOning 2021-yilgi ma'lumotlariga ko'ra, turizmning ayrim mamlakatlar yalpi eksportidagi ulushi quyidagicha taqsimlangan: Makao – 87 %, Maldiv orollari – 85,3 %, Xorvatiya – 38 %, Gruziya – 37,2 %, Armaniston – 27,5 % va hokazo [1].

ADABIYOTLAR SHARHI

Turistik xizmatlar sohasini yanada rivojlantirishning turli rekreatsion jihatlarini xorijlik va mahalliy iqtisodchi olimlar, turli ekspertlar ilmiy ishlari hamda hisobot ma'ruzalarida muhim tadqiqot predmeti sifatida tadqiq etilgan.

Jumladan, xorijlik olimlar O.V.Shpirnya [1] "Xalqaro turizm xizmatlari bozorining rivojlanish tendensiyalari" maqolasida turistlar oqimining kirib kelishini ko'paytirish, turistlarga xizmat ko'rsatish uchun barcha shart-sharoitlarni yaratish, turistlar xavfsizligini ta'minlash, turistik industriyani tashkil qilish va rivojlantirish hamda xalqaro turizm bozori rivojlanishining statistik tahlilini amalga oshirgan, asosiy urg'uni esa Rossiyadagi holatga qaratgan. E.N.Tolonov va S.A.Omurzakov [2] o'zining "Qirg'iziston Respublikasida xalqaro turizm bozori rivojlanish strategiyasi" nomli maqolasida xalqaro turizm bozorining asosiy shartlari va salohiyati umumlashtirilgan va guruhlashtirilgan, uning funksiyalari tizimlashtirilib, evolyutsion rivojlanish omillari tasniflangan, shuningdek, xalqaro turistik bozor qisman tahlil qilingan. V.M.Kitsis va L.A.Ponimatkina [3] "Rivojlangan va rivojlanayotgan davlatlarda xalqaro turizmning zamonaviy tendensiyalari" maqolasida turizmni davlat tomonidan tartibga solishning mazmuni, turizm sohasida davlat siyosatini amalga oshirishning ustuvor yo'nalishlari, vositalari va usullari, sohani samarali rivojlantirishning asosiy tamoyillari va qulay raqobatchilik muhitini shak-

llantirish yo'nalishlari hamda zamonaviy turizm bozorining rivojlanish tendensiyasi ilmiy asoslarini yoritgan, biroq pandemiya va uning ta'sirini to'liq tahlil qilmagan.

TADQIQOT METODOLOGIYASI VA EMPIRIK TAHLIL

Hozirgi davrda rivojlangan mamlakatlarda ijtimoiy rivojlanishning ustuvor vazifasi shaxsning har taraflama rivojlanishi, shaxsiy mukammallashuvi, uning madaniy va ma'naviy kamol topishi bo'lib qoldi. Ushbu jarayonning muhim elementi turizmni rivojlantirish bo'lib, u insonning har taraflama rivojlanishida uning ehtiyojlarini qondirishga ko'maklashadi. Jahon turizmining taraqqiy etishi umujahon integratsiyalashuv va globallashuv jarayoni bilan uyg'unlashmoqda, barcha darajalardagi xalqaro hamkorlikning muhim vositasiga aylanmoqda.

Globallashuv jarayonlari shundan dalolat bermoqdaki, turizm xalqaro xizmatlar savdosining bir yo'nalishi sifatida zamonaviy ijtimoiy taraqqiyotning ajralmas qismidir [4]. Xalqaro turizm bozori mamlakatni ijtimoiy- iqtisodiy rivojlantirishning qudratli omili sifatida maydonga chiqmoqda hamda xorijiy kiritmalar oqimini, aholi bandligini oshirishni, uning turmush darajasi yaxshilanishini, shaxslararo aloqalarning kengayishini ta'minlamoqda. Xalqaro aloqalarning kengayishi madaniy-tarixiy, tabiiy meros yodgorliklarini saqlash va asrab-avaylash masalalarini hal qilgani holda, yangi yo'nalishlarni ochadi, iqtisodiyot tuzilmasining diversifikatsiyasiga ta'sir ko'rsatadi.

Xalqaro turistik kirib kelishlarining umumiy tuzilmasida eng katta ulush Yevropaga to'g'ri kelgan, keyingi o'rinlarni Osiyo, Tinch okeani mintaqasi va Amerika egallagan. Eng kichik ulush esa Yaqin Sharq va Afrikaga to'g'ri kelgan.

Jahon turistik xizmatlar bozorining 2013-2022-yillar kesimida xalqaro turistik kirib kelishlar bo'yicha eng ommalashgan asosiy davlatlar – Fransiya, AQSh, Ispaniya, Xitoy, Italiya, Turkiya, Germaniya, Buyuk Britaniya, Rossiya, Meksika. Ushbu mamlakatlarning yetakchi o'rinlarga chiqishiga qator omillar ta'sir ko'rsatdi, bular:

- turistik mavsumning uzoq davom etishini belgilab beruvchi geografik qulay joylashuv va tabiiy iqlim sharoitlari;
- madaniy-tarixiy meros ko'lamlarini aks ettiruvchi tarixiy, me'moriy yodgorliklarning mavjudligi; yuqori sifat darajasida xizmat ko'rsatish;
- mahalliy aholi, kichik biznes korxonalarining xorijiy tillarni bilish, turistik imkoniyatlarni reklama qilish asosida turistlar bilan ta'sirlashuvi;
- turizm sohasini davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash bo'yicha tadbirlar o'tkazish [10].

XULOSA VA MUNOZARA

Xalqaro turistik xizmatlar bozorining rivojlanish dinamikasi tahlili turizm sanoati jahon iqtisodiyotining ajralmas qismi ekanligi va dinamika zamonaviy tendensiyalar bilan bog'liqligini yaqqol ko'rsatadi. Tendensiya tahlili pandemiyada davrni alohida tahlil qilishni talab etadi. Mazkur davrda turistlar oqimi kamayishi, bandlik va turizmdan kelib tushadigan daromadning keskin qisqargani aniqlandi. Ushbu pasayishga qaramay, 2030 yilga kelib, xalqaro turistik tashriflar soni 2030 yilga 1,8 milliardni tashkil etishi prognoz qilinmoqda.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'xati:

1. Qayumov A.A., Adilov B.B. Jahon turizmining O'zbekistonda rivojlanish tendensiyalari. // *Ekonomika i finansy (Uzbekistan)*, 2 (134), (2020): 29-35.
2. Usmanova Z.I. O'zbekistonda turistik-rekreatsion xizmatlarni rivojlantirish xususiyatlari va tendensiyalari. Iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD) ilmiy darajasini olish uchun tayyorlangan dissertatsiya avtoreferati. – Samarqand, 2018 y. 17-19-b.
3. Abiev J.N. Milliy iqtisodiyotda turizm tarmog'ini rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarini takomillashtirish. Iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD) ilmiy darajasini olish uchun tayyorlangan dissertatsiya avtoreferati. – Samarqand, 2019 y. 11-14-b.
4. Ruziev Sh.R. O'zbekistonda tarixiy-madaniy turizmni rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmini takomillashtirish. Iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD) ilmiy darajasini olish uchun tayyorlangan dissertatsiya avtoreferati. – Samarqand, 2019 y. 8-12-b



2-ШУЪБА

SMART-ТУРИЗМИНИ ТАШКИЛ ЭТИШНИНГ АСОСИЙ ХУСУСИЯТЛАРИ



MAIN FEATURES OF SMART TOURISM ORGANIZATION

Narzullaeva Umidakhon

Assistant teacher in "Tourism" department Tashkent State University of Economics,
Main expert in Social Sphere Department, Institute for Fiscal Studies under
the Ministry of Finance of the Republic of Uzbekistan

Abstract: Serious positive changes are already taking place in the tourism sector of Uzbekistan. In parallel with the abolition of visas for citizens of a number of countries, with the construction hotels and the development of new routes, much attention is paid to the implementation of innovative solutions that will make the holidays of tourists and travelers in our country more pleasant and comfortable.

Key words: Smart tourism, systematic changes, innovation, technology.

Annotatsiya: O'zbekistonda turizm sohasida allaqachon jiddiy ijobiy o'zgarishlar ro'y bermoqda. Bir qator davlatlar fuqarolari uchun vizalar bekor qilinishi, mehmonxonalar qurilishi va yangi yo'nalishlar ishlab chiqilishi bilan bir qatorda sayyohlar va sayohatchilarning mamlakatimizdagi dam olish kunlarini yanada yoqimli qilish imkonini beruvchi innovatsion yechimlarni hayotga tatbiq etishga katta e'tibor qaratilmoqda.

Kalit so'zlar: Smart-turizm, tizimli o'zgarishlar, innovatsiyalar, texnologiya.

Аннотация: Серьезные позитивные изменения уже происходят в туристической сфере Узбекистана. Параллельно с отменой виз для граждан ряда стран, строительством отелей и разработкой новых маршрутов большое внимание уделяется внедрению инновационных решений, которые сделают отдых туристов и путешественников в нашей стране более приятным. и удобный.

Ключевые слова: Смарт-туризм, системные изменения, инновации, технологии.

This article indicates the issue of the development of a narrow tourism destinations in the Republic of Uzbekistan-Smart tourism. The possibilities of tourists to engage in this type of tourism are analyzed. The main objective of the study is to show what opportunities and services tourists have for doing this kind of travel.

In the age of digital technology, the development of various Smartphones and other gadgets, like PS3-, Xbox-, Netflix-, Hulu-, iPad-, Kindle-, available to every person, it is more and more difficult to the tourism industry to impress tourists. Nevertheless, enormous opportunities open up when traveling to the most wonderful corners of our planet. Using a regular Smartphone, you can find the way to wherever your soul pleases.

Conception of Smart tourism is used to describe modern processes in society and in many areas of activity. The term has only recently come into use.

In the Republic of Uzbekistan in recent years there has been developing various types of tourism. Among them are cultural, business, religious, gastronomic, event and others. Event tourism has recently gained particular popularity in connection with the previously noted holding of the most various events at the national and international levels. When thinking about how to spend a vacation or relax on the weekend, a modern person will first of all open a browser on a computer or Smartphone. Oddly enough, you will find there a huge number of offers from a wide variety of travel companies. What is more, articles about healthy relaxation at home, blogs and opinions of a huge number of people are available in the Internet. And, of course, one of the first questions will be how to spend your weekend the cheapest. In our opinion, the best solution would be to engage in Smart tourism.

Smart tourism is tourism in which the constant and systematic use of Smart elements leads to the creation of additional travel value for the tourist (Lysoivanenko, 2021). The proposed definition of Smart tourism focuses on the acquisition of additional value of tourist services for the consumer through the use of Smart technologies.

From a marketing perspective, this is the main advantage of Smart tourism. On the AppStore or PlayMarket pages you can find various applications for researching holiday destinations, both for your



or a neighboring region, and for more global travel. You can find tons of restaurants on these apps, attractions, clubs, places for active recreation, exhibitions and similar places of interest to tourists.

It is known that Smart is a new quality that arises from the integration of 2 or more components, one of which is technological innovation and/or the Internet. Since the concept of Smart element is also used below, let us clarify that it is understood as an integral part of the whole that has the attribute (quality) of Smart (Alahi, 2023).

The word "Smart" describes technological, economic and social events based on IT technologies, which are based on certain databases, new ways of connecting and exchanging information (Shea, 2023).

To understand the new definition of Smart tourism, the authors formulate the main definitions that make up its semantic content:

Smart tourism company/firm is an organization operating in the field of tourism, in which the use of Smart elements in business leads to a fundamentally new quality of processes that increases the efficiency of commercial activities and the competitiveness of the company (Koo, 2015).

Smart tourist is a consumer of tourism services who constantly uses Smart elements to achieve a new quality of processes in tourism in order to most fully satisfy their tourist needs.

Smart process (in tourism) is the process of providing tourist services, which makes it possible to effectively meet the needs of a Smart tourist (Chuang, 2023).

Another characteristic feature of Smart tourism is its creative nature. Smart tourism destinations, explored in terms of changes in spending, length of stay, vacation time, tax evasion, health and safety, control, overtourism phenomena. This component applies Smart city principles to urban or rural areas and considers not only residents but also tourists in its efforts to support mobility, accessibility and distribution of resources, sustainability and quality of life/visit. There are enough examples in the world of using Smart elements in the tourism sector. Different countries are finding their own ways in this direction. Barcelona, for example, offers travelers interactive bus stops that not only provide tourist information and bus arrival times, but also have USB ports for charging mobile devices. In addition, it makes bicycles available throughout the city and travelers can check their location using a Smartphone app, thereby promoting sustainable transportation around the city (Ulrike Gretzel, 2015); the City of Brisbane recently installed more than 100 beacons at attractions to relay information to tourists via a mobile app if they are within a certain radius of the site (Koo C., Smart tourism: foundations and developments, 2015); Jeju Island in South Korea has just announced itself as a Smart tourism destination that will use innovative technology to deliver content to tourists (Alaa, 2023). For example, in Asia and Europe, Smart tourism programs have been developed within the framework of the Smart-City concept, promoting the region, while new tourist destinations are emerging. In addition, applications for users are being developed in Europe. In China and South Korea, they support projects aimed at creating the technological infrastructure of Smart tourism. In Australia, the emphasis is on Smart management (Josep A. Ivars-Baidal a, 2021).

One of the hardest hit sectors by the 2020 pandemic was the tourism industry. Before the pandemic, tourism was a booming industry, with all countries seeing greater growth. International tourism experienced the greatest difficulty throughout 2020, as many countries effectively shut down around 90 percent of inbound and outbound travel for more than six months, causing international tourism industry revenue to fall by 80 to 90 percent for the year. In many of the problems of the pandemic, technology has become an easing solution (Tourism Policy Responses to the coronavirus (COVID-19), 2020). For example, in Uzbekistan schools were able to switch to online learning and all educational activities were conducted online. The same applies to other forms of business and professions, remote work has become the order of the day. It is estimated that apps were downloaded 115 billion times in 2019 (Google Play and IOS app stores, 2020). Platforms increasingly control the purchase of goods (Amazon, Alibaba, E-bay), the flow of information (Alphabet, including Google), data processing (Microsoft), online communication (Facebook, Instagram, Weibo, Whatsapp, Tencent, Twitter), trade, sales and logistics (JD; SAP), entertainment streaming (Netflix, YouTube) or financial transactions (PayPal, ApplePay). The widespread adoption of ICTs has led to changes in how consumers find, access and interpret information; how they plan and buy; interact and participate (Gossling, 2021).



Over the past few decades, technology has helped the travel and tourism industry increase its reach through travel booking websites, videos, blogs and travel photos. Digital tools and content have become a vital source of information for holidaymakers planning their next vacation or creating a wish list. In addition, Smart tourism recognizes that consumers can also create and offer value as well as control and therefore take on a business or management role. AirBnB, for example, has introduced mutual reviews, encouraging guests to rate hosts and hosts to rate guests, in a form of peer review (Stefan Gössling a b c, 2021). This effectively expands surveillance structures and creates the need for online reputation management.

CONCLUSION

Thus, increased tourism will automatically mean more opportunities for everyone, as more wealth, jobs, environmental concerns and recreational opportunities will be created. All this is possible if the industry is willing to improve and take full advantage of digital transformation. And this should be the result of the collective efforts of the state, tour operators and organizations involved in destination marketing.

According to the authors, to digitalize the tourism industry it is necessary:

- Collaborate with the private sector (tour operators, tour agencies, hotels and other sectors of the tourism industry) to share innovative experiences and jointly create unique tourism services;
- Accelerate the adoption of innovative technology solutions in tourism, including virtual tours, touch-free: contactless technologies, automatic payment systems and others;
- Promote innovative digital and virtual solutions for event venues and services;
- to enhance the quality and value of hybrid and online events.

Such innovations, based on breakthrough technologies, will allow:

- 1) predict user needs based on different of factors and provide recommendations regarding the selection of specific types of consumption activities, such as attractions, restaurants, hotels and recreational areas;
- 2) improve the traveler experience by providing rich information, location-based interactive services, and personalized interactive services;
- 3) provide opportunities for tourists to share their travel experiences to help other travelers in the decision-making process, enhance their travel experiences, and build their self-image and social media status.

References:

1. Building the tourist experience of visitors to sustainable Smart tourist destinations. https://www.researchgate.net/publication/348423882_Building_the_tourist_experience_of_visitors_to_sustainable_smart_tourist_destinations
2. Integration of IoT-Enabled Technologies and Artificial Intelligence (AI) for Smart City Scenario: Recent Advancements and Future Trends. <https://www.mdpi.com/1424-8220/23/11/5206> Smart City.
3. <https://www.techtarget.com/iotagenda/definition/smart-city>.
4. Smart tourism: foundations and developments. https://www.researchgate.net/publication/280719315_Smart_tourism_foundations_and_developments.
5. The conceptualization of Smart tourism service platforms on tourist value co-creation behaviours: an integrative perspective of Smart tourism services <https://www.nature.com/articles/s41599-023-01867-9>.
6. Smart tourism: foundations and developments <https://link.springer.com/article/10.1007/s12525-015-0196-8>.
7. Smart Tourism Destinations- A Case Study (Jeju Island) South Korea. https://www.researchgate.net/publication/371081361_Smart_Tourism_Destinations-_A_Case_Study_Jeju_Island_South_Korea.
8. Smart tourism: foundations and developments. <https://link.springer.com/article/10.1007/s12525-015-0196-8>.
9. Smart city and Smart destination planning: Examining instruments and perceived impacts in Spain. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0264275123000781>.
10. Journal of sustainable tourism, Tourism, technology and ICT: a critical review of affordances and concessions, Stefan Gössling.
11. Mutual surveillance on Airbnb <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160738321001924>.



THE ROLE SMART-CITY INFRASTRUCTURE IN THE TOURISM AND ARCHITECTURE

Mukhlisa Akromova Saydimukhtor qizi

Phd doctorate student, TDI Teacher, TUACE

Abstract: The article considers the concept of digital transformation of the tourism industry and the main components of smart tourism such as: smart business, smart tourist destinations and smart experience. Based on the analysis of international experience, the article substantiates the need for the development of smart tourism in the regions and the introduction of digital technologies in the tourism sector. The author puts forward recommendations for the digital transformation of the tourism industry.

Key words: tourism, digital technology, smart tourism, smart business, smart travel destinations, smart experiences.

Annotatsiya: Ushbu maqolada shahar landshafti yechimlari, arxitektura-landshaft infratuzilmasini shakllantirish va ekotizimlardan keng foydalanish yoritilgan. Bundan tashqari, turizm va arxitektura sanoatida aqlli shahar infratuzilmasining asosiy rollaridan biri tashrif buyuruvchilar tajribasini oshirish va barqaror va samarali shahar muhitini yaratishdir. Aqlli shahar infratuzilmasi sayyohlarga shaharni osongina kezish va kashf qilishda yordam beradigan vaqt haqida ma'lumot va interaktiv xaritalar bilan ta'minlashi mumkin. Misol uchun, aqlli shahar landshaft dizayni va ma'lumot stollari sayyohlarga tarixiy diqqatga sazovor joylar, yaqin atrofdagi diqqatga sazovor joylar va hududda sodir bo'layotgan madaniy tadbirlar haqida ma'lumot berishi mumkin.

Kalit so'zlar: turizm, raqamli texnologiyalar, aqlli turizm, aqlli turizm, aqlli biznes, aqlli sayohat joylari, aqlli tajribalar.

Аннотация: В данной статье освещены городские ландшафтные решения, формирование архитектурно-ландшафтной инфраструктуры, широкое использование экосистем. Кроме того, одна из основных ролей инфраструктуры умного города в индустрии туризма и архитектуры заключается в повышении качества обслуживания посетителей и создании устойчивой и эффективной городской среды. Инфраструктура умного города может предоставить туристам актуальную информацию и интерактивные карты, которые помогут им с легкостью ориентироваться и исследовать город. Например, ландшафтный дизайн «умного города» и информационные стойки могут предоставить туристам информацию об исторических достопримечательностях, близлежащих достопримечательностях и культурных мероприятиях, происходящих в этом районе.

Ключевые слова: туризм, цифровые технологии, умный туризм, умный туризм, умный бизнес, умные направления для путешествий, умный опыт.

INTRODUCTION

Smart-tourism consists of several levels. The first is the innovation and tourism direction based on smart-city infrastructure (eco-friendliness, convenience of accommodation, modern management systems and so on). The second level is the smart direction, which involves the integration of information and computer technologies with physical infrastructure objects (interactive reference pavilions, Wi-Fi, tourist applications for smartphones and so on). Smart-tourism implies coordinated actions and strategic investments in the development of innovative activities in the direction of quality of life, sustainable development of physical infrastructure and so on. Smart-tourism combines tourism experience with information technology, allowing personalization of information for a particular user (presenting information relevant to a particular tourist).

In addition, the quality and satisfaction of services are monitored in real time.

The tourist not only consumes the tourist service, but also takes an active part in its creation and development (photo reports, comments, experience).

The third component of smart tourism is an innovative business environment that supports the necessary business processes and organizational flexibility (payment, booking, service, management). An extremely important part of this type of tourism is innovative tourism logistics, which involves the use of the latest logistics developments.

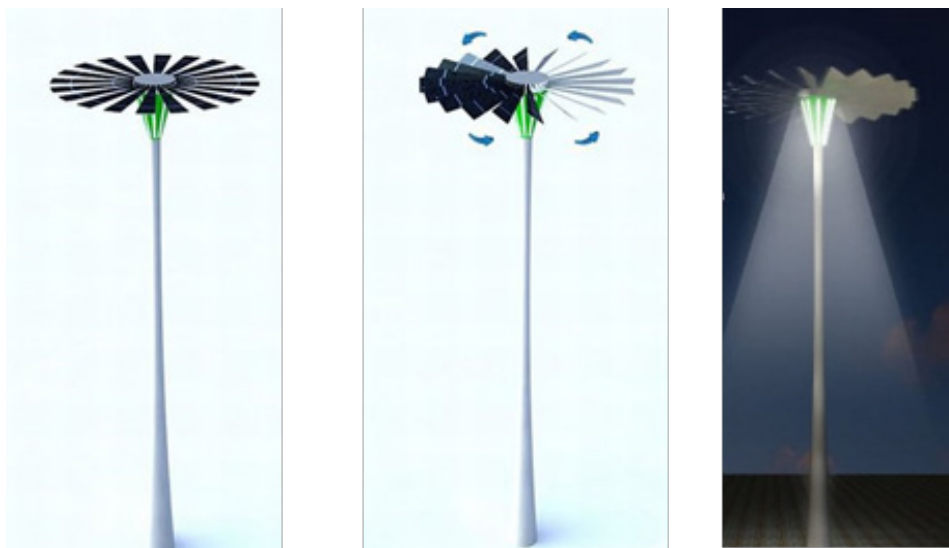


Fig.2: Lighting systems. 1.Day: use the sunlight; 2-3. Night: use the wind

Smart tourism is also making an impact on the field of landscape design, as designers incorporate technology and sustainable practices to create innovative and immersive outdoor experiences.

One aspect of smart tourism in landscape design is the use of smart irrigation systems. These systems use sensors and weather data to determine when and how much water to irrigate, reducing water waste and optimizing plant health. By using such systems, landscape designers can create sustainable and water-efficient landscapes that require less maintenance.

In addition to irrigation, tourism also involves the use of intelligent lighting in outdoor spaces. Lighting systems can be programmed to adjust to natural light levels and occupancy, creating a dynamic and energy-efficient lighting experience.

This not only enhances the visual appeal of the landscape but also promotes safety and security for visitors during the evening hours. Smart tourism in landscape design also incorporates the use of interactive digital installations. These installations can include displays, projection mapping, and augmented reality experiences that engage visitors and provide information about the site's history, flora and fauna, and sustainability features. These interactive elements create a more immersive and educational experience for visitors.

Results. Furthermore, sustainable materials and practices are an essential part of smart tourism in landscape design. Designers are incorporating native plants and trees, which require less water and maintenance, into their landscapes.

They are also implementing permeable paving and rainwater harvesting systems to manage storm water runoff and promote water conservation. The integration of renewable energy sources, such as solar panels and wind turbines, is another aspect of smart tourism in landscape design.

These energy sources can power outdoor lighting, charging stations, and other amenities, reducing the reliance on traditional energy sources and reducing the carbon footprint of the site.

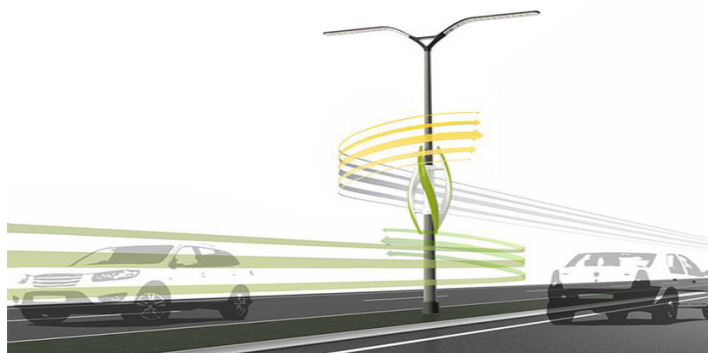


Fig.3: Eco Park Benches



Smart tourism is transforming the field of landscape design by integrating technology, sustainability and interactive elements into outdoor spaces.

From smart irrigation systems and intelligent lighting to interactive digital installations and renewable energy sources, designers are creating immersive and sustainable landscapes that enhance the visitor experience. The use these innovative technologies and practices in landscape design aligns with the overall goal of smart tourism to create and sustainable experiences for travelers. Fig.4., Fig.5.



Fig.4: Medicago sativa eco- touristic bus top (M39); (Eco bus stop of inspired in medicago sativa- (Medicago sativa), also called lucerne, is a perennial flowering plant in the legume family Fabaceae.) Design by authors)



Fig.5: Touristic roadway Tashkent-Djizakh-Samarkand (M39) concept design

Smart tourism plays a significant role in the development of smart cities. A smart city refers to a city that uses technologies and data to improve the quality of life for its residents and visitors. harnesses digital technologies, connectivity, and data to enhance urban operations, services, and sustainability. In the context of smart tourism, a smart city utilizes technology to offer enhanced experiences to tourists and optimize the management of tourist destinations [3].

Here are some key aspects of smart tourism in smart cities:

■ **Connectivity and Infrastructure:** Smart cities provide robust connectivity and infrastructure to ensure seamless access to information and services tourists. This includes high-speed internet access, Wi-Fi hotspots, and smart transportation systems that integrate various modes of transportation and provide real-time updates.



■ **Mobile Apps and Platforms:** Smart cities leverage apps and platforms to provide tourists with easy access to services, information, and personalized recommendations. Apps can offer features such as virtual tour guides, real-time navigation, ticket booking, and recommendations for local attractions, restaurants, and events.

■ **Data and Analytics:** Smart cities collect and analyze data from various sources to gain insights into tourist behavior, preferences, and patterns. This data can be used to optimize visitor flows, improve resource management, and deliver personalized experiences. For instance, data analysis can help in managing crowd control during peak tourist seasons or events [4].

■ **Sustainability:** Smart tourism in smart cities promotes sustainability by integrating environmentally-friendly practices. This includes energy-efficient buildings and infrastructure, smart waste systems, and the use of renewable energy sources. Smart cities strive to minimize the environmental impact of tourism while enhancing the visitor experience.

■ **Safety and Security:** Smart cities prioritize safety and security for tourists using technologies like surveillance cameras, sensors, and smart emergency response systems. These systems can detect emergencies, monitor public spaces, and provide real-time alerts to authorities. They also enable quick and efficient responses during emergencies.

■ **Collaborative Governance:** Smart tourism in smart cities involves collaboration between government authority's stakeholders, and local communities. It relies on partnerships and shared data to effectively manage and develop tourism initiatives. By involving all stakeholders, smart cities can ensure that tourism benefits both the economy and the community.

CONCLUSION

In conclusion, smart tourism is reshaping the architectural industry, bringing technology and sustainability together to innovative and interactive experiences for visitors. From intelligent building systems to digital signage and virtual reality, smart technologies are leveraging smart technologies to enhance the visitor experience. With the ongoing advancements in technology, we can expect to see even more exciting developments in smart tourism in architecture in the future.

Smart tourism plays a crucial role in the development of smart cities. Leveraging technology, connectivity, and data, smart cities can enhance the tourist experience, optimize resource, promote sustainability, and ensure safety and security. As technology continues to advance, smart tourism in smart cities will continue to evolve, shaping the future of urban tourism.

Another element of smart tourism in architecture is the integration of digital. Virtual reality (VR) and augmented reality (AR) can be employed to provide visitors immersive experiences, allowing them to visualize and explore architectural designs before they are built. These technologies can also be used to enhance guided tours or exhibitions, offering interactive and educational elements to engage visitors.

Sustainability is a crucial aspect of smart tourism in architecture. Architects are incorporating sustainable materials, such as reclaimed wood, eco-friendly insulation, and energy-efficient glazing, into their designs. They are also implementing renewable energy systems, such as solar panels or wind turbines, to power buildings and reduce reliance on conventional energy sources. By integrating these sustainable practices, architects contribute to the overall goal of tourism in reducing environmental impact and promoting sustainability.

One aspect of smart tourism in architecture is the use of building systems. These systems utilize sensors, automation, and data analytics to optimize energy usage, improve occupant comfort, and reduce operational costs. For example, smart lighting systems can adjust brightness levels based on occupancy, natural light, and time of day, resulting in energy savings. Similarly, smart systems can monitor and adjust temperature and ventilation based on occupancy patterns and weather conditions, offering a comfortable indoor environment while minimizing energy consumption.



References:

1. Chen, W., Zuo, J., & Zhao, Z. Y. (2020). Research on Smart Tourism Service System Architecture Based on Internet of Things. In Proceedings the 4th International Conference on E-commerce, E-Business and E-Government (pp 91-95).
2. Krasoulis, A., Stavroulaki, V., Tsiatsis, V., & Demestichas, P. (201). Architectural patterns to design smart tourism eco-systems: The case of the IoT-Crawler platform In 2018 27th International Conference on Computer Communication and Networks (ICCCN) (pp. 1-6).
3. <https://www.engoplanet.com/>
4. Li, Y., Liu, H., Shao Z., Zhou, Y., & Jia, Y. (2019). Planning of cultural service system architecture based on IoT for smart tourism. IEEE Access, 7, 68847-68855.
5. Hafeez, M. & Rafiq, M. (2020). Smart cities, sustainable landscape development, and smart tourism. Technologies 8(2), 40.
6. Ji, Z., Yang, L., Li R., Zhang, W., & Zhang, Y. (2020). Applications of smart irrigation systems in urban green spaces: A review. Sustainability, 12(24), 103803. Yip, L., Tsou, J. Y., & Yeung, C H. (2019). A Preliminary Study on the Implementation of Smart Technologies in Urban Landscapes. In 2019 8th International Conference on Innovation, Knowledge, and Management (pp. 125-129).
7. Gretzel, U. & Sigala, M. (2017). Transforming travel: Transforming travel: Developments, challenges, and future of ICTs in the industry. Journal of Travel Research, 56(3), 325-335.
8. halis, D. & Amaranggana, A. (2015). Smart tourism destinations: Enabling factors and challenges. In Xiang, Z., Tussyadiah, I and Lim, W. (Eds.), Design Principles and Practices: An International Journal, 9(4), 59-69.
9. Zhong, L., Li, X., Huang, G., & Huang, W. (2020). Integrating big data and artificial for smart tourism: Challenges, opportunities, and future directions. Frontiers in Digital Humanities, 7, 4.



THE MAIN COMPONENTS OF THE DEVELOPMENT OF “SMART” TOURISM IN THE REGION

Agzamova Nargiza Gapurovna

Intern-researcher at the scientific-research institute

“Study of problems of cultural heritage objects and tourism development”

Abstract: The article considers the concept of digital transformation of the tourism industry and the main components of Smart tourism such as: Smart business, Smart tourist destinations and Smart experience. Based on the analysis of international experience, the article substantiates the need for the development of Smart tourism in the regions and the introduction of digital technologies in the tourism sector. The author puts forward recommendations for the digital transformation of the tourism industry.

Key words: tourism, digital technology, Smart tourism, Smart tourism, Smart business, Smart travel destinations, Smart experiences.

Annotatsiya: Maqolada turizm industriyasining raqamli transformatsiyasi konsepsiyasi va aqlli turizmning aqlli biznes, aqlli sayyohlik yo'nalishlari va aqlli tajriba kabi asosiy komponentlari ko'rib chiqiladi. Maqolada xalqaro tajriba tahlili asosida hududlarda Smart-turizmni rivojlantirish va turizm sohasiga raqamli texnologiyalarni joriy etish zarurligi asoslab berilgan. Muallif turizm industriyasini raqamli o'zgartirish bo'yicha tavsiyalarni ilgari suradi.

Kalit so'zlar: turizm, raqamli texnologiyalar, Smart-turizm, Smart-turizm, aqlli biznes, aqlli sayohat joylari, aqlli tajribalar.

Аннотация: В статье рассматривается концепция цифровой трансформации туристической отрасли и основные компоненты умного туризма, такие как: умный бизнес, умные туристические направления и умный опыт. На основе анализа международного опыта в статье обоснована необходимость развития умного туризма в регионах и внедрения цифровых технологий в туристическую сферу. Автор выдвигает рекомендации по цифровой трансформации туристической отрасли.

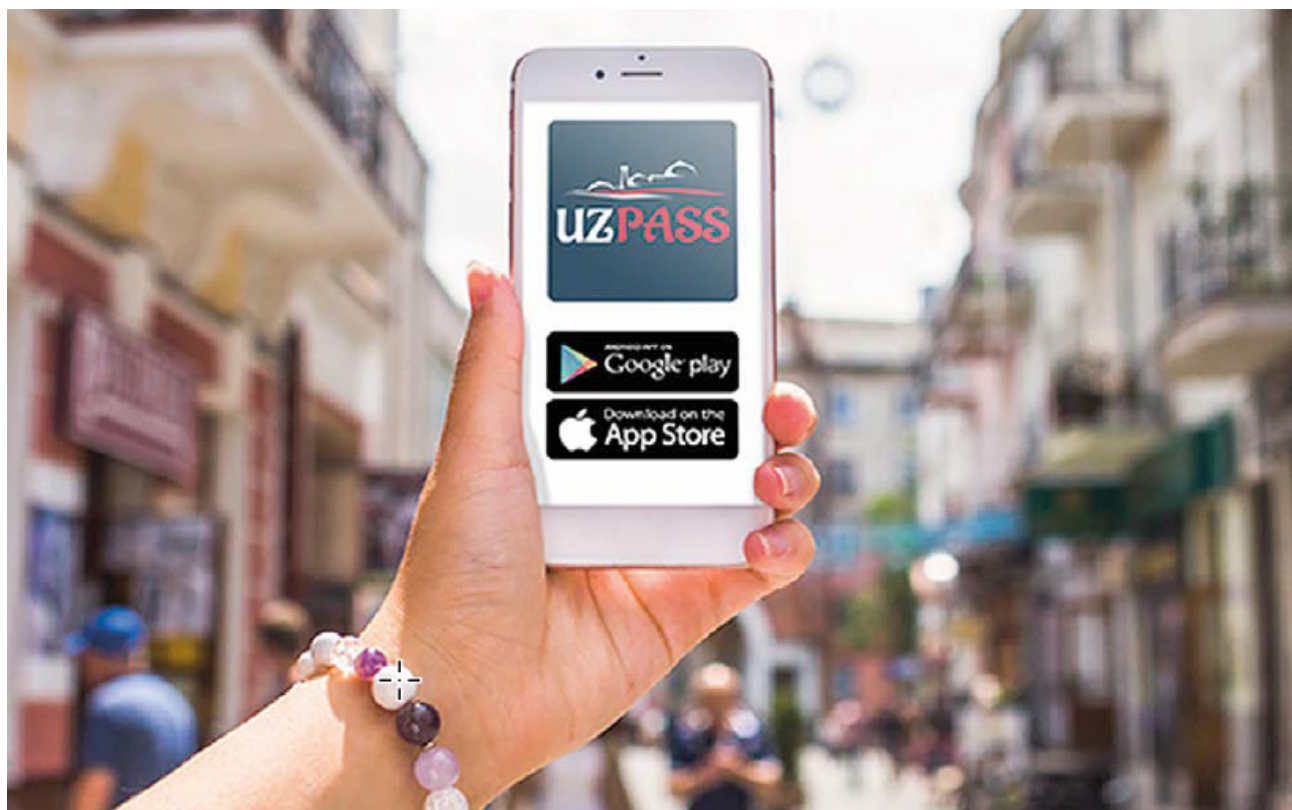
Ключевые слова: туризм, цифровые технологии, Смарт-туризм, Смарт-туризм, умный бизнес, умные направления для путешествий, умный опыт.

One of the sectors most affected by the 2020 pandemic was the tourism industry. Prior to the pandemic, tourism was a booming industry, with all countries experiencing greater growth. International tourism experienced the greatest challenges throughout 2020, as many countries virtually shut down about 90 percent of inbound and outbound travel for more than six months, causing international tourism industry revenues to drop 80 to 90 percent for the year. In many of the pandemic's problems, technology has become a facilitating solution. Schools were able to move to online learning, and all educational activities were conducted online. The same is true for other forms of business and professions, remote working has become an agenda. It is estimated that apps were downloaded 115 billion times in 2019 (Google Play and iOS app stores, 2020). Platforms increasingly control the purchase of goods (Amazon, Alibaba, E-bay), the flow of information (Alphabet, including Google), data processing (Microsoft), online communication (Facebook, Instagram, Weibo, Whatsapp, Tencent, Twitter), commerce, sales and logistics (JD; SAP), entertainment streams (Netflix, YouTube) or financial transactions (PayPal, ApplePay). The widespread use of ICTs has led to changes in how consumers find, access and interpret information; how they plan and buy; interact and participate. The growing use of mobile ICTs has been accompanied by very significant changes in consumer behavior that have fundamentally altered business models. Digitalization and the use of the Internet are also changing the structure of the tourism industry, promoting price transparency and competition, optimizing costs and increasing production efficiency. In fact, the tourism industry has become the largest category of goods and services sold over the Internet. Recent advances in technology are making it



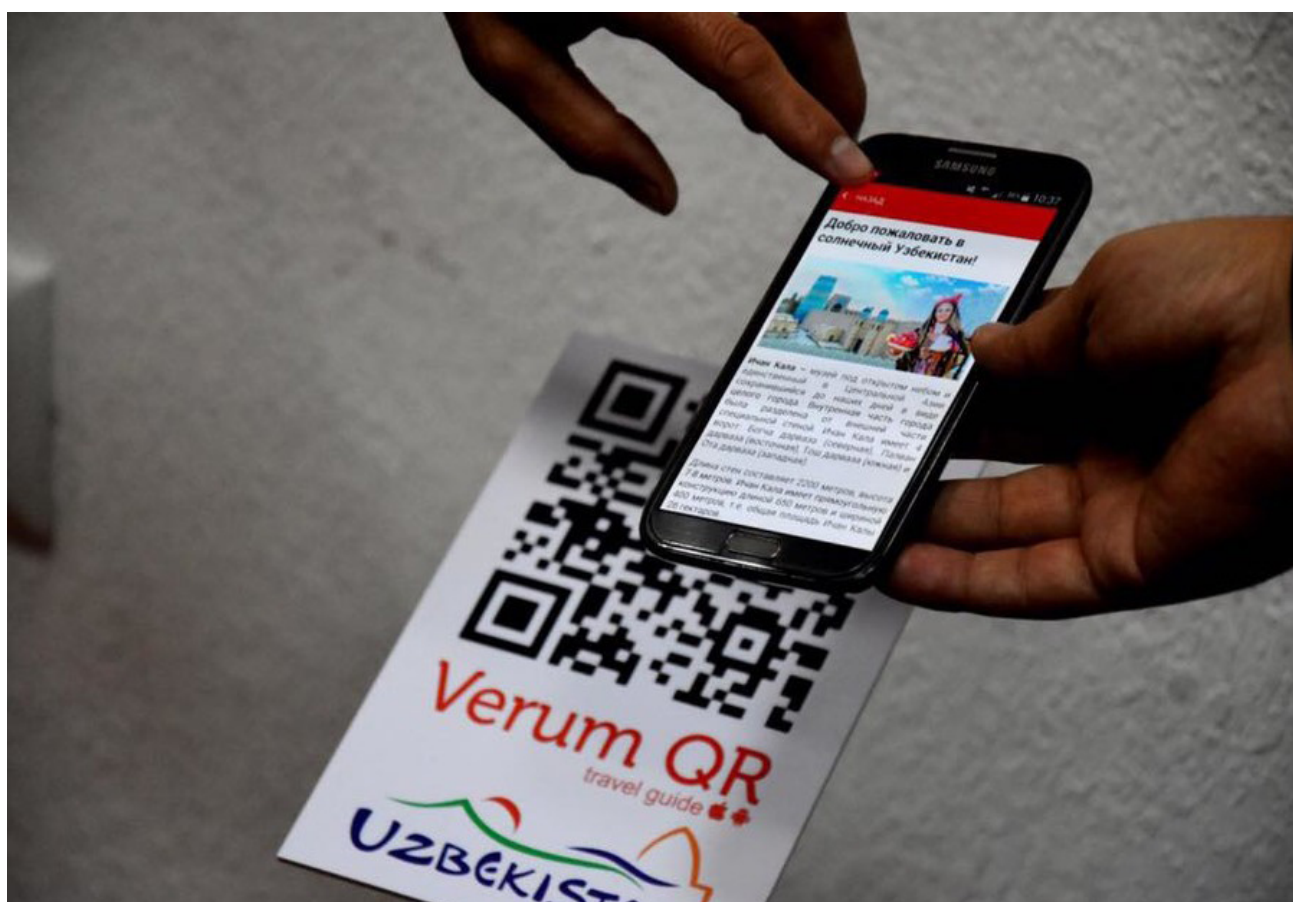
easier and more reliable for users to enhance their ability to explore destinations. Digital technology is also affecting the personalization of the tourism offer, emphasizing the tourist's motivation, their own desires and personal experiences. Given that the tourism industry is extremely informative and heavily dependent on communication technologies, the concept of "smart" is gradually being applied to this industry. "Smart" tourism is a model for the unified development of the tourism industry and is the key to the transformation and modernization of the modern service industry. Before the pandemic, market researchers predicted that the global online travel market would reach nearly \$818 billion by 2020, driven by the demand for mobile travel apps and websites. Travelers in the post-pandemic world, still have an interest in innovative mobile apps that add value to travel. Appinventiv's Co-Founder – Pratik Saxena, says, "Most of the major players in the travel industry today have a mobile presence and if not, they are planning to go mobile – a trend that is directly fueling the growing demand for mobile travel app development. Smart tourism involves several components that are supported by ICT. The digital transformation of the tourism industry, the relationship between ICT and tourism can be examined through the following three components:

1. **Smart Business.** This component is considered in terms of revenue generation and distribution, market access and concentration, competition, dependency structures, profitability, reputation, value chains and business ethics. Smart business refers to a complex business ecosystem that creates and supports the sharing of tourism resources and the co-creation of tourism experiences. A distinctive aspect of this Smart business component is that it involves public-private collaboration and is the result of governments becoming more open and technology-oriented as infrastructure and data providers. Over the past few decades, technology has helped the travel and tourism industry increase its reach through travel booking websites, videos, blogs and travel photos. Digital tools and content have become a vital source of information for vacationers planning their next vacation or creating a wish list. In addition, Smart tourism recognizes that consumers can also create and offer value, as well as control and therefore take on a business or management role. AirBnB, for example, has introduced reciprocal reviews, encouraging guests to rate hosts and hosts to rate guests, in a form of mutual observation. This effectively extends surveillance structures and creates the need for online reputation management.





2. **Smart tourism** destinations, is examined in terms of changes in expenditure, length of stay, vacation time, tax evasion, health and safety, control, overtourism phenomena. This component applies Smart city principles to urban or rural areas and considers not only residents but also tourists in its efforts to support mobility, accessibility and resource allocation, sustainability and quality of life/visitation. Barcelona, for example, offers travelers interactive bus stops that not only provide tourist information and bus arrival times, but also have USB ports for charging mobile devices. It also makes bicycles available throughout the city, and travelers can check their location via a Smartphone app, thereby promoting environmentally friendly transportation around the city; the city of Brisbane recently installed more than 100 beacons at attractions to relay information to tourists via a mobile app if they are within a certain radius of the location; Jeju Island in South Korea has just announced itself as a Smart tourist destination that will use innovative technology to help them get around the city; and the city of Brisbane has just announced that it will be using its bicycles to provide tourists with information and information on how to get around the city.
3. **Smart Experience.** Tourists are active participants in its creation. They not only consume, but also create, annotate or otherwise enhance the data that forms the basis of the experience (e.g., by uploading photos to Instagram with hashtags related to the destination or helping to map the location). The travel experience is improved through personalization, contextual insights, and real-time monitoring. Human-centered design that draws on insights from cognitive behavior, social psychology, neuroscience and behavioral economics combined with advanced technologies such as augmented, virtual or mixed reality (AR, VR, MR) can provide a continuous interactive experience for viewers from their personal space. The design principles will create a seamless digital user experience and create a positive perception of the tourist destination. Artificial intelligence applications in tourism also include biometric identification, meal planning or voice-activated information retrieval.





For example, augmented reality (AR) apps from companies such as Appinventiv, SeaMonster and Skignz are among the promising innovations for travelers. Mobile augmented reality travel apps quickly engage customers through interactivity and provide an immersive user interface and deliver a rich and visually appealing experience. Adobe Digital Insights (ADI) found that augmented reality / virtual reality experiences have increased by 13% since 2020. The number of wearable devices related to travel has also increased by 44%. In addition, ADI forecasts online revenue in the travel industry to grow to \$98.02 billion in 2020. Huff Post reports that more than 95% of travelers read at least seven reviews before booking their vacation. According to Nielsen Research, “travelers spent an average of 53 days visiting 28 different websites over 76 online sessions, with more than 50% of travelers checking social media for travel tips.

Another example, the desire to unite all travel services in one application prompted the idea of creating a personal tour operator in a Smartphone. Such a “virtual guide” would make it possible to compile a tour from the best recommendations without resorting to the help of intermediaries, choose offers with the highest consumer rating and the biggest discounts. A “pocket” travel agent could answer all the questions of a tourist: where it is more convenient to live, what is interesting to see, where to eat, where to buy fashionable things at a discount. He could take care of everything in advance, so that it would be faster and more comfortable, advise only those service providers who meet strict quality requirements. And for all this, you could pay for it all with domestic currency while getting a cashback. Today, this scenario no longer seems like a fantasy thanks to blockchain technology, which brings the service provider and the consumer together directly. As a result, the need for intermediaries is simply eliminated. The creation of a blockchain-based travel platform will open the way to the Smart tourism community, rid the travel industry of intermediaries, and make it possible to travel more, brighter and more comfortable. In general, a blockchain is a kind of database organized in such a way that each subsequent record includes all previous ones. Such technology eliminates the possibility of making changes to previously made records. In other words, it is basically a huge notary, where you can fix something and it will always be the same. In addition to cryptocurrencies, blockchain has a lot of other applications, one of which is Smart contracts. Their name speaks for itself. “Smart contract” is a condition, compliance with which is monitored not by a person, not a notary, not competent authorities, but by special algorithms and robots. In case of fulfillment of this condition / occurrence of some event, certain transactions are performed or not. A prerequisite for the blockchain to work is the issuance of tokens. These are such digital obligations that fix something. The main mission of blockchain in tourism is to ensure trust between the parties to a transaction (counterparties). The problem of trust is especially relevant for Uzbek tourism. Although for foreign tourism such a guarantee of invariability of transactions will not be superfluous either. The code of the blockchain platform stands guard over the interests of both the service provider and the consumer. It guarantees a tourist a room with a sea view, if this requirement is fixed in his Smart contract with the hotel, and protects the hotel from unreasonable demands of guests. In case of any deviations from the terms of the contract, the robot will automatically punish the violator, and the victim will be awarded compensation. The main function of blockchain is to protect economic interests, so all kinds of manipulation of agreements in the blockchain are prevented. Blockchain platforms allow all manufacturers, including local ones, to enter the global market. That is, blockchain platforms work as aggregators, allowing suppliers who have registered an account, created a profile and purchased tokens from the platform to engage in transactions with consumers. The next major benefit of blockchain is the ability to reduce costs and lower the price of a travel product. All current major aggregators operate on a percentage basis, meaning they charge a commission to the supplier or to the consumer, and some charge both. The commission can be as high as 30%. A blockchain-based Smart travel platform allows for no commission to be charged to the consumer, as its business is built on a different principle.

Travel industry experts predict that over the next 10 years, the digital travel space worldwide will expand by 3.8% per year to reach \$11.4 trillion.” Thus, the growth of tourism will automatically mean more opportunities for everyone as more wealth, jobs, environmental concerns and recreational opportunities will be created. All this is possible if the industry is willing to improve and take



full advantage of digital transformation. And this should be the result of collective efforts of the government, tour operators and destination marketing organizations. The development of Smart tourism provides Smart destinations, and Smart destinations in turn provide experiences. Digitalization of the tourism industry requires: – Collaborate with the private sector to share innovative experiences and co-create unique tourism services. – Accelerate the adoption of innovative technology solutions for tourism, including virtual tours, receptions and kiosks; contact tracking applications. – Promote innovative digital and virtual solutions for event facilities and services – to enhance the quality and value of hybrid and online events. Such innovations, based on breakthrough technologies, will:

- 1) predict user needs based on multiple factors and provide recommendations for selecting specific consumer activities, such as attractions, restaurants, and venues;
- 2) improve travelers' on-site experiences by providing extensive information, location-based interactive services, and customized interactive services;
- 3) empower travelers to share their travel experiences to help other travelers in their decision-making process, revitalize and enhance their travel experiences, and build their self-image and social media status.

List of references used:

1. S.Gössling Tourism, technology and ICT: a critical review of affordances and concessions, *Journal of Sustainable Tourism*, 29:5, 733-750, 2021.
2. M.Abou-Shouk, W.Lim, P.Megicks, Internet adoption by travel agents: A case of Egypt. *Int J Tour Res* 15(3):298–312. 2013.
3. J.Glasco, Smart tourism – Innovation and reinvention for an industry in crisis, 2022 <https://hub.beesmart.city/en/strategy/Smart-tourism-innovation-and-reinvention-for-an-industry-in-crisis>
4. U.Gretzel, M.Sigala, Z.Xiang, Ch. Koo Smart tourism: foundations and developments Institute of Information Management, University of St. Gallen, 2015.
5. Gossling, S., & Hall, C. M. (2019). Sharing versus collaborative economy: how to align ICT developments and the SDGs in tourism? *Journal of Sustainable Tourism*, 27(1), 74–96. <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1560455>.
6. Ulrike Gretzel 1 & Marianna Sigala2 & Zheng Xiang3 & Chulmo Koo4.
7. S.Barykin, E.Poza & B.Khalid, *Tourism Industry: Digital Transformation Handbook of Research on Future Opportunities for Technology Management Education* (pp.414-434), 2021.



ТУРИЗМ СОҲАСИДА РАҚАМЛИ ТЕХНОЛОГИЯЛАР ОРҚАЛИ СМАРТ ТУРИЗМНИ ТАШКИЛ ЭТИШНИНГ АСОСИЙ ХУСУСИЯТЛАРИ

Ҳамдамов Амриддин Ҳамдам ўғли

“Ипак йўли” туризм ва маданий мерос халқаро университети 2-курс таянч докторанти

Жаҳон туризм индустрияси технологиялар билан боғлиқ фундаментал ўзгаришларга юз тутмоқда. Сўнгги йиллар давомида технологияларнинг ривожланиши туристик хизматлар кўрсатиш сифатини тубдан ўзгартирди. Шу муносабат билан Ўзбекистонда туризм соҳасини ривожлантиришда рақамли технологияларни қўллаш ушбу муҳим вазифани ижобий ҳал этишнинг асосий омилларидан ҳисобланади.

Бу борада республикамызда ҳам замонавий ахборот-коммуникация технологияларини ривожлантириш, туризм соҳасида электрон хизматларни кўрсатишнинг яхлит тизимини яратиш ва янги механизмларни жорий этиш юзасидан катта ишлар олиб бориляпти. Шу мақсадни амалга ошириш борасида Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 28 апрелдаги “Рақамли иқтисодиёт ва электрон ҳукуматни кенг жорий этиш чора-тадбирлари тўғрисида” ги ПҚ-4699-сон Қарори [1] ва 2023 йил 24 майдаги “Рақамли хизматлар қамрови ва сифатини ошириш ҳамда соҳа, тармоқ ва ҳудудларни рақамли трансформация қилиш чора-тадбирлари тўғрисида” ги ПҚ-162-сон Қарори [2] ҳамда мазкур фаолиятга тегишли барча меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатлар соҳани ривожини учун ҳисса қўшишга хизмат қилади.

Рақамли туризм бўйича етук мутахассислардан бири Буюк Британия Борнмут университети профессори Дмитриос Бухалис бўлиб, у рақамли туризмни электрон туризм, смарт туризм атамалари билан бир хил эканини таъкидлаб, электрон туризм бу ташкилотларга туризм, саёҳат, меҳмондўстлик ва умумий овқатланиш соҳаларидаги самарадорликни оширишга имкон берадиган барча жараён ва хизмат занжирларини рақамлаштиришдир, деб таъкидлаган[3]. Норчаев Асатулло Норбўтаевичнинг “Туризмда рақамли инновацион технологияларни жорий қилиш йўналишлари” номли мақоласида туризм инфратузилмасини ривожлантиришда инновацион технологиялар етакчи рол ўйнаши борасида мулоҳаза юритилган[4]. А.Шермухамедов ва Д.Нарзуллаеваларнинг илмий мақоласини ўрганаётганимызда туризм саноатида рақамлаштириш жараёнлари ва технологиялари, меҳмондўстлик, ресторан бизнеси ва умумий овқатланиш сифати яхшиланганлиги сабабли мақсадли аудиторияни кенгайтириш имкониятига эга хизматдир[5].

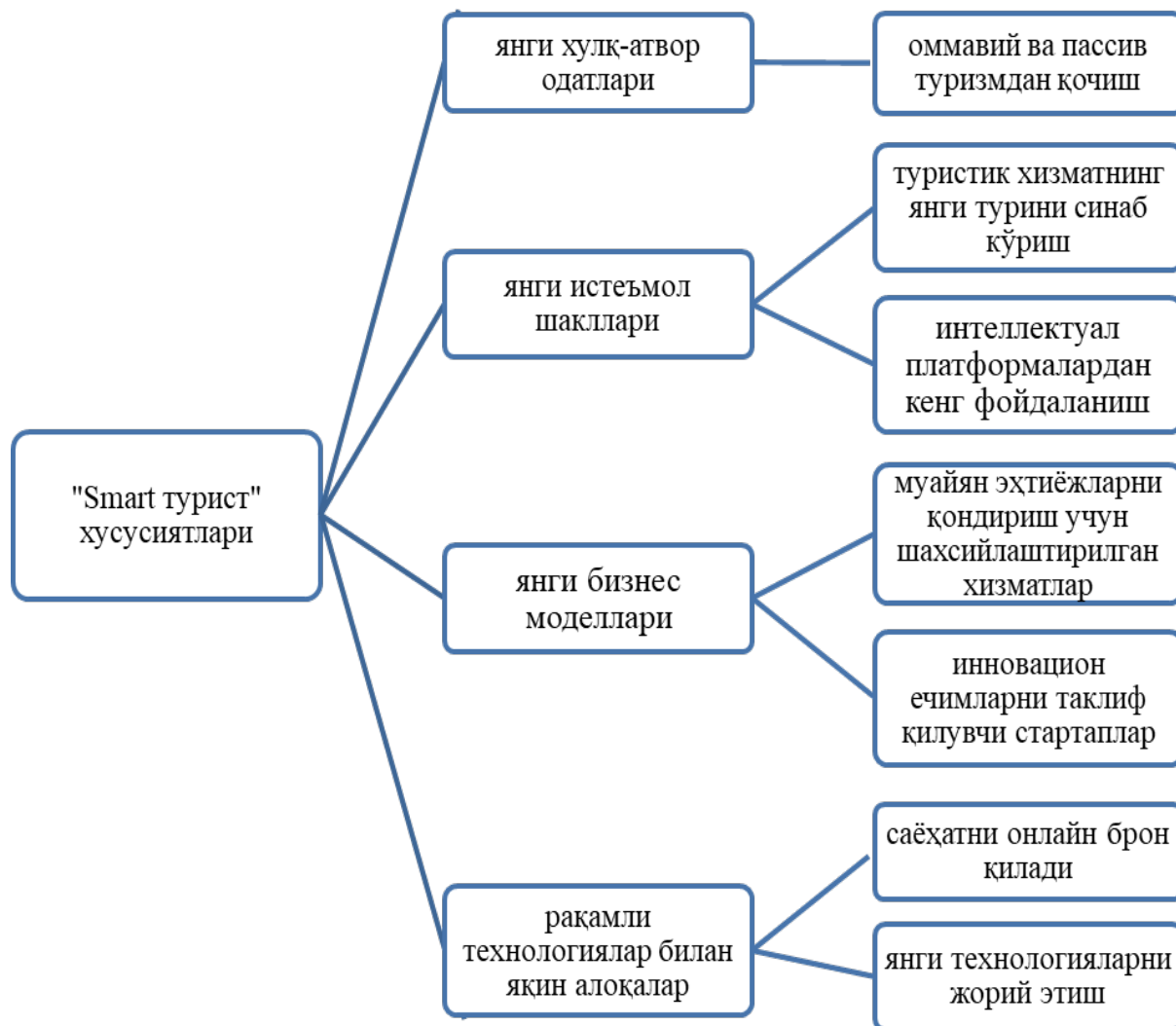
Рақамли технологияларни жорий этиш соҳа рақобатбардошлигини оширишда, Ўзбекистоннинг туризм салоҳияти билан потенциал сайёҳларни таништиришда муҳим аҳамият касб этади. Туризм соҳасида рақамли технологияларни қўллашда онлайн хизматлари алоҳида ўрин тутди.

Одатда туризм соҳасида қуйидаги онлайн хизматлари кенг тарқалган:

- авиа, темир йўл, автобус ва автомобил маршрутлари бўйича билетларни онлайн усулда заказ қилиш ва сотиб олиш;
- туризм бўйича онлайн маслаҳат бериш хизматлари;
- саёҳатларга, маҳсус турларга ва кўргазмаларга заказлар бериш ва уларни сотиб олиш бўйича хизматлар;
- билетларнинг ва турли-хилдаги саёҳатларнинг калъкуляциясини электрон усулда тақдим қилишнинг онлайн сервислари;

- онлайн усулда меҳмонхоналарни заказ қилиш хизматлари;
- шаҳарлар, музейлар ва кўргазмаларга виртуал саёҳатлар уюштириш сервислари ва бошқалар.

Туристлик талабга таъсир қилувчи кўплаб омиллар натижасида янги ижтимоий-маданий ҳодиса – "smart турист" тушунчаси шаклланди, бунинг учун рақамли алоқалар сифатли дам олишнинг асосий хусусиятига айланди. Ақлли турист янги хулқ-атвор одатлари билан тавсифланади (оммавий ва пасив туризмдан қочиш), янги истеъмол шакллари (туризмни ривожлантиришга қаратилган тажрибалар, интеллектуал платформалардан фойдаланиш), янги бизнес моделлари (муайян эҳтиёжларни қондириш учун шахсийлаштирилган хизматлар) ва рақамли технология билан яқин алоқалар ва барқарор ривожланиш. Аниқ қилиб олганда ақлли туристларнинг хусусиятларини қуйидаги 1-рasm асосида ифодалашимиз мумкин:



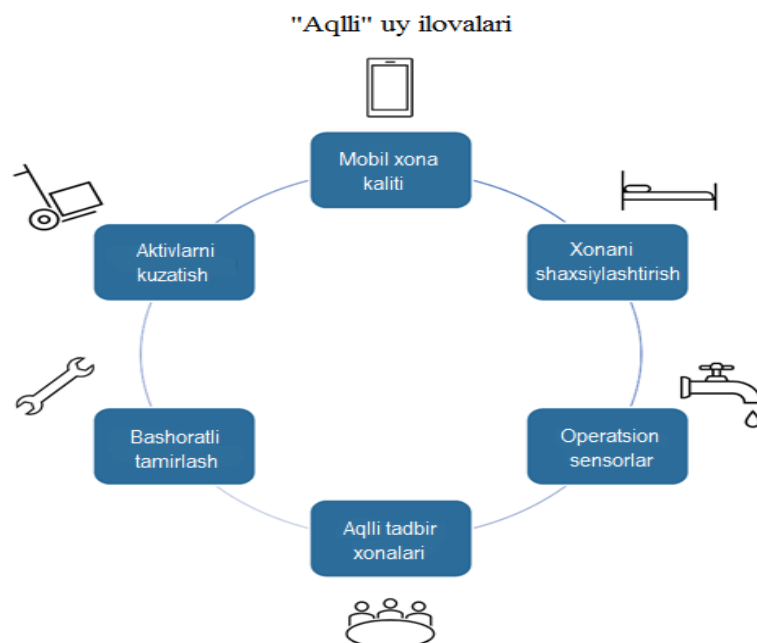
1-рasm: "Smart турист" хусусиятлари

Ақлли турист яқинлашиб келаётган саёҳатга пухта тайёргарлик кўради ва у туристик ташкилотлар, саёҳат ва унинг таркибий қисмларини диққат билан танлайди, тез-тез саёҳатни ташкил қилади. Бунинг учун у бир нечта хизматлар ва веб-сайтлардан фойдаланади, мақолалар ва шарҳларни ўқийди, сайёҳлик йўналишлари имкониятларини ўрганади, шу жумладан, рақамли платформа қидирув сўровларини таҳлил қилади.

Биз миллий туризм корхоналарига қуйидаги рақамли технологиялардан самарали фойдаланган ҳолда "Smart-туризм" воситаларини туристик маҳсулотлар ва хизматларни ишлаб чиқишлари учун таклиф этамиз:

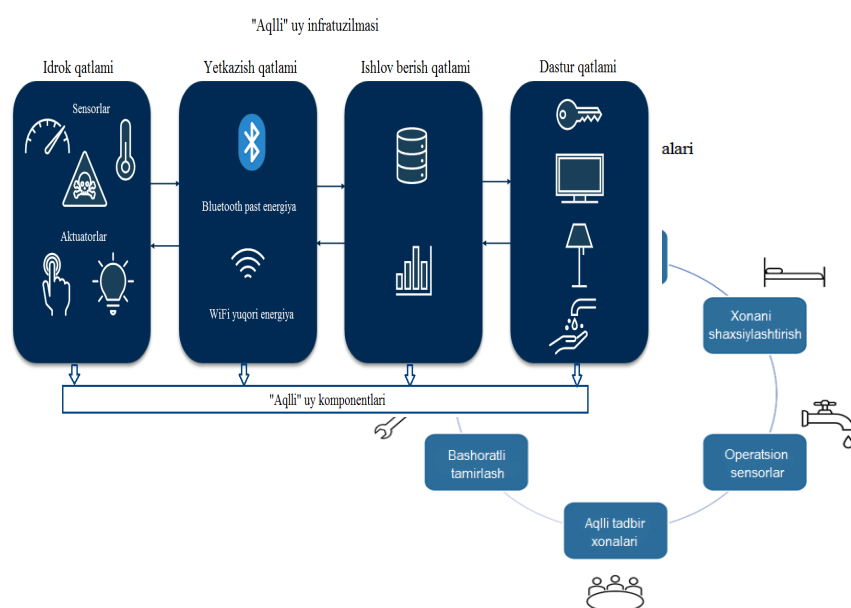


Бугунги кунда инновациянинг ривожланиши ҳаётимизнинг барча жабҳаларига “Ақлли” технологиялар, яъни “Ақлли” уй, автомашина, соат, телефонлар ва бошқаларнинг кириб келишида асос бўлиб хизмат қилмоқда. Шу боисдан, миллий туризм корхоналаримиз ҳам ўз мижозларига “Ақлли” технологиялар асосида ишлаб чиқилган янги турдаги рақамлашган маҳсулотларни таклиф этсалар ёки мавжуд хизматларини такомиллаштирсалар ҳам молиявий жиҳатдан ҳам ижтимоий-иқтисодий жиҳатдан юқори самарадорликка эришган бўлар эдилар.



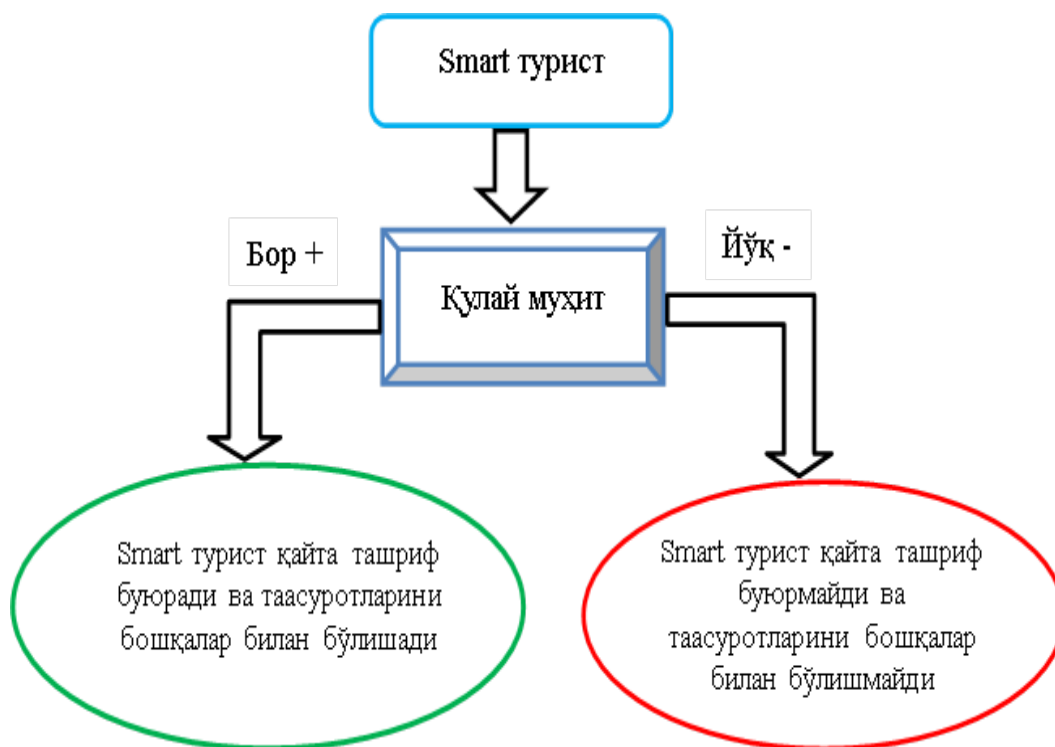
2-расм: “Ақлли” уй иловалари инфратузилмаси

Ақлли уй – бу сунъий интеллект ва IoT (Internet of Things) каби бузувчи технологиялар билан жиҳозланган меҳмонхона бўлиб, унинг мақсади операцияларни соддалаштириш яъни меҳмонхона бошқаруви томонидан бошқарув, самарадорлик ва назоратни яхшилаш, шунингдек, меҳмонларга яхши хизмат кўрсатишни таклиф қилишдир. Келажакдаги меҳмондўстлик тажрибасини шакллантирадиган “ақлли” уй тенденциялари бир нечта муҳим иловалар мавжуд. Аммо бу ерда биз аллақачон фойдаланиши мумкин бўлган турли хил ақлли меҳмонхона технологияларига эътибор қаратмоқчимиз.



3-расм: “Ақлли” уй компонентлари

Ушбу туристларга хизмат кўрсатиш жараёнида инфратузилма ҳам айнан ақлли туристлар учун мослаштирилиши лозим. Масалан, меҳмонхоналар, овқатланиш шаҳобчалари, транспорт воситалари ва бошқалар энг асосийси имконияти чекланган туристлар учун фойдаланишга қулай бўлиши талаб этилади. Қуйидаги 4-расмда ақлли туристларнинг туристик дестинацияга қайта ташриф буюриши ёки буюрмаслигини акс эттиради.



4-расм: Smart туристларнинг қайта ташриф буюриш имконияти

Юқоридаги 4-расмда ақлли туристларнинг туристик дестинацияга улар учун қулай рақамли шароит яратилмаган бўлса, қайта ташриф буюрмаслиги ва тавсия этмаслиги аксинча ҳолатда эса қайта ташриф буюриш эҳтимоли юқори эканлиги билан изоҳланади.

ХУЛОСА ВА ТАКЛИФЛАР

Юқоридаги маълумотлардан хулоса қилган ҳолда, бу борада туризм соҳасини ривож-лантиришда рақамли технологиялардан самарали фойдаланишда энг аввало сўнгги йилларда бошланган ишларни давом эттиришни кўзда тутган ҳолда алоҳида эътибор қаратилиши лозим бўлган қуйидаги йўналишни белгилаб олиш мақсадга мувофиқ бўлиб, улар:

- бугунги кунда инновациянинг ривожланиши ҳаётимизнинг барча жабҳаларига “Ақлли” технологиялар, яъни “Ақлли” уй, автомашина, соат, телефонлар ва бошқаларнинг кириб келишида асос бўлиб хизмат қилмоқда. Шу боисдан, миллий туризм корхоналаримиз ҳам ўз мижозларига “Ақлли” технологиялар асосида ишлаб чиқилган янги турдаги рақамлашган маҳсулотларни таклиф этсалар ёки мавжуд хизматларини такомиллаштирсалар ҳам молиявий жиҳатдан ҳам ижтимоий-иқтисодий жиҳатдан юқори самарадорликка эришган бўлар эдилар;
- туризм соҳасида рақамли технологиялардан самарали фойдаланиш масалаларини ўрганиш бўйича республика ишчи гуруҳини тузиш ва йил мобайнида тегишли вазирлик ва идоралар мутахассисларига туристик сектор экспертлари ҳамда вакиллари билан бирга жараёни яхшилаб ўрганиш ва туризмда инновацияларни қўллашга тўсқинлик қилаётган муаммолар ечимини топишга доир аниқ таклифлар акс этган норматив-ҳуқуқий ҳужжатлар лойиҳаларини ишлаб чиқиш муҳим ҳисобланади.



Жаҳон туризм саноатида қўлланилаётган рақамли технологиялардан кутилаётган янгиликларга ва жорий қилинаётган ўзгаришларга биз ҳам шай ҳолатда тайёр туришимиз муҳим ҳисобланади. Шу нуқтаи назардан, бугунги кунда соҳада рақобат шу даражада ривожланмоқдаки, унда ғолиб чиқиш учун стратегик режалар ишлаб чиқишда юқоридаги каби ахборотлардан тўғри йўналиш олишимиз лозим бўлади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 28 апрелдаги “Рақамли иқтисодиёт ва электрон ҳукуматни кенг жорий этиш чора-тадбирлари тўғрисида” ги ПҚ-4699-сон Қарори.
2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2023 йил 24 майдаги “Рақамли хизматлар қамрови ва сифатини ошириш ҳамда соҳа, тармоқ ва ҳудудларни рақамли трансформация қилиш чора-тадбирлари тўғрисида” ги ПҚ-162-сон Қарори.
3. Buhalis, D. (2003): eTourism: Information technology for strategic tourism management, Pearson (Financial Times/Prentice Hall), London ISBN 0582357403.
4. Норчаев Асатулло Норбўтаевич, “Туризмда рақамли инновацион технологияларни жорий қилиш йўналишлари”, Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar ilmiy elektron jurnali. № 2/2020/ (00046), –215-222- бет.
5. А.Шермухамедов., Д.Нарзуллаева., Ташкентский филиал Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова Экономическое обозрение (249) 2020.



МИНТАҚА ТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНТИРИШДА ХИЗМАТ КЎРСАТИШ КОРХОНАЛАРИНИНГ SMART-АХБОРОТ МОДЕЛЛАРИ АСОСИДА РИВОЖЛАНИШИ

Ш.Х.Мухитдинов

И.ф.ф.д (Phd), Қарши давлат университети Туризм ва маркетинг кафедраси мудири

Аннотация: Мазкур мақолада минтақа туризмни ривожлантиришда хизмат кўрсатиш корхоналарининг Smart-ахборот моделлари асосида ривожланишининг асосий жиҳатлари кўриб чиқилган.

Калит сўзлар: Smart-ахборот моделлар, лойиҳалаш, ахборот таъминоти тизими, маълумотлар тўплами, хизмат кўрсатиш соҳа корхоналари.

Abstract: In this article, the main aspects of the development of service enterprises in the development of regional tourism based on Smart-information models are considered.

Key words: Smart-information models, design, information supply system, data collection, service industry enterprises.

Аннотация: В данной статье рассмотрены основные аспекты развития предприятий сферы услуг в развитии регионального туризма на основе смарт-информационных моделей.

Ключевые слова: Смарт-информационные модели, проектирование, системы информационного обеспечения, сбора данных, предприятия сферы услуг.

КИРИШ

Бунда моделлар тизими ечимининг амалий натижалари ва ҳисоблаб чиқиладиган кўрсаткичларини олиш учун ахборот таъминотига аҳамият берамиз. Бош маълумотларни олиш учун вилоят туризмга хизмат кўрсатиш тармоқлари инфратузилмасини ривожлантиришга оид материаллар ва ҳужжатлар, статистика ҳисоботларидаги ҳужжатлар, режалаштирувчи ташкилотлар, илмий-тадқиқот ишларининг натижалари асос қилиб олинади.

Мазкур соҳадаги тадқиқотларга асосланган ҳолда ахборот таъминотини яратиш ижтимоий соҳада қабул қилинаётган қарорларнинг самарадорлиги унга боғлиқ бўлган ахборотлар қуйи тизимида аниқроқ мувофиқлаштиришнинг кучли ва етарлича асосланган усули эканлигини тасдиқлаш мумкин.

МАВЗУГА ОИД АДАБИЁТЛАР ТАҲЛИЛИ

Бунда маркетинг ахборотлари статистик кўрсаткичлар тўплами ҳамда уларни тўплаш ва ишлов бериш бўйича бир-бирига боғлиқ бўлмаган операциялар йиғиндиси сифатида эмас, балки хизмат кўрсатиш тармоқларини ривожлантиришнинг ягона, етарлича асосланган элементи сифатида кўриб чиқиши зарур. Бундай ахборот тўпламини яратишда қарор қабул қилишнинг ўзига хосликлари бўйича мезонлар ва функционал мезонлар ҳисобга олинади. К.Ховард, Н.Д.Эриашвили, Б.А.Соловьев, Д.А.Цигичко, Л.Абдуллаева, М. Насретдинова каби олимларнинг тадқиқотларига асосланган ҳолда биринчи жиҳат доирасида учта асосий элементни ажратиш мумкин: бошқарув қарорларини қабул қилиш учун ахборот, прогноз қилиш ва режа ҳисоб-китобларини амалга ошириш учун зарур бўлган ахборот, илмий-тадқиқот ишларини ўтказиш учун зарур бўлган ахборот.



ТАДҚИҚОТ МЕТОДОЛОГИЯСИ

Тадқиқот давомида илмий адабиётларда келтирилган назарий материалларга асосланган ҳолда мантикий таҳлил усулларидадан фойдаланилди. Мавжуд маълумотларни таҳлил қилишда индукция ва дедукция, макон ва замон, таҳлил ва синтез, қиёсий таҳлил каби услублар ва ёндашувлар қўлланилган.

ТАҲЛИЛ ВА НАТИЖАЛАР

Фикримизча, кузатув манбаларини таснифлашни статистика тадқиқотларида қўлланивчи умумий схема бўйича амалга ошириш лозим. Бунда бевосита кузатув давомида рўйхатга олиниши керак бўлган маълумотларни экспертларнинг ўзлари белгиласа, улар ҳужжатлаштиришда маълумотлар мос келуви ҳужжатлардан, сўровларда эса сўралаётган шахсларнинг жавобларидан олинади.

Ахборот таъминоти тизимини яратишда концептуал лойиҳалаштириш бошланғич нукта бўлиб, у маълумотларни тўплаш, таҳлил қилиш ва тартибга солиш асосида жисмоний ва мантикий алоқаларни тузилмалаштириш ва тартибга солиш йўли билан мантикий моделлаштиришнинг юзага келишига имкон яратади. Маълумотлар тўпламининг таркибий қисмлари ва улар ўртасидаги ўзаро алоқаларни аниқлаш лойиҳалаштиришнинг асосий муаммоси ҳисобланади (1-расм).



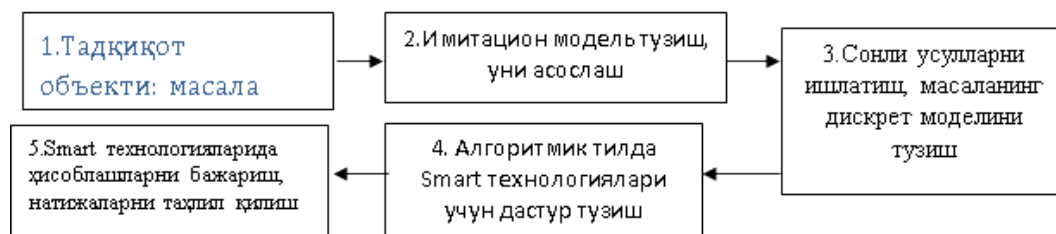
1-расм: Smart-Ахборот таъминоти тизимининг умумий схемаси

Биринчи элемент соҳадаги умумий аҳвол, хусусан, жойларда маиший хизмат кўрсатиш, коммунал хизмат ва транспорт хизматлари соҳасидаги аҳвол тўғрисидаги ахборотлардан иборат бўлади. Бундай ахборотлар оператив-техник ҳисоб тизимига асосланади. Бу ҳолда маълумотлар асосан бухгалтерия ҳисобининг бошланғич маълумотлари, шунингдек, оператив ва даврий статистика ҳисоботларидан олинади.

Иккинчи элемент прогноз қилиш ва режалаштириш учун зарур бўлган ахборотларни ўз ичига олади. Шу муносабат билан унинг таркибий қисмини тадқиқ этилаётган соҳани ҳар томонлама таҳлил қилишга имкон берувчи маълумотлар ташкил этиши лозим.

Учинчи элементда тадқиқ этилаётган жараёнларнинг ўзаро алоқаларини акс эттирувчи турли моделлар ҳисоб-китобини амалга оширишга имкон берувчи муаммоларга йўналтирилган ахборот қисми мавжуд бўлиши лозим.

Функционал жиҳатлар бўйича қуйидагиларни ажратиб кўрсатиш зарур (2-расм):



2-расм: Smart-ахборот модел имитация тажрибасининг умумий схемаси

- хизмат кўрсатиш соҳа корхоналарининг ички муҳити тўғрисидаги ахборот;
- хизмат кўрсатиш соҳа корхоналари шароити тўғрисидаги ахборот;
- хизмат кўрсатиш соҳа корхоналари ва таҳлил учун маълумотлар.



Хизмат кўрсатиш соҳа корхоналарининг ички муҳити тўғрисидаги ахборотлар ички бошланғич ҳисобот маълумотлари асосида шакллантирилади.

Вилоятда хизмат кўрсатиш тармоқларининг аҳволи тўғрисидаги маълумотларни математик статистика усулларида фойдаланган ҳолда қайта ишлаш асосида аналитик боғлиқлик юзага келди. Бу боғлиқлик сўров натижасида олинган жавобларда «оптимизм» ва «пессимизм» омилларни ҳисобга олиш ва хизмат кўрсатиш тармоқлари жараёнлари ривожланган ҳолда хизмат бозорини кенгайтириш имконини кўзда тутишга имкон беради.

Ахборот модели умумий мақсадни алоҳида қуйи мақсадларга тақсимлаш йўли билан олинувчи иерархик тузилмани яратишни кўзда тутди. Ахборот моделини яратишнинг умумий услубияти илмий адабиётларда кенг ёритилган. У бир қанча талаб ва чеклашлардан иборат бўлиб, тўлиқлик ва оддийлик ўртасида мувозанат ўрнатишга интилади. Тадқиқотимизда эса, хизмат кўрсатиш тармоқларини ривожлантириш ва истиқболда ривожланишини баҳолаш ҳамда прогноз қилиш воситаси сифатида эконометрик моделлар таркибини такомиллаштириш имкониятини беради.

Шу ўринда юқоридаги имитация моделларидан фойдаланиб, туризмга хизмат кўрсатиш тармоқларини ривожлантиришнинг ахборот модели тузилмаси ва уни Smart технологияларда бажариладиган ҳисоблашлар асосида таҳлил қилиш, имитация тажрибасининг умумий схемасини кўриб ўтамыз (3-расм).

Биринчи босқичда масаланинг аниқ қўйилиши, берилган ва изланувчи миқдорлар, объектнинг моделини тузиш учун ишлатиш лозим бўлган эндоген бошқарувчи параметрлар киритилади.

Иккинчи босқичда Қонуниятлар асосида ахборотлар модели тузилади. Бунда тизимда ўрғанилаётган жараёнга таъсир кўрсатувчи омилларнинг барчасини бир вақтнинг ўзида ҳисобга олиб бўлмайди, чунки математик модель жуда мураккаблашиб кетади. Шунинг учун модель тузишда энг кучли таъсир этувчи асосий омилларгина ҳисобга олинади. Бу ўринда вилоятда туризмга хизмат кўрсатишни ривожлантириш йўллари белгиланган омилларни танлаб олдик:

- ҳудуднинг ижтимоий-иқтисодий тавсифномаси – урбанизация даражаси, туризмнинг касбий маҳорат соҳасидаги тузилиши, туризм тураржойларини ривожлантириш истиқболлари;
- ҳудуднинг миллий тавсифномаси – туризмнинг миллий хусусиятлари, таркиби, сони;
- ҳудуднинг ижтимоий-демографик тузилиши – туризмнинг жинс, ёш ва маълумоти жиҳатдан таркиби ҳамда демографик ривожланиш истиқболлари, маълумот хусусидаги таркиби;
- хизмат кўрсатиш соҳаси муассасалари моддий-техник базасининг тавсифномаси – транспорт тармоғи ва унинг ривожланиш истиқболлари.

Учинчи босқичда масаланинг математик модели тузилади. Бу ўринда керакли мос тенгламалар ечилиши ва кўрсаткичлар аниқланиши лозим. Масалан, математик модель дифференциал тенглама билан тасвирланган бўлса, сонли усуллар ёрдамида у чекли сондаги нуқталарда аниқланган чекли-айирмали тенгламалар билан алмаштирилади.

Тўртинчи босқичда сонли усуллар ёрдамида аниқланган алгоритм асосида бирор-бир алгоритмик тилда Smart технологияларда ишлатиш учун дастур тузилади. Масалан, у умумий хусусиятга эга бўлиши керак, яъни математик моделда фойдаланган масала параметрларининг етарлича катта соҳада ўзгарувчи қийматларида дастур яхши натижа бериши керак.

Охириги – бешинчи босқичда дастур Smart технологияларга қўйилади ва олинган сонли натижалар чуқур таҳлил қилиниб, баҳоланади.

Натижаларга қараб мутахассис таҳлил қилинаётган жараён тўғрисида хулосалар чиқаради, унинг амалга ошишига маълум мақсад асосида таъсир кўрсатади, бошқариш воситаларини ишлаб чиқади, тавсиялар беради. Кўплаб вариантлар асосида бажарилувчи ҳисоблаш тажрибалари ёрдамида лойиҳачи у ёки бу белгига кўра, барча вариантлар ичидан энг маъқулини танлаши мумкин.



Хизмат турига ҳисобланган талабнинг тўғриланувчи кўрсаткичлари ва унинг тармоқда якуний ишлаб чиқарилиши ҳақида ахборотдан фойдаланилади. Агар кўрсаткич бирликдан юқори бўлса, талаб таклифдан юқори, агар бирликдан кам бўлса, аксинча бўлади.

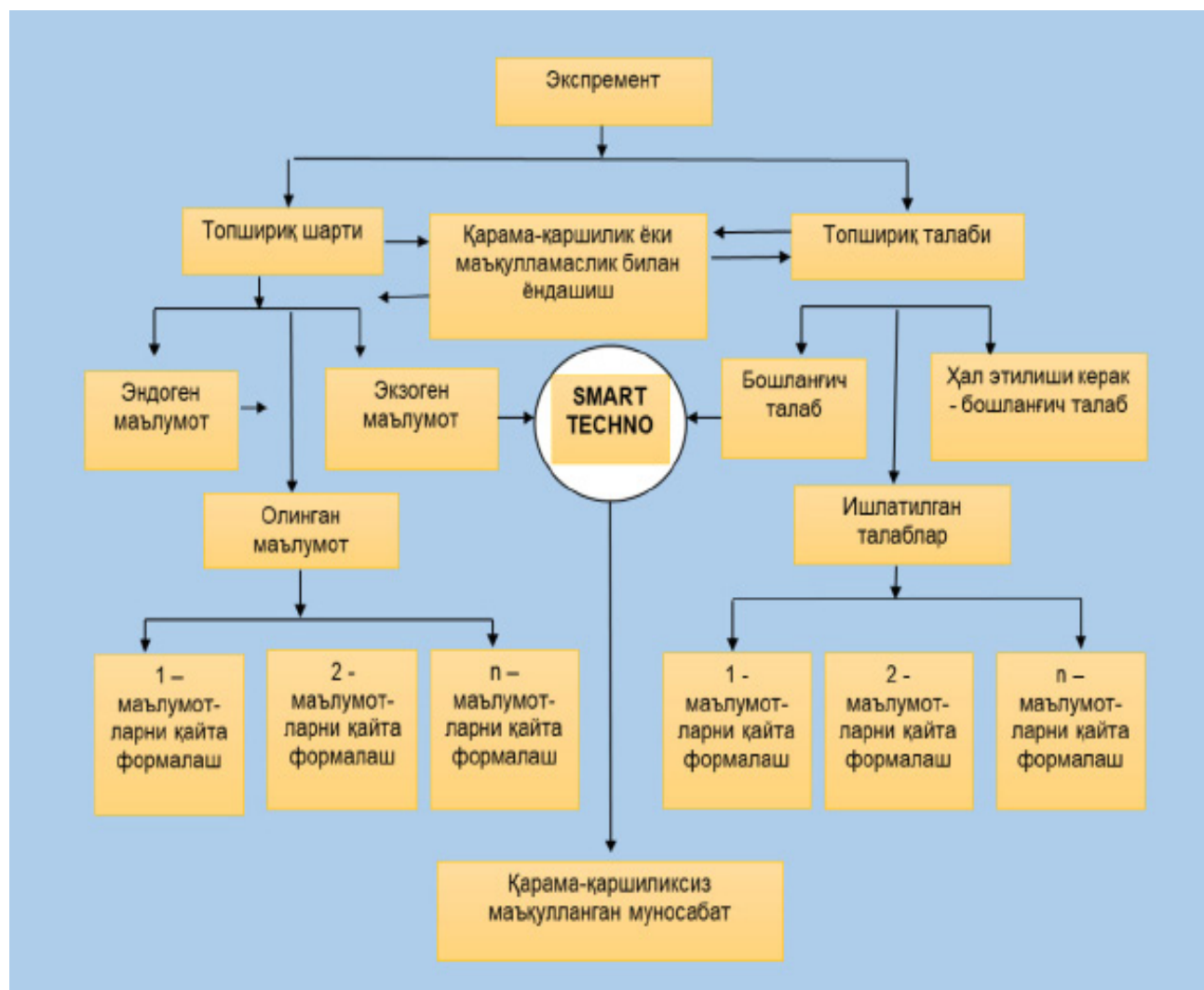
Тўғриланувчи кўрсаткичлар ва хизматнинг тармоқлар бўйича ўсиш суръати экспериментатор томонидан йўл қўйиш мумкин бўлган даража позициясида таҳлил қилинади. Агар улар ўзгариши керак бўлса, экспериментатор у ёки бу бошқарув параметрини ўзгартириши мумкин. Масалан, меъёрлар, нархлар масштаби ўзгартирилади. Блоклар янги тўғриланувчи кўрсаткичларни аниқлайди.

Экспериментатор ишлаб чиқариш ва истеъмолнинг қониқарли мутаносибликка келгани ҳақида хулоса чиқариши биланоқ системани келгуси йилнинг ҳисоб-китобларига ўтказди.

Шундай қилиб, имитация моделининг таъминоти инсон-машина имитацион системаси орқали хизматлар орасидаги энг яхши нисбатни таъминловчи прогноз вариантларини топишга имкон беради.

Имитацион модель тузилгач, яъни масала математик кўринишда ифодалангач, уни маълум имитация тажрибалар орқали таҳлил қилиш мумкин.

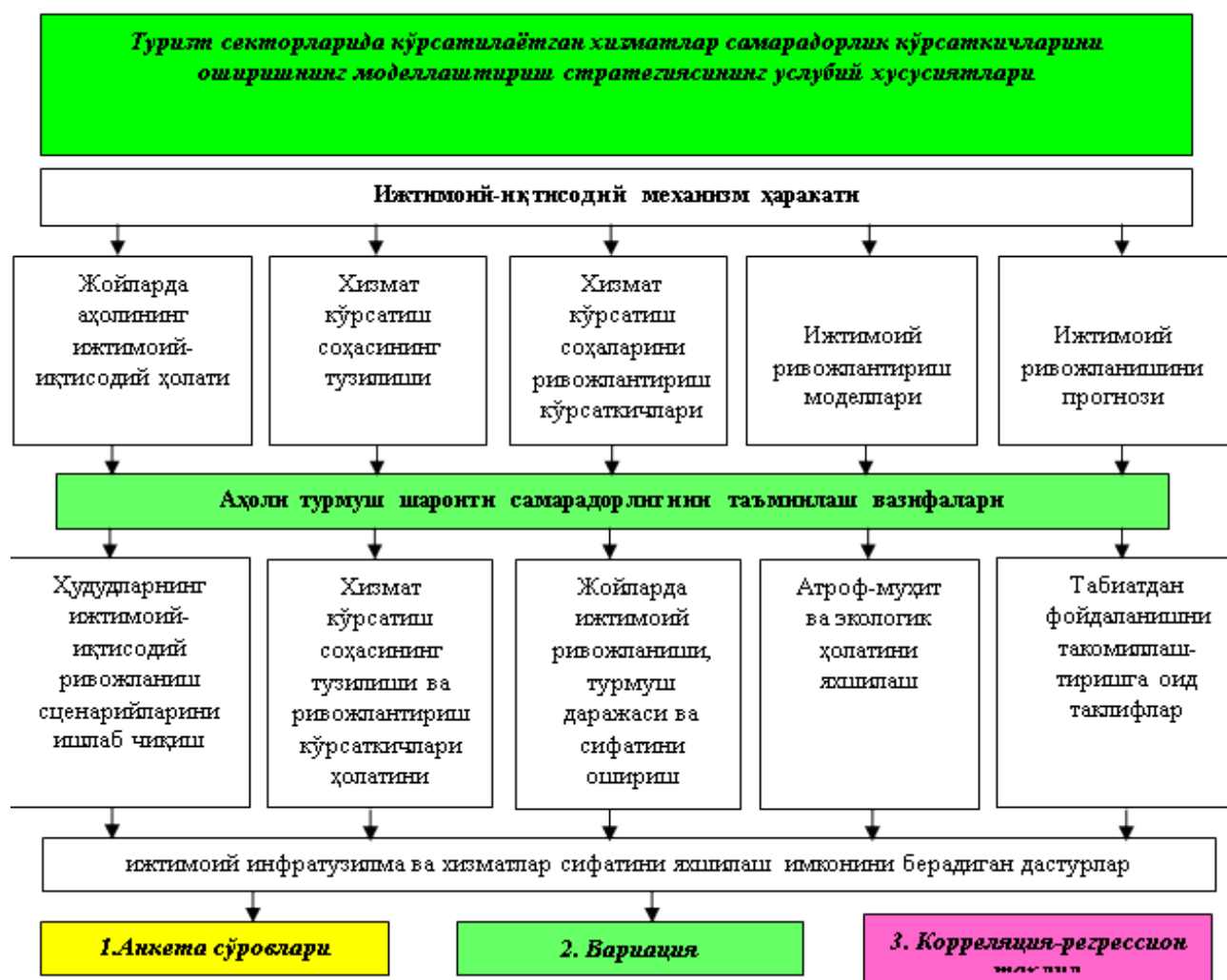
Тадқиқот хизмат кўрсатишни ривожлантириш орқали туризм секторини яхшилаш, турмуш даражасини ошириш ва хизмат кўрсатиш жараёнларини ривожлантиришни моделлаштиришнинг макроиқтисодий характериға мос бўлган, умумлаштирувчи жамлама кўрсаткичлар ёрдамида туризм турмуш тарзини тўла таҳлил қилишга имкон берувчи тизимли-таркибий модель ишлаб чиқиш заруриятига асосланган.



3-расм: Экспрементатор Smart-technologiyalar билан фаол мулоқотни амалга оширишнинг тузилмавий схемаси

Бошқарув параметрларини ажратиш, оралиқ қарорларни баҳолаш ва якуний қарорларни танлаш экспериментаторга юкланади, мумкин бўлган кўпчилик ечим вариантлари Smart технологияларда ечилади. Бунинг учун, энг аввало, унинг ўзига хос асосий хусусиятлари ажратилади ва улар ўртасида имитацион муносабат ўрнатилади. Туризмга хизмат кўрсатиш тармоқларининг ривожланишини прогнозлаштиришда огоҳлантирувчи вазифага ҳам эътибор қаратиш лозим. Бу уларнинг қатъиян аниқ муддатда ҳал қилишни талаб этган нохуш тенденцияларнинг ёки янги муаммоларнинг юзага келиш эҳтимоли тўғрисида хабар беришида ўз ифодасини топади.

Стратегияни ишлаб чиқиш жараёнида мақсадларнинг, яъни ҳудуд раҳбарияти ҳам, ҳудудий муҳитда амал қилаётган иқтисодий субъектлар ҳам бирдек эришишга интилаётган ривожланиш истиқболларининг аниқ ифодаланиши ҳал қилувчи аҳамиятга эга.



4-расм: Туризм хизмат кўрсатиш тармоқлари ривожланишини моделлаштириш стратегиясининг услубий хусусиятлари

Мазкур тадқиқотда Қашқадарё вилояти туризмга хизмат кўрсатиш батафсил таҳлил қилиниб, туризм турмуш даражасидаги тегишли кўрсаткичларнинг ўзгариши, хизмат кўрсатиш соҳаларининг истиқболдаги ривожланиши бўйича прогнозлар тақдим этилади.

ХУЛОСА ВА ТАКЛИФЛАР

Хулоса қилиб айтганда, статистик моделлаштиришда имитация модели бошқа моделларга қараганда афзалликларга эга. Шу билан бирга, хизмат кўрсатиш соҳасининг иқтисодий ўсишини



моделлаштиришда статистик моделлаштириш натижаларини таҳлил қилиш ва қайта ишлаш муҳим аҳамият касб этади. Бундан ташқари, мазкур жараёнларда дастурий таъминотни тўғри танлаш, хизмат кўрсатиш фаолиятига оид маълумотларнинг ишончлилиги ва тўлиқлигини таъминлаш улар фаолиятининг иқтисодий самарадорлигини статистик моделлаштириш орқали тўғри баҳолашда муҳим ўрин тутди.

Фойдаланилган адабиётлар рўхати:

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Miziyoeyevning 2020-yil 24-yanvardagi Parlamentga Murojaatnomasi. lex.uz
2. Худайберганов Ж., Бахтияров Ш. Минтақа қурилиш индустриясида иқтисодий самарали ва экологик омиллардан фойдаланиш имкониятлари. Республиканская научно-методическая конференция молодых учёных ТерДУ 31 марта-1 апреля 2017 г 1-част Термиз 2017.
3. O'zbekiston Respublikasi Tashqi Ishlar Vazirligi – www.mfa.uz/eng
4. O'zbekiston Respublikasi Madaniyat va sport ishlari Vazirligi – www.madaniyat.sport.uz
5. www.uzbektourism.uz
6. www.wikipedia.org
7. www.worldbank.org



ANALYSIS OF CASES OF USE OF SMART TECHNOLOGIES IN TOURISM AND HOTEL ENTERPRISES

Hamidova Muxtasarxon Iqboljon qizi

Master's student of Tashkent State University of Economics

Egamberdiyev Sirojiddin Sattor o'g'li

Master's student of Tashkent State University of Economics

Abstract: In the tourism and hospitality industry, Smart technologies are important because it has the quality to support the production of the industry. Innovation in the field of Tourism has been growing rapidly in the last few years. While most service tourism businesses and hospitality industry professionals are doing their best to adapt to these rapid changes, new technology continues to advance the industry. This article discusses some of the emerging Smart technologies in the tourism and hotel industry and which sectors need to be developed.

Key words: Smart technology, hotel, tourism, innovation, artificial intelligence, marketing, management, data analysis.

Annotatsiya: Turizm va mehmondo'stlik sanoatida aqlli texnologiyalar muhim ahamiyatga ega, chunki u sanoat ishlab chiqarishini qo'llab-quvvatlash sifatiga ega. So'nggi bir necha yil ichida turizm sohasidagi innovatsiyalar jadal sur'atlar bilan o'sib bormoqda. Aksariyat xizmat ko'rsatuvchi turizm korxonalari va mehmondo'stlik sanoati mutaxassislari ushbu tez o'zgarishlarga moslashish uchun qo'llaridan kelganini qilishsa-da, yangi texnologiyalar sanoatni rivojlantirishda davom etmoqda. Ushbu maqolada turizm va mehmonxona sanoatida rivojlanayotgan ba'zi aqlli texnologiyalar va qaysi tarmoqlarni rivojlantirish kerakligi muhokama qilinadi.

Kalit so'zlar: aqlli texnologiya, mehmonxona, turizm, innovatsiyalar, sun'iy intellekt, marketing, menejment, ma'lumotlarni tahlil qilish.

Аннотация: В индустрии туризма и гостеприимства интеллектуальные технологии важны, поскольку их качество позволяет поддерживать производство в отрасли. В последние несколько лет инновации в сфере туризма быстро растут. В то время как большинство предприятий сферы услуг и профессионалов индустрии гостеприимства делают все возможное, чтобы адаптироваться к этим быстрым изменениям, новые технологии продолжают развивать отрасль. В этой статье обсуждаются некоторые новые интеллектуальные технологии в сфере туризма и гостиничного бизнеса, а также то, какие отрасли необходимо развивать.

Ключевые слова: умные технологии, отель, туризм, инновации, искусственный интеллект, маркетинг, менеджмент, анализ данных.

Travel technology is a broad term that is used to describe the application of IT, e-commerce, and similar technology solutions within the fields of tourism, travel, and hospitality. Hotel and tourism technology may be intended to assist businesses and their employees, improve the travel experience for customers, or both. Ultimately, the goals or motivations behind implementing travel technology include automating travel and related processes, saving time, reducing costs, and creating a more seamless travel experience for consumers. Technology can be deployed to enhance the customer experience before, during, and after the trip. Travel technology can help businesses streamline their processes or even automate processes traditionally requiring active human involvement. This can help a business reduce staffing requirements, cut costs and increase the income they generate, leading to improved financial results. In addition, technology can assist businesses through improved accuracy and convenience while helping reduce or eliminate human error. However, it is essential to always keep up with the latest tourism technology trends so that the best solutions are being used and that other businesses do not gain a competitive edge. Businesses should always keep up with



the latest travel technology trends because your main competitors will too. This means you risk giving them a significant advantage if you allow them to adopt new technology. At the same time, you rest on your laurels, especially if the technology is designed to benefit customers. As trends emerge and new technology becomes established, customers expect a certain level of experience and want the convenience associated. Customers will likely feel disappointed if your business fails to meet these expectations. This could then, in turn, lead to negative reviews and damage to your reputation. At the same time, keeping up with travel and tourism technology trends can also help employees and may make recruitment easier, as candidates will want to work with the latest tools, especially if it can reduce stress.

MATERIAL AND METHODS

Smart technologies have been increasingly integrated into the hotel industry to enhance guest experiences, improve operational efficiency, and reduce costs. Here are some Smart technologies commonly used in hotels:

- **Mobile Check-In and Keyless Entry:** Guests can use their Smartphones to check in and access their rooms, eliminating the need for physical keys or key cards.
- **In-Room Automation:** Smart thermostats, lighting, and blinds can be controlled by guests via mobile apps or voice commands, allowing for personalized room settings.
- **Voice Assistants:** Virtual voice assistants like Amazon Alexa or Google Assistant can provide information, control room functions, and offer recommendations for nearby attractions and services.
- **Smart TVs:** Televisions with built-in streaming services and casting capabilities, so guests can access their own content.
- **High-Speed Wi-Fi:** Fast and reliable internet connectivity is a must for modern hotels.
- **Room Control Systems:** Integrated control panels that allow guests to adjust room settings, request services, and access information.
- **Digital Concierge Services:** Chatbots or mobile apps that provide information, booking services, and recommendations for local attractions and dining options.
- **Guest Feedback Systems:** Automated surveys and feedback collection tools to gauge guest satisfaction and address concerns in real-time.
- **Automated Housekeeping:** Robots or Smart devices that assist with cleaning and restocking rooms.
- **Smart Lockers:** For secure package delivery and retrieval for guests.
- **Security and Surveillance:** Advanced surveillance systems and access control to ensure guest safety.
- **Guest Analytics:** Data analysis to understand guest preferences and tailor services accordingly.
- **Indoor Navigation:** Mobile apps that help guests navigate the hotel and find amenities, restaurants, and meeting rooms.
- **Environmental Sustainability:** Smart technologies for water and energy conservation, waste management, and sustainable practices.
- **Inventory and Asset Management:** RFID and IoT devices to track and manage hotel assets, from linens to appliances.

These technologies not only improve the guest experience but also help hotels streamline their operations, reduce costs, and adapt to changing customer preferences. Hoteliers need to balance technology adoption with guest privacy and security concerns to provide a safe and enjoyable experience for their visitors.

Smart technologies have transformed the tourism industry by enhancing the travel experience, providing information, and improving operational efficiency. Here are some Smart technologies commonly used in tourism:

- **Mobile Apps:** Tourism mobile apps offer features such as real-time navigation, booking accommodations and activities, and access to local information and recommendations.



- **Augmented Reality (AR) and Virtual Reality (VR):** AR apps can provide travelers with interactive information about landmarks and attractions, while VR can offer virtual tours of destinations before they visit.
- **Wearable Technology:** Devices like Smartwatches can assist travelers with navigation, language translation, and health and fitness tracking while on the go.
- **Location-Based Services (LBS):** These services use GPS and beacons to provide real-time information about nearby points of interest, offers, and events.
- **Language Translation Apps:** Translation apps can help travelers overcome language barriers, facilitating communication with locals and making travel more accessible.
- **Smart Destination Management:** Destination management systems (DMS) help destinations optimize tourism by collecting data, analyzing visitor behavior, and making real-time adjustments to services and resources.
- **Mobile Tour Guides:** Smartphones can serve as personal tour guides with audio and multimedia content about points of interest.
- **Biometric Identification:** Biometrics can streamline airport security and customs processes, making travel faster and more secure.
- **Mobile Check-In and Boarding Passes:** Airlines and hotels offer mobile check-in and digital boarding passes, reducing wait times and paperwork.
- **Smart Hotels:** Hotels with Smart technology offer guests features like mobile room keys, in-room automation, and virtual concierge services.
- **Sustainable Travel Apps:** Apps promote eco-friendly travel options, responsible tourism, and sustainable practices.
- **Smart Luggage Locks:** Bluetooth-enabled locks with remote locking and tracking capabilities enhance the security and convenience of luggage.
- **Reviews and Rating Platforms:** Travelers rely on platforms like TripAdvisor and Yelp to read reviews and ratings of hotels, restaurants, and attractions.
- **Travel Safety Apps:** Apps offer real-time safety information, including alerts for natural disasters, political unrest, and health emergencies.
- **Destination Marketing Technology:** Destination marketing organizations use data analytics and digital marketing strategies to attract and engage tourists.

These Smart technologies make travel more efficient, convenient, and enjoyable for tourists while also helping destinations and service providers improve their offerings and operations.

RESULTS

The hotels of the future are likely to incorporate even more advanced and innovative Smart technologies to enhance guest experiences, improve operational efficiency, and promote sustainability. While it's challenging to predict the exact technologies that will be in use, some emerging trends and technologies that may be prevalent in future hotels include:

- **Artificial Intelligence (AI) and Machine Learning:** AI-powered chatbots and virtual concierges will become even more intelligent, offering highly personalized recommendations and services based on guest preferences and behaviors. Machine learning will optimize pricing, room assignments, and other operational aspects.
- **Internet of Things (IoT):** IoT will continue to play a significant role, with Smart sensors and devices in hotel rooms and common areas. Guests will have seamless control over room settings, and hotels will gain more insights into energy and resource management.
- **Virtual Reality (VR) and Augmented Reality (AR):** VR and AR will offer guests immersive experiences, allowing them to preview rooms and explore destinations before booking. AR applications will assist with navigation and provide information on nearby points of interest.
- **5G Connectivity:** Ultra-fast 5G networks will provide high-speed internet access throughout the hotel, enabling seamless streaming, video conferencing, and other bandwidth-intensive activities.



- **Advanced Keyless Entry:** Biometric access, facial recognition, and other secure methods will replace traditional key cards and make check-in processes even more convenient.
- **Robotics:** Robots will take on more roles, from room service and housekeeping to concierge services, delivering items, and providing information.
- **Sustainability Technologies:** Future hotels will focus on eco-friendly solutions, such as energy-efficient building materials, Smart lighting, water conservation systems, and waste reduction programs.
- **Smart Room Layouts:** Flexible room layouts will adapt to guests' needs, providing versatile spaces for work, relaxation, and entertainment.
- **Voice and Gesture Control:** Guests will interact with hotel systems and devices using voice commands and gestures, making in-room controls more intuitive.
- **Holographic Displays:** Holographic interfaces may replace traditional TVs and monitors, offering 3D displays and interactive experiences.
- **Personalized Health and Wellness:** Hotels may integrate health monitoring and wellness technologies, such as in-room fitness equipment and health assessment tools.
- **Biometric Payments:** Biometric authentication for payment will be more widespread, offering a secure and convenient way to settle bills.
- **Hyper-Personalization:** Hotels will use data analytics to hyper-personalize guest experiences, from room decor and amenities to dining options and entertainment recommendations.
- **Smart Restaurants and Dining:** Automated kitchens and Smart dining areas will enhance the dining experience, with robots preparing and serving food and beverage orders.
- **Sustainable Transportation Solutions:** Hotels will offer eco-friendly transportation options, such as electric vehicle charging stations and electric shuttle services.
- **Remote Check-In and Check-Out:** More advanced mobile apps will enable guests to complete the entire check-in and check-out process without visiting the front desk.
- **Autonomous Vehicles:** Hotels may provide autonomous shuttles and valet services, reducing the need for traditional parking facilities.
- **Sustainable Architecture:** Green building practices and designs that prioritize energy efficiency and environmentally friendly construction materials will be more common.

The hotels of the future will likely be characterized by a seamless blend of technology, sustainability, and personalization, providing guests with a unique and enjoyable experience while maximizing operational efficiency. These advancements will be driven by guest expectations for convenience, comfort, and eco-conscious choices.

DISCUSSION

The future of tourism enterprises will likely be shaped by even more advanced Smart technologies to improve the overall travel experience, streamline operations, and meet evolving customer expectations. Here are some anticipated Smart technologies that may become commonplace in tourism enterprises of the future:

- **Distributed Ledger Technology:** Beyond blockchain, distributed ledger technology may be used to create decentralized travel ecosystems where multiple providers collaborate seamlessly.
- **Augmented Reality (AR) and Virtual Reality (VR):** AR and VR for virtual tours, interactive maps, and immersive promotional content to help travelers plan and visualize their trips.
- **Wearable Technology:** Wearable devices that offer real-time travel updates, health monitoring, and navigation assistance, making it easier for travelers to explore new destinations.
- **Robotic Assistance:** The use of robots for customer service, luggage handling, and information dissemination at airports, hotels, and tourist attractions.
- **Smart Destination Management:** Destination management systems that use data and AI to optimize tourism infrastructure, transportation, and crowd management.
- **Internet of Things (IoT):** IoT sensors in hotels, airports, and attractions to gather data on guest behavior and preferences, enabling personalized experiences and efficient resource management.



- **Voice and Natural Language Processing:** Voice-activated virtual assistants and chatbots for providing real-time information and services to travelers.
- **Sustainability and Eco-Friendly Technologies:** Greater emphasis on sustainable and eco-friendly practices, including green energy sources, waste reduction, and carbon footprint monitoring.
- **Digital Payment Ecosystems:** Integrated digital payment systems that facilitate seamless transactions and currency conversion for international travelers.
- **Crowdsourced Content:** Increased reliance on crowdsourced content, such as user-generated reviews, to help travelers make informed decisions about their trips.
- **Quantum Computing:** Advanced computing capabilities for faster and more complex data analysis, potentially revolutionizing the tourism industry's data handling.
- **Data Privacy and Security:** Enhanced data privacy and cybersecurity measures to protect travelers' personal information and secure online transactions.
- **Smart Transportation:** Improved public transportation systems with real-time information, autonomous vehicles, and electric transport options, reducing traffic congestion and emissions.
- **Personalized Marketing and Targeting:** AI-driven marketing campaigns that tailor messages and offers to individual traveler preferences.
- **Crisis Management and Risk Assessment:** AI and data analysis to identify potential travel risks, natural disasters, or health emergencies, enabling better crisis management.
- **Digital Preservation of Cultural Heritage:** Technologies for preserving and sharing cultural heritage digitally to make it accessible to a global audience.
- **Sustainable Tourism Certification:** Development and adoption of universal sustainable tourism certification programs for travel destinations and enterprises.

The tourism enterprises of the future will leverage these Smart technologies to create more seamless, personalized, and sustainable travel experiences for visitors. Travel companies will need to adapt and innovate to remain competitive and meet the evolving demands of travelers in a rapidly changing technological landscape.

CONCLUSION

The use of Smart technologies in the field of tourism offers numerous benefits for both travelers and tourism businesses. Here are some compelling reasons why Smart technologies are valuable in the tourism industry:

Enhanced Customer Experience:

- **Personalization:** Smart technologies can collect and analyze data to provide travelers with highly personalized recommendations, creating more tailored and enjoyable experiences.
- **Convenience:** Features like mobile check-in, keyless entry, and virtual concierges simplify the travel process, making it more convenient for tourists.

Efficient Operations:

- **Automation:** Smart technologies streamline operational processes, reducing the workload of staff and minimizing the potential for errors.
- **Data Analytics:** Advanced data analysis helps businesses optimize pricing, resource allocation, and marketing strategies.

Improved Safety and Security:

- **Biometric Verification:** Enhanced security measures such as facial recognition and fingerprint scans improve safety and reduce the risk of identity theft.
- **Emergency Response:** Smart technologies can help tourists receive timely alerts and guidance during emergencies or natural disasters.

Sustainability:

- **Environmental Monitoring:** IoT and Smart systems allow for better monitoring and reduction of resource consumption, contributing to eco-friendly and sustainable tourism.
- **Sustainable Practices:** Smart technologies can encourage and enforce eco-friendly practices among tourism enterprises.



Competitive Advantage:

- **Differentiation:** Tourism businesses that embrace Smart technologies can differentiate themselves in the market and attract tech-savvy travelers. Efficiency: Streamlined operations can lead to cost savings, allowing businesses to reinvest in improving the quality of their services.

Cost Reduction:

- **Resource Optimization:** Smart technologies can help manage resources more efficiently, reducing operational costs and energy consumption.
- **Labor Efficiency:** Automation can reduce labor costs in repetitive and routine tasks. Global Accessibility: Booking and Information: Smart technologies make it easier for travelers to book flights, accommodations, and activities, and access information from anywhere in the world.

Innovation and Competitiveness:

- **Staying Current:** Tourism businesses that embrace Smart technologies demonstrate their adaptability and stay competitive in a rapidly evolving industry. Innovation: The integration of new technologies can lead to innovative services and experiences that set businesses apart.

Data-Driven Decision-Making:

- **Customer Insights:** Tourism businesses can gather valuable data on customer preferences and behavior, enabling them to make data-driven decisions and adapt their offerings. Operational Efficiency: Data analytics help identify areas for improvement, optimizing resource allocation and reducing waste.

Crisis Management:

- **Real-Time Updates:** Smart technologies provide real-time information and crisis management solutions, aiding travelers during emergencies or unexpected events. Communication: These technologies facilitate communication between businesses and customers, helping to manage crises effectively.
- **Access to Remote and Undiscovered Destinations:** GPS and mapping technologies allow travelers to explore remote and less-traveled areas, expanding the tourism industry beyond traditional destinations.

In conclusion, the integration of Smart technologies in the tourism industry has the potential to greatly improve the travel experience for tourists while increasing the efficiency and sustainability of tourism businesses. It also positions the industry to meet the expectations of a new generation of tech-savvy travelers who value convenience and personalization.

References:

1. <https://www.revfine.com/hotel-technology>
2. <https://www.plainconcepts.com/smart-tourism>
3. <https://www.hlp.city/what-is-smart-tourism-and-why-does-it-matter>
4. <https://www.revfine.com/resources>
5. <https://techcrunch.com/2015/01/14/amaaaaaazing>
6. <https://hoteltechnologynews.com/2022/11/the-top-5-technology-innovations-that-hotels-are-sure-to-adopt-wide-ly-in-2023>



TARIXIY SHAHARLARDA TURIZMNI RIVOJLANISHIDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALARNING O'RNI

Ro'zibayeva Zulayho Baxrombek qizi

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti magistranti

Annotatsiya: Ushbu maqolada tarixiy shaharlarda turizmni rivojlanishda raqamli texnologiyalarning o'ni haqida izlanishlar olib borhamda O'zbekiston hududida Smart-turizmni rivojlantirishni izchil yo'llari ko'rib chiqildi. Smart-turizmni rivojlantirish bevosita iqtisodiyotimizni rivojlantirishga katta ta'sir etishi tahlil qilindi.

Kalit so'zlar: Milliy iqtisodiyot, demokratik, iqtisodiy faollik, samaradorlik, inflyatsiya, valyuta kursi, o'sish sur'ati, sanoat mahsulotlari, narxlar indeksi, chakana savdo, tashqi savdo, korxona va tashkilotlar, kichik biznes, bozor xizmatlari, yalpi xonadon tic mahsuloti, Markaziy bank kursi, import va eksport.

Abstract: In this article, while conducting research on the role of digital technologies in the development of tourism in historical cities, consistent ways of developing Smart-tourism in the territory of Uzbekistan were considered. It was analyzed that the development of smart tourism has a direct impact on the development of our economy.

Key words: National economy, democratic, economic activity, efficiency, inflation, exchange rate, growth rate, industrial products, price index, retail trade, foreign trade, enterprises and organizations, small business, market services, gross domestic product, Central Bank rate, import and export.

Аннотация: В данной статье при проведении исследования роли цифровых технологий в развитии туризма в исторических городах были рассмотрены последовательные пути развития Smart-туризма на территории Узбекистана. Проанализировано, что развитие умного туризма оказывает прямое влияние на развитие нашей экономики.

Ключевые слова: Национальное хозяйство, демократия, экономическая активность, эффективность, инфляция, курс валют, темп роста, промышленная продукция, индекс цен, розничная торговля, внешняя торговля, предприятия и организации, малый бизнес, рыночные услуги, валовой внутренний продукт, ставка ЦБ, импорт и экспорт.

KIRISH

Ma'lumki turizm sohasi mamlakat iqtisodiyotiga eng tez daromad keltiruvchi tarmoqlardan biri hisoblanadi, shu boisdan ham hozirda ko'plab mamlakatlar milliy iqtisodiyoti tarkibida turizmdan keladigan daromadlarni oshirishga harakat qilmoqda.

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 Farmoniga binoan 2022-2026-yilgacha bo'lgan davrda "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 qil" dasturi doirasida mahalliy sayyohlar sonini 12 million nafardan oshirish hamda respublikaga tashrif buyuradigan xorijiy turistlar sonini 9 million nafarga yetkazish – maqsadi 10 ta asosiy yo'nalishni o'z ichiga oladi, bular quyidagilar:

Vatanimiz hududidagi o'tmishdan sado beruvchi ko'plab tarixiy obidalarining mahobati, o'ziga xos me'moriy uslubi, minglab yillar silsilasidan bizgacha yetib kelayotgani butun dunyoni lol qoldirmoqda. Mamlakatimizga sayyohlarning aksariyati ajdodlarimiz tomonidan bunyod etilgan muhtasham san'at asarlarini o'z ko'zi bilan ko'rish, ulardagi ulug'vorlikni his qilish uchun tashrif buyurishadi.

Umuman olganda madaniy meros obyektlari, tarixiy obidalar bu faqatgina turizm obyekti emas, birinchi navbatda bu xalqimizning boyligi hisoblanadi. Ularda millatimizning buyuk tarixi, madaniyati aks etgan.

O'zbekiston hududida ko'plab tarixiy obidalar mavjud va qulay geografik hududda joylashgan bo'lsa-da, turizmining rivojlanishi sekin kechmoqda. Buning bir qator sabablari mavjud eng avvalo



ushbu sohaga ajratiladigan investitsiya, sayohat qilishning qulaylik darajasi, infratuzilma va kadrlar muammosi mamlakatlarda turizm rivojlanishiga u yoki bu ma'noda ta'sir o'tkazadi. Ushbu muammolarga yechim sifatida O'zbekiston hududida Smart-turizmni rivojlantirishga e'tibor qaratish lozim.

ADABIYOTLAR TAHLILI VA METODLAR

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti asistenti Baxrom Boxodirovich Xashimovning Academic Research in Educational Sciences jurnalidagi "Smart-turizm" haqidagi maqolasida 2017-yil 6-dekabrda O'zbekiston Respublikasi Turizmni rivojlantirish davlat qo'mitasi, Madaniyat vazirligi hamda — "Tehno Dargoh" MChJ o'rtasida uch tomonlama kelishuv memorandumini asosida, Buxoro viloyatining 50 ga yaqin (Poyi Kalon ansambili, Gavkushon madrasasi, Ko'kaldosh madrasasi, Toqi sarofon, Toqi telpakfurushon, Labi hovuz majmuasi, Nasriddin Afandi haykali, Nodir Devonbegi madrasasi, Yahudiylar Sinagogasi, Somoniylar maqbarasi, Ark qo'rg'oni va boshqa) tarixiy obyektlarida QR kod o'rnatilgani haqida ta'kidlab o'tgan.

Shuningdek, ushbu loyihaga ko'ra, viloyatning Smart-turizm viloyati sifatida xalqaro turizm bozoridagi imijni oshirish va sayyohlarga qulaylik yaratish uchun IT-texnologiyalardan faol foydalanish maqsadida «VERUM QR» qo'shma loyihasini amalga oshirishning amaliy bosqichi boshlandi. O'rnatilgan QR kodlar 12 ta tilda obyekt haqidagi ma'lumotlarni mahalliy va xorijiy sayyohlarga 3 soniyada taqdim etmoqda.[1]

I.T. Frolova esa tarixiy madaniy turizmga global miqyosda xalqlarni bir-biriga yaqinlashtiruvchi omil va vosita sifatida qarab, rivojlanishi o'zaro bog'liq bo'lgan va bir-birini to'ldiruvchi uchta:

- 1) madaniyat va madaniy merosga oid bilimlarni boyitish,
- 2) madaniyatni muhofaza qilish va qayta tiklash,
- 3) madaniyatlar muloqoti kabi yo'nalishlardan iborat deya hisoblaydi. Boshqacha aytganda, hozirgi vaqtda madaniy turizmning asosiy gumanitar funksiyalari, sifatida quyidagilar qayd etiladi:
 - madaniy-ma'rifiy va ta'limiy;
 - madaniy muhofaza va saqlash;
 - aloqalar o'rnatish va tinchlikparvarlik.[2]

TAHLIL VA NATIJALAR

Turizmni rivojlantirish darajasi – mamlakat, uning hududlari ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishi va aholi farovonligini tavsiflovchi parametrlardan biridir.

Raqamli iqtisodiyotning asosiy farqlovchi omili shundaki, axborot eng muhim boylik bo'lib, uning qiymati doimiy ravishda oshib bormoqda. Turizm sohasida yagona axborot makonini shakllantirish masalasi anchadan beri muhokama qilinib kelinmoqda. Bu borada turizm sohasida davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari tomonidan katta ishlar qilindi. Turizm sanoati eng yangi raqamli texnologiyalarni faol joriy etishga to'liq e'tibor qaratmoqda. Faoliyatning aksariyati raqamli iqtisodiyotning rivojlanishiga mos ravishda, jumladan, turlarni bron qilish tizimi, elektron to'lov texnologiyalari va boshqalarni hisobga olgan holda qayta tuzildi.

Raqamli iqtisodiyotning shakllanish darajasi ko'p jihatdan axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining (AKT) rivojlanishi va ularni jamiyatning ijtimoiy-iqtisodiy hayotiga joriy etish darajasi bilan belgilanadi. Texnologiyalarning rivojlanishi tufayli O'zbekiston Respublikasi aholisining 81 foizi, savdo korxonalarining 93 foizi, transport korxonalarining 80 foizi, davlat organlarining 95 foizi Internetdan foydalanadi.

Eng muhimi, Internet-texnologiyalar moliyaviy operatsiyalarda, davlat organlari bilan o'zaro aloqada, yetkazib beruvchilar va iste'molchilar bilan aloqa qilishda qo'llaniladi. Asosan, turizm sohasidagi barcha korxonalar u yoki bu darajada axborotkommunikatsiya texnologiyalaridan foydalanadi. Faoliyatning barcha asosiy jarayonlari axborotni qayta ishlashga, shu jumladan turizmdagi turli bronlash tizimlariga, axborot-qidiruv tizimlariga, hamkorlar, yakuniy foydalanuvchilar bilan axborot-kommunikatsiya aloqalariga asoslanadi. Turizmda zamonaviy reklama texnologiyalarining deyarli ko'p qismi internet texnologiyalaridan foydalanishga asoslangan bo'lib, O'zbekistondagi tarixiy va turistik



makonlarni hamda mehmonxonalarni izlash imkoni yaratildi. Eng ko'p tarixiy yodgorliklariga ega viloyat.

Qayd etilishicha, respublikada arxitektura yodgorliklari soni 2 264 tani tashkil etadi, shulardan eng ko'p tarixiy yodgorliklar Samarqand viloyatida joylashgan – 562 ta. Keyingi o'rinlarni Buxoro viloyati (507 ta) va Toshkent shahri (288 ta) egallagan[3].

1-jadval: Hududlar bo'yicha arxitektura yodgorliklari soni

№	Hududlar nomi	Tarixiy obidalar soni
1.	Samarqand viloyati	562
2.	Buxoro viloyati	507
3.	Toshkent shahri	288
4.	Qashqadaryo viloyati	208
5.	Farg'ona viloyati	139
6.	Xorazm viloyati	136
7.	Jizzax viloyati	100
8.	Namangan viloyati	98
9.	Andijon viloyati	74
10.	Navoiy viloyati	70
11.	Surxondaryo viloyati	36
12.	Qoraqalpog'iston R.	24
13.	Sirdaryo viloyati	15
14.	Toshkent viloyati	7

jadvaldan ma'lumki, yurtimiz katta turistik imkoniyatlarga ega. Mamlakatimiz nafaqat Markaziy Osiyoda, balki butun jahonda ham turizm markazlaridan biri hisoblanadi. Ma'lum hududda tarixiy-madaniy turizmni rivojlantirishda shu joyning tarixiy-madaniy obyektlari asosiy o'rinni egallaydi. Lekin ulardan alohida muhim ahamiyatga egalari xalqaro miqyosdagi obyektlar va yodgorliklar ro'yxatiga kiritiladi. Bunday ro'yxatni YUNESKO har yili aniqlab boradi.

Keyingi yillarda O'zbekiston hududidagi noyob madaniy meros obyektlarini muhofaza qilish, tarixiy shaharlarning bosh loyihasi va menejment rejasini YUNESKO xalqaro standartlari hamda talablariga muvofiq ishlab chiqishda mazkur tuzilmaning xalqaro ekspertlari ham keng jalb etilmoqda. YUNESKO bilan yaqin hamkorlikda moddiy va nomoddiy meros obyektlarini asrashga doir turli xalqaro anjumanlar tashkil qilinmoqda.

Mazkur chora-tadbirlar madaniy yodgorliklarni muhofaza qilishni oqilona tashkil etish va boshqarishni hamda shu sohadagi dolzarb muammolarni ko'rib chiqish, xalqaro tajribani o'rganish, tarixiy-madaniy meros saqlanishini ta'minlashga doir milliy tizimni takomillashtirish, bu boradagi davlat va nodavlat notijorat tashkilotlari faoliyatining asosiy yo'nalishlarini aniqlash imkonini bermoqda. Iqtisodiy tadqiqotlarda ta'kidlanishicha tarixiy-madaniy turizmning moddiy merosini boshqarish uchun obyektlar soni, holati, shuningdek, asliga mos obyektlar ya'ni restavratsiya va tamirlash jarayonida o'zgartirilmagan asli saqlanib qolgan ulushi va obyektlarning har xilligini hisobga olish zarur.

Obyektlar har xil hajmlarga ega bo'lgani bois, ularni shu belgi bo'yicha tasniflash zarur.

Quyidagi toifalarni ajratish tavsiya qilinadi:

- me'moriy majmualar;
- alohida turgan me'morchilik obyektlari;
- kichik me'moriy shakllar;
- turmush, xo'jalik va ijtimoiy hayot obyektlari.
- turistik biznes korxonalari o'rtasidagi aloqalarni rivojlantirish ko'rsatkichlari. Ushbu ko'rsatkichlar turistik xizmatlar ko'rsatishga jalb qilingan tashkilotlar o'rtasidagi gorizontaal aloqalarning rivojlanganlik darajasini tavsiflaydi.



MUHOKAMA

Raqamli iqtisodiyot turizm korxonalarining potentsial yangi shakllarini yaratish imkoniyatini yaratadi. Kadrlar infratuzilmasi sohasida ham jiddiy o'zgarishlar bo'ladi. Ijtimoiy hayotimiz va sayyohlik faoliyatimiz tobora texnologik tus olmoqda, jahon turizmi sohasida yangi yagona axborot makonini shakllantirmoqda, axborot bilan ta'minlash va turizmni boshqarish tizimi ishlab chiqilmoqda.

Booking.ru tadqiqotiga asoslanib, dunyo aholisi sun'iy intellekt, aqlli texnologiyalarga qiziqish bildirmoqda. Bugungi kunda chat-botlar jonli muloqotni maslahatchi bilan almashtirishi mumkin, chunki ular foydalanuvchilarning turli savollariga javob berishga qodir, masalan, Kayak – chatbot aviachiptalarni xarid qilishdan foydalanuvchining mavjud budjetini hisobga olgan holda Kerakli joylarga sayohat qilish uchun tavsiyalar va sayohat bo'yicha maslahatlar beradi. Biroq, mobil qurilmalar va mobil ilovalardan foydalanish sayyohlik korxonalarining ishini sezilarli darajada soddalashtiradi, chunki mijozlarga xizmat ko'rsatish sohasida shaxsiylashtirish tashkilotlarga mijozlar xarajatlari tarkibi, ularning afzalliklari haqida kerakli ma'lumotlarni to'plash imkonini beradi. va qiziqishlar, shuningdek, turli marketing tadqiqotlarini o'tkazish imkonini beruvchi boshqa foydali ma'lumotlar beradi, natijada ko'rsatilayotgan xizmatlar sifati yaxshilanadi.

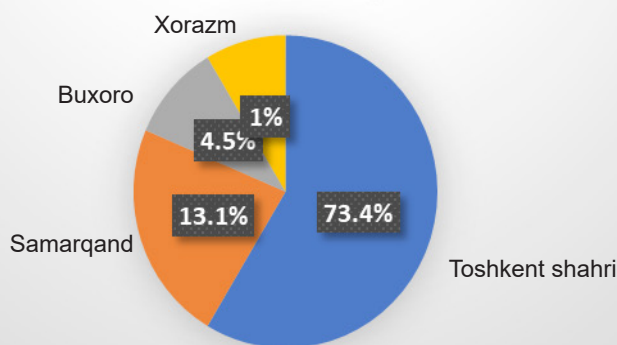
Turizmni raqamlashtirish turli xil ko'rinishlarga ega bo'lmoqda, ular orasida turoperatorlar tomonidan shakllantirilgan tayyor turlarni online xarid qilish hamda turoperatorlar va turistlar uchun mo'ljallangan mobil ilovalar yoki kompyuter dasturlari tizimlari orqali ishlab chiqilgan individual turlar kiradi.

Bugungi kunda raqamli texnologiyalar inson hayotining barcha jabhalariga jadal kirib bormoqda. o'z navbatida, bunday taraqqiyot yo'liga o'z vaqtida tushgan davlatlar muvaffaqiyatga erishmoqda, eskicha ishlayotgan davlatlar esa taraqqiyotdan orqada qolmoqda. Avvalo, shuni aytish joizki, mamlakatimizda mustaqillik yillarida turizmning bozor munosabatlariga asoslangan yangi huquqiy va iqtisodiy asoslari yaratildi.

Zamonaviy infratuzilma obyektlari barpo etilib, turizmning jahon andozalari darajasidagi yangi yo'nalishlari joriy qilindi. Mavjud tarixiy-madaniy yodgorliklar ta'mirlanishi barobarida, ular keng ko'lamda targ'ib etildi.

Bu kabi tizimli chora-tadbirlar kutilgan samarani berib, yurtimizning sayyohlik salohiyati tobora oshmoqda. Bunga yaqinda Buyuk Britaniyaning dunyoda mashhur "Financial Times" gazetasida chop etilgan maqola misol bo'la oladi. Gap shundaki, unda 2017-yilda jahon bo'ylab sayohatga chiqish istagidagilar uchun eng qiziqarli yo'nalishlar ro'yxati e'lon qilindi. Gazetada ta'kidlangan to'qqizta davlat orasida O'zbekiston jahondagi eng diqqatga sazovor sayyohlik yo'nalishlari reytingida ikkinchi o'rinda qayd etildi. Bu bejiz emas, albatta. Negaki, O'zbekiston sayyohlik ko'lami va tarixiy qadamlari ko'pligi bo'yicha dunyodagi yetakchi davlatlar sirasiga kiradi (1-pasm).

Turizm faoliyatini amalga oshirgan firma va tashkilotlarning soni.



Davlat statistika qo'mitasi ma'lumotlarida keltirilishicha, ayni paytda turizmning mamlakat yalpi ichki mahsulotidagi ulushi juda past — atigi 2 foiz atrofida. Turizm faoliyatini amalga oshirgan



firma va tashkilotlarning soni esa qariyb 400 ta bo'lib, ularning asosiy qismi Toshkent shahri (73,4 foiz), Samarqand (13,1 foiz), Buxoro (4,5 foiz) va Xorazm (1 foiz) viloyatlari hissasiga to'g'ri keladi. Boshqacha aytganda, O'zbekistondagi sayyohlik xizmatlari ko'rsatishga ixtisoslashtirilgan firma va tashkilotlarning 92 foizi, sayyohlarning 93,1 foizi ushbu 4 ta hududga to'g'ri keladi. Boshqacha aytganda, O'zbekistondagi sayyohlik xizmatlari ko'rsatishga ixtisoslashtirilgan firma va tashkilotlarning 92 foizi, sayyohlarning 93,1 foizi ushbu 4 ta hududga to'g'ri keladi. Prezidentimizning 2016-yil 2-dekabrda "O'zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta'minlash chora-tadbirlari to'g'risida"gi Farmoni sohada uchrayotgan xato va kamchiliklarni bartaraf etib, uni izchil rivojlantirishga qaratilgani bilan ahamiyatlidir. Binobarin, ushbu hujjatda turizmni mamlakat iqtisodiyotining strategik tarmog'i sifatida taraqqiy toptirish uchun qulay iqtisodiy va tashkiliy-huquqiy shart-sharoitlar yaratish, hududlarning ushbu yo'nalishdagi salohiyatidan yanada to'liq va samarali foydalanish, tarmoqni boshqarishni tubdan takomillashtirish, milliy turizm mahsulotlarini yaratish va ularni jahon bozorlarida targ'ib qilish, O'zbekistonning ijobiy sayyohlik qiyofasini shakllantirish yo'nalishlari belgilab berilgan. Ularning izchil ijrosi yurtimizni jahon turizmining muhim markazlaridan biriga aylantirish imkonini yaratadi.

Qadimgi Buyuk Ipak yo'li orqali ko'plab mamlakatlarning turizm marshrutlari tutashgan xalqaro chorahada joylashgan o'lkamizda sayyohlikning barcha turini rivojlantirish mumkin. Ular orasida ekoturizm eng istiqbolli yo'nalish hisoblanadi. Buning uchun g'oyat xilma-xil hamda boy landshaft, tabiiy ekotizim va resurslar, ulkan rekreatsiya-turizm salohiyatiga egamiz. Qolaversa, yurtimizning quruq subtropik iqlimi, fasllar o'z o'rnida almashishi yil davomida, har mavsumga xos va mos ekologik turizm xizmatlari ko'rsatish imkonini beradi. Vaholonki, hozirgi vaqtda dunyoning ko'pgina mamlakatlari muhofaza etiladigan tabiiy hududlar (METH)ning iqtisodiy faoliyat uchun muhim ahamiyatga ega estetik tabiiy manzaralari, madaniy-etnografik meros va qulay ekologik resurs salohiyati imkoniyatlaridan ekologik turizmni rivojlantirishda foydalanish asosiy yo'nalishga aylangan. Shu ma'noda, respublikamizda ekoturizmga asos bo'ladigan noyob obyektlar juda ko'p. Masalan, 36 ta METH mavjud bo'lib, ularning umumiy maydoni 2604,2 ming gektarni tashkil etadi. Bundan tashqari, sirli g'orlar, g'aroyib shaklli qoyalar, daralar, yer qatlamlari ochilib qolgan joylar, sharsharalar, shifobaxsh buloqlar, ulkan daraxtlar, nafosatli landshaftlar, muzliklar ham bor. Faqat ularni turizmga foydalanishga qaratilgan inventarizatsiya va klassifikatsiyalash, shuningdek, mavjud salohiyatni tibbiy-biologik, turizm-iqtisodiy baholashni amalga oshirish talab qilinadi, xolos.

Ta'kidlash kerakki, turizm rivojida, ayniqsa, sohaning boshqaruv tuzilmasi muhim o'rin tutadi.

Prezidentimizning 2016-yil 2-dekabrda Farmoniga asosan, yangidan tashkil etilgan Turizmni rivojlantirish davlat qo'mitasi faoliyati, eng avvalo, nazorat va ma'muriyatchilik vazifalarini amalga oshirishga emas, balki turizmga tadbirkorlik faoliyatini kuchaytirishga qaratilgani bilan ahamiyatlidir. Ya'ni qulay ishbilarmonlik muhitini yaratish, sayyohlikni rivojlantirishga to'sqinlik qilayotgan g'ov va to'siqlarni bartaraf etish, xizmatlar bozorida raqobatni rivojlantirish, litsenziyalash, sertifikatlash hamda boshqa ruxsatnomalar berish uning zimmasiga yuklandi.

O'z navbatida, Farmonida O'zbekistonda yaqin vaqtda turizm sohasini o'rta muddatli istiqbolda rivojlantirish konsepsiyasi, 2017 — 2021-yillarda konsepsiyani amalga oshirish yuzasidan aniq chora-tadbirlar dasturini ishlab chiqish, turizm infratuzilmasini takomillashtirish, soha korxonalariga qo'shimcha imtiyoz va preferentsiyalar berish bo'yicha ham dolzarb tadbirlarni amalga oshirish belgilangan. Unga ko'ra, yaqin istiqbolda xorijiy investitsiyalarni keng jalb qilgan holda, respublikamizning barcha hududida turizm infratuzilmasining zamonaviy obyektlari, eng avvalo, mehmonxonalar, transport-logistika tuzilmalari, muhandislik-kommunikatsiya obyektlari bunyod etiladi. Bu jarayonda yangi obyektlarning xalqaro andozalar, turistlar talab va ehtiyojlariga to'liq javob berishi inobatga olinadi. 2017 — 2021-yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo'nalishi bo'yicha Harakatlar strategiyasining "Iqtisodiyotni rivojlantirish va liberallashtirishning ustuvor yo'nalishlari" deb nomlangan uchinchi yo'nalishida turizm industriyasini jadal ravnaq toptirish bo'yicha dasturiy vazifalar belgilab berilgan.

Soha istiqboliga qaratilayotgan ana shunday jiddiy e'tibor tufayli yangi-yangi turizm markazlari vujudga kelyapti. Toshkent viloyatini, hech ikkilanmasdan, ana shular safiga kiritish mumkin.



Gap shundaki, hudud tabiiy imkoniyatlari hamda xorij tajribasi o'rganilgan holda, viloyatning turistik salohiyatini oshirish yuzasidan aniq chora-tadbirlar ko'rilmogda. Masalan, 700 dan ziyod madaniy meros obyektlari mavjudligi sayyohlikning ziyorat yo'nalishini rivojlantirishda qo'l kelayotgan bo'lsa, noyob tabiat obidalari, fusunkor o'rmon va landschaftlar ekologik, purviqor tog'lar esa ekstremal sayyohlik istiqboliga keng yo'l ochib berayapti. Bundan tashqari, etnoturizm ham izchil rivojlanayotir. Shu bois 2017 — 2021-yillar davomida mazkur sohada 200 dan ziyod loyihalar amalga oshiriladi. Ular doirasida yangi infratuzilma obyektlari, xususan, 40 ta mehmonxona qurilishi ko'zda tutilgan. Yangi mehmonxonalar sayyohlar oqimi nisbatan ko'p bo'lgan Parkent, Bo'stonliq va Zangiota tumanlari, Angren hamda Chirchiq shaharlarida bunyod qilinishi belgilangani e'tiborga molikdir. 2017-yilning o'zida birgina Parkent tumanida 80 o'rinli mo'jaz mehmonxona, oilaviy dam olish majmuasini foydalanishga topshirish bo'yicha ishlar jadal davom etyapti. Umuman olganda, besh yil mobaynida shu kabi maqsadlar ro'yobi uchun 400 milliard so'mdan ortiq investitsiyalar jalb qilinib, qariyb 2 mingga yaqin ish o'rni yaratiladi. Pirovardida viloyatda turizm xizmatlari ko'rsatish hajmi 2,5 barobar oshadi.

Harakatlar strategiyasi va boshqa tegishli hujjatlarning izchil ijrosi O'zbekistonni tez orada yirik hamda jozibador sayyohlik markazlaridan biriga, turizmni esa, iqtisodiyotimizning yetakchi sohasiga aylantirishga mustahkam zamin yaratishi muqarrardir. [4]

O'zbekistonda turizm salohiyatini oshirish bo'yicha yangi tizim joriy qilinadi. Jumladan, har bir viloyatning «tashrif qog'ozi» ishlab chiqiladi, turistik mavsum uzaytiriladi, 2023-yil mamlakatning turistik salohiyatini jahonga targ'ib qilish yili bo'lib, bunga 100 mlrd so'm ajratilishi ko'zda tutilgandi.

29-mart kuni Shavkat Mirziyoyev turizm salohiyatini rivojlantirish yuzasidan o'tkazgan video-selektorda xorijiy sayyohlarning O'zbekistonda bir kun ko'proq qolishi yillik turizm eksportini 300 million dollarga oshirishi ta'kidlab o'tildi. Jumladan, Xorazmda turistlarning qolish muddati — o'rtacha 2 kun, sarflaydigan mablag'i — 220 dollar. Xorijiy turistlar Buxoro, Samarqandga qaraganda Xorazmda 2,5 baravar kam. Lekin Xorazmda sayyohlarni 3–4 kun olib qolish va 400–500 dollar xarajat qilishlari uchun barcha imkoniyatlar mavjud. Yoki 2022-yilda 31 ta tuman va 143 ta mahalla turizmga ixtisoslashtirib, ularda alohida soliq rejimi joriy qilindi. Bu imkoniyatdan Forish, Urgut, Xo'jayli, Payariq, Nurota tumanlari va Angren shahri samarali foydalangan.

Temiryo'li yo'q, infratuzilmasi rivojlanmagan, chekka hududda joylashgan bu tumanlarda shuncha o'zgarish bo'lib, sharoiti ancha yaxshi bo'lgan Kogon, Kitob, Xatirchi, Qiziltepa, Yangiqo'rg'on, Toyloq, Boysun, Parkent, Bog'ot tumanlari bu imkoniyatlardan foydalanmayotgani tanqid qilindi.

Yig'ilishda turizm salohiyatini oshirish bo'yicha yangi tizim joriy qilinishi ma'qullangandi. Viloyatlar ularga biriktirilgan 11 ta oliygoh bilan hamkorlikda ishlab, turizm obyektlari to'g'risidagi kontentni boyitishi lozim bo'ladi. Ular:

- 31 ta tuman va ulardagi 143 ta turizm mahallasining tarixi, yodgorliklari va turistik obyektlari kontentini yaratadi;
- ular asosida kamida 12 ta tilda turistik paketlar ishlab chiqiladi;
- turizm, iqtisodiyot, tarix, geografiya, servis, xorijiy tillar yo'nalishlarida o'qiyotgan talabalarning kamida 2 oylik amaliyoti shu tumanlarda tashkil etiladi;
- turizm va servis obyektlari ishchilarini o'qitadi.

Natijaga qarab oliygoh o'qituvchilari va talabalari rag'batlantiriladi.

Shuningdek, mamlakatda hozirgi turizm mavsumi qisqaligi, uni uzaytirish bo'yicha salohiyat juda katta ekani qayd etildi.

Toshkent, Jizzax viloyatlarida qishki mavsumda — toqqa chiqish, chang'i uchish maydonlarini, Andijon, Samarqand, Qashqadaryo, Navoiy viloyatlari va Toshkent shahrida yozgi mavsumda — cho'milish maskanlarini tashkil etib, turistik mavsumga yana ikki oy qo'shish mumkinligi ta'kidlandi.

Shu munosabat bilan tegishli vazirliklar va mutasaddilarga festival va madaniyat tadbirlarini ko'paytirish, qishki, ekologik turizmni rivojlantirish, qo'riqxonalar, tabiat bog'lari va tabiat yodgorliklari imkoniyatidan foydalanish bo'yicha topshiriqlar berildi.

Ichki turizm bo'yicha muallimlar va tibbiyot xodimlari uchun alohida dasturni tasdiqlab, ularning O'zbekiston bo'ylab sayohati va dam olishlarini tashkil qilishni boshlash topshirildi.

2023-yil mamlakat madaniyati va turistik salohiyatini jahonga targ'ib qilish yili bo'lishi kerakligi ta'kidlandi. Buning uchun 100 milliard so'm ajratildi.



“O‘zbekiston tashrif qog‘ozi”ni ishlab chiqib, turizm brendini yangilash, xorijiy telekanallarda “O‘zbekiston tashrif qog‘ozi”ni efigra uzatish, AQSh, Xitoy, Arab davlatlari, Yaponiya, Koreya, Fransiya, Germaniya, Buyuk Britaniya, Malayziya, Rossiya, Qozog‘iston kabi mamlakatlarning yirik shaharlari gavjum ko‘chalaridagi ekranlarda “O‘zbekiston turizm brendi” haqidagi ma‘lumotlarni joylashtirish, milliardlik obunachilari bor internet platformalarida O‘zbekiston haqidagi reklama roliklarini ko‘paytirish topshirildi.

XULOSA

Xulosa o‘rnida shuni aytish joizki, turizmning rivojlanishi bevosita raqamli texnologiyalar bilan bog‘liq. Chunki, potensial sayyohlarga qulaylik yaratish maqsadida aviachiptalarni xarid qilish, mehmonxonalarni bron qilish, hudud bo‘ylab sayohat qilish, diqqatga sazovor joylar, madaniy va tarixiy meros haqida ma‘lumot, reytinglarni taqdim etish kabi keng funksiyalarni ta‘minlovchi mobil texnologiyalar mavjud. Raqamli iqtisodiyot turizm korxonalarining potentsial yangi shakllarini yaratish imkoniyatini yaratadi. Kadrlar infratuzilmasi sohasida ham jiddiy o‘zgarishlar bo‘ladi. Ijtimoiy hayotimiz va sayyohlik faoliyatimiz tobora texnologik tus olmoqda, jahon turizmi sohasida yangi yagona axborot makonini shakllantirmoqda, axborot bilan ta‘minlash va turizmni boshqarish tizimi ishlab chiqildi. Bu esa, O‘zbekiston hududiga keladigan sayyohlarning sonini ortishiga imkon bermoqda.

Xulosa qilib o‘z fikrimni bayon etadigan bo‘lsam, mamlakatimizdagi turistik hududlardagi tarixiy-me‘moriy obidalarni tarixiy ko‘rinishini saqlab turgan holatda, atrofiga zamonaviy va qulay sharoitlarga ega majmualar barpo qilish zarur. Chunki kelayotgan sayyohlar faqat tarixiy obidalarimizni ko‘rib, atrofi esa xaroba ekanligi haqida ta‘surat bilan qaytib ketmasliklari ham muhim ahamiyatga ega. Agar Samarqand, Buxoro yoki Xorazm degan nomni eshitganda faqat tarixiy obidaga ega ammo aholisi eskicha, xaroba sharoitda yashashini ko‘z oldida gavdalanmasligi kerak. Obidalarimizning atrofini zamonaviylashtirish natijasida axborot texnologiyalarini kirib kelishi va raqamli iqtisodiyotni rivojlanishiga zamin yaratadi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘xati:

1. Baxrom B.X. “Smart-turizm” maqolasi, Academic Research in Educational Sciences jurnali. VOLUME 3 | ISSUE 1 | 2022.
2. Erkayeva B.A. O‘zbekistonda Tarixiy-Madaniy turizmni rivojlantirishning ijtimoiy-iqtisodiy jihatlarini “Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar” ilmiy elektron jurnali.
3. Iqtisod fanlari nomzodi, dotsent Obid Hamidovning maqolasidan.
4. Тухлиев Н., Таксанов А. Экономика большого туризма. Т.: «Узбекистон миллий энциклопедияси», 2001. — 208с. Стр. 13
5. 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 Farmoni.
6. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2016-yil 2-dekabrda “O‘zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta‘minlash chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi Farmoni.
7. O‘zbekiston Respublikasi “Iqtisodiy rivojlanish sohasida davlat siyosatini amalga oshirish tizimini tubdan takomillashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida prezident farmoni.
8. Raximov Z.O. Raqamli iqtisodiyotda raqamlashayotgan turizmning yangi turlarining rivojlanishi./ SamSIda o‘tkazilgan “Turizmni innovatsion-investitsiya jarayonlarini rivojlantirish istiqbollari” mavzusida xalqaro onlayn ilmiy-amaliy konferensiyasi. (2020-yil, 3-iyun) – Samarqand: SamSI, 2020.
9. Baxrom B.X. Academic Research in Educational Sciences jurnalidagi “Smart-turizm” haqidagi maqolasi.
10. Sayfullayevna, Y.Z., Toshmurzayevna, R.D. and Azamat Jo‘raqul o‘g, S., 2022. TURIZMNING TURG „UN RIVOJLANISHI ILMIY TADQIQOTLAR TAHLILI. Current Issues of Bio Economics and Digitalization in the Sustainable Development of Regions, pp.568-571.
11. Raximov Z.O., Ismailov N.I. Rivojlanayotgan raqamli iqtisodiyotda raqamlashayotgan turizmning ahamiyati./ Berdaq nomidagi Qoraqalpog‘ davlat universitetining Axborotnomasi. Nukus 2020-yil 3-son (ISSN 2010-9075).
13. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika agentligi ma‘lumoti.
14. <https://stat.uz>

TURIZM SOHASI RIVOJLANISHIDA SMART-TURIZMNING O'RNI

Dadamuxamedova Mushtariy Maxmudjon qizi

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti "Turizm" kafedrası assistenti

Dunyoda jamiyat kundan kunga rivojlanib borarkan, albatta ular birinchi navbatda o'zlarining ishlarida va hayotiy faoliyatlari davomida qulayliklarga ega bo'lishni xohlab borishadi va shunga harakat qilishadi. Zamonaviy dunyoda insonlarning aqliy qobiliyatlari rivojlanib borgani sayin yangi texnologiyalar, yangicha innovatsiyalar paydo bo'lyapti.

O'z navbatida turizm sohasida ham axborot texnologiyalarini ko'rishimiz va bunga nisbatan talabning ham oshib borayotganligi sezishimiz qiyin emas. "Smart-turizm" bu atama barcha sohalar qatori turizmda ham qo'llanib kelinaypti. Smart-turizmni avval nima ekanligiga e'tibor qaratishimiz kerak. Sun'iy intellektning kirib kelishi, inson resurslari faoliyatiga yengillik olib kirish maqsadida axborot texnologiyalaridan foydalanish jarayonlarining turizmda qo'llanilishi deb misol tariqasida tushunsak bo'ladi. Turistlarning sayohatlari davomida ularga va turistik mahsulot taklif qiluvchilarga qulaylik yaratib berishda yangi platformalar, yangi texnologiyalar va innovatsiyalar juda muhim hisoblanadi.

Turizm sohasi rivojlanishining hozirgi bosqichida axborot texnologiyalari va dasturiy ta'minot muhim o'rin tutadi. Bunda turistik agentliklarga maxsus ishlab chiqilgan mobil ilovalar muhim yordamchi bo'ladi. Ushbu ilmiy qarashlarda turistlarga mahsulot va xizmatlarimizni sotishda multimedia vositalaridan foydalanish, ularga taklif qiladigan mahsulotimiz to'g'risida ma'lumot berish qulay bo'lishi haqida aytib o'tilgan.

Smart-turizm maqsaddagi samaradorlik, barqarorlik va umumiy turistik tajribani oshirish uchun axborot-kommunikatsiya texnologiyalari integratsiyasi tushuniladi. Konsepsiya intellektual va o'zaro bog'langan turizm ekotizimlarini yaratish uchun raqamli texnologiyalar va ma'lumotlardan foydalanishni o'z ichiga oladi. Bu yerda Smart-turizmning ba'zi asosiy komponentlari va xususiyatlari:

Smart-turizm ma'lumotlarni to'plash va almashish uchun internet tarmog'i orqali qurilmalarni jamlangan tarmog'ini o'z ichiga oladi. Masalan, aqlli mehmonxonalar xona harorati, yorug'lik va mehmonlarning xohishiga ko'ra boshqa qulayliklarni avtomatlashtirish uchun internet tarmog'i orqali qurilmalarni jamlangan tarmog'idan foydalanishi mumkin.

Mobil texnologiyalar mobil ilovalar real vaqt rejimida ma'lumot, navigatsiya yordami va sayyohlarga moslashtirilgan tavsiyalar berish orqali Smart-turizmda hal qiluvchi rol o'ynaydi.

Kengaytirilgan haqiqat va virtual haqiqat ilovalari: Ushbu texnologiyalar virtual sayohatlar, interfaol xaritalar va real dunyoning diqqatga sazovor joylari haqida ma'lumot joylashtirish orqali sayyohlik tajribasini yaxshilashi mumkin.

Aqlli infratuzilma barqaror amaliyotlar turizm operatsiyalarida energiyani oqilona boshqarish va chiqindilarni kamaytirish kabi ekologik toza va barqaror amaliyotlarni joriy qilish umumiy Smart-turizm konsepsiyasiga hissa qo'shadi.

Aqlli transport samarali va ulangan transport tizimlari, shu jumladan aqlli to'xtash joylari va real vaqt rejimidagi jamoat transporti ma'lumotlari uzluksiz sayohat tajribasiga hissa qo'shadi.

Smart-turizm – bu turizm xizmatlari sifati va samaradorligini oshirish uchun axborot-kommunikatsiya texnologiyalari (AKT) integratsiyasidir. O'zbekiston uchun ham, boshqa yo'nalishlar uchun ham tegishli bo'lishi mumkin bo'lgan intellektual turizmning ba'zi umumiy jihatlari:

- **Raqamli platformalar va mobil ilovalar:** Sayyohlarga real vaqt rejimida diqqatga sazovor joylar, turar joylar, transport va tadbirlar haqida ma'lumot berish uchun mobil ilovalar yoki onlayn platformalarni ishlab chiqish. Interaktiv xaritalar, virtual sayohatlar va kengaytirilgan reallik xususiyatlari tashrif buyuruvchilarning tajribasini oshirishi mumkin.
- **Elektron davlat xizmatlari:** Vizalar, ruxsatnomalar va ma'lumotlarni tarqatish kabi turizm bilan bog'liq ma'muriy jarayonlarni soddalashtirish uchun elektron davlat xizmatlarini integratsiyalash.



- **Madaniy merosni saqlash:** Madaniy merosni saqlash va ommalashtirish uchun texnologiyadan foydalanish. Bu raqamli arxivlar, virtual muzeylar yoki muayyan obyektlar bo'yicha tarixiy ma'lumotlarni taqdim etadigan ilovalar bo'lishi mumkin.
- **Barqaror amaliyot:** Barqaror turizmni, jumladan, ekologik toza transport turlarini, chiqindilarni kamaytirish tashabbuslarini va energiyani tejash amaliyotlarini rivojlantirish uchun aqlli yechimlarni joriy qiling.

O'zbekistonda Smart-turizm tashabbuslari haqida aniq ma'lumot olish uchun Turizm vazirligi yoki tegishli davlat idoralari, shuningdek, mahalliy turizm kengashlariga murojaat qiling. Bundan tashqari, sanoat hisobotlari, akademik tadqiqotlar va yangiliklar maqolalari mintaqadagi Smart-turizmdagi so'nggi o'zgarishlar haqida ma'lumot berishi mumkin.

Digital platformalar Smart-turizm uchun juda muhimdir. Ushbu platformalar sayyohlar uchun sayohat rejalarini tuzish, rezervatsion qilish, sayohat tajribalarini almashish va turizm korxonalari faoliyatini boshqarish uchun ishlatiladi. Bundan tashqari, digital platformalar sayyohlarga turizm bilan bog'liq ma'lumotlarga osongina kirishga va sayohatlarini oqilona rejalashtirishga yordam beradi.

Turizm uchun eng keng tarqalgan raqamli platformalar sayohat veb-saytlari, mobil ilovalar va ijtimoiy media platformalaridir. Sayohat veb-saytlari va mobil ilovalar sayyohlarga yo'nalishlar haqida ma'lumotga ega bo'lish va sayohat rejalarini osongina tuzish imkonini beradi. Ijtimoiy tarmoqlar sayyohlarga sayyohlik tajribalarini baham ko'rishga va turizm haqida ko'proq ma'lumot olishga yordam beradi.

Kelajakda digital platformalar turizm sohasi uchun yanada muhimroq bo'lishi kutilmoqda. Masalan, sun'iy intellekt va "Big Data"lar sayyohlik korxonalariga sayyohlarning xususiyatlaridan kelib chiqqan holda moslashtirilgan takliflarni taqdim etishga imkon berishi mumkin. Blockchain texnologiyasi esa turizm sohasida ishonchlilik va ma'lumotlar yaxlitligini ta'minlash uchun ishlatilishi mumkin.

Jahon Bankini "Digital Platforms and Future of Tourism" maqolasida Turizm endi rivojlanayotgan mamlakatlar va kichik turistik biznes egalari digital platformalar orqali dunyoga ochilishi, global sayohat biznesiga qo'shilishi, boshqa hamkorlar bilan ma'lumot almashilinishi va ko'proq mijozlar jalb qilishi mumkinligi haqida batafsil ma'lumotlar mavjud.

Digital Platformalarga misollar. Booking.com Mehmonxonalarini onlayn buyurtma beruvchi platforma bo'lib 1996-yil Gollandiyada yaratilgan. Turizmni turar-joy ehtiyojlarini qondirishga yordam berishni maqsad qilgan. Dunyo bo'ylab 400,000 dan ortiq mehmonxona, motel va kurort, 2.3 million uylar bor. 220 ta davlat bo'ylab, 1200dan ortiq shaharlarda 43ta til bilan xizmat ko'rsatadi.

Airbnb-bu platforma ham sayohatchilarni turar-joy ehtiyojlarini qondirish uchun yaratilgan. Asosan ijaraga uylar olish imkoniyatini beradi. 2008yil AQSHni Kaliforniya shtatida yaratilgan. Ayniqsa 1oydan ortiqroq vaqt qolmoqchi bo'lgan sayohatchilar uchun ijaraga uy olish qulayroqdir. Aynan shu ehtiyojni Airbnb qondirib beradi.

Tripadvisor-eng yirik sayohat platformalardan biri. Online sayohat agentligi desak ham bo'ladi. Sayohat rejalarini tuzish, uchish biletlarini bron qilish, sayohat qilmoqchi bo'lgan manzilingiz haqida batafsil ma'lumot berish, sayohat uchun kerak bo'ladigan hujjatlarda yordam berish, transport, turar-joy va ovqatlanish kabi ehtiyojlarni qondirish uchun kerakli manzillar bilan bog'lab berish imkoniyatlari mavjud.

Davlatimizda olib borilayotgan islohotlar zamirida ham iqtisodiyotimizning rivojlanishiga ijobiy ta'sir etuvchi turizm sohasiga keng imkoniyatlar ochib berilayotgani va turistlarning kirishi uchun qulayliklar yaratilayotgani turizmning iqtisodiyotimizning "driver" sohaslaridan biri ekanligini yaqqol ko'rsatib turadi.

Yuqoridagi ma'lumotlar va qilinayotgan ishlardan xulosa qiladigan bo'lsak axborot texnologiyalari zamon talabi ekan turizm ham axborot texnologiyalarisiz rivojlanishga erishish mushkul bo'lib qoladi. Dunyoning ko'plab mamlakatlari Smart-turizmni qo'llab kelyapti va ularda rivojlanish ko'rsatkichi ancha yuqori.

Shunday ekan, biz ham O'zbekistonda turizmni rivojlantirish uchun axborot texnologiyalaridan yanada ko'proq va samaraliroq foydalanishimiz hamda buning ustida loyihalar ishlab chiqishimiz zarur. O'zbekistonda birinchi navbatda sayohatchilarni yurtimizning go'zal turistik manzillariga qiziqishlarini uyg'otuvchi roliklarning tayyorlanish jarayonlarini ko'paytirishni maqsad qilib qo'yish kerak.



Mahalliy sayohatchilarimiz uchun qulay shaklda platformalar orqali tur paketlarni sotib olishlari, ular o'z xohishlariga ko'ra tur paket elementlarini o'zgartira olishlariga imkon beruvchi ilovalar yaratilishi muhim. Hali ko'pchilikka tanish bo'lishga ulgurmagan turizm manzillari haqida ijtimoiy tarmoqlarga ko'proq ma'lumot joylash va bunda asosan ma'lumot to'plash uchun turizm sohasi shuningdek, ushbu sohaga yondosh bo'lgan yo'nalishlarda tahsil oluvchi talabalarni amaliyotga jalb qilishimiz muhim hisoblanadi. Bu bilan turistik manzillar haqida elektron shakldagi axborotlarimizni hajmini oshirishimiz va bo'lajak soha vakillari uchun ham foydali amaliyotni tashkil qilgan bo'lamiz. Zero mamlakat iqtisodiyotining rivojlanishi birinchi navbatda aholimizning farovon hayoti va yoshlarning porloq kelajagi uchundir. Shunday ekan, axborotlashtirish zamon talabi bo'layotgan bir paytda turizm ham Smart texnologiyalarni qo'llashimiz kerak.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. "Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar" (Economics and Innovative Technologies) ilmiy elektron jurnali, TURIZM SALOHİYATINI RIVOJLANTIRISHDA MOBIL INNOVATSION TEXNOLOGIYALARDAN SAMARALI FOYDALANISH YO'LLARI Erkayeva Gulbaxor Panjiyevna, 5/2022, sentyabr oktabr (№ 00061), 398-bet
2. K. Chinar. Role of Mobile Technology for Tourism Development. The Emerald Handbook of ICT in Tourism and Hospitality. ISBN: 978-1-83982-689-4.
3. Smart-туризм в Узбекистане | ICTNEWS, Smart-туризм в Узбекистане 28.01.2019, Абдурахман Рахимов, главный специалист Управления по развитию Smart-туризма и ИКТ



MAMLAKATIMIZDA TURIZM SOHASINI RAQAMLASHTIRISH VA BOSHQARISHNI TAKOMILLASHTIRISH

Mardiyev Bunyod Sirojiddin o'g'li

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti Menejment kafedrası assistenti

Annotatsiya: Ushbu maqolada mamlakatimizda turizm sohasini yangi texnologiyalarni joriy qilgan holda takomillashtirish va turizm salohiyatini oshirishda Smart-turizmdan foydalanish yo'llari haqida fikr ma takliflar keltirilib o'tilgan.

Kalit so'zlar: Turizm, Smart-turizm, turizm texnologiyalari, raqamlashtirish, boshqaruv, turizm menejmenti, turizm menejeri.

Abstract: In this article, ideas and suggestions about ways to use Smart tourism to improve the tourism sector in our country by introducing new technologies and increase the potential of tourism have been presented.

Key words: Tourism, Smart tourism, tourism technologies, digitization, management, tourism management, tourism manager.

Аннотация: В этой статье представлены идеи и предложения о способах использования Смарт-туризма для улучшения туристического сектора в нашей стране путем внедрения новых технологий и повышения потенциала туризма.

Ключевые слова: Туризм, Смарт-туризм, туристические технологии, цифровизация, менеджмент, менеджмент туризма, менеджер по туризму.

O'zbekiston o'zining keng ko'lamli islohotlari orqali ko'plab sohalarda yuqori ko'rsatgichlarga ko'tarilomoda. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 11-sentabrdagi PF-158 sonli Farmoniga asosan "O'zbekiston – 2030" strategiyasi ishlab chiqildi va qabul qilindi. Ushbu strategiyada har bir soha bo'yicha qilinishi kerak bo'lgan dolzarb vazifalar kiritilgan, shu bilan birga keyingi yillarda milliy iqtisodiyotimizda ulushi yuqorilab borayotgan turizm sohasida ham bir qancha vazifalar berildi. Strategiyaning ilova qismidagi 58-bo'limda Respublikamizda tashqi va ichki turizmni rivojlantirish uchun keng sharoitlar yaratish orqali sayyohlar sonini oshirish bo'yicha vazifalar keltirilgan¹.

Raqamli turizm – sayohatni rejalashtirish, tashkil etish, nazorat qilish va sayohatdan zavqlanishda raqamli vositalardan foydalanish, sayohatchilarga sayohatdan oldin, davomida va undan keyin taqdim etiladigan elektron xizmatlar to'plamidir. Sohani raqamlashtirish bizga sayyohlar oqimini hisoblashda aniqlikda yordam beradi. Respublikada tashqi turizmga kiruvchi va chiquvchi sayyohlarni hisobga olish chegara, tur korxonalardan olingan statistikalar orqali aniqlik yuqori bo'lishi mumkin, lekin ichki turizmga sayyohlar sonini aniqlikda hisoblash bo'yicha bizda ayrim muammolar bor. Sayohat industriyasi raqamli innovatsiyalar bo'yicha yetakchi o'rinni egallaydi va o'z faoliyatining deyarli barcha jabhalarida yangi texnologiyalar tomonidan o'zgartirilishda davom etmoqda. Jahon Iqtisodiy Forumining Raqamli Transformatsiya tashabbusiga (DTI) ko'ra, 2016-2025-yillarda sayohat, turizm va aviatsiya sohasida raqamlashtirish jarayonlari xarajatlari 305 milliard dollargacha bo'ladi². Xuddi shu hisobotda raqamli transformatsiya mijozlar va jamiyatga 700 milliard dollarlik foyda keltirishi taxmin qilinmoqda. Qizig'i shundaki, jarayon an'anaviy biznesdan yangi raqamli raqobatchilarga taxminan 100 milliard dollar miqdorida ko'chishi kutilmoqda. Statista Digital Market Outlook tomonidan e'lon qilingan ma'lumotlarga ko'ra, sayohat segmentida foydalaniladigan mobil ilovalardan olingan umumiy daromad 2021-yilda o'tgan yilga nisbatan 38 foizga o'sib, 296 million dollarni tashkil etdi. Bunga COVID-19 pandemiyasi ta'sir ko'rsatdi, ijtimoiy masofani saqlash zarurati va ko'plab cheklolvar sayohat qilishni yaxshi ko'radiganlar raqamli echimlarga ko'proq murojaat qilishlariga olib keldi.

¹ "O'zbekiston – 2030" strategiyasi

² <https://stratoflow.com>



Mamlakatimizda turizm sohasini raqamlashtirishda internet tarmog'ining o'rni beqiyos. Keying yillarda qilingan ishlarni aytadigan bo'lsam:

- Sayyohlar uchun qulaylik yaratish maqsadida barcha diqqatga sazovor obyektlarga QR kodlar joylashtirildi;
- Barcha obyektlar Yandex Go ilovasiga kiritildi;
- Booking.com tizimiga barcha mehmonxona va mehmon uylari kiritildi;
- E-mehmon.uz orqali mehmonlarni qabul qilish tizimi barcha mehmonxonalar uchun majburiy etib belgilanishi;
- Diqqatga sazovor obyektlarga HD proektorlar orqali tarixni aks ettiruvchi videolavhalar yaratildi;

Raqamlashtirish nafaqat mijoz uchun qulaylik, balki xarajatlarni kamaytirish, axborot ta'siri ko'lamini oshirish va yangi auditoriyani jalb qilish imkoniyatidir. Garchi global sayohatlarning yarmidan ko'pi onlayn kanallar orqali amalga oshirilsa ham, bu sohada hali ko'p ishlar qilinishi kerak. Bundan tashqari, taklifning mavjudligini kengaytirish va Smartfon egalarining kutganlarini qondirish uchun savdo, aloqa va axborot imkoniyatlarini birlashtirgan mobil ilovalarni yaratishga arziydi. Sayohat sanoatiga bag'ishlangan ilovalar sotuvdan oldingi va keyingi jarayonning istalgan bosqichida deyarli har qanday masalani masofadan boshqarish imkonini beradi – bu sayyohlik agentliklari mijozlari uchun juda yoqimli qulaylikdir.

Bugungi sayyohlik agentliklari mijozi ko'proq moslashtirilgan taklifni kutmoqda va aynan shu sohada – boshqa sohalarga nisbatan – sayohat sektori juda ko'p ish qilishi kerak. Potentsial sayohatchilarning shaxsiy ehtiyojlariga moslashtirilgan takliflarni yaxshilash imkoniyatlari quyidagilardan iborat:

- yaxshiroq sayohat qidiruv tizimlari;
- Tegishli xarajat / sifat nisbatlarini saqlab, o'rindiqlarni egallashni optimallashtirishi mumkin bo'lgan dinamik narxlash dvigatellari;
- mobil ilovalar;
- IoT-ga asoslangan qurilmalar, masalan, mehmonxonalar tomonidan konditsionerni ovozli boshqarish uchun, aviakompaniyalar esa sayohatchilarning yuklarini belgilash uchun ishlatiladi.

Shu o'rinda sohani raqamlashtirish borasida bir nechta takliflarimni berib o'tmoqchiman:

- Raqamli texnologiyalar butun turistik tsiklni va mijozlar sayohatini qo'llab-quvvatlashi mumkin;
- bron qilish uchun arizalar – chiptalarni bron qilish, turar joy yoki ijara uchun avtoulavlarni qo'llab-quvvatlash;
- sayohat qidiruv tizimlari – bizning ehtiyojlarimizga va biz bilan sayohat qilayotganlarning afzalliklariga mos keladigan ta'til yoki sayohatni tanlashda yordam beradi;
- ma'lum bir shaharda sayyohlarni qo'llab-quvvatlovchi sayohat ilovasi – turistik ma'lumotlarni, turli xil ovqatlarga toqat qilmaydigan odamlar uchun taomlar taqdim etiladigan restoranlarni topishni osonlashtiradi, yaqin atrofdagi do'konlar va hojatxonalarni ko'rsatadi yoki ma'lum bir mintaqada bo'lajak madaniy tadbirlar jadvalini taqdim etadi;
- virtual qo'llanmalar (gid) – ular muzeylar va boshqa muhim muassasalar tomonidan taqdim etiladigan ilovalar yoki interaktiv qo'llanmalar shaklida bo'lishi mumkin;
- moliyaviy rejalashtirish ilovalari – sayohat paytida, bu juda muhim bo'lishi mumkin, ayniqsa, valyuta konvertatsiyasidan foydalanish kerak bo'lganda;
- tranzitni rejalashtirish ilovalari – dunyoning turli burchaklarida sayohat qilishda ko'pincha mahalliy transport turlaridan foydalanish kerak bo'ladi, bunda poyezd chiptalarini sotib olish, taksilarga buyurtma berish yoki avtomobillarni ijaraga olishni osonlashtiradigan ilovalar juda foydali bo'ladi.



Turizm sohasini rivojlantirish ustuvor maqsadimizdir. Ushbu sohada boshqaruvni yanada samarali bo'lishi albatta bu kadrlar salohiyatiga to'g'ridan- to'g'ri bog'liq. Sohada mutaxassilar tayyorlash bizda mustaqillik yillaridanoq boshlangan, biroq agar amaliy tomondan qarasak, turizm sohasida ishlayotganlarning deyarli 80% i ushbu ma'lumotga ega emasdir. Mamlakatimizda soha rivoji va boshqaruvni samarali bo'lishini ta'minlash uchun o'z fikrlarimni aytib o'tsam:

- Turizm sohasida aynan xorijlik sayyohlar bilan ish olib boradigan talabalarni Oliy Ta'limga qabul qilishda chet tilini bilish darajasini talab sifatida qo'yish;
- Har bir sayyohlik agentigini ochish uchun Oliy Ta'limga egalik hujjati talabi doirasiga kiritilishi;
- Ta'lim jarayonida amaliyotga bog'lik mashg'ulotlarni ko'paytirish;
- Arab davlatlari turizm sohasidagi yutuqlaridan andoza olgan holda sohaga eng yangi texnologiyalarni sohaga tadbiq etish;

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 3217-sonli "2018-2019-yillarda turizm sohasini rivojlantirishga doir dastlabki chora-tadbirlar to'g'risida"gi va 3514-sonli "Ichki turizmni jadal rivojlantirishni ta'minlashga doir chora-tadbirlar to'g'risida"gi qarorlari ijrosi sifatida "Uzbekistan Pass" ilovasining yaratilganligi va UMS mobil xizmatining aynan turistlar uchun maxsus tariflarni joriy qilganligini aytish mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 11 sentabrdagi PF-158 sonli Farmoni.
2. "O'zbekiston – 2030" strategiyasi.
3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 3217-sonli "2018-2019-yillarda turizm sohasini rivojlantirishga doir dastlabki chora-tadbirlar to'g'risida"gi va 3514-sonli "Ichki turizmni jadal rivojlantirishni ta'minlashga doir chora-tadbirlar to'g'risida"gi qarorlari.
4. <https://stratoflow.com>
5. <https://lex.uz/uz>
6. Azlarova M.M. "PR menejmenti". TOSHKENT – «IQTISODIYOT» – 2023.

DEVELOPMENT OF SMART TOURISM IN UZBEKISTAN BASED ON MODERN PRINCIPLES AND USING FOREIGN EXPERIENCE

Gulrukh Yusupova

Silk Road International University of Tourism and Cultural Heritage
Lecturer of the department of “Languages”

Nilufarkhon Ashuralieva

Silk Road International University of Tourism and Cultural Heritage
4th grade student of Tourism Management Faculty

The introduction of Smart technology is causing a global paradigm change in the tourist sector. Information and communication technology (ICT) integration, or “smart tourism,” is becoming a key component of destination management, visitor experience enhancement, and sustainable tourism practices. This review article examines the integration of contemporary ideas and takes cues from globally successful models to offer some options for the growth of Smart tourism in Uzbekistan.

- 1.1. **Overview Introduction:** With its varied landscapes and rich cultural legacy, Uzbekistan has enormous potential to play a significant role in the global tourist industry. Adopting Smart tourism practices can help sustain economic growth in addition to drawing in more tourists.
- 2.1. **Smart Tourism:** The objectives of this study are as follows: Describe Smart tourism and highlight its significance in the modern travel landscape. Talk about key components like IoT, AI, data analytics, and mobile applications.
- 2.2. **Modern Principles:** Examine principles like personalization, connectivity, sustainability, and accessibility as essential elements in the development of Smart tourism.
- 2.3. **Foreign Experience:** Review successful Smart tourism initiatives from countries like Singapore, South Korea, and Estonia. Analyze the best practices in Smart tourism from other countries. Provide a framework for the implementation of Smart tourism in Uzbekistan.
- 3.1. **Data Collection Methodology:** Digitization. Digital technologies have been adopted by Uzbekistan in a number of industries, including tourism. This entails promoting travel and disseminating information via online channels. Services for E-Government: the government has been working on digitizing public services, including travel-related services like informational campaigns and visa applications. Connectivity on the Go: the nation’s mobile connectivity has improved, guaranteeing visitors will be able to stay in touch while travelling. Initiatives for Smart Travel: Uzbekistan has expressed interest in implementing Smart tourism techniques, such as utilizing ICTs to improve visitors’ experiences in general. Technology-Assisted Preservation of Cultural Heritage: A lot of work has gone into utilizing technology to promote and preserve cultural heritage sites.
- 3.2. **Evaluation by Comparison Singapore.** Advanced Technology Infrastructure: Singapore is a prime example of a Smart city project, having gained international recognition for its state-of-the-art technology infrastructure. Effective Public Services: a smooth and effective visitor experience is enhanced by the use of technology into public services, transportation, and tourism destinations. Issues and Omissions: High Implementation expenses: Developing nations with low financial resources may find it difficult to adopt Singapore’s approach due to its significant upfront expenses. Possible Overreliance on Technology: There’s a chance that we rely too much on technology, which might alienate people who aren’t as comfortable with it or don’t have access to digital solutions.

**Jeju Island, South Korea:**

- **Smart Tourism Island:** By effectively integrating technology, Jeju Island's Smart tourism projects have improved tourist experiences. **Community Involvement:** Projects that involve nearby communities in the creation of Smart tourism are a step towards a more inclusive strategy. **Issues and Omissions:** **Scale and Specificity:** The efforts on Jeju Island may not be as applicable in larger nations due to their specific features, and their island location may restrict their broader application. **Privacy problems:** The widespread use of technology and data creates privacy problems that need for strict laws and moral considerations.

Estonia Prospective:

- **E-Government Success:** The tourist industry may benefit from the tourism sector's administrative procedures being streamlined by following Estonia's lead in deploying e-government services.
- **Digital Nomad Friendly:** Laws that assist digital nomads may draw a certain type of traveler who is looking for remote employment.
- **Issues and Omissions:** **Digital Divide:** Given how important universal access to technology is, nations with sizable digital divides may find it difficult to emulate Estonia's achievements.
- **Cultural Adaptation:** Estonia's success is shaped by its own socio-political environment, and in order to be globally applicable, cultural adaptation is required.

Potential in Dubai, United Arab Emirates:

- **Futuristic Infrastructure:** Dubai's dedication to Smart technology and futuristic design makes for a distinctive and alluring travel experience.
- **Tourist-Centric Initiatives:** Dubai places a high priority on integrating technology to meet the needs of contemporary tourists, from immersive experiences to Smart hotels.

Issues and Omissions:

- **Environmental Sustainability:** Due to Dubai's rapid expansion, there is a need to strike a balance between environmental considerations and technology in order to ensure environmental sustainability.
- **High Dependency on Tourism:** As demonstrated by the COVID-19 epidemic, Dubai's strong reliance on tourism as a primary economic driver may provide difficulties in times of global crisis.

In contrast to Uzbekistan:

- **Prospective: Rich Cultural legacy:** If properly shown through technology, Uzbekistan's rich cultural and historical legacy might become a major draw for tourists.

Issues and Omissions:

- **Infrastructure Development:** To truly support Smart tourism, Uzbekistan may need to invest in modernizing its whole infrastructure.
- **Digital Literacy:** The effective use of Smart tourism will depend on ensuring that both the general public and visitors are digitally literate.
- **Overall Conclusions:** although every model provides distinct perspectives, Uzbekistan may utilize its cultural diversity, unexplored tourist opportunities, and ideas from various global models to create a customized and enduring Smart tourism plan. Important factors to take into account are filling up infrastructural gaps, maintaining inclusivity in the implementation of Smart tourism practices, and striking a balance between technology improvements and cultural preservation.



4.1. Determining Current Principles:

In the context of Uzbek tourism, modern concepts are crucial for developing sustainable growth, molding the sector, and improving the traveler experience as a whole. Uzbekistan's distinct cultural and historical context is well-suited to a number of important modern concepts, which provide chances for growth and innovation in the travel industry:

1. Eco-Friendly Travel:

Link to Uzbekistan: Sustainable tourism practices are in harmony with the conservation of historical places, the preservation of the environment, and the encouragement of responsible travel because of Uzbekistan's great natural beauty and cultural legacy. Implementation: To ensure the sustainable growth of its tourist business, Uzbekistan may embrace eco-friendly projects, encourage community-based tourism, and enforce responsible guest behavior.

2. Preservation of Culture:

Link to Uzbekistan The rich cultural history of Uzbekistan, which includes historic Silk Road towns, presents a singular chance to take use of modern concepts for cultural preservation and heritage management. Implementation: Uzbekistan's attractiveness may be increased by utilizing digital technology to promote traditional crafts, preserve historical artefacts, and include cultural storytelling in traveler experiences.

3. Technologies for Smart Tourism:

Link to Uzbekistan: Using Smart technology is in keeping with the worldwide movement in the tourist industry towards improved connectivity, customized experiences, and simplified services. Implementation: To contribute to a contemporary and technologically aware tourism experience, Uzbekistan may make use of mobile applications, Internet of Things (IoT) devices, and data analytics to offer real-time information, improve navigation, and raise overall visitor satisfaction.

The use of Smart tourism techniques is a transformational strategy that is in line with Uzbekistan's cultural character and ushers in a new age of tourism, not just a technical achievement. Uzbekistan has the potential to become a sustainable, competitive, and internationally recognised tourism destination for years to come. To do this, the country must embrace sustainability, engage local communities, and make the most of technology. Incorporating Smart tourism means not only making technological investments but also demonstrating a dedication to protecting cultural heritage, promoting economic development, and providing travellers travelling through the heart of Central Asia with unforgettable experiences.

References:

1. United Nations World Tourism Organization (UNWTO). (2021). "Tourism Highlights".
2. Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2015). "Smart tourism destinations enhancing tourism experience through personalisation of services." In Information and Communication Technologies in Tourism 2015 (pp. 377-389). Springer.
3. Sigala, M. (2020). "Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research." Journal of Business Research, 117, 312-321.
4. Republic of Korea Ministry of Culture, Sports and Tourism. (2019). "Smart Tourism Island: The Case of Jeju Island."
5. World Economic Forum. (2017). "The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017."



JIZZAX VILOYATINING IJTIMOY-IQTISODIY RIVOJLANISHIDA TURIZMNING AHAMIYATI VA ROLI: YANGICHA SMART YO'NALISHLAR VA MEXANIZMLAR

Aynakulov Muxitdin Abduxamidovich

Iqtisodiyot fanlari nomzodi, Jizzax politexnika instituti

“Muhandislik va kompyuter grafikasi” kafedrası mudiri, dotsent

Ko'pgina geografik hududlarning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishida turizm muhim o'rin tutadi. Yirik shaharlardan tortib chekka qishloqlargacha bo'lgan turizm iqtisodiy o'sishni rag'batlantiradi, yangi ish o'rinlari yaratishga yordam beradi, infratuzilmani rivojlantiradi va madaniy almashinuvni rag'batlantiradi. Mazkur maqolada O'zbekiston Respublikasining Jizzax viloyati misolida mazkur sohadagi mavjud imkoniyatlarni tahliliy asosda ko'rib chiqamiz.

Jizzax viloyati O'zbekistonning markaziy mintaqasida joylashgan bo'lib, shu tufayli har tarflama keng ko'lamlı xo'jalik yuritish imkoniyatiga egadir. Uzunligi sharqdan g'arbga, ya'ni Yangiobod tumanidan Forish tumanigacha 180 km, janubdan shimolga, ya'ni Baxmal tumanidan Mirzacho'l tumanigacha 175 km. ni tashkil etadi. Maydoni 21,1 ming kv.km. Shundan 4,8 ming kv.km. (22,7 %) qishloq xo'jaligida foydalanishda bo'lgan erlardir. O'rmon va o'rmonchilik bilan bog'liq ekinlar ekiladigan maydon 1,8 ming (8,5%) kv.km dan iboratdir. Maydonining katta qismini sharqdan g'arbga va qisman shimoli-g'arb tomonga cho'zilgan Chimqortog' va Molguzar, g'arbdan sharqqa, sharqi-janubga va janubga tomon cho'zilgan Nurota tog' tizmalari, shimol tomondan Qozog'istondagi Chordora to'g'onidan viloyatning shimoli-g'arbidan Navoiy viloyati hududiga qadar cho'zilgan Aydarko'l tashkil etadi. Bu qadimiy yurtida ajdodlarimiz zakovati, salohiyatidan darak beruvchi – qadimiy turkiylarning quyosh yili timsoli – “Quyosh taqvimi”, (“Saklar taqvimi”), 19 fevraldan 21 martgacha quyosh nuri tushadigan Huttosh, shuningdek, Qantartosh, Hamaltoshlarning o'zi sirli bir olam. Viloyatda ziyorat turizmini rivojlantirish uchun ham Sa'd ibn Vaqqos, Usmand ota, Novqa ota, Xo'jamushkent ota, Parpi ota, Sayfin ota, Savruk ota, Qulfisar ota kabi ziyoratgohlarlar xizmat qiladi. E'tiborli jihati bu yerdagi tabiiy buloqlardan yiliga o'rtacha 16-20 mln. kubometr suv olish imkoniyati mavjud. Eng asosiysi viloyatning Baxmal, Zomin, G'allaorol tumanlari hamda Sh. Rashidov va Forish tumanlarining tog'li hududlarida yog'ingarchilik nisbatan mo'l bo'ladi. Shuningdek, haroratning mo'tadilligi tufayli Baxmal, G'allaorol va Forish botiqlarida, Zominsoy, Yettikechuv va Ko'rpasoyda suvning parchalanishi nisbatan kam.

Viloyatda turizm va uning zaminidagi rekreatsiya klasterlarini rivojlantirish uchun ham birmuncha sezilarli imkoniyatlar, ya'ni viloyat tabiatining o'ziga xos xususiyatlaridan biri tog'lar va tog' yon bag'irlarida tarkibida temir, oltingugurt, vodorod, radiy, kremniy kislotasi, karbon gazi, ishqorli termo-mineralar bo'lgan bir qator mavjud shifobaxsh suv manbalari mavjud.

Darhaqiqat, ayni paytda viloyatning G'allaorol, Forish, Mirzacho'l tumanlarida ana shunday balneologik suvlar bilan davolovchi “Marjonsuv”, “Birlashgan”, “Gagarin” nomli sanatoriylar va bir nechta profilaktoriylar ishlab turibdi. Shuning bilan birgalikda viloyatning Zomin, Jizzax, Baxmal tumanlarida ham ma'danga boy manbalari bor. Viloyatdagi barcha ma'danli suvlar kimyoviy va balneologik tarkibiga ko'ra eng tabiiy o'ziga xosligi bevosita hududning ancha qismini egallagan tog'liq zona ekanligi bilan bog'liqdir. Mazkur hududlarning tog' yon bag'irlarida bir-biridan go'zal tabiat go'shalari, archazorlar bodomzorlar yong'oqzorlar, shifobaxsh o'tloqlar, soyliklar, zilol suvlar, hatto, musaffo toza havo qatlamining o'zi bir olam. Ulkan daralarda qir-adirlar va soyliklarda kamyob o'simliklar va hayvonlar, parrandalarning turfa xillari mavjud.

Baxmal va Zomin tumanlaridagi qir-adirlar, ulkan bog'-rog'lar, shuningdek, Baxmaldagi dengiz sathidan 2600 metr balandlikdagi ma'danli suv, Xalq bog'i va qo'riqxonalar, ajoyib sharsharalar,



qirlar bag'ridagi o'nlab chashmalar insoniyatni o'ziga chorlovchi saxiy tabiatning o'ziga xos ne'matidir. Viloyatda turizm klasterlarining asosiy poydevori sanalgan Zomin tumanidagi 1976 yilda tashkil etilgan 48 ming gektarli Xalq bog'ining tabiati o'ta go'zal. Balandligi dengiz sathidan 4 ming metrgacha cho'zilgan tog' yon bag'rida yoz va bahorda havo qatlami kamalak rangida tovlanadi. Qalin archazorlar va bahaybat daralar, soyliklardagi toshqin suvlar go'yo tabiatning haqiqiy tabiiy ko'rgazmasini namoyish etadi. Albatta bu kabi jarayonlarning xususiyati shundaki, inson hamisha ko'pincha o'zlashtirilmagan, inson qo'li tegmagan tabiiy go'shalarga ehtiyoj sezishidadir. Xalq bog'i yonida Zomin qo'riqxonasi tashkil etilgan, Xalq bog'i va qo'riqxonaning umumiy maydoni 78 ming gektarni tashkil etadi. Bu qo'riqxonada 100 dan ortiq shifobaxsh va dorivor o'simliklar, oq tirnoqli ayiq, yovvoyi cho'chqa, bo'rsiq, alqar, (tog' echkisi), jayra kabi hayvonlar, kemiruvchilar, kalxat, qora turna, bulduruq, tuvaloq, kaklik, tustovuq kabi parrandalarning 150 dan ortiq turlari uchraydi. Ushbu tabiat maskanida "Zomin" sanatoriysi, O'rikli soy dam olish maskani, sayyohlar uchun ko'plab mehmonxona uylari faoliyat ko'rsatib turibdi. Shu sabab mazkur rekreatsion hududlarda yil mobaynida dam oluvchilar, sayyohlar, ya'ni rekrentlar oqimi uzilmaydi.

Viloyat rel'efi shimol, shimoli-g'arb tomondagi pasttekisliklar, cho'l va dashtlardan qirlar, tog'lar sari balandlab borishi bilan bog'liq ravishda hayvonlar turlari ham ko'payib boradi. Viloyatda baliqchilik sanoatini rivojlantirish uchun ham keng ko'lamli imkoniyatlar mavjud, xususan, Aydarko'l-Tuzkon Arnasoy ko'llarida baliqlarning zog'ora, laqqa, suzak va ilonbaliq kabi turlari bor. Buning ajablanarli tomoni shundaki, Aydarko'l-tuzkon Arnasoy ko'llari viloyatda baliqchilik sanoatini rivojlantirish bilan bir paytda rekreatsiyani rivojlantirishga ham xizmat qiladi.

Viloyatning tabiiy iqlim sharoiti keskin mo'tadil. Yozi quruq va issiq, qishi nisbatan yumshoq. Baxmal, qisman Zomin, Forish tumanlarining tog'liq hududlarida yoz fasli biroz salqin o'tadi. Yilning eng issiq oyi cho'l zonalarida iyun-iyul, tog' zonasida iyul-avgust. Kunning uzunligi kunduz yozda 15 soat, qishda 9 soat davom etadi. Yanvar oyida harorat +1+4 daraja, iyul oyida esa +26+28 daraja. Bir yillik yog'in miqdori 400-500 mm. Vegetatsiya davri 240-260 kun. Havoning namlik darajasi qishda 70-80 %. Bir yilda quyoshli kunlar 2800-3000 soat atrofida. Birinchi qorning yog'ishi asosan oktabr oyiga to'g'ri keladi.

Viloyat hududining nisbatan yaxlitligi va subtropik kengliklarga yaqinligi harorat rejimining bir xilligini ta'minlaydi. Yil davomida o'rtacha 250-270 kun havo ochiq, osmon beg'ubor bo'ladi. Fevraldan noyabrgacha quyosh energiyasi nisbatan ko'proq bo'ladi. Havoning harorat yig'indisi janubiy pasttekisliklarda 5,5 ming daraja, shimoliy pasttekisliklarda 4,3-4,5 ming darajaga etadi.

Viloyat hududida yog'ingarchilik asosan qish va bahor fasllariga to'g'ri keladi. Shimoldan janubga tomon yog'ingarchilik ko'payib boradi. Yillik yog'in miqdori balandligi 276 metr bo'lgan Mirzacho'lda 295, balandligi 392 metr bo'lgan Sangzorda 400 mm.dan oshadi. Qor turib qoladigan kunlar bir yilda tekisliklarda 20-22 kun, tog'li hududlarda 60-70 kunni tashkil etadi. Hududning tekislik qismida yillik yog'in miqdori 200 mm. atrofida. Bug'lanish darajasi 100-120 mm.ga teng. Viloyat hududida shimoli-g'arbda vaqti-vaqti bilan kuchli shamol bo'lib turadi. Aprel va may oylarida kuchli shamol, do'l va jala yog'ish holatlari uchraydi.

Viloyat aholisi 2022-yil yanvar oyi holatiga 1382100 kishini tashkil etib, yil boshidan 29700 kishiga yoki 102,2 foizga ko'paydi. Shundan 647900 kishi –shahar joylarida (46,8%) va 734200 kishi qishloq joylarida (53,2 foiz) istiqomat qiladi.

Tarkibiga ko'ra 70 dan ortiq millat vakillari bor. Umumiy aholisining 83 foizini o'zbeklar tashkil qiladi. O'rtacha zichligi bir kv.km. ga 65,5 kishi [4].

Yuqorida qayd etilgan ma'lumotlardan ko'rinib turibdiki, aholisi 163,6 ming kishi bo'lgan viloyatning Zomin tumanida (viloyat aholisining 11,8%), aholisi 155,8 ming kishi bo'lgan Baxmal tumanida (viloyat aholisining 11,3%), aholisi 171,4 ming kishi bo'lgan G'allaorol tumanlarida (viloyat aholisining 12,4%) negizida rekreatsiya mavjud bo'lgan turistik ovullarni, shuningdek, ularning o'zaro kooperatsiyasi asosidagi turizm klasterlarini tashkil qilish uchun keng qamrovli imkoniyatlar mavjud.

Turizm sohasini rivojlantirishning Jizzax viloyati ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishi uchun taqdim etadigan imkoniyatlari, shuningdek, uni tashkil qilish yo'nalishlari yuzasidan quyidagilarni ta'kidlab o'tish mumkin.

**1. Iqtisodiy ahamiyati bo'yicha:**

- ish o'rinlarini yaratish bo'yicha to'g'ridan-to'g'ri mehmonxonalar, restoranlar, diqqatga sazovor joylar va bilvosita ushbu xo'jalik subyektlarida xizmat ko'rsatadigan sektorlar orqali turizm bevosita va bilvosita ish o'rinlarini yaratadi.
- mahalliy va xorijiy capital oqimi bo'yicha turizm infratuzilma va boshqa tarmoqlarga qo'shimcha sarmoya kiritishni rag'batlantirishi mumkin bo'lgan xorijiy kapitalning kirib kelishiga yordam beradi.
- iqtisodiy xilma-xillik bo'yicha turizm mintaqalarga yagona sanoatga qaramlikni kamaytirish orqali iqtisodiy aktivlarini diversifikatsiya qilishga yordam beradi.

2. Ijtimoiy ahamiyati bo'yicha:

- madaniy merosni saqlash va targ'ib qilish bo'yicha turizm madaniy yodgorliklar, san'at va an'analarni saqlab qolish, ularni kelajak avlodlar uchun yetkazish uchun davlat budjetidan moliyalashtirilishi mumkin.
- ta'lim va madaniy almashinuv imkoniyatlarini taqdim etish orqali imkoniyatlaringizni kengaytiradi;
- infratuzilmani yaxshilash bo'yicha turizm jamoat transporti, yo'llar, aeroportlar va mahalliy aholi foydalanishi mumkin bo'lgan boshqa infratuzilmalarning rivojlanishini rag'batlantirishi mumkin.

3. An'analari bo'yicha:

- barqaror turizm bo'yicha ekologik barqarorlik va tabiiy resurslarni saqlashga e'tiborni kuchaytirish;
- mahalliy turizm bo'yicha mahalliy ishlab chiqaruvchilarni qo'llab-quvvatlash va "mahalliy" madaniyatni targ'ib qilish;
- raqamli texnologiyalar bo'yicha mehmonxonalardan raqamli platformalar orqali elektron tarzda joy band qilish, shuningdek, o'zaro ta'sir qilish va resurslarni taqsimlash uchun raqamli platformalardan intensiv foydalanish.

4. Rag'batlantirish mexanizmlari bo'yicha:

- davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash bo'yicha turizmni rivojlantirish uchun subsidiyalar, imtiyozlar va soliq imtiyozlari ajratilishi;
- marketing va brending bo'yicha hududni sayyohlik yo'nalishi sifatida targ'ib qilish;
- hamkorlik bo'yicha davlat, biznes va jamoat tashkilotlari o'rtasidagi hamkorlik.

Geografik hududlarni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishda turizmni amalga oshirish yo'nalishlari quyidagilardir:

- madaniy turizm: Turizmning ushbu turi mintaqaning madaniy merosini – tarixiy joylar, muzeylar, teatrlar, festivallar va boshqalarni o'rganishga qaratilgan. Bu madaniy merosni saqlash va targ'ib qilishga yordam beradi hamda san'at va tarixni o'rganishga qiziquvchi sayyohlarni jalb qiladi;
- ekologik (ekoturizm): Buzilmagan tabiiy hududlar, milliy bog'lar va qo'riqxonalarni ziyorat qilishga qaratilgan. Ekoturizmni qo'llab-quvvatlash tabiiy resurslar va biologik xilma-xillikni saqlashni rag'batlantirishi mumkin;
- qishloq turizmi: Bu yo'nalish sayyohlarni qishloq joylariga jalb etib, ularga mahalliy hayot, an'ana va odatlarni o'rganish imkonini beradi. Bu madaniylashmagan qishloq joylarida sivilizatsiya rivojlashga turtki bo'lishi mumkin;
- tibbiy va sog'lomlashtirish turizmi: Tibbiy va sog'lomlashtirish resurslari bo'lgan rekratsion hududlar (masalan, mineral buloqlar yoki ixtisoslashtirilgan tibbiy muassasalar) davolanish yoki sog'lomlashtirish uchun sayyohlarni jalb qilishi mumkin;



- sport va faol dam olish: Sport imkoniyatlariga ega hududlar (chang'i kurortlari kabi) faol dam olishga qiziqqan sayyohlarning ma'lum bir auditoriyasini jalb qilishi mumkin;
- ta'lim turizmi: o'quvchilar, talabalar yoki boshqa mamlakat yoki mintaqada muayyan mavzu yoki ko'nikma majmuasini o'rganishni xohlovchi har qanday manfaatdor shaxslar uchun dasturlarni taqdim etish;
- konventsiya va ko'rgazma turizmi: konferentsiyalar, seminarlar, ko'rgazmalar va boshqa biznes tadbirlarida qatnashadigan ishbiarmonlarga mo'ljallangan.

Turizmning barcha bu yo'nalishlari geografik hududlarni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishning asosiy omillariga aylanish salohiyatiga ega, nafaqat iqtisodiy foyda keltiradi, balki ijtimoiy taraqqiyotga, madaniy va tabiiy merosni asrab-avaylashga, shuningdek, xalqaro va mintaqalararo munosabatlarni mustahkamlashga hissa qo'shadi. Hozirgi kunda turizm dunyo bo'yicha ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotning kuchli quroli bo'lish qobiliyatini isbotladi. To'g'ri boshqarilsa va strategik yondashilsa, u geografik hududlarga katta foyda keltirishi, shu bilan birga mahalliy aholining hayot sifatini yaxshilashi va barqaror rivojlanishni ta'minlashi mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'xati:

1. Aynakulov M.A. Xudayberdiyev B.B. Motivatsiya samaradorlik garovi sifatida // Ilmiy axborotnoma jurnali. Samarqand Davlat Universiteti. 2020. № 2 (120). –91-94 b.
2. Айнакулов М.А., Абдухамидов Э.М. Нормативно-правовая база интеграционных отношений хозяйствующих субъектов // «Молодой ученый». Международный научный журнал. Спецвыпуск Джизакский политехнический институт. –2016. № 7.2 (111.2). –С. 48-50.
3. B.B.Berkinov, M.A.Aynaqulov. "Kichik tadbirkorlik korxonalarining yirik korxonalar bilan ishlab chiqarish kooperatsiyasi". Monografiya – Jizzax.: 2004-114 b.



THE ROLE OF SMART TECHNOLOGIES IN THE DEVELOPMENT OF AGROTOURISM

Yoriyeva Farangiz Murodilloyevna

PhD student of Tashkent State University of Economics

Abstract: This article is devoted to the analysis of Smart technologies, specifically Smartphones, aimed at improving the agritourism industry. The article explores the concepts of “smart” tourism and Smart technologies. The practical significance of the article is a scientific study of the methods of using Smart technologies supporting activities in the field of agrotourism.

Key words: agrotourism, Smart tourism, Smart technologies, Smart phones, booking, navigation, mobile apps.

Annotatsiya: Ushbu maqola agroturizm sanoatini yaxshilashga qaratilgan aqlli texnologiyalar, xususan Smartfonlar tahliliga bag'ishlangan. Maqolada "aqlli" turizm va aqlli texnologiyalar tushunchalari o'rganiladi. Maqolaning amaliy ahamiyati agroturizm sohasidagi faoliyatni qo'llab-quvvatlovchi aqlli texnologiyalardan foydalanish usullarini ilmiy o'rganishdir.

Kalit so'zlar: agroturizm, Smart-turizm, aqlli texnologiyalar, Smartfonlar, bron qilish, navigatsiya, mobil ilovalar.

Аннотация: Данная статья посвящена анализу умных технологий, в частности смартфонов, направленных на улучшение агротуристической отрасли. В статье исследуются понятия «умный» туризм и умные технологии. Практическая значимость статьи заключается в научном исследовании методов использования интеллектуальных технологий поддержки деятельности в сфере агротуризма.

Ключевые слова: агротуризм, Smart-туризм, умные технологии, смартфоны, бронирование, навигация, мобильные приложения.

INTRODUCTION

Today, the concept of Smart tourism occupies an important place in the rapid development of the world tourism industry. The use of Smart technologies in the field of agrotourism is important to accelerate development in this field. Smart technologies help to transform agriculture into tourism and expand its prospects. “Smart tourism is an advanced stage of tourism informationization. It consists of digital, intelligent, and virtual tourism based on digital, intelligent, and virtual technology. Information relating to tourist activities, the consumption of products, and tourism and social resources can be instantly integrated based on information and communications technology; it provides to tourists, enterprises, and organizations with a variety of end-user devices” (Zhang et al. 2012).¹ Smart tourism refers to the use of Smart technologies in the travel and tourism industry. These technologies can be utilized in various aspects of travel, from trip planning to accommodation and dining experiences. “Smart tourism is defined as the dynamic connection of human experiences with Smart technologies. It is closely linked to the development of Smart Cities and goes hand in hand with improvements in technologies such as Artificial Intelligence.” (Elena Canorea 2022).²

In particular, Smartphones, which are one of the perfect manifestations of Smart technologies, play an important role in the rapid development of modern tourism. Mobile phones have evolved to be Smart computers (smartphones) supporting a wide range of information services that can be accessed anytime and from (almost) anywhere. With the increasing number of users and greater incursion into people's life, Smartphones have the potential to significantly influence the touristic experience. “Mobile devices (smartphones and tablets) have the potential to change tourist practices in a place. They allow tourists to directly book accommodation, activities or restaurants. They can affect access and circulation within a destination, as well as the tourist's experience”. (Marie Delaplace e Leïla Kebir).³

Additionally, through Smart tourism applications, destinations and tourism businesses can be managed more efficiently. “Smartphones, as one kind of new media, now can provide a wide range

1 Zhang, L., N. Li, and M. Liu 2012 On the Basic Concept of Smarter Tourism and its Theoretical System. *Tourism Tribune* 27(5):66-73.

2 Elena Canorea, Innovation and research, november 15, 2022, Smart Tourism: The Future of the Sector is Technological, https://www.plainconcepts.com/smart-tourism/#Smart_Tourism_Applications

3 Marie Delaplace e Leïla Kebir, Tradução de Université Bretagne Occidentale, 18 | 2020 : Ré-invention des territoires touristiques dans les stations des Alpes, “Are mobile devices playing a part in creating new tourist practices? Les Champs-Élysées: a case study”, <https://journals.openedition.org/viatourism/6201>



of information services to support not only main travel activities such as planning, reservation, navigation, but many “micro-moments” within the travel process such as finding gas stations, estimating waiting time of rides etc “(Wang, Park, and Fesenmaier 2010).⁴ In this way, several needs of tourists will be satisfied and it will make a great contribution to the stability of the tourism industry.

As in all areas of tourism, Smart technology and Smartphones are important in the development of agro-tourism, which involves tourists visiting agricultural areas and farming activities. The use of Smart technologies helps to fulfill important tasks in the further development of the agro-tourism sector and further expands the possibilities of this sector. Research shows that we can divide the use of Smart technologies by tourists in the field of Agrotourism into two ways (figure 1):

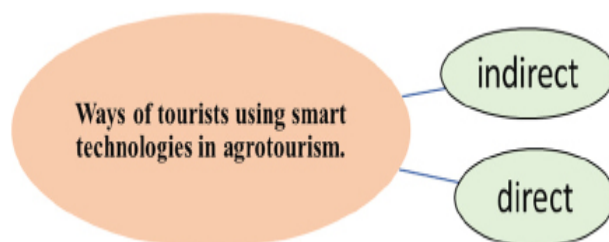


Figure 1: Ways of tourists using Smart technologies in agrotourism

1. Indirect use of Smart technologies by the traveler in the implementation of agrotourism. Efficient farm management:

In this case, managers of agrotourism centers use Smart technologies to automate the processes of planting fruits and vegetables, water supply, growing and distributing products. Smart technologies can assist in managing farms more efficiently, from water and energy usage to crop monitoring and financial management. This can contribute to the sustainability of agrotourism farms and improve the overall experience for visitors. This will improve the quality of agriculture and create more interesting and satisfying tours for tourists.

2. Direct use of Smart technologies by the traveler in the implementation of agrotourism.

It focuses on creating convenience for tourists and increasing the attractiveness of travel through Smartphones/tablets. Smartphones have revolutionized the way we access information and connect with others, and they can play a significant role in the development of agro-tourism. In the figure below, we analyze the methods of using Smartphones in the development of agrotourism (figure 2):

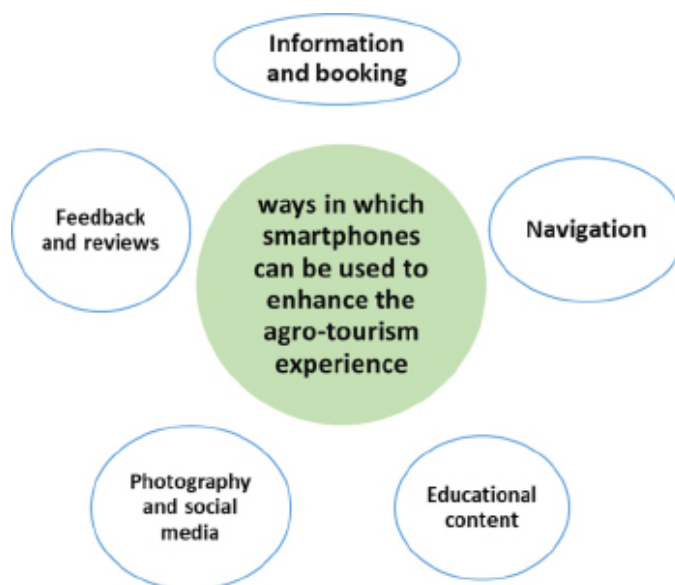


Figure 2: Ways in which Smartphones can be used to enhance the agro-tourism experience

⁴ Wang Dan, Sangwon Park, and D.R. Fesenmaier, Article in Journal of Travel Research · July 2012 DOI: 10.1177/0047287511426341, The Role of Smartphones in Mediating the Touristic Experience



1. **Information and booking:** Tourists can use their Smartphones to research and book agro-tourism experiences, such as farm stays, vineyard tours, and agricultural workshops. They can access websites, social media pages, and online booking platforms to find information about different agro-tourism destinations and make reservations.
2. **Navigation:** Smartphones can be used for GPS navigation to help tourists find their way to agro-tourism destinations, especially those located in rural areas with limited signage. Apps like Google Maps can provide turn-by-turn directions to help visitors reach their destination.
3. **Educational content:** Agro-tourism operators can create mobile apps or use existing platforms to provide educational content about farming practices, agricultural history, and the local food system. This can enhance the visitor experience by providing in-depth information about the agricultural processes and products they are experiencing.
4. **Photography and social media:** Tourists can use their Smartphones to capture and share their agro-tourism experiences on social media platforms like Instagram and Facebook. This can help promote agro-tourism destinations and attract more visitors.
5. **Feedback and reviews:** Agro-tourism operators can use Smartphones to gather feedback from visitors through surveys or review platforms. This can help them improve their offerings and provide better experiences for future visitors.

Overall, Smartphones can play a crucial role in the development of agro-tourism by providing access to information, navigation, educational content, and opportunities for promotion and feedback.

CONCLUSION

In general, the use of Smart technologies in agrotourism can make farm activities more efficient, enhance the tourist experience, and contribute to the sustainable development of rural tourism destinations. The use of Smart technologies in the field of agrotourism can further develop cooperation between tourism companies and agriculture.

By leveraging Smartphone technology, agro-tourism operators can enhance the visitor experience and attract more tourists to their destinations. Smartphones make travel more convenient and attractive by offering travelers options such as booking systems, mobile apps and digital guides.

At the same time, the use of Smart technologies helps to fulfill important tasks in the development of the agrotourism sector and further expands the opportunities in this sector.

References:

1. Elena Canorea, Innovation and research, november 15, 2022, Smart Tourism: The Future of the Sector is Technological, https://www.plainconcepts.com/smart-tourism/#Smart_Tourism_Applications.
2. Khodjaeva Mavluda Sabirovna, 2Azamat Bozorov, 3Alimjon Dadamuxamedov, "MOBILE APPS IN UZBEKISTAN MAKE A SIGNIFICANT CONTRIBUTION TO THE DEVELOPMENT OF TOURISM", International Engineering Journal For Research & Development, E-ISSN NO:-2349-0721.
3. Konosoang Mpiti, Dr. Andre de la Harpe, "ICT factors affecting agritourism growth in rural communities of Lesotho", African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure Vol. 4 (2) – (2015) ISSN: 2223-814X.
4. Marie Delaplace e Leïla Kebir, Tradução de Université Bretagne Occidentale, 18 | 2020 : Ré-invention des territoires touristiques dans les stations des Alpes, "Are mobile devices playing a part in creating new tourist practices? Les Champs-Élysées: a case study", <https://journals.openedition.org/viatourism/6201>.
5. Ranjita Rathore, Manju Mandot "Advantage of agritourism with information and communication technology in agriculture" International Journal of Advanced Research in Engineering and Technology (IJARET) Volume 11, Issue 12, December 2020 IAEME Publication Scopus Indexed
6. Zhang, L., N. Li, and M. Liu 2012 On the Basic Concept of Smarter Tourism and its Theoretical System. Tourism Tribune 27(5):66-73.
7. Wang Dan, Sangwon Park, and D.R. Fesenmaier, Article in Journal of Travel Research · July 2012 DOI: 10.1177/0047287511426341, The Role of Smartphones in Mediating the Touristic Experience, <https://www.researchgate.net/publication/258161252>

TURIZMNING RIVOJLANISHINI BARQARORLASHTIRISHDA PROGNOZLASHNING MOHIYATI VA OBYEKTI

Axmadjanova Muxtasarxon Anvar qizi

Dadamirzayev Sarvarbek Ulug'bek o'gli

Sharifboyeva Fazilat Odilbek qizi

TDIU mustaqil izlanuvchilari

Annotatsiya: Ushbu maqolada turizmning barqaror rivojlanishi uchun prognozlash mohiyati va ahamiyati haqida yoritib beriladi. Shuningdek, turizmga prognozlash qanchalik muhimligi haqida yetarlicha ma'lumot berilgan.

Kalit so'zlar: Bozor iqtisodiyoti, prognoz funksiyalari, Ekstrapoliyatsiya, modellashtirish.

Abstract: This article sheds light on the nature and importance of forecasting for the sustainable development of tourism. Also, enough information is given about the importance of forecasting in tourism.

Key words: Market economy, forecast functions, Extrapolation, modeling

Аннотация: Данная статья проливает свет на природу и значение прогнозирования для устойчивого развития туризма. Также достаточно информации дано о важности прогнозирования в туризме.

Ключевые слова: Рыночная экономика, прогнозные функции, Экстраполяция, моделирование.

Milliy iqtisodiyotning eng tez o'sayotgan segmentlaridan biri bu turizm xizmatlari sanoatidir. Mazkur biznesning rivojlanishi bilan birga yangi ish o'rinlari yaratilmoqda, infratuzilma obyektlari modernizatsiya qilinmoqda. Shu munosabat bilan O'zbekistonning turizm industriyasini iqtisodiyotning muhim tarmoqlaridan biri darajasida yuksaltirish bo'yicha kompleks chora-tadbirlar izchil amalga oshirilmoqda. Buning natijasida hududlar tez rivojlanishi, aholi daromadlari va turmush darajasi yuksalishi, iqtisodiyot sarmoyadorlar uchun yanada jozibador bo'lishi mumkin. Davlatimiz turizm sohasini rivojlantirish borasida qator tashabbuslarni amalga oshirmoqda. Oxirgi ikki-uch yil ichida mahalliy va xalqaro sayyohlarga ko'rsatilayotgan xizmatlar ko'lami hamda ushbu xizmatlar sifatida jiddiy o'zgarishlar ro'y berdi. Ma'sul shahslar tomonidan bir qator huquqiy hujjatlar yangilandi va sayyohlik xizmatlari darajasini oshirish maqsadida takomillashtirishlar amalga oshirildi. Bundan ko'zlangan asosiy maqsad mamlakatimizga tashrif buyuruvchilar sonini ko'paytirish, shu bilan birga aholi daromadlarini oshirish, iqtisodiyotni yanada yuksaltirish va mamlakat sarmoyaviy jozibadorligini oshirishdan iborat. Ma'lumki, tizimli yondashish – bu tadqiqot uslubiyotidagi yo'nalishdir. U obyektni ko'p sonli ichki va tashqi aloqalardan iborat bo'lgan elementlardan tashkil topuvchi murakkab tizim sifatida o'rganishga tayanadi. Tizimli yondashish obyektni chuqur va atroflicha o'rganishga, u haqida to'la tasavvurga ega bo'lishga, uning alohida birliklari orasidagi sabab-oqibat bog'lanishlarini aniqlashga imkon beradi. O'zbekiston Respublikasida turizm sohasidagi siyosat Oliy Majlis tomonidan belgilab beriladi. O'zbekiston Respublikasining 2019-yil 18-iyuldagi «Turizm to'g'risida»gi qonuniga muvofiq mamlakatimizda turizmni boshqarish va rejalashtirish organlari tizimi yaratilgan va faoliyat ko'rsatib kelmogda. Turizm sohasida markaziy davlat ijroiya hokimiyati organi sifatida O'zbekiston Respublikasi Madaniyat va turizm vazirligi belgilangan. U quyidagi vazifalarni bajarishi kerak:

- turizm sohasida davlat siyosatini amalga oshiradi;
- turizm masalasi bo'yicha qonunchilik va me'yoriy hujjatlarning loyihalarini tayyorlashda ishtirok etadi;
- ichki va xalqaro turizmning istiqbolli yo'nalishlarini belgilab beradi va bajarilishini ta'minlaydi;
- axborot, reklama va noshirlik faoliyatini tashkil qiladi;



- turistik xizmatlar bozorida raqobatni vujudga keltiradi;
- turistik faoliyatni litsenziyalash va litsenziyadan mahrum qilishni amalga oshiradi;
- turistik xodimlarni tayyorlash, qayta tayyorlash va malakasini oshirishni tashkil etadi;
- turizm sohasidagi tashqi iqtisodiy faoliyatda ishtirok etadi.

Turistik faoliyatning davlat reestri ushbu faoliyat bilan shug'ullanuvchilarning hisob-kitobini olib boradi.

Turistik xizmatlarga bo'lgan talabni o'rganish va bashorat qilish, talab va taklif o'rtasidagi muvozanatni saqlash, turizmni uning barcha bosqichlarida rivojlantirish uchun firma qoshida turizmni rivojlantirish ilmiy-tadqiqot konsalting markazi tuzilgan.

Milliy, mintaqaviy va mahalliy bosqichlarda turizmni rejalashtirish jarayoni quyidagi bosqichlarni o'z ichiga oladi. Ko'rsatilgan bosqichlarning har birini tavsiflaymiz:

1. Rejalashtirishning maqsadlari, yo'nalishlari va vazifalarini belgilab olish. Turli ijtimoiy-iqtisodiy shart-sharoitlarga mos ravishda va turizmga yetishi mumkin bo'lgan minimal salbiy ta'sirlarni hisobga olgan holda turizmni rivojlantirish zaruriyati, imkoniyati va yo'llari baholanadi.
2. Tadqiqotni tayyorlash. Turizmni rivojlantirish sohasidagi istiqbollar ochib beriladi va mo'ljallar belgilab olinadi, iqtisodiy, ekologik va ijtimoiy muammolar, shuningdek, eng muhim institutsional elementlar (tashkil qilish va boshqarish, qonunchilik va me'yoriy hujjatlar, investitsiyalarni jalb etish va boshqalar) ko'rib chiqiladi. Rejani bajaruvchilarni tanlab olish, mahalliy hokimiyat organlari va jamoatchilikni jalb qilish, tadqiqotni o'tkazishni tashkil qilish amalga oshiriladi.
3. Rejalashtirishning barcha elementlarini tadqiq etish. Bunda turizmning barcha jihatlarini (geografiya, raqobatlashuvchi turistik firmalar, turistlarning kelishidagi tendensiyalar, mavjud va potentsial diqqatga sazovor joylar, joylashtirish, transport ovqatlanish vositalari va boshqalar) bo'yicha miqdoriy va sifat omillari va ko'rsatkichlari aniqlanadi, bevosita joyning o'zida obyektlar tadqiq etiladi, hujjatlar o'rganiladi, mahalliy hokimiyat organlari va jamoatchilik vakillari bilan munozarali kengashlar o'tkaziladi.
4. Tahlil va sintez. Turizmning rejalashtirilayotgan turining barcha tashkil etuvchilarini tadqiq qilish natijasida olingan axborotni sifat va son jihatidan qayta ishlash amalga oshiriladi, shuningdek, ishlarning holatini yanada to'liqroq tushunish uchun tahlilning turli komponentlari birlashtiriladi va integratsiya qilinadi. Turizm bozorining kon'yunkturasi va uni iqtisodiy ta'siri, turizmning institutsional elementlari va boshqalar tahlil qilinadi.

Turizmni rivojlantirishning asosiy imkoniyatlari, unda muammolar va to'sqinlik qiluvchi omillar aniqlanadi, turistik biznes sifatini pasaytiruvchi to'siqlarni bartaraf etish bo'yicha zarur tavsiyalar ishlab chiqiladi. O'xshash turistik mahsulotlar va bozorlarga ega mavjud va ehtimol qilingan potentsial raqobatchilarning faoliyati hisobga olinadi.

5. Siyosat va rejani ishlab chiqish. Turizmni rivojlantirish siyosati va tegishli tarkibiy reja ishlab chiqiladi. Birinchi navbatda rivojlantirishning sarf-xarajatlar va foyda muvozanatda bo'ladigan muqobil variantlari ko'rib chiqiladi. Bunda quyidagi mezonlar qo'llaniladi: rivojlantirish mas'alalarini hal qilishning ehtimol tutilgan murakkabligi, iqtisodiy foydalarni optimallashtirish, ijobiy ekologik va ijtimoiy-madaniy omillarni kuchaytirish, salbiylarining ta'sirini eng kam darajaga yetkazish, boshqa turistik korxonalar bilan samarali raqobat qilish. Ko'p variantli baholash asosida siyosatning so'nggi yo'nalishlari va reja tuzilishi aniqlab olinadi.

Rejalashtirishning ushbu bosqichida turizmni rivojlantirish va takomillashtirishning eng maqsadga muvofiq modellarini qabul qilish uchun mahalliy hokimiyat organlari va boshqa manfaatdor tomonlar bilan mustahkam aloqa bog'lash zarur.

6. Boshqa tavsiyalar. Ko'p variantli modellar tuziladi va ulardan eng maqsadga muvofiqlari tanlab olinadi.
7. Rejani bajarish va nazorat qilish. Rejaning so'nggi varianti haqqoniy va bajarish mumkin bo'lishi uchun zarur bo'lgan rejani amalga oshirish modellari ishlab chiqiladi.

Rejani amalga oshirish bo'yicha ishlar davomida uni bajarish muddatlari va bo'limlari bo'yicha nazorat qilinadi. Bu yo'l qo'yilgan chekinishlarni aniqlash va ularni bartaraf qilish bo'yicha tezkor choralar qabul qilishga imkon beradi.

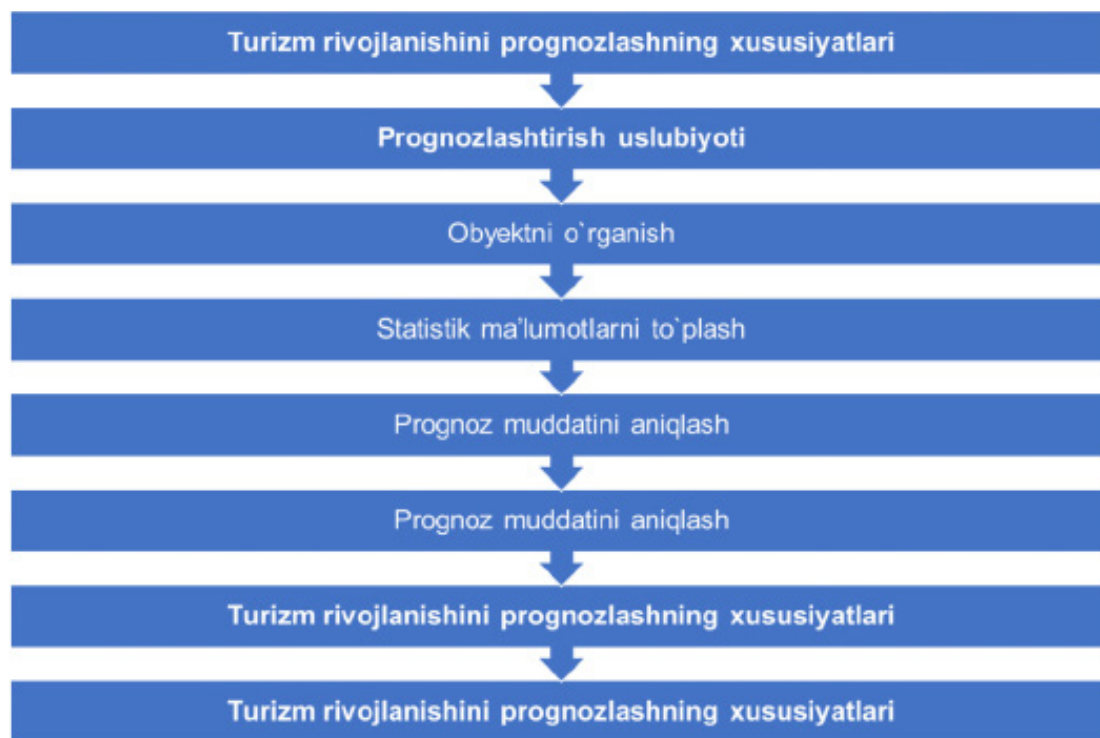


Turizm turistik xizmatlarni ishlab chiqarish va xaridorlarga kerakli vaqt, miqdor va sifatda, shuningdek, yuqori samara hamda foyda evaziga sotishni tashkil etish va boshqarish maqsadida vujudga keldi va xizmat qilmoqda. Iqtisodchi olimlar ta'kidlashlaricha turistik xizmatlardan foydalanish jamiyat, xaridorlar, ishlab chiqaruvchilar va nihoyat, turistik firmalarining o'zlariga ham benihoya katta foyda keltirar ekan. Bozor iqtisodiyoti o'z mohiyatiga ko'ra har qanday jismoniy va yuridik shaxslar o'z faoliyatlaridan naf ko'rishlari, ma'lum daromad olishlari va samarali ish yuritishlarini taqozo etadi. Yuqoridagi ta'rif turistik xizmatning mohiyatini to'laroq aks ettiradi deb o'ylaymiz. U ingliz iqtisodchisi Yedjeni Makkartining mashhur «4 r», ya'ni tovar yoki xizmat (rgodukt), baho (rrice), foyda (rgotif) va tovarni sotish joyi (bozor-rlace) moduliga ham to'g'ri keladi.

Kelajakni oldindan ko'rmasdan, uning rivojlanish yo'llarini prognozlashtirmasdan jamiyat hayoti taraqqiyotiga erishish mumkin emas. Oxirgi yillarda prognozlash iqtisodiyotning maqbul darajada ishlashini ta'minlashning asosiy vositalaridan biriga aylanmoqda. Boshqaruvning murakkab jarayonida prognozlash jamiyat ishlab chiqarishi va uning maqsadlarini ilmiy asoslashda ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish yo'llarini oldindan ko'rish vositasi vazifasini bajaradi. Bozor iqtisodiyoti sharoitida iqtisodiy prognozlash uzoq va o'rta muddatli iqtisodiy samarador yo'nalishlar, texnik siyosat va qabul qilingan qarorlar amaliyotda qay ahvoldaligini ko'ra bilish uchun zarur.

Turizm rivojlanishini prognozlash deganda – obyektning ilmiy asoslangan kelajakdagi holati haqidagi va uni amalga oshirish yo'llari va sarflangan vaqtni oldindan bilish tushuniladi. Prognozlarni ishlab chiqish jarayoni prognozlash deyiladi. Prognozlashning asosiy yo'nalishlaridan biri iqtisodiy prognozlash hisoblanadi. Turizm rivojlanishini prognozlash – bu, ilmiy – iqtisodiy fan bo'lib, uning obyekti iste'molchilar, ishlab chiqarish jarayoni, predmeti esa ishlash mumkin bo'lgan iqtisodiy obyektlarning qonuniyligi va iqtisodiy prognozlarni ishlab chiqish yo'lidagi izlanishlardir.

Turizm rivojlanishini prognozlash jamiyat rivojlanishi qonuniyligi sohasidagi iqtisodiy fan yutuqlariga va bozor iqtisodiyoti sharoitida ijtimoiy-iqtisodiy va fan – texnika taraqqiyoti tendensiyalarining aniqligiga asoslanadi.



Shundan kelib chiqib, iqtisodiy prognozlarga quyidagicha ta'rif berish mumkin.

Iqtisodiy prognozlash – bu, iqtisodiy jarayonlarni bilishning ilmiy usullari hamda prognozlashning barcha usul va yo'llari yig'indisini qo'llash orqali iqtisodiy prognozlarni ishlab chiqishidir. Iqtisodiy prognozlashning nazariy muhim muammolaridan biri prognozlarning tuzilishi hisoblanadi.



Turlar – har xil mezonlar va belgilariga asoslanib qurilishi mumkin. Masalan, obyektlarga, prognozlash usullariga, yechiladigan masalalarga, vazifalarga va boshqalarga. Bulardan eng muhimlariga quyidagilar kiradi:

- prognozlash ko'lam;
- prognozlash muddati;
- obyekt xarakteri;
- prognoz funksiyalari (funksional belgi).

Tuzilish muddati bo'yicha prognozlar operativ, qisqa muddatli, o'rta muddatli, uzoq muddatli va o'ta uzoq muddatli turlarga bo'linadi. Prognozlarning izlanilayotgan obyekt xarakteriga ko'ra bo'linishlari har xil qayta ishlab chiqarish jarayonlari bilan bog'liq. Shunga ko'ra, prognozlash quyidagilarga ajratiladi. Prognozlar funksional belgisiga qarab ikkiga – normativ va izlanuvchi prognozlarga bo'linadi.

Izlanuvchi prognozlar: izlanayotgan obyektlarning kelajakdagi rivojlanish darajasiga asoslangan bo'lib, bu darajalarni qo'llash sharoitlaridan cheklashadi. Uning vazifasi o'rganilayotgan obyekt bor tendensiyalar saqlangan holda qanday rivojlanishini o'rganishdir.

Normativ prognozlar: izlanuvchi prognozlaridan farqli o'laroq oldin qo'yilgan maqsadlar bazasida ishlab chiqiladi. Uning vazifasi maqsad qilib olinayotgan obyektning kelajakdagi holatini prognozlash yo'li va erishish vaqtini aniqlashdir. Izlanuvchi prognozlar obyektning oldingiga nisbatan kelajakdagi holatini aniqlashdan qaytayotgan bir vaqtda, normativ prognoz teskari tartibda amalga oshiriladi, ya'ni kelajakdagi holatini qo'yilgan maqsadining tendensiyalari va uni qo'llash tartibida amalga oshiriladi. Ko'p prognoz turlari va prognozlash texnikasi bir-biri bilan chambarchas bog'liq. Uchta prognozlash texnikasi bir-birini to'ldiradi. Prognozlash texnikasi turizm sanoati qanday rivojlanishini bashorat qilish uchun juda muhimdir.

Usul – bu, o'rganish yo'llari va usullarini tanlash hamda shu tarmoqdagi haqiqat ko'rinishlarini umumiyLashtirishdir.

Prognozlashning turlari:

1	• Ekspert usuli - Bu usul boshlang'ich axborotlarni yig'ish va ularni tahlil qilishga asoslangan. Shu bilan birga prognoz maqsadi ekspertlar tomonidan qilingan tahlilga asoslangan.
2	• Ekstropoliyatsiya - bu, ob'ektning bo'lishi mumkin bo'lgan rivojlanishini o'rganish va uning kelajakdagi rivojlanish qonuniyligidir.
3	• Modellashtirish - bu, prognozashtirilayotgan ob'ekt tuzilishida kutilayotgan o'zgarishlarning normativ modellardagi izlanishidir.

Har qanday fanda bo'lgani kabi, iqtisodiy prognozlashning yondashuvi dialektik yondashuv bo'lib, u ko'rib chiqilayotgan elementlar va ko'rinishlarning ildiziga kirish uchun izlanayotgan obyektlarni ko'rib chiqadi. U iqtisodiy hodisalarni ilmiy prognozlash asosidagi ixtisoslashtirilgan protseduralar va umumiy ilmiy tadqiqot metodologiyasi va yondashuvlariga asoslanadi. Quyidagi texnikalarni keng strategiyalardan ajratish mumkin:

- keng qamrovli usul;
- tarixiy yondashuv;
- uslubiy yondashuv;

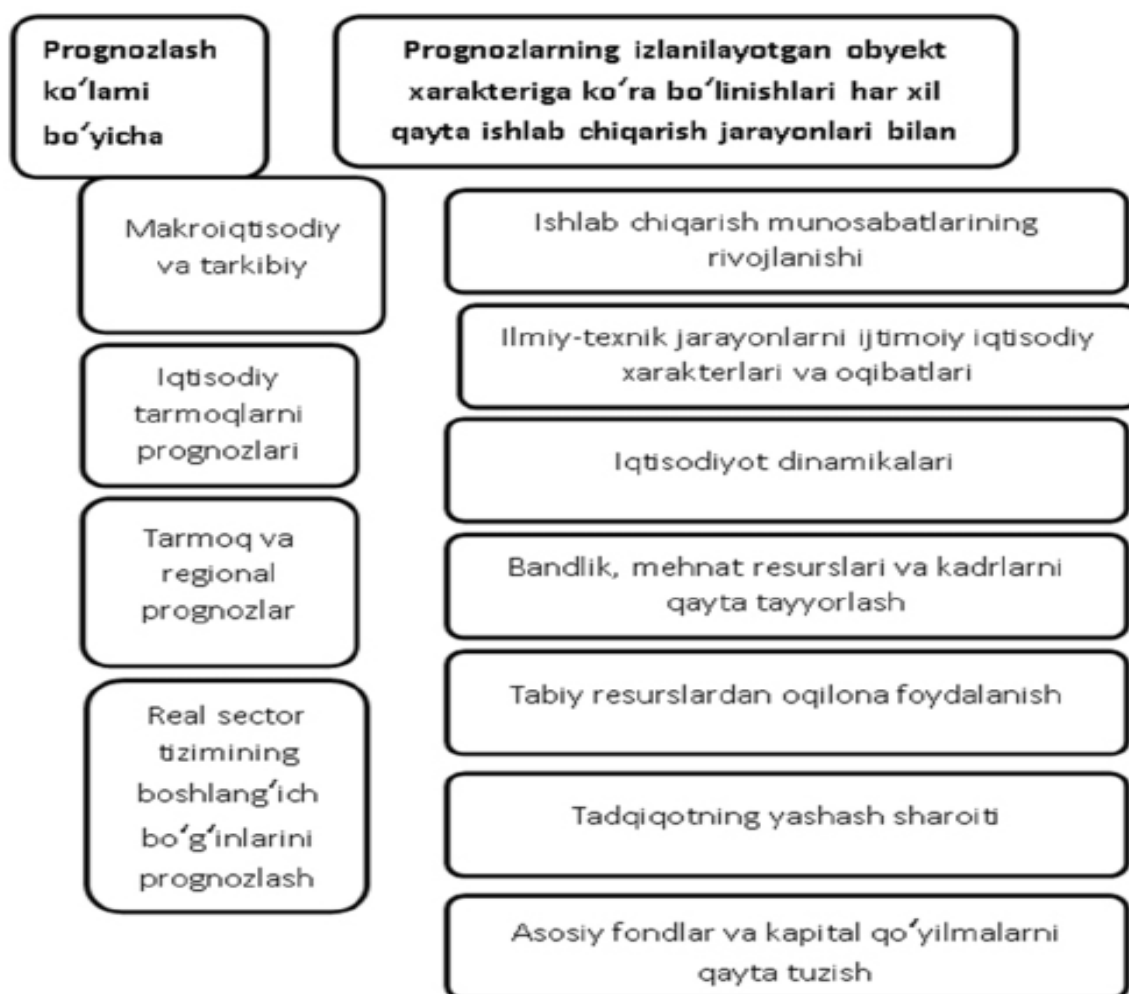


- tarkibiy strategiya;
- tizimli yondashuv.

Ilmiy va ilmiy bo'lmagan prognozlash hozirda prognozlashning 2 turidan foydalaniladi. Kelajakga qaratilgan ilmiy baholashlarga quyidagilar kiradi: Oldindan aytib berish – bu kelgusidagi muammoni hal qilishning mumkin bo'lgan yoki istalgan prognozda holatini bayon qilishdir. Boshqacha qilib aytganda, oldindan aytib berish – kelgusida bo'ladigan ma'lum jarayonlarning holati haqidagi ishonchli fikrni bildiradi.

- Oldindan ko'ra bilish – tizimni rivojlantirishning qonuniyatlariga asoslangan, haqiqatni, oldindan aks ettirishdir. Bu narsa tizimning kelgusidagi holati haqida ma'lum xulosa chiqarish imkonini beradi.
- Prognozlash (bashorat) – bu ehtimol yo'nalishlar, obyektlar va hodisalarning rivojlanishi natijalari. Prognozlash – bu obyektni rivojlantirish prognozini belgilab beradigan maxsus ilmiy tadqiqotlardir.
- Rejalashtirish – bu aniq belgilangan maqsad, uni amalga oshirishning yo'llari va tadbirlari, belgilangan xom ashyolar bilan ajralib turadi.
- Reja – yakka yagona, ijrosi majbur bo'lgan direktiv hujjatdir.

Shunday qilib rejalashtirish, prognozlash, oldindan aytib berish, oldindan ko'ra bilish – kelajakni baholashning ishonchlilik darajasiga qarab biri biridan farq qiladi. Avvalo iqtisodiy tizimni rivojlantirishning maqsadi aniqlanadi. Qo'yilgan maqsadga kelajakda bo'lishi mumkin holatlar o'rganilib, prognoz qilinadi. Prognozlash jarayoni obyektni tahlilidan boshlanadi. Bu tahlil obyektni tanlash, prognozlash maqsadida, obyektga ta'sir etuvchi omillarni o'rganish, uning tarkibi, boshqarish usullarni o'rganishdan iborat. Iqtisodiy tizim juda katta va murakkab bo'lgani uchun uni o'rganishda tizimli tahlil usuli qo'llanadi.





Bu usulni asosiy tamoyillari quyidagicha:

1. Murakkab tizim juda ko'p elementlardan iborat. Bu elementlar bir-biri bilan bog'langan bo'lib, murakkab strukturani tashkil etadi.
2. Murakkab tizim yaxlitlik xususiyatiga ega. Bunday tizimlar har doim maqsadga intilgan bo'ladi, samarali holatga erishishga harakat qiladi.
3. Tizim kirish va chiqish yo'llari orqali tashqi muhit bilan bog'langan.

Xulosa qilib ayta olamanki, tizimli yondoshishning asosiy xususiyati – bu tizim elementlarining o'zaro ta'siri, o'zaro bog'liqligi, o'zaro bog'lanishi va dinamik xarakterda bo'lishi, kompleksligi, butunligi, bo'ysunganligi, yetakchi bo'g'inni ajralganligidir. Tizimli yondoshish iqtisodiy tahlilda xo'jalik masalalarining ilmiy asoslangan variantlarini ishlab chiqish va bu variantlarni samaradorligini hisoblash yo'li bilan eng makbul boshqarish qarorlarini tanlash imkonini beradi. Shu tufayli, turizm sohasida uzluksiz rivojlanish boladi. Turizm miqyosida butun jahon mamlakatlariga yetib chiqa olishimiz mumkin, rivojlanish ustunlashib iqtisodiy barkamollik ortadi. Kutilayotgan natijaga erishish bo'ladi va turizm sohasi uzluksiz o'sish bo'ladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'xati:

1. Xalqaro bozorda milliy turizm. O'zbekiston iqtisodiy axborotnomasi, 2001. №1-2.
2. Xalqaro turizm ning Ispaniya iqtisodiyotidagi ahamiyati. O'zbekiston iqtisodiy axborotnomasi, 2001. № 7 –8.
3. Xalqaro turizm iqtisodiy rivojlanish vositalaridan biri. O'zbekiston iqtisodiy axborotnomasi, 2001. –№ 11-12.
4. Алиева М.Т. Развитие индустрии туризма а. «Международные Плехановские чтения», 19 апреля РЭА. им. Г. В. Плеханова, –2006.
5. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Oliy ta'lim muassasalarida ta'lim sifatini oshirish va ularning mamlakatda amalga oshirilayotgan keng qamrovli islohotlarda faol ishtirokini ta'minlash bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida", 2018-yil 5-iyundagi PQ-3775-son qrori.



THE MAIN TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF DIGITAL TOURISM IN UZBEKISTAN

Ismailova Sayyora Ulugbekovna

Doctorate student of Scientific-Research Institute for Tourism Development

Abstract: The article discusses current trends in tourism development: e-tourism, virtualization, niche tourism, the transition from the service industry to the industry of experience and impressions. The role of large companies in the online travel market is being studied.

Key words: modern trends, e-tourism, tourism virtualization, niche tourism, e-commerce, experience and impressions industry

Annotatsiya: Ushbu maqolada turizmning barqaror rivojlanishi uchun prognozlash mohiyati va ahamiyati haqida yoritib beriladi. Shuningdek, turizmda prognozlash qanchalik muhimligi haqida yetarlicha ma'lumot berilgan.

Kalit so'zlar: Bozor iqtisodiyoti, prognoz funksiyalari, Ekstropoliyatsiya, modellashtirish.

Аннотация: Данная статья проливает свет на природу и значение прогнозирования для устойчивого развития туризма. Также достаточно информации дано о важности прогнозирования в туризме.

Ключевые слова: Рыночная экономика, прогнозные функции, Экстраполяция, моделирование.

INTRODUCTION

Modern tourism is called a phenomenon of the twentieth century whereas the XXI century, according to the world experts, will become the century of tourism. Today 155 countries out of 195 countries in the world, including Republic of Uzbekistan, are involved in tourism.

In order to maintain the trends of intensive development of tourism as a global socio-economic phenomenon in modern conditions of active globalization and limited resources, it is necessary to look for new approaches to meet the constantly changing and increasing demands of tourists. Innovative approach to the process of functioning and tourism development can be the most important of such methods, the application of which consists of the inclusion of new production factors in all elements of the touristic system. It can ensure the continuity of reproduction processes in this industry.

LITERATURE REVIEW

The scientific article "Digitalization of tourism: forms of manifestation" by the authors Cherevichko T.V. and Temyakova T.V. substantiates the relevance of the study of digitalization of tourism. The motives of the subjects of the tourist market for the use of digital technologies are noted. It is indicated that digitalization as a new form of communication interaction between producers and consumers of tourist services is becoming a source of competitive advantage for touristic organizations [1].

The article by Abdullayeva Sh.E. and Ibrahimova D.A. entitled "The role of digital economy in tourism and its characteristics" examines the development of digitalization in the economy, including various changes in tourism and the digital transformation of national security. The importance of this study lies in the fact that it analyzes the diverse impact and factors of the formation of the digital economy on the tourism sector in the regions [2].

To date, a number of authors are of the opinion that in modern conditions of high competition in the international market of tourist services, innovations are the determining factor in ensuring the effective development of this economic sector. However, most researchers consider their application exclusively in the field of using information technologies for the tourism industry.

There is a number of research methods used in this scientific article, among which theoretical and empirical types of analysis can be highlighted.

A large amount of theoretical information on a given topic was processed from books, textbooks and available materials on the Internet to make a theoretical analysis. The concept of digitalization was also studied and the advantages and possible risks of its implementation were investigated. It has been proven that the digitalization process is important for improving the quality of the touristic experience and simplifying a large number of bureaucratic processes.

Empirical analysis has revealed modern forms of tourism digitalization. These include the purchase of tours designed by tour operators online, the development of mobile applications useful for tourist travel, as well as the development of unified information platforms designed for independent travel planning by tourists.

In addition, when creating the article, such a research method as comparative analysis was used. The paper presents descriptive statistics as well as analysis of the current situation on tourism market and a forecast of the prospects for the digitalization development in the tourism industry for the future.

The information base of the study is statistical data published on the website called Statista Research Department, which collects statistical information on a variety of economic sectors.

Today, tourism is a system as a set of structurally interconnected enterprises, involving an increasingly wide range of legal, organizational, economic entities. This process occurs, on the one hand, under the influence of the changing needs of tourists, on the other hand, due to the interest of enterprises in improving their competitiveness and efficiency. Interest forces them to be involved in the production processes taking place in tourism, generally ensuring the intensification of its development in the region.

Since the modern process of functioning and development of the tourism system includes a large number of diverse elements (tours, tourism infrastructure, tourist organizations and other structural entities, as well as elements whose activities are aimed at providing services to tourists in accordance with their needs and capabilities), it can be argued that it has such a feature as complexity system structures.

This feature is characterized by a variety of components and connections between them, as well as the amount of information that is necessary for effective management of the tourism system. At the same time, each element (component) of the system can be considered as a subsystem (independent system) with its own set of elements. For example, the catering sector is a separate subsystem of a large tourism system as well as a separate independent system, the elements of which can be catering enterprises, transport enterprises etc. All elements individually have a certain set of qualities. However, only their assemblance and the presence of connections between them presuppose the emergence of a new, excellent quality, which characterizes the subsystem as a whole.

Thus, when studying the processes of inclusion and interaction of various components in the field of tourism, the use of the concept of large systems is very effective. A large system is understood as a set of subsystems of a constantly decreasing level, complexity up to elementary subsystems that perform basic elementary functions within this large system. At the same time, it is a system in which the number of states determined by the relationships between elements is large and uncountable.

As a large system, tourism has a number of specific features that manifest themselves in the process of its functioning and development, as well as timely study and consideration of which are



of great importance in improving the tourism management system. One of these features is non-additivity – a large system (tourism as an object of research) is not equal to the sum of the subsystems included in it, while the properties of the elements (tourism enterprises) are different from the features of the tourism system itself. So, for example, accommodation enterprises and transport enterprises can be considered as independent subsystems with their own distinctive characteristics. The first provides accommodation services while the second offers passenger and cargo transportation services. In cooperation with each other they are able to provide a new type of service – transfer (meeting hotel customers at the airport, at the train station and transporting customers to their destination, and vice versa when leaving the hotel).

The close interaction of tourism with the macro environment surrounding it: political, economic, social, technological, etc., and the inclusion in the production of tourist services of new factors arising under the influence of the increasing needs of modern tourists characterizes it as a large open system. Such kind of main macro environment surrounding tourism reflected in figure 1. At the same time, the more fully tourism meets the requirements of the external environment, the more effective its work. It is through connections with the internal and external environment that tourism has the opportunity to function and ensure its development.

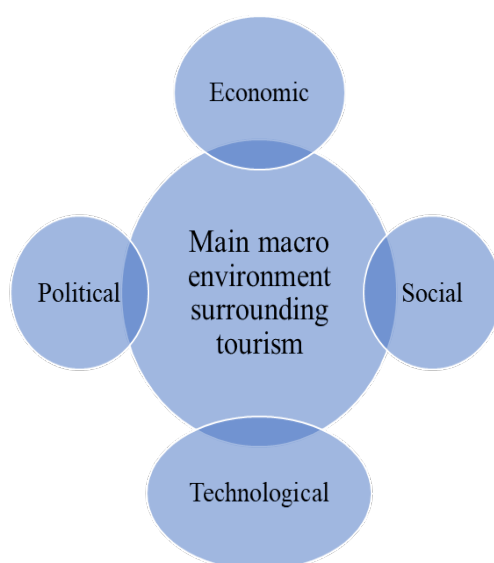


Figure 1: Main macro environment surrounding tourism

The rapid growth of electronic positioning and promotion of tourist products has led to the emergence of the concepts of "electronic tourism" and "mobile tourism".

The development of information technology and telecommunications has led to an incredible growth of e-commerce. Currently, the electronic sale of travel services has left behind the sale of books, music and computers. The overwhelming majority of travel companies have their own electronic offices and offer consumers complete information on all types of services. The list of products of travel companies presented online is constantly expanding: today it includes group and individual tour packages for various types of tourism, cruises, a wide range of accommodation and catering services, a variety of additional services. The trend of e-tourism of the future is the creation and promotion of even more complex products.

The online travel market includes major companies such as Booking and Expedia, which allow tourists to book travel services online on their own, and travel websites offering reviews and travel booking options, such as Tripadvisor. Meanwhile, consumers continue to look for more opportunities to use digital technology while traveling. These may include options such as virtual tours of a desired destination or accommodation, as well as mobile travel solutions, such as using an app to explore new tourist attractions or check in to a hotel room. Statista's Digital Market Outlook estimates that global revenue from travel apps is expected to grow by 17 percent in 2023 compared to the previous year and amount to almost \$400 million.

According to information published by the Statista Research Department in August 2023, today Booking.com ranks first among the leading online travel companies worldwide with a market capitalization of approximately 78.2 billion US dollars. Competitors of Airbnb, Trip.com, and Expedia follow them down the list. The market capitalization of Airbnb, which occupies the second place, was approximately 54.1 billion US dollars. The data is displayed graphically in Figure 1.

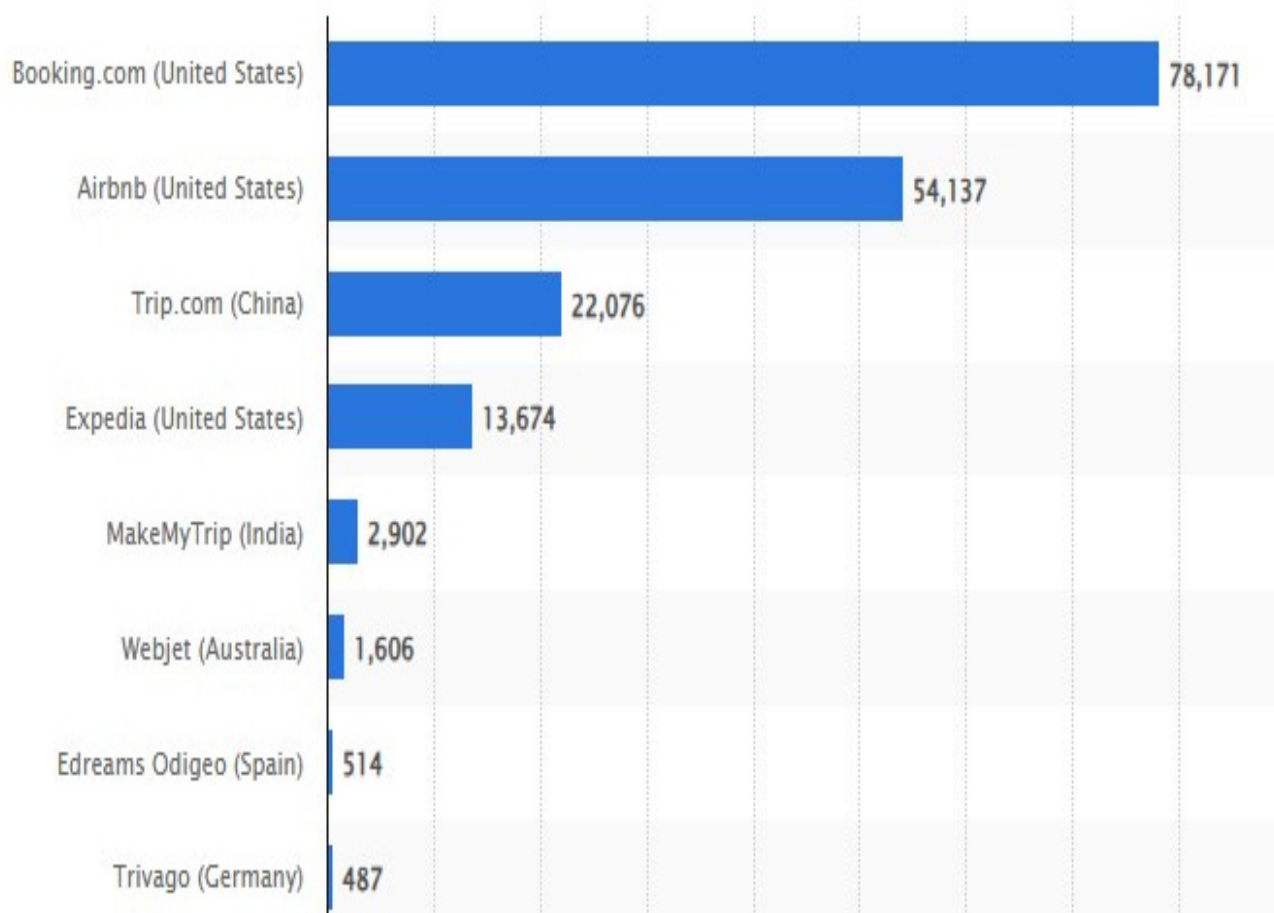


Figure 2: Market capitalization of leading online travel companies worldwide as of December 2022 (in millions US dollars)

A type of e-tourism is mobile tourism. Mobile technologies in the form of phone applications allow users to book flights, hotels, cars by phone, being anywhere.

Electronic tourism means not only electronic distribution of tourist services, but also electronic excursions, which are also called virtual.

Tourism companies from different tourism sectors are teaming up with information technology companies for their representation on the Internet. The following functions of travel agencies are transferred online: selection of travel products or individual services, booking, prepayment, payment, cancellation, rebooking and others.

To promote real tours and excursions, resorts and hotels, theme parks and museums, travel agencies use virtual trips to which a visitor to the website of a travel company, hotel or restaurant can go while at his home computer or using a mobile phone, being anywhere.

The trend of travel virtualization will lead to the formed need of a potential tourist to first try out a tour or visit a hotel virtually and only then make a purchase decision. Thus, virtualization will lead to drastic changes in the profiles of tourists, the nature of the tourist experience, the nature of preferences, motivations and decisions.



CONCLUSION

The future of tourism is associated with the development of food tourism that occupies narrow segments of the travel market. Niche tourism primarily includes specialized tourism such as photographic tourism, film tourism, retro tourism, geotourism, gastronomic or genealogical tourism. Any hobby can form the basis of specialized travel, generate demand in the tourism market and thus occupy its niche.

The prospects for the growth of niche tourism in the future, including the diversification of specialized travel, are associated with the development of an information society that produces more experienced, selective and demanding tourists. These tourists then form the image and profile of future. They will strive for a more individualized experience and specialized tourism based on a particular hobby or the conditions of a particular destination.

The dominant trend in the development of tourism is the formation of the tourism industry as an industry of experience and impressions. In other words, the industry producing tourist services is evolving into an industry producing tourist experience. Modern travelers are in search of new experiences, emotions, impressions. Tourist service is valuable if it's able to provide the consumer with a high-quality experience in a tourist destination. The value of the tourist experience lies in its uniqueness and exclusivity. The new tourist experience is based on its creativity, the cultural and natural diversity of destinations, quality of recreational resources, originality of culture and cultural traditions, modern technological infrastructure, friendliness and hospitality of residents and tourist personnel.

Literature:

1. Cherevichko T.V., T.V. Digitalization of tourism: forms of manifestation // Izv. Sarat. un-ta Nov. ser. Ser. Economy. Management. Right. 2019. No. 1. <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovizatsiya-turizma-formy-proyavleniya>
2. Abdullayeva Sh.E., Ibragimova D.A. The role of the digital economy in tourism and its characteristics. "RAQAMLI IQTISODIYOT" ILMIY-ELEKTRON JURNALI (infocom.uz)
3. Abduvakhidov, A.M., Mannopova E.T.. Theoretical approaches to the formation of intelligent systems as a tool for ensuring management efficiency. (2018): 239-243. <https://scholar.google.com/scholar?cluster=18356903660288252914&hl=en&oi=scholar>
4. Abidova D. Development, international tourism, hospitality industry. <http://www.indianjournals.com/mobile/JournalDetails.aspx?target=journal&cocode=aca&paid=True&type=browse>
5. Safaeva S. Organizational and economic aspects of the development of international tourism and the hospitality industry. <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85090732443&origin=resultslist&sort=plf-f&cite=2-s2.0-85070736866&src=s&imp=t&sid=88ed804ee542ccb2375f01a4a12ff987&sot=cite&sdt=a&sl=0&relpos=0&citeCnt=0&searchTerm>



JAHON ZIYORAT TURIZMI OBYEKTLARINING TURIZM RIVOJLANISHIGA TA'SIRI

Karimova Maftuna Komiljon qizi

TDIU magistrant

Annotatsiya: Ushbu maqolada ziyorat turizmini xorijiy tajribadan foydalanib, O'zbekistondagi ziyorat turizm obyektlarining turizm rivojlanishiga ta'sirini samarali usullarini ishlab chiqish masalalari ko'rsatib berilgan.

Kalit so'zlar: ziyorat turizmi, turizm obyektlari, jahon ziyorat turizmi, xorijiy investitsiyalar, xalqaro terminallar va bankamadlar.

Abstract: In this article, using the foreign experience of pilgrimage tourism, the issues of developing effective methods of the influence of pilgrimage tourism objects on the development of tourism in Uzbekistan are shown.

Key words: pilgrimage tourism, tourism objects, world pilgrimage tourism, foreign investments, international terminals and banks.

Аннотация: В данной статье, используя зарубежный опыт паломнического туризма, показаны вопросы разработки эффективных методов влияния объектов паломнического туризма на развитие туризма в Узбекистане.

Ключевые слова: паломнический туризм, объекты туризма, мировой паломнический туризм, иностранные инвестиции, международные терминалы и банки.

Ziyorat turizmi mohiyatan ziyoratgohlarni ziyorat qilish jarayonidir. Bular birinchi navbatda diniy yo'nalishlar bo'lib, hatto turizmning juda erta versiyasini shakllantirgan deyish mumkin.

Ziyorat turizmi turistlarni diniy munosabat va urf-odatlariga erishish uchun to'liq yoki kuchli turtki beradigan turizm turidir.

Ziyorat turizmi bir joyga borishni anglatadi. Ziyoratchilar orasida mashhur bo'lgan ko'plab yo'nalishlar mavjud, chunki ular turli dinlar uchun juda katta ahamiyatga ega. Har qanday turizm turi kabi ziyorat turizmi ham katta iqtisodiy samaraga ega. Ba'zi ziyoratgohlar va joylar o'zlarining daromadlari uchun butunlay turizmning ushbu turiga tayanadilar. Bu, o'z navbatida, atrofdagi hududlarga o'tadi. Mehmonxona va mehmonxonalar buyurtma oladi, restoranlar ko'proq piyodalar tirbandligini ko'radi, mahalliy do'konlar mijozlarga ega bo'ladi. Ish o'rinlari yaratiladi: gidlar uchun, qo'lda esdalik sovg'alarini yasaydiganlar uchun, fotosuratchilar uchun va boshqalar.

NBC News shunday deydi: Diniy sayohatlar ziyoratgohlar markazli iqtisodiyotlar uchun yiliga kamida 8 milliard dollar ishlab chiqaradi va akademiklarning fikriga ko'ra, minglab odamlarni ish bilan ta'minlaydi.

"Mastercard" tomonidan e'lon qilingan yillik reytingga ko'ra, Dubay va Makka shaharlariga tashrif buyuradigan sayyohlar boshqa joylarga qaraganda ko'proq pul sarflashadi. O'tgan yili Dubayga kelgan sayyohlar 30,82 milliard dollar sarf qilishgan bo'lsa, Makkada 20,9 milliard dollar sarflagan.

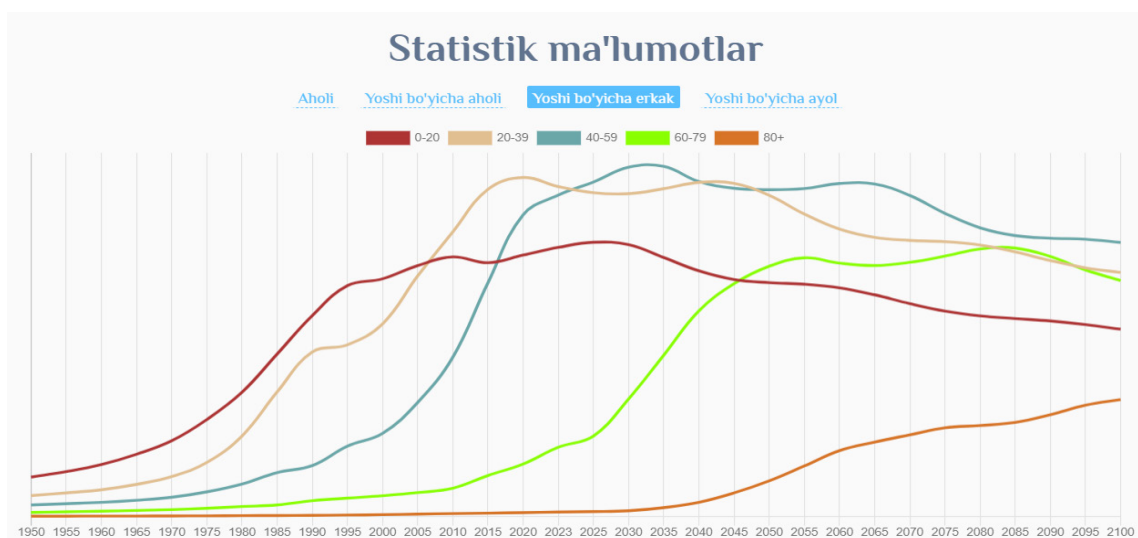
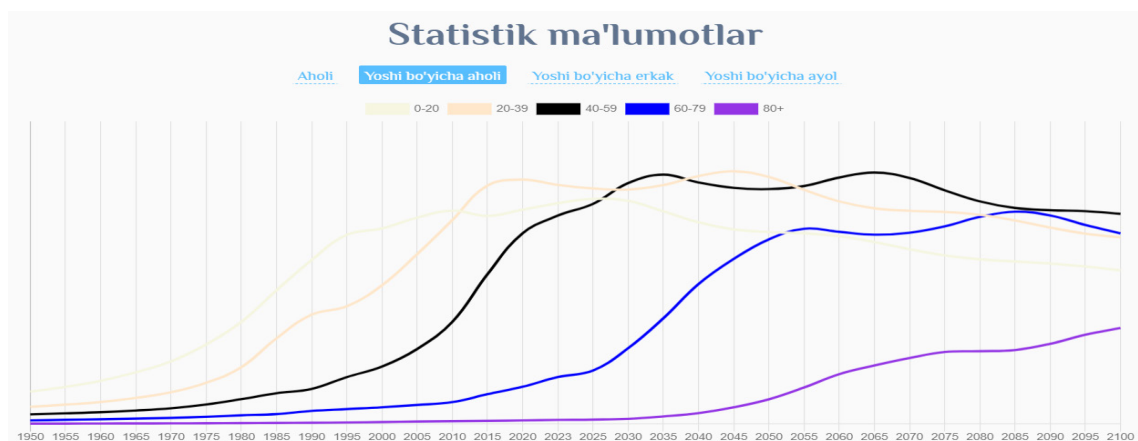
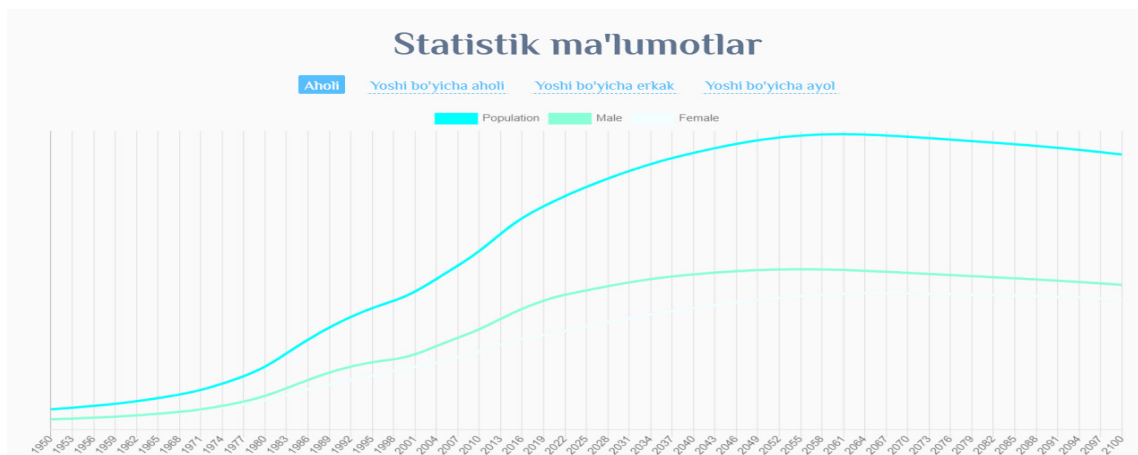
Sayyohlar soni bo'yicha reytingda Tailand poytaxti Bangkok shahri 22 milliondan ortiq xalqaro tashrif buyuruvchilar bilan yetakchilik qilmoqda. Ikkinchi o'rinda Parij bo'lib, London ro'yxatning uchinchi o'rnidan joy olgan.

Saudiya Arabistoni Qirolligi sayyohlar uchun yopiq va Makkaning o'zi musulmon bo'lmaganlar uchun taqiqlangan. Yo'l bloklari shaharga olib boradigan yo'llar bo'ylab joylashtirilgan, rasmiylar vaqti-vaqti bilan tasodifiy tekshiruvlar o'tkazib, tashrif buyuruvchilar qonuniy ziyoratchilar ekanligini va kerakli hujjatlarga ega ekanligini tasdiqlaydilar. Asosiy aeroport xuddi shunday xavfsizlik siyosatiga ega.

Shahar so'nggi bir necha o'n yilliklar ichida sezilarli darajada o'sdi, chunki havo safarining qulayligi va arzonligi hajga boradigan ziyoratchilar sonini ko'paytirdi. Minglab saudiyaliklar yil davomida Hajni nazorat qilish va hojilarga xizmat ko'rsatadigan mehmonxonalar va do'konlar uchun ishlashadi; bu ishchilar o'z navbatida uy-joy va xizmatlarga bo'lgan talabni oshirdi. Shahar hozir avtomobil yo'llari bilan o'ralgan bo'lib, u yerda savdo markazlari va osmono'par binolar joylashgan.



Makka iqtisodiyoti deyarli ziyoratga boradigan odamlar sarflagan pulga bog'liq. Shahar haj vaqtida 100 million dollardan ko'proq mablag'oladi. Saudiya hukumati haj xizmatlari uchun taxminan 50 million dollar sarflaydi. Shaharda ba'zi sanoat va fabrikalar bor, lekin Makka endi neft eksportiga asoslangan Saudiya Arabistoni iqtisodiyotida katta rol o'ynamaydi. Makkada ishlaydigan sanoatlar orasida to'qimachilik, mebel va idishlar bor. Iqtisodiyotning asosiy qismi xizmat ko'rsatishga yo'naltirilgan. Suv tanqis va oziq -ovqat import qilinishi kerak.

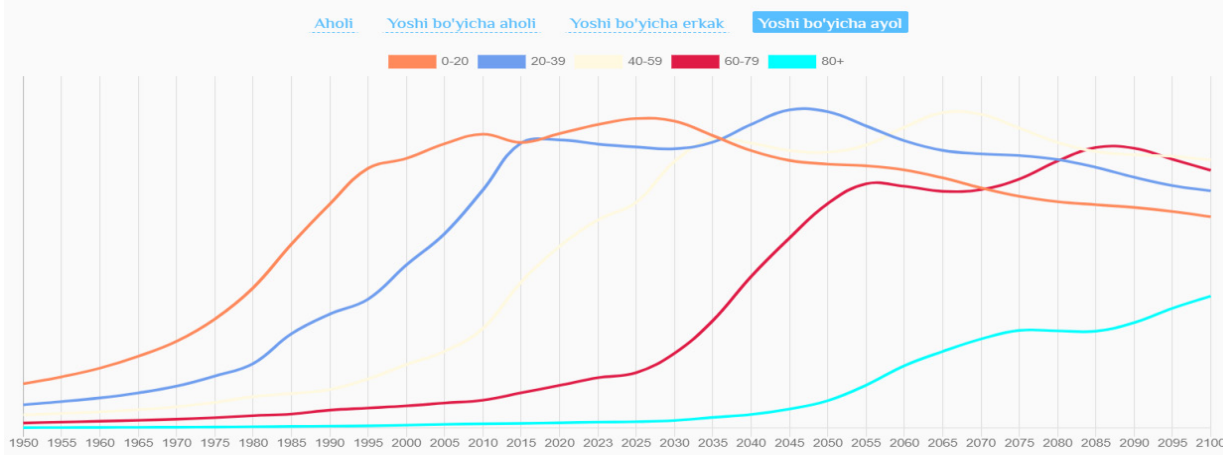


1-Diagramma korinishda Makkai Mukarrama, Saudiya Arabistoniga keluvchi turistlar haqida — statistika. 1

1-Diagramma



Statistik ma'lumotlar

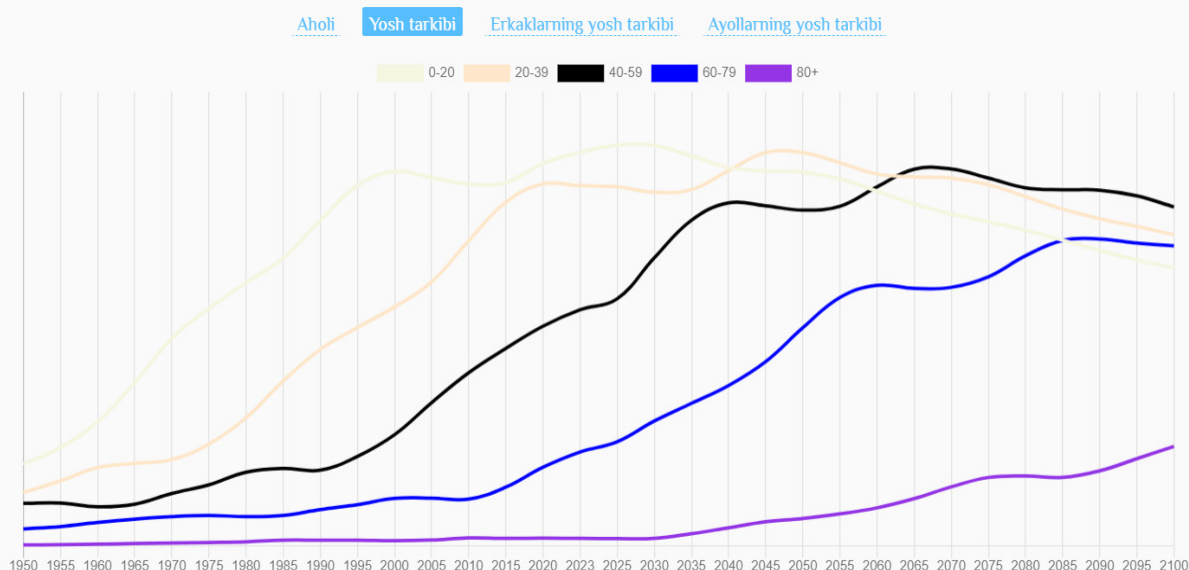


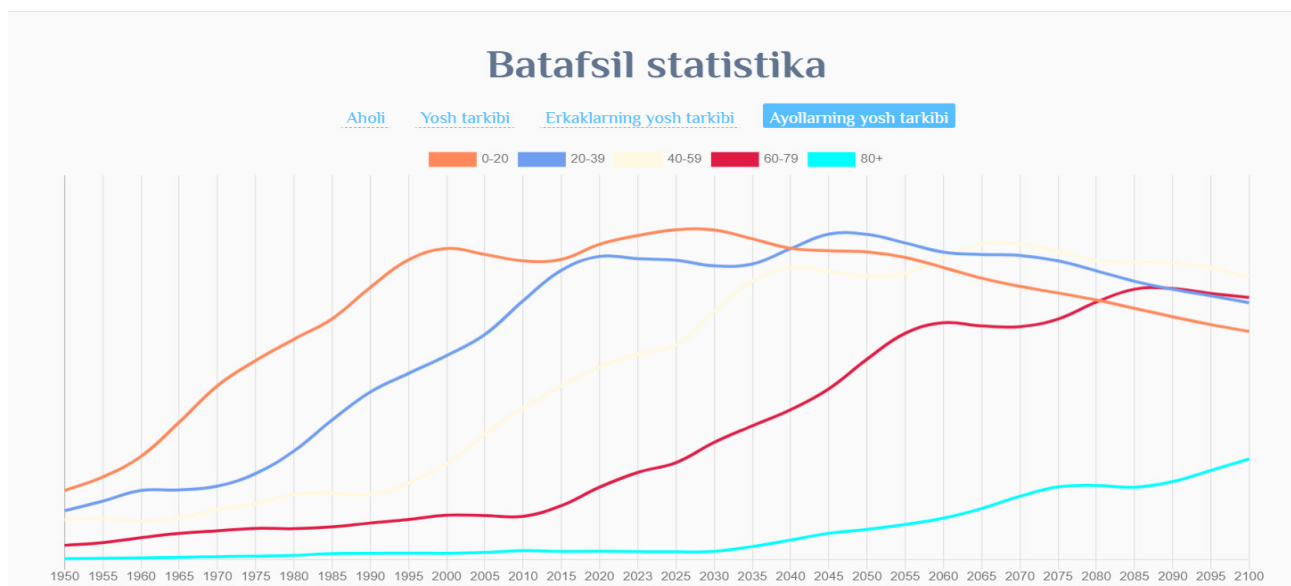
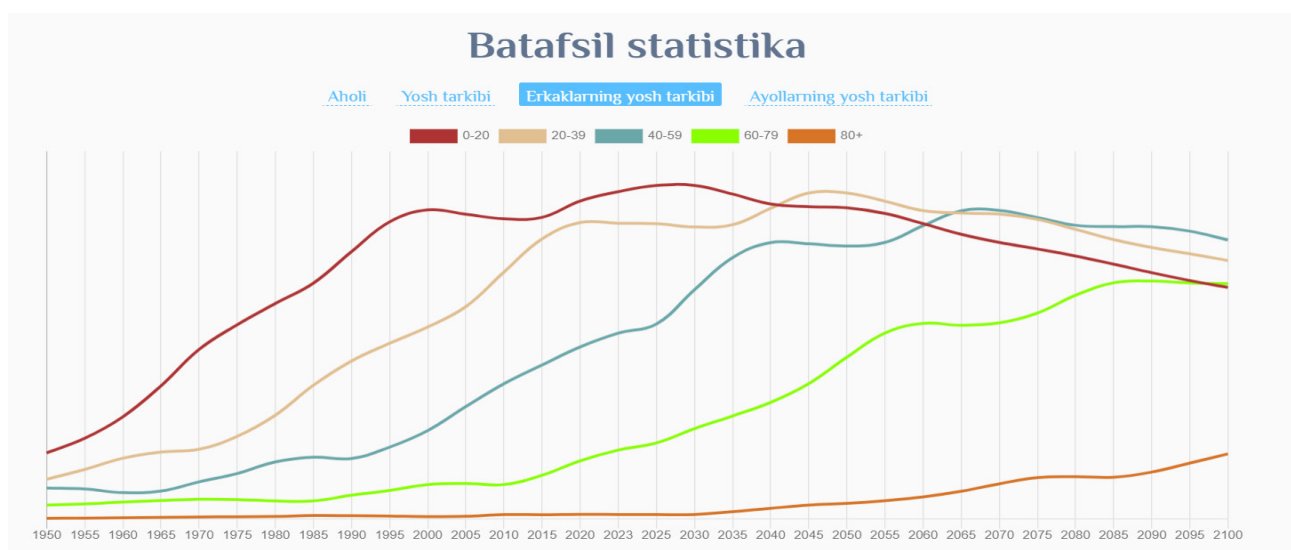
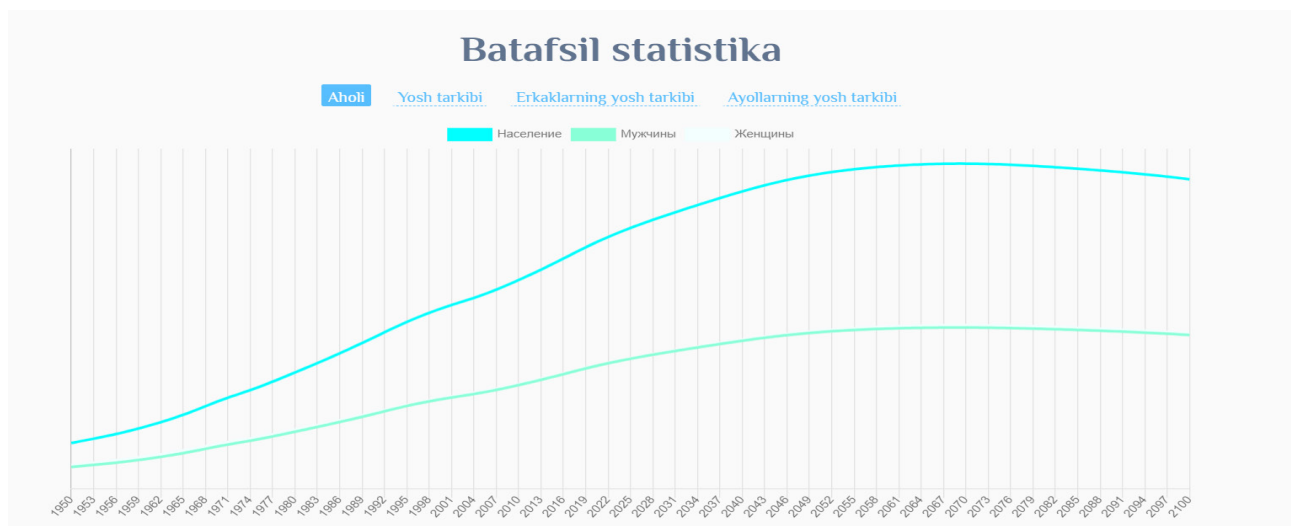
Samarqand viloyatida yangi turizm yo'nalishlari va mahsulotlarini taqdim qilish doirasidagi ishlarga ustuvor e'tibor qaratilmoqda. Sohada amalga oshirilayotgan yangi loyihalar natijasida joriy yilning o'tgan beshoyida sayyohlar uchun qulaylik yaratish maqsadida jami 14 ta mehmonxona, 28 ta mehmon uylari faoliyati yo'lga qo'yildi. Turoperatorlar soni yana 10 nafarga ko'paydi. Bu esa o'tgan yilning shu davriga mos ravishda solishtirganda 1,8 barobarga yoki 175 foizga oshganini ko'rsatadi.

Shuningdek, joriy yilning may oyida viloyatga 27 ming 146 nafar xorijiy va 330 ming 235 nafar mahalliy, jami 357 ming 381 nafar sayyohlarning tashrifi kuzatildi. Bu ko'rsatkich 2019-yilning mos davriga nisbatan 159 foizdan ortiqni tashkil etmoqda.

Joriy yilning 18-mart kuni Samarqand xalqaro aeroportining yangi terminali tantanali ochildi. Yangi terminal doimiy reyslar sonini haftasiga 40 tadan 120 tagacha oshirish imkonini beradi, perronning modernizatsiya qilinishi natijasida aviaturargoh 24 tagacha havo kemasini sig'dira olish darajasida kengaydi. Aeroportning yo'nalish tarmog'ini kengaytirish rejasi 2030-yilga borib yo'nalishlar sonini 30 taga yetkazishga qaratilgan. Masalan, 2019-yilda Samarqand aeroportidan 5 ta yo'nalish bo'yicha aviaqatnovlar amalga oshirilar edi. Lufthansa Consulting xalqaro tahlillar tashkiloti tomonidan o'tkazilgan mustaqil o'rganishlar ushbu aeroport orqali yo'lovchi oqimining yiliga 480 000 kishidan 2 million kishiga ortishini ko'rsatmoqda.

Batafsil statistika





2-Diagramma korinishda Samarqandga keluvchi turistlar haqida — statistika.2

2-Diagramma



XULOSA

Ziyorat turizmini xorijiy tajribadan foydalanib, O'zbekistondagi ziyorat turizm obyektlarining turizm rivojlanishiga ta'sirini samarali usullarini ishlab chiqish masalalariga quydagilarni misol qilib olsak bo'ladi. Turizm sohasiga xorijiy investitsiyalar va xalqaro kreditlarni jalb qilish. Yangi mehmonxonalar, kempinglar, turbazalar, otellar, motellar qurish. Aeroportlarda, temiryo'l vokzallarida, avtobus stansiyalarida xalqaro terminallar va bankamatlarni o'rnatish. Turizm sohasini axborot bilan ta'minlash va turistik biznesda eng yangi texnologiyalardan foydalanish asosida turistik imkoniyatlari to'g'risidagi ma'lumotlarni internet saytlari orqali xorijiy mamlakatlarga tarqatishdir.

Adabiyotlar ro'yxati:

1. <https://zhujiworld.com/sa/46827-mecca>.
2. <https://ru.zhujiworld.com/uz/654966-samarkand>.
3. O'zbekistonda turizmni rivojlantirishning jahon tajribasi muammo va istiqbollar – T.N. Shovdirov Builders Of The Future ISSN : 2181-2705 About the Journal-110 bet
4. <https://aniq.uz/uz/yangiliklar/makka-va-dubay-sayyohlar-eng-kup-pul-sarflaydigan-shaharlar-ichida-etakchi-urinalarda>
5. <https://perepost.uz/oz/news/124120>
6. Tashkenbayeva Z.U., O'zbekiston Respublikasida turizm sohasining hozirgi holati va rivojlanish tendensiyalari, "Raqamli iqtisodiyot sharoitida investitsiya faoliyatini rivojlantirishning dolzarb masalalari" — mavzusidagi respublika ilmiy-amaliy konferensiyasining materiallari to'plami, 5- may 2021-yil. 500-503 betlar "Iqtisod-moliya".
9. Хакбердиев, К. К. (2021). Сотрудничество Узбекистана И Китайской Народной Республики в области добычи минеральных ресурсов. Oriental renaissance: Innovative, educational, natural and social sciences, 1(Special Issue 1), 713-718.
10. Sayfullayev, D. Cultural Diplomacy of Uzbekistan and Shanghai Cooperation Organization in the Framework of the Shanghai Cooperation Organization (SCO).



THE FUTURE OF SMART TOURISM: TRANSFORMING TRAVEL EXPERIENCES

Nurmukhammad Oppokkhonov

Senior Lecturer of the Department of Hotel Business Management, TSUE

As technology continues to advance at an unprecedented pace, the tourism industry is undergoing a remarkable transformation. The concept of Smart tourism is revolutionizing travel experiences, offering a new level of convenience, personalization, and sustainability. In this abstract, we explore the future of Smart tourism and its impact on travel experiences. Smart tourism leverages cutting-edge technologies such as artificial intelligence, Internet of Things (IoT), and data analytics to enhance every aspect of the traveler's journey.

In today's digital era, information systems have become an integral part of the tourism industry. From booking flights and accommodations to exploring new destinations and planning itineraries, information systems have revolutionized the way we travel. This article explores the significance of information systems in tourism and how they have transformed the industry.

In an increasingly interconnected world, the concept of Smart tourism has emerged as a game-changer in the travel industry. Smart tourism leverages technology and data to enhance travel experiences, improve efficiency, and create sustainable destinations. This article explores the perspectives of Smart tourism and how it is poised to shape the future of travel.

Smart tourism aims to provide travelers with seamless experiences from start to finish. Through the integration of various technologies such as artificial intelligence, Internet of Things (IoT), and mobile applications, tourists can expect personalized recommendations, real-time updates, and instant access to services. Smart tourism eliminates the hassle of traditional travel processes, making it easier for travelers to navigate unfamiliar destinations.

With the help of advanced data analytics and artificial intelligence, Smart tourism enables hyper-personalized experiences. By analyzing user preferences, behavior patterns, and past travel history, Smart systems can tailor recommendations for accommodations, attractions, and activities that align with individual interests. This level of personalization enhances customer satisfaction and facilitates memorable travel experiences.

Smart Destination Management and Enhanced Safety

Smart tourism presents immense opportunities for destination management organizations to optimize resource allocation and enhance sustainability. By leveraging data-driven insights, these organizations can better understand tourist behavior, preferences, and flow patterns. This information can be used to develop efficient transportation systems, manage crowd control, and implement sustainable practices, ensuring a harmonious balance between tourism and the environment.

Smart tourism offers advanced solutions to ensure the safety and security of travelers. Through the integration of Smart surveillance systems, real-time monitoring, and emergency response mechanisms, destinations can provide a secure environment for tourists. Additionally, technologies such as block chain can enhance data security and protect personal information, assuring travelers of their privacy.

Streamlining Travel Planning and Enhanced Destination Discovery

Information systems have simplified travel planning processes for tourists. Online travel agencies (OTAs) and booking platforms provide a one-stop solution for travelers to compare prices, read reviews, and book flights, accommodations, car rentals, and activities. These systems enable travelers to make informed decisions, saving time and effort.

Information systems play a crucial role in helping tourists discover new destinations. Travel websites, blogs, and social media platforms offer a wealth of information, including destination guides, local insights, and user-generated content. This enables travelers to explore lesser-known destinations, uncover hidden gems, and plan unique experiences.



Sustainable Tourism Practices and Collaboration and Connectivity

The future of Smart tourism lies in its potential to foster sustainable practices. By utilizing Smart technologies, destinations can optimize resource consumption, reduce waste, and promote eco-friendly initiatives. For instance, Smart energy management systems can monitor and regulate energy consumption in hotels and attractions, while Smart waste management systems can minimize the environmental impact of tourism activities. Smart tourism promotes a more sustainable approach to travel, ensuring the preservation of natural and cultural heritage for future generations.

Smart tourism thrives on collaboration and connectivity between stakeholders. Through the integration of various systems, including tourism businesses, governments, and local communities, destinations can create an interconnected network that facilitates seamless information sharing and collaboration. This collaboration enables stakeholders to work together towards common goals, such as destination branding, infrastructure development, and marketing strategies.

Smart tourism has the power to promote ethical and responsible travel practices. Through the integration of Smart systems, travelers can make informed choices about sustainable accommodations, responsible tour operators, and authentic local experiences. Smart tourism encourages tourists to engage with local communities, respect cultural heritage, and minimize their impact on the environment, fostering a more responsible and conscious approach to travel.

CONCLUSION

The future of Smart tourism holds immense potential for transforming travel experiences. From seamless travel processes and hyper-personalization to sustainable practices and enhanced safety, Smart tourism is set to revolutionize the way we explore the world. By embracing technology, collaboration, and responsible practices, the tourism industry can create a future where travel experiences are not only convenient and personalized but also sustainable and enriching.

References:

1. UNWTO (2018). Tourism and the Sustainable Development Goals – Journey to 2030. Madrid: World Tourism Organization.
2. Xiang, Z., Du, Q., Ma, Y., & Fan, W. (2017). A comparative analysis of major online review platforms: Implications for social media analytics in hospitality and tourism. *Tourism Management*, 58, 51-65.
3. Zhang, H., Li, X., & Buhalis, D. (2019). A framework of Smart tourism destination competitiveness: Perspectives of tourism professionals. *Journal of Destination Marketing & Management*, 12, 36-45.
4. Wang, D., Li, X., Song, H., & Huang, Y. (2020). Smart tourism destinations: Definition, concepts, and typology. *Tourism Tribune*, 35(2), 1-15.
5. Sigala, M., Christou, E., & Gretzel, U. (Eds.). (2021). *Advances in social media for travel, tourism and hospitality: New perspectives, practice and cases*. Routledge.



SAYYOHLIK YO'NALISHLARIGA TASHRIF BUYURUVCHILAR UCHUN AQLLI TEKNOLOGIYALARNING AHAMIYATI

To'xtayeva Xurshida Farhodovna

Turizmni rivojlantirish ilmiy-tadqiqot instituti tayanch doktoranti

Annotatsiya: Smart (aqlli) turizm - bu global miqyosda sayyohlik yonalishlarining tobora ortib borayotgan ishonchini tasvirlash uchun qo'llaniladigan yangi tushuncha. Hozirgi kunda turistik yo'nalishlarni aqlli boshqarish kontsepsiyasi ustuvor vazifaga aylanmoqda. Tadqiqotimizning maqsadi aqlli texnologiyalarning turist sifatida tashrif buyuruvchilarga ijobiy tajribasini shakllantirishga ta'sirini tahlil qilish va iste'molchilar xulq-atvorining jihatlarini faol va aks ettiruvchi bosqich sifatida ko'rib chiqishdir. Tadqiqotda ilgari surilgan g'oya asosida aqlli texnologiyalarning har bir aqlli manzillarga tashrif buyuruvchilar (iste'molchilar) tajribasini shakllantirishga ta'siri ko'rib chiqilgan.

Kalit so'zlar: smart-turizm, turizm, aholi, farovonlik, sayohat, iste'mol, talab, taklif, rivojlanish, iqtisodiyot.

Abstract: Smart (aqlli) tourism is a new concept used on a global scale to describe the growing confidence of tourism. Nowy kunda turistik yo'nalishni chikili kontsepsiyasi iyyiyish vazifiga aylaligin. The purpose of our research is to analyze the impact of smart technologies on the formation of positive experiences of visitors as tourists, and to analyze the behavioral aspects of consumers as a part of action and feedback. The research was based on the idea of a smart technology.

Key words: smart-tourism, tourism, aholi, afdollyk, saiogat, iste'mol, talab, taklif, ryvoylanish, ichtisodiiot.

Аннотация: Умный (ақлли) туризм - бу глобал миқйосда саяйохлик йоналишларининг тобора ортиб борайотган ишончини тасвирлаш учун қо'лланладиган янги тушунча. Хозирги кунда туристик йоналишларни ақлли бошқариш концепции устувор вазифага айланмоқда. Тадқиқотимизнинг мақсади ақлли технологйаларнинг туристический сифатида ташриф байурувчиларга иджобий таджрибасини шакллантиришга та'сирини тахлил килиш ва исте'молчилар хулк-атворининг джихатларини фаол ва акш эттирувчи боскич сифатида кориб чикишдир. Тадқиқотда илгари сурилган г'ояа асосида ақлли технологйаларнинг һар бир ақлли манзилларга ташриф байурувчилар (исте'молчилар) тајрибасини шакллантиришга та'сiri ко'риб чиқилган.

Ключевые слова: смарт-туризм, туризм, аһоли, фаровонлик, саиогат, есте'мол, талаб, таклиф, ривой-ланиш, ичтисодиёт.

KIRISH

Aqlli turizm sayohatni tashkil qilishda istiqbolli va innovatsion yondashuvni taqdim etadi, bu ularni yanada qulay, xavfsiz va ekologik jihatdan barqaror qiladi. Bu nafaqat sayyohlarga sayohatdan ko'proq zavq olishga yordam beradi, balki tabiat va madaniy me'rosni saqlashga yordam beradi. Kelajakda aqlli turizm, shubhasiz, bizning hayotimizning ajralmas qismi va ko'plab sayyohlar uchun kundalik amaliyotga aylanadi.

O'zbekistonda aqlli turizmni joriy etish zamonaviy texnologiyalarni madaniy me'ros va atrof-muhitni muhofaza qilish bilan uyg'unlashtirishi mumkin, bu esa turizm sohasini rivojlantirishga hamda tashrif buyuruvchilar uchun qulaylik va xavfsizlikni ta'minlashga yordam beradi.

Mamlakatimizdagi aqlli turizmni turistik tajribani yaxshilash, xizmat korsatish darajasini oshirish va mamlakat turizm sohasida ekologik barqarorlikka erishish uchun zamonaviy axborot texnologiyalari va innovatsiyalardan foydalanishni o'z ichiga olgan kompleks yondashuv sifatida ilmiy jihatdan tushuntirish mumkin.



Texnologik taraqqiyot sharoitida aqlli manzil deb ataladigan turistik manzillar yaratildi. Bu manzillar sayyohlarga zavqlanishning yangi usulini boshdan kechirishga yordam beradigan yangi manzil turi sifatida ko'riladigan bo'ldi. Sayyohlarga unutilmas tashriflarni boshdan kechirishlari uchun aqlli yo'nalishlarni va hissiyotlarni birgalikda yaratish imkoniyatlarini taqdim etish muhimdir. Bugungi sayyohlar boradigan manzillarida hayratda qolishni istaydilar va nima qilish kerakligi, nimani ziyorat qilish va aqlli vositalar yordamida joyni qanday izlash haqida xabardor bo'lishni xohlashadi.

Xozirgi kunda sayyohlar uchun sayyohlik obyektlari, madaniy tadbirlar, transport infratuzilmasi va boshqa xizmatlar to'g'risidagi ma'lumotlarga kirishini ta'minlash uchun mobil ilovalar, raqamli platformalar, interaktiv internet-resurslar va elektron bron qilish tizimlari kabi zamonaviy AKT(Axborot-kommunikatsiya texnologiyalari)ni joriy etish juda muhimdir. Turizm AKTni rivojlantirish maqsadida turizm, axborot texnologiyalari va barqaror rivojlanish bo'yicha ilmiy tadqiqotlar doirasida olimlarning ilmiy-nazariy yondashuvlarini tahlil qilish ahamiyatlidir. O'zbekistonda aqlli texnologiyalardan foydalanish holda turizm sohasini yanada rivojlantirish mamlakatimizda turizm sohasida amalga oshirilishi lozim bo'lgan strategiyalar va tavsiyalar ishlab chiqishga imkon beradi.

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR TAHLILI

Mintaqaning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishi umumiy yondashuv natijasidir, bu asosan turizmning holati bilan belgilanadigan natija sifatida ishlaydi. Turistlarning xarajatlari mahalliy byudjetga katta miqdorda tushumlarni ta'minlaydi. Mintaqa aholisi daromadlarini jamg'aradi, ish haqi shaklida, ijara shaklida va o'z ehtiyojlarini qondirishga sarflaydi, bu mahalliy tovarlar va ko'rsatilgan xizmatlar hajmini ortishiga olib kelib, iqtisodiy faoliyatning o'sishiga ham katta hissa qo'shadi. Bu o'z navbatida turistik oqimning o'sishiga olib keladi va mehnat resurslariga bo'lgan ehtiyoj nafaqat turizm sohasida, balki iqtisodiyotning tegishli tarmoqlarida ham mahalliy mehnat resurslari bandligini oshirishni taminlaydi. Turizm samarali bandlikni kengaytirish natijasida ayollar va yoshlar bandligi ta'minlanadi. Turizm barqaror rivojlanishiga mintaqaning ijtimoiy-madaniy xususiyatlariga ijobiy ta'sir krsatadi, chunki u tabiatni muhofaza qilishga ham yordam beradi (Abdo, 2020) [1].

Turizm dunyo iqtisodiyoti va ko'plab mamlakatlarning milliy iqtisodiyoti uchun iqtisodiy faoliyatning eng muhim sohasiga aylandi. Bundan tashqari, turizm faoliyati va sanoati mehmondo'stligida turizmni boshqarish uchun qaror qabul qilishning ahamiyati axborot to'plash, uzatish va axborotni qayta ishlash jarayonlariga bevosita bog'liq bo'lib qoldi (Yin va Zhu, 2021) [2].

Turistik biznesni axborot bilan qo'llab-quvvatlash, turistik faoliyat va uni qayta ishlashga mo'ljallangan ixtisoslashtirilgan axborot texnologiyalari to'g'risidagi ma'lumotlar bazasining samarali ishlashini ta'minlaydigan turistik to'plam shakllantirishni taqozo etmoqda. Raqamli iqtisodiyot sharoitida turizm noyob biznes turi bo'lib, sohadagi eng muhim manba xizmat ko'rsatish sifati, xizmat turlarining ko'pligi, ma'lumot almashish jarayoni va iste'molning ko'rsatkichlari yordamida shakllanadi. Bu ma'lumotlarni boshqarish usullaridan biri aqlli turizm hisoblanadi.

Smart tushunchasi quyidagilar uchun ishlatiladi, jamiyatdagi va faoliyatning ko'plab sohalaridagi zamonaviy jarayonlarning avtomatlashuvi tavsiflarida. So'nggi paytlarda u aqlli turizm deb nomlangan sayyohlik sohasiga ham qo'llanilmoqda. Endi bu tushunchalarni bog'lash zarurati paydo bo'ldi va axborot-kommunikatsiya texnologiyalari bilan turizmni shakllantirish, birinchi navbatda, sayyohning xatti-harakatlaridagi o'zgarishlar tufayli yuzaga kelgan. Biroq, shuni takidlash kerakki, smart turizm kontseptual mavzu darajasida ishlab chiqilmagan. Smart tushunchasi yangi sifat, ikki yoki undan ortiq tarkibiy qismlarning va raqamlashtirish jarayonlarining birlashtirganda, ulardan biri texnologik yangilik sifatida shakllanishidir. Tadqiqotchilarning takidlashicha, "Smart" so'zi asoslangan texnologik, iqtisodiy va ijtimoiy voqealarni tavsiflaydi va u IT texnologiyalariga asoslangan muayyan ma'lumotlar bazalari, ulanish va ma'lumot almashishning yangi usullariga asoslanadi (Gretzel, Sigala and etc., 2015) [3].

Aqlli turizm fenomeni turizm deb talqin qilinishi mumkin, unda doimiy va raqamli texnologiya elementlardan muntazam foydalanish sayyoh uchun qo'shimcha sayohat qiymatini yaratishga olib



keladi. Ushbu ta'rifga e'tibor qaratadigan bo'lsak qo'shimcha qiymatga ega bo'lish uchun sayyoh turistik xizmatlarda aqlli texnologiyalardan foydalanib kerakki manzillarni yoki xizmatlarni topa oladi, marketing nuqtai nazaridan, bu aqlli turizmning asosiy afzalligi hisoblanadi [4].

Sun'iy intellekt katta ma'lumotlar, 5G va boshqa texnologiyalarning rivojlanishi bilan aqlli sayyohlik attraksionlarini (STA) dunyoda keng tarqalishiga sabab bo'ldi. Shu bilan birga, STA xizmat ko'rsatishda texnologiyalardan foydalangan holda amalga oshiriladi. Sayyohlarning qoniqishi STA sifat menejmentining asosiy jihati bo'lib xizmat qiladi (Platov Y., Zikirova va boshqalar, 2020) [4].

Turizm sohasida aqlli texnologiyalar ko'plab ilg'or texnologiyalardan, jumladan, yaqin atrofdagi aloqa (NFC), Wi-Fi va boshqa tarmoqlar, shuningdek, mobil texnologiyalar, iBeacons, aqlli teglar, mobil ilovalar, smart-kartalar, so'nggi avlod veb-saytlari, ijtimoiy tarmoqlar, chatbotlar va boshqalardan iborat bo'lishi mumkin. [5,6]

Aqlli turizm konsepsiyasi prinsiplardan keng foydalanishga asos solingan va barqarorlikka olib boruvchi yo'nalishlarni o'z ichiga olgan keng tushunchalar jamlanmasidir, chunki barqarorlik mavjud bo'lmasa uni aqlli deb hisoblash mumkin emas. Shunday qilib, sayyohlik yo'nalishida qo'llaniladigan aqlli texnologiyalar mamlakatning barcha aholisini hayot sifatini yaxshilash orqali uning asosiy muammolarini hal qilishga qaratilgandir. Zarur aqlli xizmatlar bilan muvofiqlashtirilgan texnologiyalar, aqlli yo'nalishlarni yaratish uchun barqaror turistik ishlab chiqarish va iste'mol qilish tizimi mavjudligidandir. Asosiy yo'nalishlar bunday tizimning ishlashini ta'minlaydi, ijtimoiy va iqtisodiy adolat, axborotni boshqarish va ijobiy sayohat tajribalarini shakllantiradi. Intellektual yondashuv barqaror rivojlanish sharoitida turizm texnologiyasining yuksalishini nazarda tutadi va sayyohlik tajribasida qo'llaniladi [7].

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Tadqiqot ishida respublikamiz iqtisodiyotining transformatsiyalashuvi jarayonlari hamda jahonda yuz berayotgan turli iqtisodiy o'zgarishlar, turizm sohasini kompleks rivojlantirish, turizm rivojlantirishining iqtisodiy samaradorligini oshirishning obyektiv zarurati va ahamiyati o'rganilib, mazkur yo'nalish bo'yicha olimlar va mutahassislarning fikrlariga tayangan holda kuzatish, analiz, baholash, guruhlash, qiyosiy tahlil kabi usullar orqali turizmga aqlli turizmning rivojlanishini qo'llab-quvvatlash darajalari bo'yicha ba'zi tavsiyalar ishlab chiqilgan. Asosiy g'oya quyidagilardan iborat, turistik diqqatga sazovor joylarda tegishli yondashuvlarni qo'llab, tashrif buyuruvchilarning ehtiyojlarini qondirish uchun aqlli texnologiyalardan yetarli darajada foydalanish va ularning tashrifini yanada jozibali, qiziqarli va esda qolarli qilishni ko'zda tutadi.

TAHLIL VA NATIJALAR

O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2021-yil 15-iyundagi "Raqamli iqtisodiyot va elektron hukumatning rivojlanish holatini reyting baholash tizimini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi 373-son qaroriga asosan iqtisodiyot tarmoqlari, ijtimoiy soha va hududlarda raqamli iqtisodiyot va elektron hukumat rivojlanish holatini baholashning yagona reyting baholash tizimini joriy etish orqali kelgusida raqamli rivojlanishning tarmoq va hududiy dasturlarini ishlab chiqish uchun baholash jarayonlarini idoralararo muvofiqlashtirishning samarali tizimi joriy etildi [8].

Shu bilan bir qatorda mamlakatimizda turizm sohasida ham zamonaviy texnologiyalarning qanchalik muhimligi va o'ziga xos jihatlarni rivojlanish tendensiyalarida ham, asosan bu sohada amalga oshirilib kelinayotgan va amaliyotga joriy etilayotgan loyihalarda ham namoyon bo'lmoqda.

Tadqiqotimizning maqsadi turizmga aqlli texnologiyalarni qo'llashning istiqbollarini ochib berish va aqlli turizmni rivojlantirish bo'yicha ilmiy asoslangan xulosa va takliflarni ishlab chiqishdan iborat. Turistik diqqatga sazovor joylarga tegishli yondashuvlardan kelib chiqib tashrif buyuruvchilarning ehtiyojlarini qondirish uchun aqlli texnologiyalardan yetarli darajada foydalanish va ularning tashrifini yanada jozibali, qiziqarli va esda qolarli qilish. Yana mamlakatimizda AKT sohasini yanada rivojlantirish lozim.



To'g'ridan-to'g'ri turizmda yaratilgan yalpi ichki mahsulot



1-rasm: Turizmda yaratilgan YaIM hajmi (mlrd. so'm)[13]

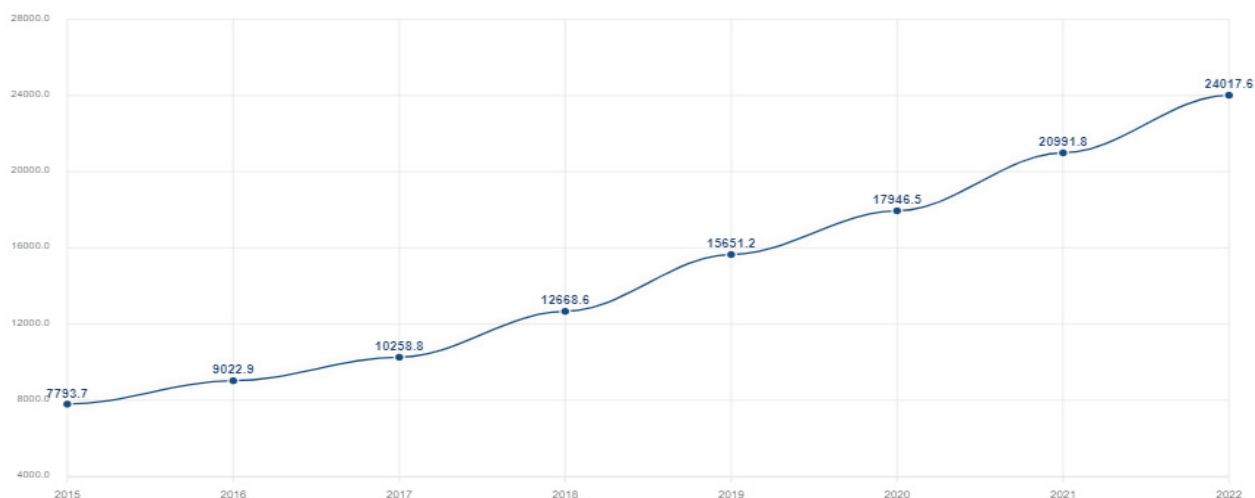
1-rasmdan ko'rishimiz mumkinki turizmda yaratilgan YaIM hajmi 2020-yilda pandemiya sababli o'z jozibadorligini yo'qotgan va 2021-yilga kelib turistlar soni ortishni boshlashi bilan turizmning ham ulushi ortishni boshlagan, 2021-yilda 2020-yilga nisbatan 2344,6 mlrd. so'mga yoki 52 %ga o'sgan.

Iste'molchilar (turistlar) ehtiyojini aniqlash uzoq davom etadigan jarayon bo'lib ular quyidagilarga bo'linadi:

- sayohatdan oldingi tayyorgarlik bosqichi;
- faol turizm bosqichi;
- sayohatdan keyingi fikrlash bosqichi.

Tayyorgarlik bosqichi (sayohatdan oldin) ma'lumot qidirish, qaror qabul qilish va sotib olish jarayonlari bilan ifodalanadi. Faol bosqichda iste'molchi tanlagan hududning o'zida joylashgan faol elementlari bilan o'zaro aloqada bo'lishi nazarda tutiladi. Bunda qiymat ishtirok etadi va jalb qilish orqali yaratiladi. Va nihoyat, fikrlash (aks ettiruvchi) bosqichi turistning xotirasini o'z ichiga oladi ya'ni taassurotlarini bayon etish bosqichidir.

Internet tarmog'iga mobil aloqa orqali ulangan abonentlar soni



2-rasm: Internet tarmog'iga mobil aloqa orqali ulangan abonentlar soni (ming kishi)[14]



2-rasm asosida aytishimiz mumkinki yildan-yilga mobil aloqa yordamida internet saytlardan foydalanuvchilar soni ortib bormoqda, bu esa turizmga aqlli texnologiyalardan foydalanishga ehtiyoj ko'payotganini anglatadi va shu bilan birga mavzuning dolzarbligini ham ko'rsatib beradi.

Tadqiqotimiz uchun turistlar ko'p uchraydigan Toshkent shahrida joylashgan Hazrati Imom majmuasini oldik. Chunki bu majmua turistik diqqatga sazovor va tadqiq qilish uchun eng mos hududlardan biri hisoblanadi. Hudud bizga quyidagilarni taminlashga qodir:

- iste'molchilarning xatti-harakatlarini o'rganishga kompleks yondashuvlarni shakllantirish;
- sotib olish yo'lining bosqichlarini ochib berish;
- aqlli texnologiyalarning tashrif tajribasiga ta'siri bo'yicha tadqiqot farazlarini shakllantirishga imkon beradi.

So'nggi paytlarda sayyohlar sayohatning barcha bosqichlarida ko'plab aqlli texnologiyalardan foydalanmoqdalar. Dastlabki bosqich: tashrif buyurishdan oldin sayyohlar sayyohlik xizmatlari haqida malumot topish va turistik diqqatga sazovor joylarni tanlash, shuningdek bron qilish uchun aqlli texnologiyalardan foydalanadilar, sayohat qilish uchun zarur bo'lgan turistik mahsulotlar va xizmatlarni onlayn internet orqali izlaydilar. Bu esa aqlli texnologiyalarni qo'llash orqali ularga mamlakat jozibadorligi ko'rsatib berishga yordam beradi.

Qidiruv, taqqoslash va rejalashtirish jarayonida sayyohlar avvalo haqiqiy sharhlarga ishonishadi ya'ni ijtimoiy tarmoqlardagi tajriba va tavsiyalarga chunki turistik mahsulotni sotib olish ma'lum bir xavf bilan birga kelishi mumkin. Ko'pincha raqamli platformalarda joylashtirilgan foydalanuvchi tomonidan yaratilgan ma'lumotlarga qarab qaror qabul qilinadi. Bu turistik diqqatga sazovor joylar haqida ma'lumot bo'lib bu xavfni minimallashtirish uchun juda foydali qaror qabul qilishdir.

Aqlli texnologiyalar sayyohlarga diqqatga sazovor joylariga o'z takliflarini yanada qulay va arzonroq qilishga imkon beradi. Mobil turistik qo'llanmalar, mobil tizimlar, navigatsiya tizimlari, naqd pulsiz va kontaktsiz to'lovlar tizimlari, ortiqcha yuklarni boshqarish tizimlari eng ko'p ishlatiladigan intellektual texnologiyalardir. Bunday texnologiyalar sayyohlarning tashrif buyurish jarayonini boshqarish qobiliyatini oshiradi. O'z navbatida, bu tashrif davomida ijobiy hislar shakllanishiga olib keladi va shu bilan sayyohlarning zavq tuyg'usini yaxshilaydi. Mobil qurilmalar sayohat paytida ma'lumot va muloqotga kirishishni ta'minlash uchun ishlatiladi va bu turistlar uchun qulaydir.

Aqlli texnologiyalar sayohatning faol bosqichiga ijobiy ta'sir krsatadi, moslashuvchanlikni oshiradi, qulaylikni ta'minlaydi va shakllanishiga yordam beradi. Aqlli texnologiyalar sayyohlarga muammolarni aniqlash va hal qilishga yordam berishi mumkin deb taxmin qilamiz. Ikki oy davomida olib borilgan tadqiqotlarimizda 416 ta so'rovnoma yig'ildi. Uni 1-jadvalda ko'rishimiz mumkin (1-jadval).

1-jadval: Respondentlarning demografik profili[15]

Xarakteristikasi	Foizi
Jinsi	
Ayollar	62
Erkaklar	48
Yoshi	
18-30	64
31-50	26
51+	10
Bandlik	
Oquvchi va talabalar	36
Ishlayotgan	54
Ishsiz	2
Nafaqaxo'r	8



Xuddi shu manbaga ko'ra tahlil natijalari 2-jadvalda keltirildi. Ya'ni:

2-jadval: Tahlil natijalari (foizda)[15]

Ko'rsatkichlar	Dastlabki bosqich	Faol bosqich	Refleks bosqichi
Ma'lumotni qidirish va yig'ish	0,713		
Xatarni minimallashtirish	0,635		
Qiziqishning shakllanishi	0,751		
Ishonch hosil qilish	0,728		
Navigatsiya va aloqadan foydalanish		0,698	
Qulayliklar bilan ta'minlanish		0,705	
Moslashuvchanlik (tuyg'u va zavq)		0,743	
Qisqa muddatli qarorlar qabul qilish		0,571	
Xotiralarning to'planishi		0,794	
Xotiralarni esga olish			0,754
Tajriba almashish			0,711
Baholash			0,772

Taqdim etilgan natijalar tadqiqotimiz tahminlarini tasdiqlanganini ko'rsatadi. Aqlli texnologiyalar "mijoz sayohatining" barcha bosqichiga ta'sir etib, turistik diqqatga sazovor joylarga tashrif buyurishda ijobiy tajriba yaratadi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Tadqiqotimiz natijasida turistlar tomonidan qo'llaniladigan intellektual texnologiyalar turistik diqqatga sazovor joylarga tashrif buyurishning ijobiy tajribasini shakllantirish uchun sharoit yaratishi aniqlandi. Sayyohlar yuqori sifatli tajribaga katta umid qiladilar. Bu umidlar shartli texnologiya bilan qamrab olingan va texnologik taraqqiyot bilan mustahkamlangan. Binobarin, turistik diqqatga sazovor joylar o'z tashrif buyuruvchilari uchun takliflarini yaratishi, xizmat ko'rsatishda ustunlik qiluvchi infrazuzilma va xizmatlarni amalga oshirishi kerak. Bu borada aqlli turizm texnologiyalaridan foydalanish vaqtini tejashga va turistik joziabadorlikni oshirishga xizmat qiladi.

Aqlli texnologiyalar turistlarning ehtiyojlarini qondirishga yordam beradi va ular to'g'ri ishlab chiqilgan bo'lsa, turistlarni maroqli sayohatini, ularning umidlarini tasdiqlashga yordam beradigan vositadir. Ushbu texnologiyalar tashrif buyuruvchilarning ijobiy va esda qolarli tajribasini yaratish uchun samarali ishlatilishi mumkin.

Xulosa qilib aytadigan bo'lsak, tadqiqot natijalari turistlarning taxminlari va talablariga muvofiq turistik diqqatga sazovor joylar tomonidan aqlli texnologiyalarni mos ravishda loyihalash va ulardan foydalanish yo'nalishlarini ko'rsatadi. Aqlli texnologiyalardan to'g'ri foydalanish qiziqarli va esda qolarli tajribalarni yaratishga yordam beradi, bu aqlli turizmni boshqarish tizimiga jalb qilingan har bir kishi uchun juda muhim manbaadir.



Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Abdo K. (2020), "Impact of Tourism Activities on Sustainable Community Development" Proceedings of the 3rd International Conference on Economics and Social Sciences, Bucharest University of Economic Studies, Sciendo, pp.–694-704.
2. Yin H. and Zhu Y., (2021) "The influence of big data and informatization on tourism industry", 2017 International Conference on Behavioral, Economic, Socio-cultural Computing (BESC), Krakow, Poland, pp. –1-5.
3. Gretzel U., Sigala M., Xiang Z. and Koo.C. (2015), "Smart tourism: foundations and developments", Electronic markets, 25 (3), pp. –179-188.
4. Platov A.V., Zikirova Sh.S., Podsevalova E.N. and Lysoivanenko E.N. (2020), "Application of the e-satisfaction model for non-cash transactions in digital tourism", Economics: yesterday, today, tomorrow, 10 (8A), pp.–409-417.
5. Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., Koo, C. (2015), Smart tourism: foundations and developments. Electronic markets, 25 (3), pp. –179-188.
6. Huang, C. Goo, J., Nam, K., Yoo, C. (2017), Smart Tourism Technologies in Travel Planning: The Role of Exploration and Exploitation. Information & Management Information & Management, 54 (6), pp. 757-770.
7. Hunter W. C., Chung N., Gretzel U. and Koo C. (2015), "Constructivist research in smart tourism", Asia Pacific Journal of Information Systems, 25 (1), pp. –105–120.
8. Davlat boshqaruvi organlari, xojalik birlashmalari va mahalliy ijro etuvchi hokimiyat organlari hamda hududlarni raqamli transformatsiya holatini reyting baholash tartibi to'g'risida nizom. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2021-yil 15-iyundagi 373-son qaroriga ilova. <https://www.lex.uz>
9. <https://www.dreambigtravelfarblog.com/blog/us-travel-tourism-statistics>.
10. <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance>.
11. <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance>.
12. Ибрагимов, Н.С. Туристтик хуудни барқарор ривожлантиришнинг устувор йўналишлари / монография / Н.С. Ибрагимов. - Бухоро : "Sadriddin Salim Buxoriy" Durdona nashriyoti, 2020.–204 б.
13. <https://siat.stat.uz/reports-filed/3347/line-data>
14. <https://siat.stat.uz/reports-filed/3179/line-data>
15. Muallif tomonidan ilmiy tadqiqotning so'rovnomasi usuli yordamida olingan ma'lumotlar asosida shakllantirildi



O'ZBEKISTONDA SMART-TURIZMNI RIVOJLANTIRISH CHORALARI

Raximova Dilfuza Mirzakasimovna

TDIU, Mehmonxona biznesini boshqarish kafedrası katta o'qituvchisi

Turizm industriyasi O'zbekiston iqtisodiyotini pandemiyadan keyin tiklashda muhim ahamiyatga ega bo'lib, ish o'rinlarini yaratish va turmush darajasini oshirishda muhim vosita hisoblanadi. O'zbekistonning turizm sektori so'nggi yigirma yil ichida sezilarli darajada o'sdi. Biroq, COVID-19 pandemiyasi 2020-yilda sayyohlik tushumlarining 76% ga qisqarishiga olib keldi. O'zbekiston hukumati ushbu sohani yuqori o'sish salohiyatiga ega, deb hisoblaydi va 2021-yilda xorijiy sayyohlar oqimini 25 foizga oshirish orqali uni kengaytirishga erishdi. O'zbekiston Turizm va madaniy meros vazirligi global inqiroz va sohadagi yangi raqobat sharoitlarini hisobga olgan holda 2030-yilgacha turizmni rivojlantirishning yangi strategiyasini ishlab chiqdi.

O'zbekiston turistik xizmatlari 2025-yilga borib 2,2 milliard AQSH dollarini tashkil etadi. Bugungi kunda mamlakatda sohani rivojlantirish bo'yicha 86 davlat fuqarolari uchun vizasiz rejim va 57 davlat fuqarolari uchun elektron vizalar, infratuzilmaga sarmoya kiritish, global mehmonxona brendlarini jalb qilish kabi chora-tadbirlar amalga oshirildi. O'zbekiston o'z salohiyatini oshirish uchun boshqa davlatlar va tashkilotlar bilan hamkorlikni kuchaytirishi, reklamaga sarmoya kiritishi, infratuzilma, tadbirkorlik va xususiy sektor ishtirokini yaxshilashi mumkin. Turizm O'zbekistonda iqtisodiy yuksalish bo'lib, ish o'rinlari yaratish va turmush darajasini oshirishning muhim vositasi hisoblanadi.

Ma'lumki turizm sohasi mamlakat iqtisodiyotining eng yetakchi daromadli sohalar qatorida o'rin egallaydi. Turizm sohasi yo'nalishlari ichida aynan ziyorat turizmini O'zbekistonda rivojlantirish mavjud resurslar salohiyati buni imkoniyati yuqoriligidan dalolat beradi. Jumladan ziyorat turizmini rivojlantirishda bozor mexanizmlarini joriy etish, taklif omillarini ko'paytirish muhim ahamiyat kasb etadi. Pandemiya va undan keyingi davrda mamlakatimizda turizm sohasini jadal qayta tiklashda ziyorat turizmining o'rni beqiyos. Shunga ko'ra, davlatimiz rahbari tomonidan ziyorat turizmini rivojlantirish bo'yicha qator vazifalar belgilab berildi. Respublikamizda ushbu sohaga e'tibor qaratilib, bir qancha o'zgarishlar qilinmoqda.

Jumladan, 2023-yilda mamlakatimizda mavjud ko'plab ziyoratgohlar va muqaddas qadamjolar imkoniyatidan foydalanib, ziyorat turizmi yo'nalishida 2 milliondan ortiq ziyoratchini jalb qilish va 400 million dollarlik xizmatlar eksportini ta'minlash belgilangan. Joriy yilda viloyatlar kesimida ziyoratgohlarning targ'iboti uchun jami 1,1 milliard so'm, xorijiy davlatlarda mamlakatimizning ziyorat turizmi salohiyatini targ'ib qilish uchun 6 milliard so'm mablag' ajratilgan.

Shuningdek, qator yangi mahalliy va xorijiy yo'nalishlarda aviaparvozlar va temir yo'l qatnovlarini yo'lga qo'yish rejalashtirilgan.¹

"O'zbekiston Respublikasida turizmni jadal rivojlantirishga oid qo'shimcha chora- tadbirlar to'g'risida"gi O'zbekiston Respublikasi prezidentining Farmoni qabul qilindi². Farmonga ko'ra mamlakatda turizmni milliy iqtisodiyotni diversifikatsiya qilish, hududlarni jadal rivojlantirish, yangi ish o'rinlarini yaratish, aholining daromadlari va turmush darajasini oshirish, mamlakatning investitsiyaviy jozibadorligini oshirishni ta'minlovchi strategik tarmoqlardan biri sifatida rivojlantirish bo'yicha kompleks chora-tadbirlar bosqichma-bosqich amalga oshirilishi ko'zda tutilgan.

Viza rejimining liberallashtirilishi, chet el fuqarolarini ro'yxatga olish tartibining soddalashtirilishi, turizm tarmog'ini rivojlantirish uchun imtiyoz va preferentsiyalar berilishi milliy turizm salohiyatini ichki va tashqi bozorlarda samarali targ'ib qilish imkonini berdi.

Shu bilan birga, o'tkazilgan tahlillar turizm tarmog'ini tartibga soluvchi normativ-huquqiy asosning nomukammalligi, alohida turizm xizmatlarini ko'rsatish qoidalarining, shuningdek, chet el fuqarolarining toifalari, bo'lish muddatlari va maqsadlari bo'yicha dunyo amaliyotida keng qo'llaniladigan alohida viza rejimlarining mavjud emasligini ko'rsatmoqda.

¹ https://uza.uz/uz/posts/ziyosat-turizmini-rivozhlantirishning-dolzarb-masalalari-xalqaro-davra-suhbati_262370

² O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni, 05.01.2019-yildagi PF-5611-son



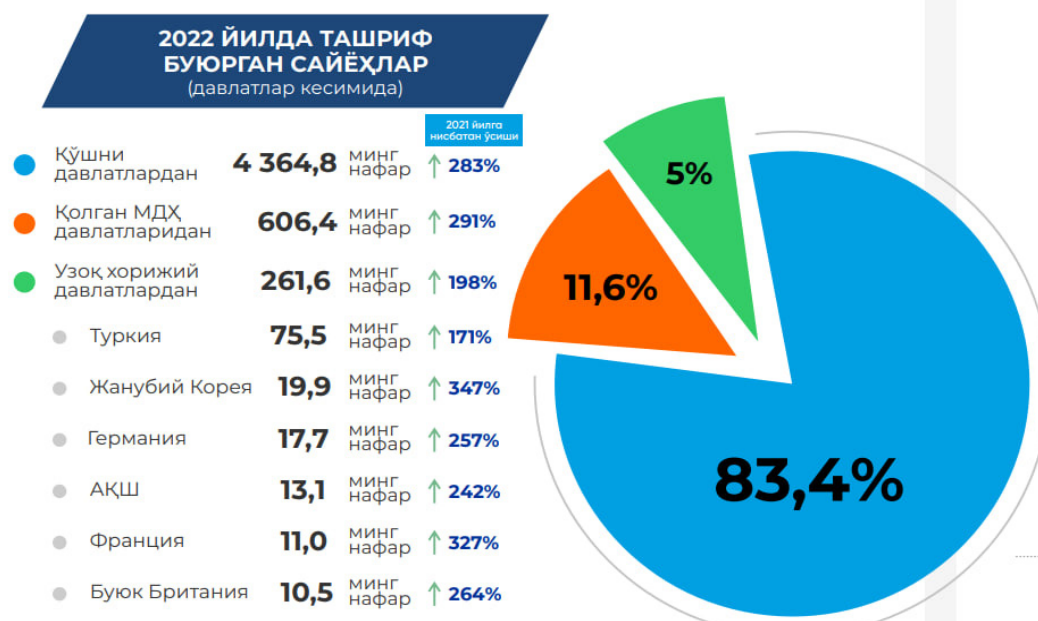
Shuningdek, joylashtirish vositalari va infratuzilma obyektlarining, ayniqsa, turizm mavsumida yetishmasligi, turli transportlarda yo'lovchilarni tashish tizimining yetarli darajada muvofiqlashtirilganligi, shuningdek, turistlarni mavjud turizm salohiyati to'g'risidagi ma'lumotlar bilan ta'minlashni tashkillashtirish darajasining pastligi, ichki turizmni, mamlakat hududlaridagi madaniy meros obyektlarining va ziyoratning o'ziga xosliklarini targ'ib qilish bo'yicha marketing kampaniyalarining samarasizligi turizmni jadal rivojlantirishga salbiy ta'sir qilmoqda. Turizmni, avvalambor, xususiyl sektorida rivojlantirish uchun qulay shart-sharoitlar yaratish, ko'rsatilayotgan xizmatlarning raqobatbardoshligini va sifatini oshirish, milliy turizm mahsulotini dunyo bozorida faol va kompleks ravishda targ'ib qilish, shuningdek, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisiga 2018-yil 28-dekabrda qilgan Murojaatnomasida bildirilgan takliflarni amalda tatbiq etish maqsadida hamda 2017–2021-yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo'nalishi bo'yicha Harakatlar strategiyasida belgilangan vazifalarga muvofiq:

- quyidagilarni nazarda tutuvchi 2019–2025-yillarda O'zbekiston Respublikasida turizm sohasini rivojlantirish Konsepsiyasi ishlab chiqilgan. Bunga ko'ra turizm faoliyati sohasidagi normativ-huquqiy bazani takomillashtirish, turizmni rivojlantirish uchun qulay sharoitlar yaratishga qaratilgan xalqaro me'yor va standartlarni implementatsiya qilish;
- turizm infratuzilmasini rivojlantirish hamda maqbul va qulay turizm muhitini yaratish;
- transport logistikasini rivojlantirish, ichki va tashqi yo'nalishlarni kengaytirish, transport xizmatlari sifatini oshirish;
- turizm bozorining turli segmentlariga yo'naltirilgan turizm mahsuloti va xizmatlarini diversifikatsiya qilish;
- respublika ichida turizm xizmatlariga bo'lgan ehtiyojni qondirishga yo'naltirilgan turizm faoliyati subyektlarining faolligini rag'batlantirishni ta'minlovchi ichki turizmni rivojlantirish;
- O'zbekiston Respublikasi turizm mahsulotini xalqaro va ichki turizm bozorlarida targ'ib qilish, mamlakatning sayohat va dam olish uchun xavfsiz sifatidagi imidjini mustahkamlash;
- turizm tarmog'i uchun kadrlar tayyorlash, qayta tayyorlash va malakasini oshirish tizimini takomillashtirish kabi vazifalar belgilab berilgan.

Statistik ma'lumotlarni tahlil qiladigan bo'lsak, bugungi kunda sayyohlar soni oshmoqda.

Bu O'zbekiston uchun qanchalik foyda?

2022-yilda O'zbekistonga 5 mlndan ortiq xorijiy sayyohlar tashrif buyurgan. Buning iqtisodiyotimizga ta'siri qanday? Ular O'zbekistonda o'rtacha qancha mablag' sarflayapti? Turistlar ko'paygani yaxshi, lekin ular uchun xizmat ko'rsatish sifati qay darajada? O'zbekistonning tashqi va ichki turizm salohiyatini tahlil qiladigan bo'lsak quyidagilarni kuzatish mumkin.



1-diagramma: O'zbekistonga tashrif buyurgan sayyohlar soni

Sayyohlar O'zbekistonda qancha mablag' qoldirmoqda?

2017-yilda O'zbekistonga 2,7 mln nafar turist kelgan bo'lsa, o'tgan 2022-yilda ularning soni 1,9 barobarga o'sib, 5,2 mlnni tashkil qildi. Bu koronavirus pandemiyasidan chiqqan, 2021-yilda 1 mln 880 ming nafar sayyoh tashrif buyurgan O'zbekiston uchun yaxshigina ijobiy ko'rsatkich. Qolaversa, ichki turizm ko'rsatkichlari ham har yili yuqorilamoqda. 2022-yilda ichki sayohat qiluvchilar soni 2017-yilga nisbatan (10,5 mln nafar) 107,0 foizga o'sib, 11,3 mln nafarni tashkil qildi. Bu yil esa xorijiy sayyohlar soni 7 mln nafarga yetishi prognoz qilinmoqda.



2-diagramma: O'zbekistonga tashrif buyurgan sayyohlar soni

Mablag'lar bilan ifodalaydigan bo'lsak, turizm xizmatlari eksporti o'tgan yilda 1,6 mlrd dollarni tashkil etdi (2017-yilda 531 mln dollar). Sobiq turizm va madaniy meros vaziri Aziz Abduhakimovning ma'lum qilishicha, 2019-yilda sayyohlar O'zbekiston shaharlarida o'rtacha 195 dollargacha mablag' sarflab, 2-3 kun qolishgan bo'lsa, 2022-yilda sayohatlar davomiyligi 4-5 kunga, sarf-xarajatlar esa 305 dollargacha oshgan.

Sayyohlar oqimi ko'payishining asosiy sababi

O'zbekistonga sayyohlar oqimi oshishiga asosiy sabablardan biri mamlakatga kirishdagi viza rejimi soddalashtirilishida, deyish mumkin. 2018-yildan boshlangan xorijiy davlatlar fuqarolari uchun kirish vizasi bekor bo'lgan davlatlar soni 2022-yilga kelib 93 taga yetdi. Shuningdek, 2018-yildan boshlab 56 ta davlat fuqarolari uchun elektron kirish vizalarini berish tizimi ishga tushirildi, 47 ta davlat uchun besh kunlik tranzit vizasiz kirish tartibi belgilandi. 55 yoshga to'lgan va turizm maqsadida 30 kundan ortiq bo'lmagan muddatga respublikaga keluvchi XXI, AQSh va Vetnam fuqarolari uchun vizasiz kirish rejimi joriy qilindi.

"Ko'p yillar davomida O'zbekistonda sayohat qilish oson bo'lmagan. Kirish vizasini olish uzoq va murakkab jarayon edi. Buning ustiga sayohatchilar har kecha mehmonxonada ro'yxatdan o'tishlari kerak edi. Bu mamlakatni kashf qilishni istagan ko'plab sayohatchilarni to'xtatdi. Endi bunday emas va viza jarayoni ancha osonlashdi.

O'zbekiston hech qayerga o'xshamaydigan davlat. Bu Samarqand, Buxoro va Xiva kabi ajoyib arxitekturaga ega qadimiy shaharlarga, shuningdek, dunyodagi eng ajoyib metro bekatlariga ega mamlakat hisoblanadi.



Statistik ma'lumotlarga yuzlanadigan bo'lsak, Qozog'iston, Janubiy Korea, Hindiston kabi davlatlardan O'zbekistonga tashrif buyuruvchilar soni yillar davomida deyarli o'zgarmagan bo'lsa, Qolgan MDH, Yaqin Sharq, Yevropa mamlakatlari, shuningdek, AQSh, Braziliya, Kolumbiya, Avstraliya, Nigeriya, Marokko, Shri-Lanka, Nepal kabi davlatlardan kelgan sayyohlar soni so'nggi 5 yilda bir necha 10 baravarga oshgan.

Turistlar soni ko'paygan, xizmat ko'rsatish darajasi-chi?

2017-yilda joylashtirish vositalari soni 767 tani tashkil etgan bo'lsa, 2022-yilda ularning soni 5 mingga yetkazildi. 2018-yilda 106 ta (o'rinlar soni 841 ta) oilaviy mehmon uylari faoliyati yo'lga qo'yilgan bo'lsa, bugungi kunda ularning soni 3,1 mingga va o'rinlar soni 27,8 mingga yetkazildi. Shu bilan birgalikda sohada tadbirkorlik subyektlari soni ortdi. Turistlarga xizmat ko'rsatuvchi subyekt va obyektlar soni 4091 (2017-yilda – 749 ta) taga, jumladan, turoperatorlar – 1663 ta (2017-yilda – 749 ta), turagentlar – 119 ta (2017-yilda – mavjud bo'lmagan) va gid-ekskursovod soni 2309 taga (2017-yilda – 574 ta) yetkazildi. 2018-2022-yillarda sayyohlarga qulaylik yaratish maqsadida yo'l bo'ylari va aholi gavjum joylardagi 7,6 mingga sanitariya-gigiyena shoxobchalari holati yaxshilandi (3,9 mingga yangidan ko'rildi, 3,7 mingga ta'mirlandi). Respublikadagi mavjud avtomobillarga yoqilg'i quyish stantsiyalarining 96 foizida sanitariya-gigiyena shoxobchalari tashkil qilingan.

Sohada qanday muammolarni ko'rish mumkin?

Yo'l. Turizmga yo'l infratuzilmasi eng asosiy omillardan biri sanaladi. Turistik shaharlar, obyektlar, yo'nalishlararo yo'llarning ahvoli yaxshilanmas ekan, bu sayyohlarda O'zbekiston turizmiga nisbatan antipatiya uyg'otadi.

Transport. Mahalliy sayyohlar uchun shaharlararo transportlar qatnovi ham juda noqulay. Masalan, Surxondaryodan Samarqand, Buxoro, Xivaga to'g'ridan to'g'ri qatnovchi transportlar faoliyati yo'lga qo'yilmagan. Boshqa viloyatlar bilan ham bunday noqulayliklar mavjud.

Raqamli xizmat ko'rsatish. Mingdan ortiq joylashtirish vositalari mavjud O'zbekistonda ularning joylashuvi, narxlari, xizmat ko'rsatish turlari bo'yicha yagona platforma shakllantirilmagan yoki bor platformalarga ham barchasining ma'lumotlari joylashtirilmagan. Bu esa mehmon uylari, hostellar, arzon mehmonxonalar qidirgan ichki va xorijiy sayyohlar uchun qo'shimcha qiyinchilik tug'diradi.

Ekstremal, tibbiyot, gastronomik, agro, eko, tarixiy turizm yo'nalishlari bo'yicha har bir hududlar uchun qulay yo'nalishlar shakllantirilmagan.

O'zbekiston boy madaniy va tarixiy merosga, go'zal tabiat manzaralariga ega. Bu omillar mamlakatni jozibador sayyohlik maskaniga aylantiradi. Biroq O'zbekistonning jahon turizm bozorida raqobatbardoshligini oshirish uchun Smart-turizmni rivojlantirish zarur. O'zbekistonda turizmni rivojlantirishning quyidagi asosiy yo'nalishlarini ajratib ko'rsatish mumkin:

- **Madaniy turizm.** O'zbekistonda so'g'd, xorazm va turkiy tillar kabi ko'plab qadimiy sivilizatsiyalar mavjud. Mamlakatda butun dunyodan sayyohlarni o'ziga jalb etadigan ko'plab tarixiy obidalar saqlanib qolgan.
- **Sarguzasht turizmi.** O'zbekistonda faol dam olishni yaxshi ko'radiganlar uchun keng imkoniyatlar mavjud. Mamlakatda tog'kurortlari, cho'llar, ko'llar va boshqa tabiiy diqqatga sazovor joylar mavjud bo'lib, ular alpinizm, trekking, chang'i va boshqa ochiq havoda sayr qilishni yaxshi ko'radilar.
- **Ishbilarmonlik turizmi.** O'zbekiston jadal rivojlanayotgan, yaxshi sarmoyaviy imkoniyatlarga ega mamlakat. Dunyoning ko'plab davlatlaridan ishbilarmonlar konferentsiyalar, seminarlar va boshqa biznes tadbirlarda ishtirok etish uchun mamlakatimizga kelishadi.

Smart-turizm – turizmning yangi yo'nalishi bo'lib, u turizm xizmatlari samaradorligi va sifatini oshirish uchun ilg'or texnologiyalardan foydalanishga asoslangan. Smart-turizm quyidagi texnologiyalardan foydalanishni o'z ichiga oladi:

- **Internet of Things (IoT)** – turistlar va turizm muhiti haqidagi ma'lumotlarni yig'ish va qayta ishlash uchun;
- **Sun'iy intellekt (AI)** – ma'lumotlarni tahlil qilish va qaror qabul qilish uchun;
- **Geografik axborot tizimlari (GIS)** – fazoviy ma'lumotlarni ko'rsatish va tahlil qilish uchun;
- **Blokcheyn** – tranzaksiyalarning xavfsizligi va shaffofligini ta'minlash.



Turizm sohasida ushbu texnologiyalardan foydalanish quyidagilarga imkon beradi:

- Turistlarga ularning shaxsiy xohish va ehtiyojlaridan kelib chiqqan holda ko'proq moslashtirilgan xizmat ko'rsatish;
- Sayyohlik ma'lumotlarini yanada qulayroq va qulayroq qilish, masalan, mobil ilovalardan foydalanish;
- Sayyohlik xavfsizligini yaxshilash, masalan, kuzatish va ogohlantirish tizimlari orqali;
- Turizmning atrof-muhitga salbiy ta'sirini kamaytirish.

Bugungi kunda laxon turizm bozorida xizmatlar taklif qilayotganda Smart-turizmning afzalliklari nima larda aks etadi. Aynan O'zbekistonda Smart-turizmni rivojlantirish qator afzalliklarni beradi, jumladan:

- Turistlar oqimining ortishi. Smart-turizm sayyohlik ma'lumotlarini yanada qulay va qulay qiladi, bu esa yangi sayyohlarni jalb qiladi.
- Xizmat ko'rsatish sifatini oshirish. Smart-turizm sayyohlarga ularning shaxsiy imtiyozlari va ehtiyojlaridan kelib chiqqan holda ko'proq moslashtirilgan xizmatlarni taqdim etish imkonini beradi.
- Yaxshilangan xavfsizlik. Smart-turizm sayyohlarning xavfsizligini, masalan, kuzatish va ogohlantirish tizimlari orqali yaxshilash imkonini beradi.
- Turizmning atrof-muhitga salbiy ta'sirini kamaytirish. Smart-turizm, masalan, monitoring va resurslarni boshqarish tizimlari orqali turizmning atrof-muhitga salbiy ta'sirini kamaytirish imkonini beradi.

O'zbekistonda Smart-turizmni rivojlantirish uchun bir qator chora-tadbirlarni amalga oshirish zarur, jumladan:

- Turizm sohasida texnologiyalarni rivojlantirishga yordam beradigan tegishli qonunchilik bazasini ishlab chiqish va joriy etish.
- Turizmga Smart texnologiyalardan foydalanish infratuzilmasini yaratish, masalan, Wi-Fi tarmoqlari va mobil aloqa.
- Smart-turizm sohasida mutaxassislarni tayyorlash.
- Smart-turizmni turizm industriyasining yangi yo'nalishi sifatida targ'ib qilish.

O'zbekistonda turizm soxasida Smart texnologiyalardan foydalanishga bir qator misollar keltirib o'tish mumkin.

O'zbekistonda turizmga Smart texnologiyalarni joriy etish bo'yicha ishlar allaqachon olib borilmoqda. Bunga ko'ra

- Toshkentda hayot sifati va turizmni yaxshilashga qaratilgan qator texnologiyalarni o'z ichiga olgan "Smart City" tizimi mavjud. Mazkur tizim tufayli sayyohlar uydan chiqmagan holda attrak-sionlar va xizmatlar haqida ma'lumot olishlari, chiptalar va transport vositalarini bron qilishlari, boshqa xizmatlardan foydalanishlari mumkin.
- Samarqandda sayyohlarga mobil qurilmalar yordamida muzey eksponatlari haqida ma'lumot olish imkonini beruvchi "Smart Museum" tizimi joriy etildi.
- Chimyon va O'zbekistonning boshqa turistik hududlarida internet tarmog'iga kirishni ta'minlash uchun Wi-Fi tarmoqlari yaratilmoqda.

Bu misollar O'zbekistonda Smart-turizmni rivojlantirish salohiyatiga ega ekanligini ko'rsatadi. Kerakli chora-tadbirlar amalga oshirilsa, O'zbekiston bu borada yetakchilardan biriga aylanishi mumkin.



Xulosa qilib, O'zbekistonda Smart-turizmni rivojlantirish bo'yicha aniq chora-tadbirlar ishlab chiqish talab etiladi. Bunga ko'ra:

- Smart-turizmni rivojlantirish davlat dasturini ishlab chiqish va amalga oshirish. Dasturda infratuzilmani rivojlantirish, mutaxassislar tayyorlash va Smart-turizmni rivojlantirish bo'yicha chora-tadbirlar o'z ichiga olishi kerak.
- Smart-turizm bo'yicha malaka markazini yaratish. Markaz Smart-turizm sohasida ilmiy-tadqiqot va ishlanmalar bilan shug'ullanadi, shuningdek, turizm industriyasidagi korxona va tashkilotlarni qo'llab-quvvatlaydi.
- Smart-turizmni rivojlantirish uchun investorlarni jalb qilish. Infratuzilmani yaratish va yangi texnologiyalarni joriy etish uchun investitsiyalar zarur.

Ushbu chora-tadbirlarning amalga oshirilishi O'zbekistonga jahon turizm hamjamiyatida munosib o'rin egallash imkonini beradi.

Foydalangan adabiyotlar ro'yxati:

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni, 05.01.2019-yildagi PF-5611-son.
2. <https://uza.uz/uz/posts/ziyosat-turizmini-rivojlantirishning-dolzarb-masalalari>
3. Рахимова Дилфуза Мирзакасымовна, (2023). Потенциал Религиозного Туризма В Узбекистане. Central Asian Journal of Innovations on Tourism Management and Finance, 4(2), 5-12. <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/KY2PC>.
4. O'zbekiston Respublikasi statistika qo'mitasi ma'lumotlari asosida. <https://stat.uz/uz/>



EXPLORING SMART TOURISM: LESSONS FROM ABROAD AND OPPORTUNITIES FOR UZBEKISTAN

Nasiba Mukhtorova

Westminster International University in Tashkent

Zohid Askarov

DSc, Westminster International University in Tashkent, Dean of School of Business and Economics

Angelo Battaglia

Dr, Westminster International University in Tashkent, Senior Lecturer

Abstract: Tourism is an essential sector for the growth and development of many countries worldwide. As technology has progressed, the notion of Smart tourism emerged, signifying the application of cutting-edge technologies to optimise destination management and augment the visitor experience. As a developing country, Uzbekistan offers enormous potential for the growth of Smart tourism. The purpose of this article is to examine the experiences that other countries' Smart tourism projects have presented and to determine areas where Uzbekistan might use Smart tourism strategies. This paper investigates the concept of Smart tourism and its potential benefits for Uzbekistan's tourism industry. It examines case studies from other countries and identifies opportunities for Uzbekistan to implement Smart tourism practices. Overall, the research highlights the potential of Smart tourism to enhance the visitor experience and improve the tourism industry in Uzbekistan through the examination of global Smart tourism projects.

Key words: tourism, tourism industry, visitor experience, niche tourism, e-commerce.

Annotatsiya: Turizm dunyoning ko'plab mamlakatlari o'sishi va rivojlanishi uchun muhim sektordir. Texnologiyaning rivojlanishi bilan Smart-turizm tushunchasi paydo bo'ldi, bu maqsadni boshqarishni optimallashtirish va tashrif buyuruvchilar tajribasini oshirish uchun ilg'or texnologiyalarni qo'llashni anglatadi. Rivojlanayotgan davlat sifatida O'zbekiston Smart-turizmni rivojlantirish uchun ulkan salohiyatga ega. Ushbu maqolaning maqsadi – boshqa mamlakatlarning Smart-turizm loyihalari taqdim etgan tajribalarini o'rganish va O'zbekiston Smart-turizm strategiyalaridan foydalanishi mumkin bo'lgan sohalarini aniqlashdan iborat. Ushbu maqola Smart-turizm konsepsiyasi va uning O'zbekiston turizm sanoati uchun potentsial afzalliklarini o'rganadi. Unda boshqa mamlakatlardagi misollar ko'rib chiqiladi va O'zbekistonning Smart-turizm amaliyotlarini joriy etish imkoniyatlari aniqlanadi. Umuman olganda, tadqiqot global Smart-turizm loyihalarini ekspertizadan o'tkazish orqali tashrif buyuruvchilar tajribasini oshirish va O'zbekistonda turizm industriyasini yaxshilash uchun Smart-turizm salohiyatini oshirish istiqbolli ekani tahlil qilingan.

Kalit so'zlar: turizm, turizm sanoati, tashrif buyuruvchilar tajribasi, niche turizm, elektron tijorat.

Аннотация: Туризм является важным сектором для роста и развития многих стран мира. По мере развития технологий появилось понятие «умного туризма», означающее применение передовых технологий для оптимизации управления дестинациями и повышения качества обслуживания посетителей. Будучи развивающейся страной, Узбекистан предлагает огромный потенциал для роста умного туризма. Цель этой статьи – изучить опыт, представленный проектами умного туризма других стран, и определить области, в которых Узбекистан мог бы использовать стратегии умного туризма. В данной статье исследуется концепция умного туризма и его потенциальные выгоды для туристической индустрии Узбекистана. В нем рассматриваются тематические исследования других стран и определяются возможности для Узбекистана по внедрению практики умного туризма. В целом, исследование подчеркивает потенциал умного туризма для улучшения впечатлений посетителей и улучшения туристической индустрии в Узбекистане посредством изучения глобальных проектов умного туризма.

Ключевые слова: туризм, туристическая индустрия, впечатления посетителей, нишевый туризм, электронная коммерция.



Smart technologies are transforming customer experiences in the tourist industry and inspiring new business models. Modern examples of Smart technologies increasing tourist experiences and services include cloud computing, big data, mobile applications, location-based services, geo-tag services, beacon technology, virtual reality, augmented reality, and social networking services. On the commercial front, Smart tourism paves the way for improved visitor experiences, innovative advertising models, and joint ventures that push the boundaries of the conventional sector.

These innovations are made possible by the use of cloud services and open data (Gretzel Ulrike, Zhong Lina, 2015). Applying Smart tourism demonstrates the density of urban business settings promotes the significant coordination and cooperation required across various industry and government stakeholders.

The European Union defines “smart tourism” as a destination that uses ICT-based (information and communications technology) solutions to make it easier for visitors to access tourism and hospitality products, services, venues, and experiences. A city’s intelligence environment is bolstered, and tourist engagement is increased via the investment and development of these resources. This affects both individuals and companies who gain from more effective infrastructure and service delivery (Mines Tiernan, 2023).

The first EU-wide competition for the title of “European Capital of Smart Tourism” was introduced by the European Commission in 2018. The application process for the 2022 European Capital of Smart Tourism began in 2021, and 30 towns from 16 different Countries filed their bids. The titles of 2022 European Capital of Smart Tourism were obtained by Bordeaux (France) and València (Spain). The study highlights the top practices in each of the following categories: accessibility, digitisation, cultural heritage, and innovation (Initiative of the European Union, 2022).

For a variety of reasons, including meeting market needs, preserving natural and cultural resources, enhancing competitiveness, and raising their gross domestic product, most of countries have begun to build Smart tourism. Smart management has been found to be the development and assessment of innovative actions in the new economic and global context (Revilla et al., 2022).

One of the cities that have applied Smart tourism in a sophisticated way is Barcelona, which outperformed New York and Singapore. The features that were fundamentally utilised to establish the “smart city” idea were those that were connected to technology, buildings, utilities, transportation and road infrastructure (Khan et al., 2017).

The most popular vacation destinations in the globe draw millions of tourists from across the world each year with their enticing combination of history, culture, scenic beauty, and Smart tourism experiences, which consist of Smart sightseeing, Smart information systems, intelligent traffic and virtual tourist attractions. Two European cities were recognised as the 2022 European Capital of Smart Tourism for their remarkable accomplishments.

The designation of Valencia (Spain) and Bordeaux (France) as the 2022 European Capitals of Smart Tourism, which honors exceptional accomplishments in Smart tourism development (smart-tourism-capital.ec.europa.eu, 2022). As reported in the World Tourism Organization’s “World Tourism Barometer” report, 917 million international visitors have crossed the globe in 2022, demonstrating the adaptability and resourcefulness of ambitious explorers and globetrotters (TOP 10 Most Visited Countries in the World (2023 Data), 2023). The official research on Smart tourism in the EU, “Leading Examples of Smart Tourism Practices in Europe,” identified the countries and cities which offer Smart tourism experience in terms of accessibility, digitalisation, cultural heritage, and innovation, which strives to increase public awareness of Smart tourism tools, initiatives, and projects while improving peer-to-peer learning and creative tourist development (Newswire, 2022). According to the 2022 European Capitals of Smart Tourism, Bordeaux and Valencia cities that are promoting Smart tourism development and experiences throughout Europe. The future of Smart tourism in Europe represented in 2022 by these two cities, which have a common culture of excellence in digitisation, sustainability, accessibility, cultural heritage, and innovation.



TOP 10 DESTINATIONS BY INTERNATIONAL TOURIST ARRIVALS

Source: World Tourism Organization (UNWTO) Publication: World Tourism Barometer - Volume 21 Issue 2 - January 2023
Infographic: [Travelness.com](https://www.travelness.com)

(TOP 10 Most Visited Countries in the World (2023 Data), 2023)

Travellers from around the world are particularly attracted to France since it is the most visited country in the world. The overall amount of money generated by tourism in France reached a record-breaking 58 billion euros in 2022, a rise of 1.2 billion euros from 2019. France is a world-renowned travel destination with its compelling combination of extensive history, superb art, and Smart tourism technology.

Smart city projects that are interesting to explore as European case studies concern the city of Lyon (France) as a potential case study.

Lyon, which was the 2019 European Capital of Smart Tourism, has made accessibility a priority in all facets of city life. Visitors with physical limitations and limited mobility may navigate the city on their own, making use of a totally modified transportation system and intelligent signs. The museums in Lyon give accessible tours, allowing deaf visitors to interact with the artwork, and many eateries provide spoken menus.

The ONLYLYON Experience, which delivers real-time, geo-located tourism information directly to tourists' cell phones to ease congestion. Based on ONLYLYON Tourism's customer databases, ONLYLYON Experience offers high-quality digital support to all visitors to the Lyon metropolitan region through digital communication campaigns that incorporate customer information and operational services (Sotiriadis, 2022).

Optimod Lyon Smart project is to enhance the general standard of living for city residents. In order to address urban difficulties, including transportation, energy efficiency, public safety, and environmental sustainability, this initiative focuses on applying cutting-edge technology and environmentally friendly solutions.



The following are some essential elements of the Optimod Lyon Smart project:

1. **Smart transportation.** Putting intelligent transportation systems into place to lessen traffic, enhance public transportation, and encourage alternate forms of mobility, including walking and bicycling.
2. **Smart station.** To give people the most recent information on routes, timetables, and services offered, the Smart stations are outfitted with real-time information systems, including Smart-phone applications and digital displays. By encouraging more people to take public transport this enhances the overall transit experience and lowers emissions and road congestion. The Smart stations also include eco-friendly elements like solar panels, energy-saving lighting, and green areas to reduce their environmental effect and support the city's broader sustainability objectives.
3. **Energy efficiency:** The use of Smart grid technology can enhance energy efficiency, minimise greenhouse gas emissions, and encourage the use of renewable energy sources.
4. **Public safety:** Improving the city's security and safety via the use of Smart surveillance and emergency response technologies. Lyon's initiatives to create Smart communities go beyond technology and infrastructure, emphasising public involvement and interaction. In an effort to promote community cohesion and a sense of ownership, the city has started to solicit input on urban development projects and include citizens in decision-making processes. All things considered, Lyon's Smart community approach is a comprehensive and integrated plan that makes use of technology, sustainability, and community involvement to make the city a more living and welcoming place for its citizens (Wahyuddin, 2021).

Some tourism initiatives concerning the implementation of Smart tourism dynamics have also been developed in Spain to boost competitiveness and handle the significant changes that are still needed in terms of sustainability and digitisation. Additionally, a system called the Tourism Intelligence System (SIT) was created, integrating all Spanish sources of tourism data and offering cutting-edge analytical services crucial to the decision-making of both tourism administrations and businesses. (Turner, 2021). Following a meeting of the European Jury on November 9, 2022, in Brussels, the winners of the 2023 European Capital of Smart Tourism were chosen to be Pafos (Cyprus) and Seville (Spain). An integrated strategy that incorporates infrastructure, governmental and commercial efforts, and international events has helped Seville become a centre for tourist innovation, tourist accessibility and business growth.

The "Seville Accessible App" makes all of this information accessible to users. Seville has implemented projects such as "Sevilla Smart Accessibility Tourist & Events" to improve accessibility and urban space management through ICT-based actions (GIS technology and AI tools), analysing and processing all information by establishing corrective actions and designing accessible routes between neighbourhoods within the cultural heritage areas. Similar to this, the city has improved overall connectivity in regions with high tourist influx and sensorized public buildings (such as Cultural Interest Goods, Museums, Hotels, and Transportation Infrastructure) as IoT nodes (Internet of Things) that contribute all the data to the City Platform. The Smart Tourist System, which integrates, analyses, publishes, and extracts significant information from the tourist destination and offers predictive analysis for decision-making, was introduced in Seville in 2016. To reduce the risk of incidents during major events, the city has modified some of its most well-attended and economically significant events with special accessibility measures that incorporate maps, routes, and signage as well as security cameras for transit control and incident detection, lighting control system, and AI tools for security management integrated into the city platform (SEVILLE – Winner of the 2023 competition, 2023).

Additionally, to the discussion concerning some European case studies, it is interesting to investigate some developing countries' tourism practices since they are more familiar with the Uzbekistan context. Azerbaijan seems to be a very useful example for comparing and supporting Uzbekistan's Smart tourism process. The following points are essential to examine for future research applications in Uzbekistan.



1. **Smart Tourism Mobile Applications:** Azerbaijan has developed several mobile applications to provide tourists with information and assistance during their visit. These apps offer features such as interactive maps, real-time updates on events and attractions, language translation, and access to emergency services. Some of the popular Smart tourism apps in Azerbaijan include Baku City Guide, Visit Azerbaijan, and Azerbaijan Travel Guide.
2. **Digital Information Kiosks:** To give tourists quick access to information on nearby attractions, travel alternatives, lodging, and food options, digital information kiosks have been placed at popular tourist destinations and public spaces. To accommodate travellers from other countries, these kiosks frequently provide language assistance and touch-screen interfaces.
3. **Virtual Reality and Augmented Reality:** Azerbaijan has been using VR and AR technology to improve the tourist experience at historical monuments, museums, and cultural landmarks. With the use of these immersive technologies, visitors may investigate digital reconstructions of historic sites, see 3D representations of artefacts, and take part in interactive storytelling (Mollah and Sebata, 2022).
4. **Smart City Initiatives:** By making traveller experiences more convenient and pleasurable, Azerbaijan's Smart city initiatives seek to enhance urban infrastructure and services, which can help the country's tourist industry. These projects include implementing Smart parking systems, public WiFi networks, Smart transit systems, and environmental monitoring technologies.

Overall, Azerbaijan's Smart tourism initiatives aim to leverage technology and innovation to attract and accommodate tourists while also improving the overall quality of the country's tourism experience (Huseynova et al., 2022). As it seen ICTs (information and communication technologies) are already widely used in the tourism industry, and it has hugely impacted on the perception of the tourism experience, which is an essential ally for staying in touch with tourists before, during, and after their trip.

Smart tourism in Uzbekistan

There is abundant potential for growth in the Uzbek tourist sector with its rich historical, archaeological, architectural, and ecological resources. The country's tourist industry has grown substantially over the several years as one of the areas targeted for reform and economic growth. Foreign visitors to Uzbekistan totalled 5.2 million in 2022. This is about a threefold increase over the 1.8 million in 2021. For instance, there were 283% more visitors last year than there were in 2021 with a total of 4,364.8 thousand coming from nearby nations. Additionally, 261.6 thousand visitors from non-CIS nations visited our nation, up 198% from 2021, while 606.4 thousand tourists from the rest of the Commonwealth of Independent States arrived (a 291% increase).

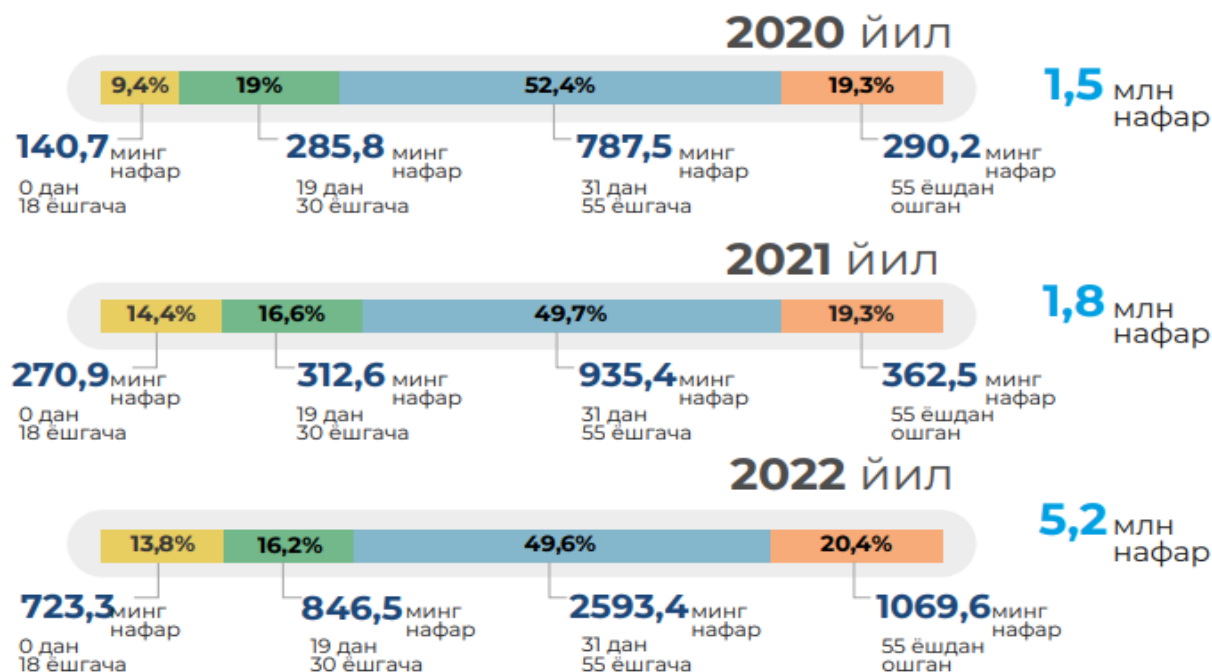
The leadership of Uzbekistan, led by President Sh. Mirziyoyev, is also paying close attention to the growth of this industry and adopting legislative and regulatory legislation. This is clearly demonstrated by the initiatives being taken to draw visitors and promote the construction of regional tourism infrastructure, most notably the approval of the "Tourism Development Concept in Uzbekistan for 2019- 2025" (Presidential Decree..., 2019). The primary objective of the government's tourism policy in Uzbekistan is to guide the industry in the direction of guaranteeing the rapid, all-encompassing development of the country's regions and their infrastructure, dealing with grasping socioeconomic issues, the growth of employment, diversification, and development (Tadjieva, 2022). Uzbekistan is consistently progressing in this direction in an effort to improve its tourism sector and attract more foreign tourists. The State Committee on Tourism of Uzbekistan is developing a proposal for Smart technology for state museums and cultural heritage sites.

In 2018, 50 historical sites in Bukhara received QR codes, which enable visitors to the historical site to quickly and easily access all information on their Smartphones about the location's hotels, restaurants, and other attractions as part of the country's Verum QR Smart tourist development initiative (Aliyeva, 2018). With the development of the tourism business in Uzbekistan, mainly in historical and ancient cities like Bukhara, Samarkand, Khiva and Tashkent, new historically valuable areas and



cultural sites are emerging. Each cultural, historical, archaeological, and tourist centre and object must correspond to its national identity and historical appearance, which increases the interest of tourists.

ХОРИЖИЙ САЙЁХЛАР ЁШЛАР КЕСИМИДА



(Uzbekistan Tourist Arrivals | Uzbekistan Travel, 2022).

In 2019, The Uzbekistan Pass initiative, which offers a variety of travel services, was one of the most significant advancements for travellers. The first and only national product that has been launched that provides a wide variety of travel services in Uzbekistan is the Uzbekistan Pass. This project may serve as a foundation for the country's Smart tourism growth. Pass relates to existing services and applications, making the service quick and easy for visitors from all across the country. The Play Market and Appstore both provide downloads for the mobile application. Additionally, the organisation has created multilingual pocket instructions which allow users of the Uzbekistan Pass to get these for free. The sights, food, and holidays of each area of Uzbekistan are thoroughly described by the guides. The Uzbekistan Pass application includes the SOS button. The owner of a discount card will automatically obtain medical insurance once their card is active, and tourists can access assistance in case of emergency by clicking on this button. Users of applications can also utilise the "Mobile Navigator". With the help of this service, the traveller will instantly obtain complete details about the specified route, travel duration, and nearby businesses where tourists will be eligible for discounts if they have an Uzbekistan Pass discount card. A creative solution has also been developed for regular travellers who are accustomed to receiving information with a single click.

The Verum-QR project is a text and audio informational database of all tourism attractions and displays. Utilising QR code technology, information is accessible in 12 different languages operating in Samarkand, Bukhara, and Khiva. The application is implemented everywhere, including hotels, airports, train stations, and culturally significant locations. (Abdurakhmat, 2019).

A team of experts conducted research and developed the idea of a "smart museum" and a strategy for its digital development as part of a scientific and educational project that has been running in the city of Samarkand since 2019. This team of experts is also sharing its findings and ideas with others involved in the project. The existing solutions might be viewed in many respects as an



effort to depict the historic towns that constitute Uzbekistan's national heritage. The latest Smart technologies are utilised that actively interact with IT systems: The Internet of Things (IoT), augmented, virtual, and mixed reality (VR / AR / MR), the usage and prediction of large data (large Data), and iBeacon and other local technology interactions (Bluetooth, WiFi, Push, NFC).

The Republic of Uzbekistan's President assigned the responsibility of digitalising the capital's urban landscape and creating a more welcoming and secure environment for locals, businesspeople, and visitors in the spring of 2020. The creation of the Digital Development Department and the introduction of the Graphite innovation platform were also implemented in order to address this issue. A precise digital map of Tashkent produced by aerial photography specifically for the requirements of the new project serves as the foundation for the geoinformation system, which is based on the Geointellect and Visiology software. The geoanalytical platform gathers data from over 60 departments, combines city services, and offers all the tools required to address three key issues: operational management, strategic planning, and investment decision-making. This covers a variety of businesses, such as transportation, security, healthcare, gardening and other industries (Совместная разработка Visiology и «Геоинтеллекта» помогла реализовать концепцию Smart City в Ташкенте – CNews, 2022).

According to the Cultural Heritage Agency under the Ministry of Tourism and Cultural Heritage, a digital platform for cultural heritage and creativity has been developed in Uzbekistan. The platform's introduction was discussed by officials from ministries, the country's UNESCO office, and cultural and tourism groups. The electronic platform's goal is to safeguard cultural and natural treasures while encouraging innovation and sustainable tourism development in Uzbekistan. Additionally, the efforts will support the execution of cultural initiatives and programs, such as the New Uzbekistan Development Strategy for 2022–2026 and the United Nations Sustainable Development Cooperation Framework (Ergasheva, 2023).

The Progressive Web App (PWA), a cutting-edge product of PWA – “Digital audio guide to the attractions of Samarkand, Bukhara, Khiva, and Tashkent” launched in August 2022 as an agreement signed by the Ministry of Tourism and Cultural Heritage in collaboration with the renowned French company Orpheo. The manual's accessibility is one of its unique features, which can get access via mobile browser by typing the URL or scanning the QR code. Data that has been cached can be loaded immediately to see content. In addition, a PWA search engine operates much like a regular website (Google's algorithm has given PWA search engines good ratings), and users may simply share its short URL with others (Brightuzbekistan.uz, 2022).

In the scope of the project “Model for Sustainable Development in Central Asia: Capacity Building, Awareness Raising, and Technology Adoption,” the international conference “Development of a Sustainable Tourism Model – a Way to Increase Tourism Potential” has been organised. This initiative is supported by the Ministry of Natural Resources of the Republic of Uzbekistan and funded by the European Union's “Switch Asia” program. The main aim of the conference was to promote a new, organised, sustainable tourism paradigm in Uzbekistan. The specific goals are:

- i- Help tourism organisations in Uzbekistan, Tajikistan, and Kazakhstan implement sustainable production and consumption (SCP) practices by providing pertinent knowledge and tools.
- ii- Support and integrate information and communication technology (ICT) tools for better use in Smart tourism destinations in Uzbekistan.
- iii- Sustain regional and local tourism authorities in planning and implementing policies that will help develop, raise consumer awareness of sustainable consumption, and increase sustainable tourism awareness (UZBEKISTAN, 2023).
- iv- Support the digitalisation process of all the administrative and management practices to reinforce the Smart tourism applications and their integration with other sectors.
- v- Identify Smart tourism practices in Uzbekistan and link their application with the sustainable and circularity process of the green economy in order to reduce and minimise impacts on the environment.



Uzbekistan has already started taking measures to implement a wide range of mechanisms to promote innovation in the tourism sector. Hence, considering the innovation strategy (2022-2030), it becomes essential to evaluate the implemented initiatives and assess their influence on innovation to identify approaches and amplify the most appropriate one. To conclude, it is believed that the review and the potential applications of some European good practices, like those observed in Bordeaux and Valencia could represent a valid experience for Uzbekistan. The unique Smart tourist experience is focused on creative urban redevelopment in Bordeaux, which was awarded the 2022 European Capital of Smart Tourists. As a Smart tourism center, the city makes it a point to prioritise accessibility to specific tourism spots in the city, and the tourist office has created specialised brochures with details on all the facilities accessible to those with impaired mobility. This French city can represent a very interesting developing tourism example if we take into consideration the comparison with the application of some tourism practices in Tashkent. The Uzbek capital is showing a lack of tourism infrastructure and a Smart tourism environment, and it is strongly believed that cities like Bordeaux and Valencia can be beneficial in a comparative analysis. In addition, using technology, Azerbaijan offers travellers a smooth and customised travel experience. For the benefit of travellers with trip planning, destination navigation, and information retrieval about local attractions, the country has deployed various intelligent technologies, such as chatbots, virtual assistants, and Smartphone applications. Given its wealth of natural beauty, cultural diversity, and historical significance, Uzbekistan may advance by taking note of what Azerbaijan has gained through Smart tourism strategies, which have led to significant growth in its tourism industry. The originality, distinctness, and heritage sites in Tashkent must be developed with a more integrated approach, and European cities, for example, can illustrate a Smart pathway for the development and promotion of tourism in Tashkent. According to several research which was conducted by Neuhofer, Buhalis, & Ladkin (2014) technology has a favourable influence on how tourists interact with their surroundings and how well travel service providers operate financially. In this competitive environment in the tourism sector in Central Asia, new technical innovations in Uzbekistan can be adopted to give major importance to tourism service, providing new chances to offer tourists with a deeper and more alluring experience: Tashkent can be developed as an innovative tourism destination in Uzbekistan connecting together tourists, business players and local citizens. As per academics, interactive technologies, as opposed to traditional ones, have an undeniably positive impact on consumers' experiences since they enable effective communication between businesses and customers. As observed in Valencia, the tourist sector contributes an estimated €3,600 million to city's GDP, and its new plans will only boost this amount. Therefore, quick action is required to boost competitiveness and handle the significant changes that are still needed in terms of sustainability and digitisation. At the level of major tourist destinations and European capitals, Valencia is establishing itself as a cosmopolitan, intellectual, and sustainable tourism destination. Communication tools, including tourist chatbots, Smart tourist information kiosks—which assist visitors 24 hours a day, seven days a week—as well as geocaching experiences to discover the city's attractions are some examples of the digital advancements that Valencia has taken to connect with visitors via technology and Smart socio-innovations. These tools are aimed at easing the decision-making process in the business sector (Turner, 2021). To conclude, Smart tourist destinations are places that are being developed on cutting-edge technological infrastructures, ensuring sustainable development, accessibility, visitor integration with the environment, higher quality of life, and better experiences while visiting the place. The capacity of a destination to be Smart-user oriented is connected to the integration of the different local tourist spots with the IoT that in the city is developing a technologic-integrated environment that can be useful and attractive for both tourists and residents. The goal of this Smart tourism research is related to the ability to adopt and adapt innovative Smart tourism practices in Europe to the emerging Uzbekistan tourism context. Further tourism research and comparative methods of city analysis will explore the ability and capacity of Uzbek tourism and business players to design a competitive tourism environment and create a new tourism model unique in Central Asia.



References:

1. Abdurakhmat, R. (2019). Smart-туризм в Узбекистане | ICTNEWS. Available from <https://ictnews.uz/28/01/2019/smart-tourism/> [Accessed 15 August 2023].
2. Aliyeva, K. (2018). Smart tourism to be developed in Uzbekistan. Available from <https://www.azernews.az/region/125198.html> [Accessed 4 March 2022].
3. Brightuzbekistan.uz. (2022). Smart tourism technologies are being introduced in Uzbekistan. Available from <https://brightuzbekistan.uz/en/smart-tourism-technologies-are-being-introduced-in-uzbekistan/> [Accessed 15 August 2023].
4. Ergasheva, Y.. (2023). РОЛЬ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА И ПОПУЛЯРИЗАЦИИ ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ УЗБЕКИСТАНА. (1), 1–14.
5. Gretzel Ulrike, Zhong Lina, K.C. (2015). Application of Smart Tourism to Cities – Introduction to the Special Issue. Nhk, 151, 10–17.
6. Huseynova, A. et al. (2022). Innovative Way of Solution of “Smart City” in Azerbaijan – City Problems. WSEAS Transactions on Business and Economics, 19, 1394–1402. Available from <https://doi.org/10.37394/23207.2022.19.125>.
7. Initiative of the European Union. (2022). Leading Examples of Smart Tourism Practices in Europe.
8. Khan, M.S. et al. (2017). Smart city and Smart tourism: A case of Dubai. Sustainability (Switzerland), 9 (12). Available from <https://doi.org/10.3390/SU9122279>.
9. Mines Tiernan, F.E. (2023). What is Smart Tourism (And Why Does it Matter)? – Hello Lamp Post. Available from <https://www.hlp.city/what-is-smart-tourism-and-why-does-it-matter/> [Accessed 21 July 2023].
10. Mollah, M.R.A. and Sebata, E. (2022). Technology Application in Tourism in Asia. Available from https://doi.org/10.1007/978-981-16-5461-9_2.
11. Newswire, PR (2022). The Smart Tourism Experience: València & Bordeaux Leading the Way. European-Tourism. Available from <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=shib&db=bwh&AN=202203171230PR.NEWS.USPR.I095676&authtype=sso&custid=s8370378&site=eds-live&custid=s8370378> [Accessed 27 July 2023].
12. Revilla, M.R.G. et al. (2022). Proposal of New Strategies for Smart Tourism Destinations in the Challenging New Reality: A Commitment to the Technology–Sustainability Binomial. Sustainability (Switzerland), 14 (10). Available from <https://doi.org/10.3390/su14105867>.
13. SEVILLE – Winner of the 2023 competition. (2023). Available from https://smart-tourism-capital.ec.europa.eu/seville-winner-2023-competition_en [Accessed 12 August 2023].
14. smart-tourism-capital.ec.europa.eu. (2022). Cities 2022. Available from https://smart-tourism-capital.ec.europa.eu/winners-and-finalists/cities-2022_en [Accessed 27 July 2023].
15. Sotiriadis, M. (2022). Tourism in France: exceptional results in 2022 | Campus France. Available from <https://www.campusfrance.org/en/actu/tourisme-en-france-un-resultat-exceptionnel-en-2022> [Accessed 11 August 2023].
16. Tadjieva, F. (2022). Development of Tourism in Uzbekistan. Eurasian Journal of Humanities, 15 (1), 112–114. Available from [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(94\)00051-S](https://doi.org/10.1016/0160-7383(94)00051-S).
17. TOP 10 Most Visited Countries in the World (2023 Data). (2023). Available from <https://travelness.com/most-visited-countries-in-the-world> [Accessed 23 July 2023].
18. Turner, M. (2021). Smart tourism | España Digital 2026. Available from <https://espanadigital.gob.es/en/measure/smart-tourism> [Accessed 12 August 2023].
19. UZBEKISTAN, P. and information team of the D. to. (2023). Development of a sustainable tourism model – a way to increase tourism potential | EEAS. Available from https://www.eeas.europa.eu/delegations/uzbekistan/development-sustainable-tourism-model-way-increase-tourism-potential_en?s=233 [Accessed 16 August 2023].
20. Uzbekistan Tourist Arrivals | Uzbekistan Travel. (2022). Available from <https://uzbekistan.travel/en/uzbekistan-tourist-arrivals/> [Accessed 15 August 2023].
21. Wahyuddin, Y. (2021). Governing the Smart city: How Lyon Metropolis managed to steer a heterogeneous ensemble of public and private actors towards sustainable climate-energy Core.Ac.Uk, (November 2018). Available from <https://core.ac.uk/download/pdf/226787067.pdf>.
22. Совместная разработка Visiology и «Геоинтеллекта» помогла реализовать концепцию Smart City в Ташкенте – CNews. (2022). Available from https://www.cnews.ru/news/line/2022-02-02_sovmestnaya_razrabotka_visiology [Accessed 16 August 2023].



SMART TOURISM: PROS, CONS AND POTENTIAL FUTURE DEVELOPMENT

Baratov Asadbek

TSUE Tourism and service faculty

This thesis explores the dynamic landscape of Smart tourism, analyzing its inherent advantages and disadvantages while delving into the potential future developments. As technology continues to reshape the travel and tourism industry, the integration of Smart technologies promises transformative experiences for both tourists and destinations. However, this evolution is not without its challenges. This thesis aims to provide a comprehensive understanding of the pros and cons associated with Smart tourism and to envision the future trajectory of this rapidly evolving phenomenon.

What is Smart tourism?

Smart tourism is a term used to describe the integration of technology into the travel industry to enhance the overall experience for tourists. It involves the use of various technological advancements such as mobile applications, augmented reality, virtual reality, and artificial intelligence to provide personalized and efficient services to travellers. Smart tourism aims to make travel more convenient, sustainable, and enjoyable by harnessing the power of technology.

Advantages of Smart tourism Smart tourism offers numerous advantages for both tourists and the travel industry as a whole. One of the key benefits is the enhanced convenience it provides. With the help of Smart technology, travellers can easily plan their trips, book accommodations, and find the best attractions and activities at their destination. Mobile applications and online platforms offer real-time information and recommendations, making it easier for tourists to navigate unfamiliar places.

Additionally, Smart tourism allows for a more personalized experience. Through the use of data analytics, travel companies can gather information about individual preferences and tailor their offerings accordingly. This means that travellers can receive customized recommendations based on their interests, making their trips more enjoyable and fulfilling.

Another advantage of Smart tourism is the increased safety and security it offers. With the use of GPS tracking and real-time communication, tourists can stay connected and alert in case of emergencies. They can easily access information about local laws, medical facilities, and emergency contacts, ensuring their well-being throughout their travels.

Disadvantages of Smart tourism. While Smart tourism brings many benefits, there are also some disadvantages that need to be considered. One of the main concerns is the overreliance on technology. In some cases, tourists may become too dependent on their Smartphones and other devices, missing out on the authentic experiences and interactions that travel can offer. It is important to strike a balance between using technology as a tool and immersing oneself in the local culture.

Another disadvantage is the potential for privacy breaches. As Smart tourism relies on collecting and analyzing personal data, there is a risk of data breaches and misuse. Travel companies must prioritize data security and ensure that tourists' personal information is protected.

The future of Smart tourism. The future of Smart tourism looks promising, with continuous advancements in technology. As artificial intelligence and machine learning become more sophisticated, travel companies will be able to offer even more personalized and intelligent services. Virtual reality and augmented reality technologies will also play a significant role in transforming the way we experience travel, allowing for immersive virtual tours and interactive experiences.

Furthermore, the Internet of Things (IoT) will revolutionize Smart tourism by connecting various devices and systems to create a seamless travel experience. Smart hotels, for example, will be equipped with sensors that can automatically adjust room temperatures and lighting based on guest preferences. Smart cities will use IoT to optimize transportation systems and reduce congestion, making travel more efficient and sustainable.



How Smart technology is transforming the tourism industry

Smart technology is revolutionizing the tourism industry in several ways. One of the most notable transformations is the shift towards a more seamless and personalized booking process. With the help of artificial intelligence and data analytics, travel companies can offer tailored recommendations, personalized itineraries, and real-time pricing information. This not only saves time and effort for travellers but also ensures that they get the best deals and experiences.

Another area where Smart technology is making a significant impact is in destination management. Smart cities are using technology to improve infrastructure, transportation, and overall visitor experience. For instance, Smart traffic management systems can help reduce congestion and improve the flow of tourists within a city. Smart attractions and museums are using augmented reality and virtual reality to enhance exhibits and provide interactive experiences for visitors.

Additionally, Smart technology is enabling more sustainable travel practices. With the help of data analytics and real-time monitoring, travel companies can optimize routes, reduce energy consumption, and minimize waste. Smart tourism initiatives promote eco-friendly transportation options, such as electric bikes and shared mobility services, to reduce carbon emissions and promote sustainable tourism practices.

Examples of Smart tourism initiatives around the world

Smart tourism initiatives are being implemented in various parts of the world to enhance the travel experience. One notable example is the city of Barcelona, which has embraced Smart technology to become a leading Smart tourist destination. Barcelona uses mobile applications and Smart city infrastructure to provide real-time information about attractions, transportation, and events. Tourists can easily navigate the city and access personalized recommendations based on their interests.

Another example is the Smart Hotel initiative in Singapore. The YOTEL Singapore Orchard Road hotel incorporates Smart technology throughout its operations, providing guests with a seamless and convenient experience. The hotel uses mobile applications for check-in and check-out, voice-activated rooms, and Smart devices for controlling room amenities. This not only enhances the guest experience but also increases operational efficiency.

Smart tourism and sustainable travel

Smart tourism goes hand in hand with sustainable travel practices. By utilizing technology to optimize routes, reduce waste, and promote eco-friendly transportation options, Smart tourism contributes to the preservation of natural resources and the reduction of carbon emissions. Travel companies are increasingly adopting sustainable practices and integrating them into their Smart tourism initiatives. Furthermore, Smart technology enables tourists to make more informed decisions about their travel choices. With access to real-time information about the environmental impact of various activities and accommodations, travellers can choose options that align with their values and contribute to sustainable tourism.

Tips for incorporating Smart tourism into your travel plans

If you're interested in incorporating Smart tourism into your travel plans, here are some tips to get started:

- Research and download relevant travel applications that provide real-time information and personalized recommendations.
- Use mobile payment options to streamline transactions and reduce the need for cash.
- Take advantage of Smart city initiatives and use public transportation or shared mobility services to reduce your carbon footprint.
- Pack Smart by using electronic boarding passes, digital travel guides, and language translation apps.
- Prioritize data security by using secure networks and being cautious about sharing personal information.
- By incorporating these tips, you can make your travel experiences more convenient, personalized, and sustainable.



Challenges and considerations for implementing Smart tourism

While Smart tourism offers many advantages, there are also challenges and considerations that need to be addressed. One of the main challenges is the digital divide, where not everyone has access to the necessary technology or internet connectivity. This can create inequalities in the travel experience, as those without access may miss out on the benefits of Smart tourism.

Another consideration is the need for proper infrastructure and support systems. Smart tourism initiatives require robust internet connectivity, reliable power supply, and trained personnel to ensure smooth operations. It is essential for destinations to invest in the necessary infrastructure to fully leverage the potential of Smart tourism. Furthermore, privacy and data security are major concerns in Smart tourism. Travel companies must prioritize the protection of personal information and ensure that data is stored and used responsibly. Clear guidelines and regulations need to be in place to safeguard tourists' privacy and prevent misuse of their data.

CONCLUSION

Smart tourism is revolutionizing the travel industry by harnessing the power of technology to enhance the overall travel experience. With its numerous advantages, such as convenience, personalization, and increased safety, Smart tourism is becoming increasingly popular among travellers. However, it is important to consider the potential disadvantages and challenges associated with Smart tourism, such as privacy breaches and the digital divide.

As technology continues to advance, the future of Smart tourism looks promising. With further advancements in artificial intelligence, virtual reality, and the Internet of Things, the travel industry will continue to evolve and provide even more innovative and personalized experiences for tourists. By incorporating Smart tourism into our travel plans and embracing sustainable practices, we can unlock the full potential of technology and create a more enjoyable and sustainable travel experience.

CTA: Plan your next trip with the advantages of Smart tourism in mind and experience the convenience, personalization, and sustainability it offers. Embrace the power of technology to enhance your travel experiences and make the most of your adventures.

Literature:

1. Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: foundations and developments. *Electronic markets*, 25, 179-188.
2. Tukhliev, I. S., & Muhamadiyev, A. N. (2019). Smart-TOURISM EXPERIENCE IN GEO INFORMATION SYSTEMS. *Theoretical & Applied Science*, (4), 501-504.
3. Shuxratovna, M. N., Kiran, P., & Erdogan, E. (2023). Smart Tourism Triggers Tourist Minds-Do you have the mind to mind it?. *International Journal Vallis Aurea*, 9(1), 19-36.
4. Navruz-Zoda, B., & Ibragimov, N. (2015). Ways of Applying Destination Management Concepts to the Development of Internal Tourism in Uzbekistan. In *International Tourism and Hospitality in the Digital Age* (pp. 172-190). IGI Global.
5. Nasridinovna, T. O. (2022). The role of tourism in the development of the economy and increasing its attractiveness in the republic of Uzbekistan. *ASIA PACIFIC JOURNAL OF MARKETING & MANAGEMENT REVIEW* ISSN: 2319-2836 Impact Factor: 7.603, 11(01), 14-20.



TURISTIK DESTINATSIYALARNI BOSHQARISH ORQALI TURISTIK MINTAQALARNI RIVOJLANTIRISH

Toirova Nozima Miraxmad qizi

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti magistranti

Annotatsiya: Ushbu maqola turistik mintaqani rivojlantirish kontekstida turistik yo'nalishlarni boshqarishga bag'ishlangan. Maqolada "destinatsiya" va "turistik yo'nalishlarni boshqarish" kabi tushunchalarga ta'rif berilgan. Turistik yo'nalishlarni boshqarishni tashkil etishda qo'llaniladigan uchta asosiy yondashuv, shuningdek, ularning afzalliklari va kamchiliklari keltirilgan.

Kalit so'zlar: turizm, turistik destinatsiya, turistik destinatsiyalarni boshqarish.

Abstract: This article is dedicated to the management of tourist destinations in the context of the development of the tourist region. The article defines such concepts as "destination" and "tourist destination management". Three main approaches used in the organization of management of tourist destinations are presented, as well as their advantages and disadvantages.

Key words: tourism, tourist destination, management of tourist destinations.

Аннотация: Данная статья посвящена управлению туристскими дестинациями в контексте развития туристского региона. В статье даны определения таких понятий, как «дестинация» и «менеджмент туристской дестинации». Представлены три основных подхода, используемых при организации управления туристскими дестинациями, а также их преимущества и недостатки.

Ключевые слова: туризм, туристическая дестинация, управление туристическими дестинациями.

Turistik destinatsiya turizm tizimining eng muhim tarkibiy qismidir. Destinatsiyalar turistik mahsulotlar va integratsiyalashgan sayohat tajribasini yaratish uchun asosiy qurilish blokidir. Destinatsiyalar ko'pincha geografik va siyosiy chegaralar asosida sun'iy ravishda bo'linadi, bu iste'molchilarning xohishlariga va turizm sanoati mantig'iga mos kelmaydi. Bunga Frantsiya, Italiya, Shveytsariya, Avstriya va Sloveniya hududida joylashgan Alp tog'lari misol bo'la oladi, ular turistlar ko'pincha bir xil turistik mahsulot sifatida qabul qilinadi. Shuning uchun turistik yo'nalishlarni boshqarishni qo'llash kerak. Birinchidan, "maqsad" atamasini aniqlash kerak. Jahon sayyohlik tashkiloti (UNWTO) ma'lumotlariga ko'ra, "maqsad" – bu tashrif buyuruvchi kamida bir marta tunash bilan vaqt o'tkazadigan jismoniy makon. U xizmat va diqqatga sazovor joylar kabi turistik mahsulotlarni, sayohatning bir kunidagi turistik resurslarni o'z ichiga oladi. Bu makon uni boshqarish usulini belgilaydigan jismoniy va ma'muriy chegaralarga, uning bozor raqobatbardoshligini belgilovchi tasvir va tasavvurlarga ega¹.

Chexiya turizm lug'atida "turistik destinatsiya" atamasiga quyidagicha ta'rif berilgan: bu "ma'lum bir mintaqadagi diqqatga sazovor joylar va turistik infratuzilmaning sezilarli soni bilan ajralib turadigan maqsad hududi; kengroq ma'noda, bular turistik diqqatga sazovor joylarning katta konsentratsiyasi, xizmatlar va boshqa turizm infratuzilmasining rivojlanishi bilan ajralib turadigan mamlakatlar, mintaqalar, aholi punktlari va boshqa hududlardir, bu esa uzoq muddatli tashrif buyuruvchilarning katta oqimiga olib keladi². Tadqiqotchilar Zelenka va Paskovalar "turistik destinatsiyani boshqarish" atamasini "ma'lum bir yo'nalishda turizmni muvofiqlashtirilgan rejalashtirish, tashkil etish, aloqa qilish, qarorlar qabul qilish va tartibga solishda qo'llaniladigan usullar, vositalar va chora-tadbirlar majmui", deb ta'riflaydilar³.

1 Основы туризма: учебник / коллектив авторов; под ред. Е.Л. Писаревского. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 384 с

2 Zelenka J. Cestovní ruch: Výkladový slovník // J. Zelenka, M. Pásková. – Praha: Linde, 2012. – 768 s

3 Zelenka J. Cestovní ruch: Výkladový slovník // J. Zelenka, M. Pásková. – Praha: Linde, 2012. – 768 s



Turistik destinatsiya umuman turizm sanoatining mustaqil mahsuloti va raqobatbardosh birligidir. Bundan kelib chiqadiki, uni strategik jihatdan to'g'ri boshqarish kerak va shuning uchun "destinatsiyani boshqarish" atamasi ko'pincha eng rivojlangan yo'nalishlarda turizmni boshqarishning eng yaxshi shakli sifatida qabul qilinadi. Shuni ta'kidlash kerakki, tizimdagi alohida subyektlar raqobatchilar emas, balki sheriklar asosida ishlaydi. Biznesning boshqa sohalarida bo'lgani kabi, destinatsiyaning o'rta va uzoq muddatli maqsadi bozorda raqobatbardoshlikni ta'minlashdan iborat. Subyektlar o'rtasidagi hamkorlikni rivojlantirish va turizm sohasida tashkiliy tuzilmani qurish Yevropaning rivojlangan turistik mamlakatlarida quyidagicha amalga oshirildi⁴:

1950-1960-yillarda turistik hududlarda reklama uyushmalari tashkil etildi. Turistlar mintaqaga asosan mustaqil ravishda kelishgan (ko'pincha kimningdir tavsiyasi bilan);

1970-1980-yillar klassik mahalliy va mintaqaviy turizm tashkilotlari davrini ifodalaydi. Turizm industriyasi subyektlari ma'lum bir mintaqaning turistik takliflari va xizmatlarini yetkazib beruvchilar birlashmalariga birlashtirilgan. Ularning asosiy faoliyati o'z mintaqasi uchun qo'shma reklama va reklama, axborot markazlari va boshqa xizmatlarni tashkil etish edi;

90-yillar turistik destinatsiyalarni boshqarishni yaratish va rivojlantirish bilan tavsiflanadi.

Tashkiliy tuzilma savdo va raqobat bo'yicha strategik boshqariladigan bo'linmalarda to'plangan, hamkorlar strategik hamkorlikda birlashgan va to'g'ridan-to'g'ri sotish bilan turli savdo tizimlarini boshqarish yo'lga qo'yilgan. Turistik subyektlar o'rtasidagi hamkorlik destinatsiyada uch shaklda amalga oshirilishi mumkin:

1. xo'jalik yurituvchi subyektlar o'rtasidagi hamkorlik;
2. davlat organlari o'rtasidagi hamkorlik;
3. davlat-xususiy sheriklik deb ataladigan davlat va xususiy tuzilmalar o'rtasidagi hamkorlik⁵.

Turizm destinatsiyasini boshqarish doirasida yuqoridan pastga, pastdan yuqoriga yoki ularning kombinatsiyasi kabi umumiy qo'llaniladigan yondashuvlardan foydalanish mumkin. Destinatsiyani boshqarish tashkilotining paydo bo'lishiga turtki bo'lib davlat boshqaruvi (ya'ni mintaqaviy hokimiyat yoki mahalliy hokimiyat) hisoblanadi. Imtiyozlar kompetensiyalarning aniq ta'rifini, maqsadli boshqaruvni mintaqaviy hukumatning strategik maqsadlariga moslashtirishni yoki faoliyatni siyosiy va moliyaviy qo'llab-quvvatlashni o'z ichiga olishi mumkin. Kamchiliklari: tadbirkorlik subyektlariga ishonchsizlik, hududiy hokimiyat budjetining maqsadli tashkilot faoliyatiga ta'siri, mintaqaviy va shahar hokimiyatlarining o'zgarishi sababli noaniqlik. Pastdan yuqoriga yondashuv. Destinatsiyani boshqarish tashkilotining paydo bo'lishiga turtki tadbirkorlik yoki notijorat sektoridir. Afzalliklari: boshqaruv va hamkorlik natijasida o'tkir foyda, kelajakda qandaydir foyda keltiradigan maqsadni rivojlantirish. Kamchiliklar orasida davlat va tadbirkorlik sohasi o'rtasida kelishuv bo'lmasa, davlat boshqaruvining past darajada qo'llab-quvvatlanishi ajralib turadi. "Birlashtirilgan" yondashuv. Tashabbuskorlar shahar va munitsipalitetlar, tadbirkorlar, axborot markazlari, uyushmalar, kasaba uyushmalari bilan birgalikda. Imtiyozlarga davlat-xususiy sheriklik (DXSh) tamoyillarini boshidan tatbiq etish, barcha sektorlar ishtirokida umumiy maqsadlarga erishish, moliyalashtirish va umumiy boshqaruvni yaxshilash kiradi. Kamchiliklari: aloqa va boshqaruvning yanada murakkabligi, sifatli faoliyatni tashkil etishga yuqori talablar va turistik yo'nalishlarni boshqarishni tashkil etish uchun xodimlar.

Umuman olganda, maqsadni boshqarish bo'yicha hamkorlik cheklangan miqdordagi ishtirokchilar va bunday hamkorlik uchun nisbatan oddiy maqsadlar bilan samarali bo'ladi. Hamkorlikning bunday shakllarining muvaffaqiyat omili manfaatdor tomonlar o'rtasidagi o'zaro ishonchning yuqori darajasidir⁶.

4 Рассохина Т.В. Менеджмент туристских дестинаций: учебник и практикум для вузов. – М.: Изд-во Юрайт, 2019. – 210 с.

5 Holešinská A. Destinační management aneb Jak řídit turistickou destinaci. – Brno: Masarykova univerzita, 2007. – 95 s.

6 Nováková B. Destinační management a možnosti jeho využití pro rozvoj cestovního ruchu v České republice. – Pardubice: Univerzita Pardubice, 2018. – 160 s.



XULOSA

Turistik destinatsiyalarni boshqarishning maqsadi barqaror turizmni rivojlantirish tamo-yillariga mos kelishi kerak bo'lgan raqobatbardosh turistik mahsulotni yaratish orqali tashrif buyuru-vchilarning ehtiyojlarini qondirishdir. Shu sababli, maqsadni boshqarish deganda maqsad o'z oldiga qo'ygan maqsadlarga erishish uchun zarur bo'lgan aniq faoliyatni boshqarish uchun foydalaniladigan fikrlar, tajribalar, yondashuvlar va usullar to'plami tushunilishi kerak. Bunga turizmning barcha asosiy subyektlari o'rtasidagi yaqin aloqa orqali erishish mumkin. Xususi va davlat sektorlari o'rtasidagi munosabatlar muayyan yo'nalishda turizmning barqaror rivojlanishiga hissa qo'shish uchun to'g'ri yo'lga qo'yilishi, qo'llab-quvvatlanishi va bosqichma-bosqich rivojlanishi kerak.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'xati:

1. Основы туризма: учебник / коллектив авторов; под ред. Е.Л. Писарева. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 384 с.
2. Zelenka J. Cestovní ruch: Výkladový slovník // J. Zelenka, M. Pásková. – Praha: Linde, 2012. – 768 s.
3. Рассохина Т.В. Менеджмент туристских направлений: учебник и практикум для вузов. – М.: Изд-во Юрайт, 2019. – 210 с.
4. Holešinská A. Destinační management aneb Jak řídit turistickou destinaci. – Brno: Masarykova univerzita, 2007. – 95 s.
5. Nováková B. Destinační management a možnosti jeho využití pro rozvoj cestovního ruchu v České republice. – Pardubice: Univerzita Pardubice, 2018. – 160 s.



HUDUDLARDA TURIZM SOHASINI RIVOJLANTIRISHNING MULTIPLIKATIV SAMARASI

Karshiyev A. A.

SamISI tayanch doktoranti

Turizmning o'rishini boshqarish strategik rejalashtirish yondashuvini talab qiladi, bunda turizmni boshqarish uchun keng qamrovli asos yaratish, turizm bilan bog'liq turli xil rejalashtirish va rivojlantirish tadbirlarini umumiy strategik rejaga birlashtirish muhimdir. Turizmni strategik rejalashtirish barqaror rivojlanish maqsadlari va tamoyillarini diqqat bilan ko'rib chiqishni talab qiladi. Ushbu maqsadlar va tamoyillarga turlicha yondashish mumkin. Birlashgan Millatlar Tashkilotining hisobotida quyidagi keltirilgan beshta yondashuv: iqtisodiy, ijtimoiy, ekologik, madaniy va siyosiy tamoyillari keltirilgan.

Iqtisodiy jihatdan turizmni rivojlantirish strategiyasi umumiy iqtisodiy va ijtimoiy nuqtai nazardan muqobil variantlar va qabul qilingan qarorlarning barcha xarajatlari va foydalarini hisobga olgan holda rivojlanishni nazarda tutadi.

Ijtimoiy jihatdan turizm sohasida barqaror ish bilan bandlikka erishish, ya'ni mavsumga bog'liq bo'lmagan holda ishchilarga doimiy ish joyini ta'minlay olish lozim. Mahalliy aholining bilimi, ko'nikma va urf-odatlaridan foydalanishni rag'batlantiradigan va aholining xizmatdan qoniqishi taklif qiladigan sifatli ish joylari muhim hisoblanadi. Shu bilan birga bu yondashuv hozirgi va kelajakdagi avlodlar uchun turmush darajasini oshirish va resurslarni adolatli taqsimlashni taqozo etadi.

Ekologik jihatdan turizmni rivojlantirish strategiyasi asosiy ekologik jarayonlarni, biologik xilma-xillikni saqlash va kelajak avlodlar uchun qayta tiklanadigan manbalarni ko'paytirishni nazarda tutadi. Uzoq muddatli ekologiyaga omillar ta'sirlarini samarali va uzluksiz kuzatish va ekologik muammolarni yumshatishni ta'minlaydigan tizimni yaratish muhim hisoblanadi.

Madaniy jihatdan turizm strategiyasi sayyohlik faoliyatini tartibga solish va turistlarning xulq-atvori mahalliy madaniy tadbirlar, qadriyatlarni hurmat qilishini o'z ichiga oladi. Bunda turistik destinatsiyalardagi binolar dizayni milliy va mahalliy meros, mahalliy aholi xarakteriga mos kelishi va jamiyatlardagi o'ziga xoslik yoki joy tuyg'usini targ'ib qilishi kerak. Turizm turlari va faoliyati mahalliy aholining ehtiyojlari va talablariga javob berishi, mahalliy madaniyatlar har qanday salbiy ta'sirlardan himoyalangan bo'lishi kerak.

Barcha mamlakatlar ham turizm sohasini rivojlantirish imkoniyatiga ega emas, lekin rivojlanish salohiyatiga ega bo'lgan davlatlar sohaning o'sish sifati hamda uning barqarorligi haqida qayg'urishlari kerak. Boshqacha qilib aytganda, iqtisodiy o'sishning o'zi yetarli emas – destinatsiya haqida ma'lumotlarning tarqalishi va hayot sifati uning ta'sirini kuchaytirishi yoki kamaytirishi mumkin. O'sishning barqarorligini ta'minlash uchun qo'shimcha investitsiyalar va tegishli choralar talab qilinishi mumkin. Masalan, mahalliy aholi ishtirokini kuchaytirish, yerdan foydalanish, atrof-muhitni muhofaza qilish va qurilish uchun maxsus qoidalarni ishlab chiqish kabilarni keltirish mumkin.

Umuman olganda, joylashtirish va ovqatlanish har qanday sayohat xarajatlarning katta qismini tashkil qilsa-da, sayyohlar baribir o'z mehmonxonalaridan tashqarida pul sarflashadi. Shunday qilib, boshqa sohalarining ham rivojlanganligi yuqori daromad keltirishi mumkin: chet ellik sayyohlarga xizmat ko'rsatish uchun qishloq xo'jaligi mahsulotlarining ishlab chiqarishining ko'payishiga olib keladi va bu qishloq xo'jaligini rivojlantirishning yangi (samarali) usuli bo'lishi mumkin. Bu shuni ko'rsatadiki, agar biz qo'shilgan qiymatni maksimal darajada oshirishni istasak, turizmga investitsiyalar boshqa sohalariga investitsiyalar bilan parallel amalga oshirilishi lozim.

Yirik investitsion loyihalarsiz turizm sohasi rivojlanishi mumkin emas. Ushbu loyihalar diqqatga sazovor joylarni rivojlantirish, turar joy, o'yin-kulgi, transport, Kongress markazlari, tadbirlar va boshqalar kabi turli shakllarda bo'lishi mumkin.



Mamlakatda pul aylanishining har bir siklidan keyin milliy yoki mintaqaviy multiplikativ samarasi kichrayadi. Ketma-ket sikllarda hosil bo'lgan daromad bilvosita daromad deb ataladi va bu bilvosita ta'sirlarning kattaligi darajasi mamlakat yoki mintaqadagi tijorat firmalarining qay darajada tovar yoki xizmat yetkazib berishiga qarab belgilanadi.

Ammo bu holatga boshqacha yondashish mumkin. Mehmonxona xarajatlari tarkibida ish haqi va foyda (to'g'ridan – to'g'ri va bilvosita) qancha ko'p o'ssa, iste'mol xarajatlari shunchalik ko'payadi va bu iqtisodiy faoliyatga qo'shimcha turtki beradi. Qo'shimcha biznes aylanmasi mavjud bo'lgan holatda daromadlar oshib boradi. Birgalikda bilvosita va induktiv ta'sirlar natijasida agar tizimda pul sizib chiqishi kam bo'lsa daromadlarning oshishiga sezilarli ta'sir qilishi mumkin.

Umuman olganda, iqtisodiyotda ikki xil multiplikativ samaralar mavjud:

1. Yakuniy talabni o'zgartirishning to'g'ridan-to'g'ri ta'siri.
2. Bilvosita samarada bir sanoatning o'z mahsulotlarini boshqa sanoat tarmoqlari mahsulotlarini sotib olish orqali ishlab chiqarishi ta'siri.

Induktiv samarada yakuniy talabning dastlabki o'zgarishi butun iqtisodiyotda daromad darajasi oshgani sayin yuzaga keladi va ortib borayotgan daromadning bir qismi mahalliy iqtisodiyot doirasida ishlab chiqarilgan yakuniy tovarlarga qayta sarflanadi. Daromadning ko'payishi natijasida yuzaga keladigan ushbu qo'shimcha mahalliy xarajatlar keyingi ta'sirlarni keltirib chiqaradi. Mahalliy daromadning ushbu ortiqcha sarflanishi natijasida ishlab chiqarish, daromad, bandlik va davlat daromadlarining umumiy hajmining o'sishi induktiv ta'sir deb nomlanadi. Induktiv ta'sir amalga oshishi uchun ta'minotchilarda yetarlicha resurslar yig'ilgan bo'lishi lozim.

Turizmda induktiv ta'sir, masalan, mehmonxonalar xarajatlarining o'sish natijasida aholining iste'mol xarajatlari shunchalik ko'p o'sishida ham namoyon bo'ladi.

Turizmda daromad va xarajatlar siklidan chiqib ketadigan mablag'lar quyidagilardan iborat bo'ladi:

1. Destinatsiya aholisining jamg'armalari miqdori
2. Importga sarflanadigan turizm xarajatlarining ulushi
3. Soliq kvotasi yoki davlat sektoriga tushadigan daromadlar ulushi

To'rtinchi mumkin bo'lgan omil — bu iqtisodiyotdagi ta'minot cheklovlari hisoblanadi.

“Turistik multiplikator” atamasi bo'yicha turli yondashuvlar mavjud. Masalan, oddiy daromad multiplikatori (“nisbiy” multiplikator deb ham ataladi) va murakkab daromad multiplikatorlari farqlanadi.

1. Oddiy daromad multiplikatorlari:

I tip – (to'g'ridan-to'g'ri va bilvosita daromad)ning to'g'ridan-to'g'ri daromadga nisbati

II tip – (to'g'ridan-to'g'ri va bilvosita induktiv daromad)ning to'g'ridan-to'g'ri daromadga nisbat orqali aniqlanadi.

2. Murakkab daromad multiplikatorlari:

I tip – (to'g'ridan-to'g'ri va bilvosita daromad)ning yakuniy talabning o'zgarishi

II tip – (to'g'ridan-to'g'ri va bilvosita induktiv daromad)ning yakuniy talabning o'zgarishiga nisbati orqali aniqlanadi.

Xulosa qilib aytganda, mamlakatimizda kelgusi yetti yil uchun turizmni rivojlantirish rejalari haqida O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning so'zlari bilan aytganda: “Turizm sohasida tashkil etilgan 1 ta yangi ish o'zni boshqa sohalarda yana 2 ta ish o'zni yaratilishiga olib keladi. Rostini aytsam, issiqlik va sovuqda hamma paxtaga o'tishga majbur bo'lgan yillarda ham O'zbekistonning paxta tolasi eksporti 1 milliard dollardan oshmagan. Hozirgi vaqtda turizm eksporti ushbu maqsaddan oshib ketdi. Agar biz uni 3-4 baravar oshirsak, paxta ekmasak ham bo'ladi»¹.

Bizning fikrimizcha, bularning barchasi turizmning multiplikativ ta'siri bilan birga keladi.

¹ <https://xs.uz/uzkr/post/turizm-eksportini-3-4-barobar-oshirsak-zhaxdari-qilib-ajtganda-pakhta-ekmasak-ham-bolaveradi>.



ОСНОВНЫЕ КОМПОНЕНТЫ РАЗВИТИЯ СМАРТ ТУРИЗМА В ТАШКЕНТСКОМ РЕГИОНЕ: ПЕРСПЕКТИВЫ И ВЫЗОВЫ

Зиёвиддинова Тарона Ойбек кизи

Студентка 1 курса магистратуры
Ташкентского Государственного Экономического Университета

Аннотация: Данная статья анализирует ключевые компоненты развития Смарт-туризма в Ташкентском регионе, освещая перспективы и вызовы данного подхода. Основываясь на концепции информационных и коммуникационных технологий, Смарт-туризм включает в себя разработку мобильных приложений, цифровых платформ, аналитику данных, интерактивные карты и другие инструменты, направленные на создание удобной и персонализированной туристической среды. В статье подробно описываются ключевые компоненты развития Смарт-туризма, включая цифровую инфраструктуру, мобильные приложения, интерактивные карты, аналитику данных и персонализированные сервисы.

Ключевые слова: Смарт-туризм, цифровая инфраструктура, кибербезопасность

Туризм становится все более важной отраслью для развития экономики во многих регионах мира. В связи с этим актуальной проблемой становится оптимизация процессов управления туристической индустрией, включая использование информационных технологий и концепций Смарт-туризма. В этой статье рассматриваются основные компоненты развития Смарт-туризма в Ташкентском регионе, с учетом его перспектив и вызовов.

Annotatsiya: Ushbu maqolada Toshkent viloyatida Smart-turizmni rivojlantirishning asosiy tarkibiy qismlari tahlil qilinib, ushbu yondashuvning istiqbollari va muammolari yoritilgan. Axborot-kommunikatsiya texnologiyalari konsepsiyasiga asoslanib, Smart-turizm qulay va moslashtirilgan turizm muhitini yaratishga qaratilgan mobil ilovalar, raqamli platformalar, ma'lumotlar tahlili, interaktiv xaritalar va boshqa vositalarni ishlab chiqishni o'z ichiga oladi. Maqolada Smart-turizmni rivojlantirishning asosiy komponentlari, jumladan, raqamli infratuzilma, mobil ilovalar, interaktiv xaritalar, ma'lumotlar tahlili va moslashtirilgan xizmatlar haqida batafsil ma'lumot berilgan.

Kalit so'zlar: Smart-turizm, raqamli infratuzilma, kiberxavfsizlik

Turizm dunyoning ko'plab mintaqalarida iqtisodiy rivojlanish uchun tobora muhim sohaga aylanmoqda. Shu munosabat bilan turizm sohasini boshqarish jarayonlarini optimallashtirish, jumladan, axborot texnologiyalari va Smart-turizm konsepsiyalaridan foydalanish dolzarb muammoga aylanib bormoqda. Ushbu maqolada Toshkent viloyatida Smart-turizmni rivojlantirishning asosiy tarkibiy qismlari uning istiqbollari va muammolarini hisobga olgan holda ko'rib chiqiladi.

Abstract: This article analyzes the key components of the development of Smart tourism in the Tashkent region, highlighting the prospects and challenges of this approach. Based on the concept of information and communication technologies, Smart tourism includes the development of mobile applications, digital platforms, data analytics, interactive maps and other tools aimed at creating a convenient and personalized tourism environment. The article details the key components of Smart tourism development, including digital infrastructure, mobile applications, interactive maps, data analytics and personalized services.

Key words: Smart tourism, digital infrastructure, cybersecurity

Tourism is becoming an increasingly important industry for economic development in many regions of the world. In this regard, optimization of tourism industry management processes, including the use of information technologies and Smart tourism concepts, becomes an urgent problem. This article examines the main components of the development of Smart tourism in the Tashkent region, taking into account its prospects and challenges.

В целях реализации постановления Президента Республики Узбекистан «О мерах по ускоренному развитию электронной коммерции» №3724 от 14 мая 2018 г. в сегменте услуг HoReCa Государственным комитетом Республики Узбекистан по развитию туризма совместно с Министерством по развитию информационных технологий и коммуникаций была разработана международная информационная система Silkroad.uz. Она позволяет



оперативно оформлять гостям бронь, ускоряет процесс заселения, делает оплату услуг быстрой и комфортной как для гостей, так и для персонала гостиницы. Госкомтуризм вносит вклад в развитие предпринимательской деятельности, осуществляя запуск в пилотном режиме единой системы бронирования. Главное преимущество данной системы – достоверное отображение количества номеров в гостиницах и информирование о бронировании номера в режиме реального времени. Система позволяет вести автоматический учет уплаты госпошлин, упрощает подачу отчетов, снижает уровень возникновения ошибок из-за человеческого фактора. В скором времени планируется подключить систему к таким агрегаторам, как Booking.com, Expedia.com и др. Совместно с компанией SmartChain разрабатывается инновационное мобильное приложение NAZZAR. NAZZAR – это приложение с применением технологии AR (Augmented reality – дополненная реальность), которая позволяет интегрировать на любые материальные носители элементы дополненной реальности. При наведении смартфона на значок NAZZAR на экране смартфона появляется изображение реального объекта, дополненное различными эффектами. Фирменный знак размещается на любом материальном носителе: буклет, журнал, меню, упаковка, вывеска, рекламный баннер. Среди примеров можно выделить:

- видеостатичную картинку на носителе, которая «оживает», превращаясь в видеофрагмент;
- аудиосопровождение, которое воспроизводится с помощью динамика смартфона пользователя;
- 3D-объекты. Фото и картинки на экране становятся трехмерными, что позволяет рассмотреть их с разных сторон и ракурсов;
- виртуальные кнопки. Рекламное предложение дополняется кнопками «купить» и «узнать больше», появляющимися на экране смартфона во время просмотра.[1]

1. Смарт-туризм: концепция и технологические инновации

Смарт-туризм представляет собой подход к развитию туристической индустрии, основанный на использовании информационных и коммуникационных технологий. Он включает в себя мобильные приложения, цифровые платформы, аналитику данных, интерактивные карты и другие средства, создающие удобную и персонализированную туристическую среду.

2. Основные компоненты развития Смарт-туризма в Ташкентском регионе

2.1. Цифровая инфраструктура

Развитие Смарт-туризма в Ташкентском регионе требует инвестирования в цифровую инфраструктуру, такую как высокоскоростной интернет, беспроводные сети, цифровые терминалы и т.д. Это обеспечит доступ туристов к информации и услугам в режиме реального времени.

2.2. Мобильные приложения и интерактивные карты

Разработка мобильных приложений, позволяющих туристам получать информацию о достопримечательностях, ресторанах, гостиницах и т.д., а также использовать интерактивные карты для удобного перемещения по региону, является важным компонентом Смарт-туризма.

2.3. Аналитика данных и персонализированный сервис

Сбор и анализ данных о предпочтениях туристов позволит создать персонализированные сервисы, учитывающие потребности каждого посетителя. Это может включать рекомендации мест для посещения, предложения об экскурсиях и т.д.

Сегодня в мире быстро развивается концепция Смарт-туризма.

В Ташкенте эта технология впервые предоставляется туристам Ташкентским департаментом развития туризма с помощью QR-кодов.



В рамках этой программы турист, кликнув на QR-код, через несколько секунд очень легко может загрузить на свой смартфон всю информацию о достопримечательных местах нашей столицы, причём на 12 языках.

Наряду с этим, пользователям предоставляется информация не только о туристских объектах, но и о ближайших гостиницах, ресторанах, галереях искусств, других архитектурных и исторических памятниках, сообщает пресс-служба хокимията города Ташкента. [2]

3. Перспективы и вызовы

3.1. Перспективы развития

Внедрение смарт-технологий в туристическую отрасль Ташкентского региона предполагает создание уникального и привлекательного туристического продукта, способного привлечь большее количество посетителей и улучшить качество обслуживания.

3.2. Вызовы

Однако развитие Смарт-туризма сталкивается с вызовами в области кибербезопасности, конфиденциальности данных, доступности для всех категорий туристов, а также необходимостью обучения персонала для работы с новыми технологиями.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Развитие Смарт-туризма в Ташкентском регионе требует сбалансированного подхода, включающего в себя внедрение современных технологий, инвестиции в цифровую инфраструктуру, а также учет потребностей и предпочтений туристов. При правильной стратегии и управлении, Смарт-туризм может стать ключевым фактором успешного развития туристической отрасли в регионе.

Список литературы:

1. <https://ictnews.uz/28/01/2019/smart-tourism/>
2. <http://old.muslim.uz/index.php/rus/mir/item/13349>



ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ПРИМЕНЕНИЯ УМНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА И ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА

Мусаева Сайёра Абдивахитовна

Преподаватель неправительственной организации
высшего образования Alfraganus University

Аннотация: Данная статья посвящена инновационным тенденциям развития туризма и гостиничного бизнеса, при этом особое внимание уделено тенденциям развития туризма в Узбекистане. В связи с созданием нашим государством новых возможностей для развития туристической сферы, важное значение придается анализу последних изменений и событий в сфере туризма и гостиничного бизнеса, а также проблем, возникающих в этой сфере. В статье рассматривается влияние глобализации на туризм и гостеприимство, а также описываются инновационные тенденции, которые приводят к изменениям в мировой экономике, современным технологиям и преимуществам сферы услуг. Эти тенденции включают цифровые технологии и интерактивные приложения для облегчения процесса путешествия и бронирования, а также мобильные приложения и онлайн-платформы для поиска и сравнения цен и гостиничных услуг. В статье также объясняется, как Узбекистан принимает и адаптирует эти инновационные тенденции в своей туристической отрасли. В Узбекистане активно развиваются цифровые платформы и приложения для обеспечения удобства туристов, проводятся реформы в сфере гостиничной инфраструктуры, вкладываются инвестиции в развитие новых форматов размещения и туристической деятельности. В заключение в статье подчеркивается важность инноваций в развитии туризма и гостеприимства в условиях глобализации, а также приводятся примеры успешных инноваций в Узбекистане. Данная статья может быть полезна исследователям и практикам в сфере туризма, а также всем, кто интересуется развитием туристической отрасли в Узбекистане.

Ключевые слова: инновационные тенденции, цифровые технологии, индустрия туризма, интерактивные приложения, международный туризм, онлайн-платформы, индустрия туризма.

Annotatsiya: Ushbu maqola turizm va mehmonxona biznesini rivojlantirishning innovatsion tendensiyalariga bag'ishlangan bo'lib, O'zbekistonda turizmni rivojlantirish tendensiyalariga alohida e'tibor qaratilgan. Davlatimiz tomonidan turizm sohasini rivojlantirish uchun yangi imkoniyatlar yaratilayotgani munosabati bilan turizm va mehmonxona biznesi sohasidagi so'nggi o'zgarishlar va voqealarni, bu borada yuzaga kelayotgan muammolarni tahlil qilishga katta ahamiyat berilmoqda. Maqolada globallashuvning turizm va mehmondo'stlikka ta'siri ko'rib chiqiladi, shuningdek, jahon iqtisodiyotidagi o'zgarishlarga olib keladigan innovatsion tendensiyalar, zamonaviy texnologiyalar va xizmat ko'rsatish sohasining afzalliklari tavsiflanadi. Ushbu tendensiyalar sayohat va bron qilish jarayonini osonlashtiradigan raqamli texnologiyalar va interaktiv ilovalar, shuningdek, narxlar va mehmonxona xizmatlarini qidirish va taqqoslash uchun mobil ilovalar va onlayn platformalarni o'z ichiga oladi. Maqolada, shuningdek, O'zbekiston o'z turizm sanoatida ushbu innovatsion tendensiyalarni qanday o'zlashtirayotgani va moslashtirayotgani tushuntirilgan. O'zbekistonda sayyohlarga qulaylik yaratish maqsadida raqamli platformalar va ilovalar faol rivojlanmoqda, mehmonxona infratuzilmasi sohasida islohotlar amalga oshirilmoqda, joylashtirish va turizm faoliyatining yangi formatlarini rivojlantirishga investitsiyalar kiritilmoqda. Xulosa qilib aytganda, maqolada globallashuv sharoitida turizm va mehmondo'stlikni rivojlantirishda innovatsiyalarning ahamiyati ta'kidlanadi, shuningdek, O'zbekistondagi muvaffaqiyatli innovatsiyalardan misollar keltiriladi. Ushbu maqola turizm sohasidagi tadqiqotchilar va amaliyotchilar, shuningdek, O'zbekistonda turizm industriyasini rivojlantirishga qiziqqan har bir kishi uchun foydali bo'lishi mumkin.

Kalit so'zlar: innovatsion tendensiyalar, raqamli texnologiyalar, turizm sanoati, interaktiv ilovalar, xalqaro turizm, onlayn platformalar, turizm sanoati.



Abstract: This article is devoted to innovative trends in the development of tourism and the hotel business, with special attention paid to trends in the development of tourism in Uzbekistan. In connection with the creation by our state of new opportunities for the development of the tourism sector, great importance is attached to the analysis of recent changes and events in the field of tourism and hotel business, as well as problems arising in this area. The article examines the impact of globalization on tourism and hospitality, and also describes innovative trends that lead to changes in the global economy, modern technologies and the advantages of the service sector. These trends include digital technologies and interactive applications to facilitate the travel and booking process, as well as mobile applications and online platforms for searching and comparing prices and hotel services. The article also explains how Uzbekistan is adopting and adapting these innovative trends in its tourism industry. Uzbekistan is actively developing digital platforms and applications to ensure the convenience of tourists, reforms are being carried out in the field of hotel infrastructure, and investments are being made in the development of new formats of accommodation and tourism activities. In conclusion, the article emphasizes the importance of innovation in the development of tourism and hospitality in the context of globalization, and also provides examples of successful innovations in Uzbekistan. This article may be useful to researchers and practitioners in the field of tourism, as well as anyone interested in the development of the tourism industry in Uzbekistan.

Key words: innovative trends, digital technologies, tourism industry, interactive applications, international tourism, online platforms, tourism industry.

ВВЕДЕНИЕ

В контексте глобализации использование Smart-технологий играет значительную роль в развитии туристической индустрии и сектора гостиничного бизнеса. Эти инновационные тенденции содействуют ускоренному прогрессу отрасли, повышению уровня предоставляемых услуг, улучшению качества туристических путешествий и поощрению устойчивого развития. Одним из основных инновационных трендов является использование цифровых технологий. Мобильные приложения, онлайн-бронирование, виртуальные туры и другие технологии значительно упрощают для туристов процесс планирования и организации поездок. Они также помогают гостиничному бизнесу привлекать клиентов и обеспечивать эффективное обслуживание. В экономической сфере цифровой туризм считается быстрорастущим инновационным сектором. В Узбекистане большое внимание уделяется развитию туризма, в том числе цифрового туризма. В условиях глобального экономического развития все шире используется научный подход к развитию цифрового туризма. Эта инновационная сфера развивается быстрыми темпами, и Узбекистан не остается в стороне и придает большое значение развитию как общего, так и цифрового туризма. Для достижения целей по восстановлению и улучшению туристического потока, а также повышению стоимости и длительности пребывания туристов, а также усовершенствованию их впечатлений и увеличению повторных посещений, необходимо провести анализ и прогнозирование спроса на туристические услуги в будущем. С этой целью Комитет по туризму Республики Узбекистан совместно с Министерством информационных технологий разработал международную информационную систему Silkroad.uz в сфере общественного питания. Платформа Silkroad.uz позволяет туристам самостоятельно и быстро бронировать различные услуги, ускоряет процесс регистрации и оплаты, что удобно как для гостей, так и для сотрудников туристических предприятий. Данная система является одним из инструментов поддержки развития электронной коммерции, как указано в постановлении Президента Республики Узбекистан №3724 от 14 мая 2018 года.

МЕТОДОЛОГИЯ

В данной статье проведен анализ текущих и потенциальных инноваций в области туризма и гостиничного бизнеса, как в республике, так и в мире. Исследование литературы позволило представить примеры успешных инноваций и тенденций в данной сфере. В условиях глобализации были выявлены основные факторы, оказывающие влияние на развитие туризма и гостиничного бизнеса, и представлены рекомендации. Были определены факторы, которые могут влиять на развитие инноваций в отрасли, такие как изменение предпочтений потребителей, технологический прогресс, а также изменения в политической и экономической среде. Также



были изучены основные направления развития инноваций в области туризма и гостиничного бизнеса. Были разработаны критерии для определения приоритетов в данной области, таких как повышение качества обслуживания клиентов, внедрение новых технологий, развитие экологически устойчивого туризма и других.

АНАЛИЗ ЛИТЕРАТУРЫ

В современной сфере развития туризма и гостиничного бизнеса возникает все большая потребность в применении современных информационных и коммуникационных технологий. Это включает в себя создание и поддержку электронных платформ для бронирования отелей и туристических услуг, использование мобильных приложений для обмена информацией и взаимодействия с клиентами, а также активное применение интернет-маркетинга для продвижения туристических продуктов. Инновационные тенденции, связанные с развитием туризма и гостиничного бизнеса в условиях глобализации, были рассмотрены в работе Морозова М.М. «Особенности управления туристскими системами в условиях цифровой экономики», опубликованной в журнале «Туризм: право и экономика» в 2018 году. Эта статья исследует особенности управления туристскими системами в условиях развивающейся цифровой экономики. Несколько исследователей в данной области рассмотрели значимость инновационных тенденций в контексте развития туризма и гостиничного бизнеса в период глобализации, а также роль применения Smart-технологий в этих сферах, которая способствует интенсивному развитию отрасли, повышению качества предоставляемых услуг туристам и обеспечению устойчивого развития.

ПОЛУЧЕННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

В современном мире туризм и гостиничный бизнес играют ключевую роль в экономическом развитии многих стран. С развитием технологий и глобализации индустрия туризма постоянно меняется и адаптируется к новым требованиям клиентов. В условиях глобализации инновационные тенденции развития туризма и гостиничного бизнеса стали одним из основных факторов, определяющих успешность и конкурентоспособность современного туризма. индустрия туризма и гостеприимства. Инновации помогают создавать и внедрять новые продукты, услуги и технологии, которые делают туристический опыт более интересным, удобным и удобным. Кроме того, инновации помогают снизить затраты и повысить эффективность туристической отрасли. В условиях глобализации конкуренция между странами в сфере туризма становится все более напряженной. Инновации позволяют странам и регионам привлекать больше туристов и оставаться конкурентоспособными. Инновации помогают разнообразить туристические предложения и создать уникальные впечатления для посетителей.

Особенно в эпоху глобализации инновации играют важную роль в развитии туризма и гостиничного бизнеса. Это связано с увеличением международных рейсов, совершенствованием технологий и доступностью информации. Тенденции развития туризма и гостеприимства включают использование инноваций в сфере гостеприимства, развитие экологически чистых и энергоэффективных отелей, проведение уникальных культурных мероприятий и расширение возможностей размещения, включая хостелы и кемпинги.

Одной из основных тенденций является использование информационных технологий и Интернета в организации туристического бизнеса. Сегодня все больше людей планируют свои поездки через онлайн-платформы, заранее бронируя жилье, билеты и туры. Отели также стараются улучшить свое присутствие в Интернете и предлагают удобное онлайн-бронирование и оплату. Это экономит время и деньги как туристов, так и бизнеса.

Использование информационных технологий и Интернета стало неотъемлемой частью организации туристического бизнеса. Это позволяет туристическим компаниям эффективно управлять своими ресурсами, предоставлять клиентам качественные услуги и сохранять конкурентоспособность на рынке. Некоторые ключевые аспекты использования информационных технологий и Интернета в туристическом бизнесе:



1. Веб-сайты и онлайн-бронирование. Туристические компании создают свои собственные веб-сайты, на которых предоставляют информацию о своих услугах и предлагают онлайн-бронирование туров и отелей. Это позволяет клиентам изучать различные варианты и бронировать билеты в удобное для них время.
2. Электронная коммерция. Интернет позволяет туристическим компаниям организовывать электронную коммерцию, что упрощает процесс продажи услуг. Клиенты могут приобретать туры и другие услуги онлайн, не выходя из дома.
3. Социальные сети и блоги. Многие туристические компании активно используют социальные сети и блоги для продвижения своих услуг и привлечения клиентов. Они публикуют фото, видео и отзывы о различных турах, чтобы помочь клиентам принять решение.
4. Системы управления гостиницами и авиабилетами. Информационные технологии используются для создания систем управления гостиницами и авиабилетами. Это позволяет упростить процессы бронирования, учета и анализа, а также повысить эффективность операций.
5. Геолокация. Технология геолокации позволяет туристическим компаниям предоставлять информацию о достопримечательностях и туристических местах в определенной местности. Это может быть в виде мобильных приложений или интерактивных карт.
6. Интернет-обзоры. Интернет-обзоры туристических компаний, опубликованные на различных платформах, таких как TripAdvisor, очень важны. Они помогают клиентам сделать осознанный выбор и повысить уровень доверия к компаниям.
7. Анализ данных. Использование информационных технологий позволяет компаниям собирать и анализировать данные о клиентах, предпочтениях и поведении клиентов. Это сделано для улучшения предлагаемых услуг и разработки более эффективных маркетинговых стратегий.

Инновации в отеле:

Индустрия туризма активно использует инновации для привлечения и удержания клиентов. Внедрение информационных технологий позволяет автоматизировать процессы бронирования, заезда и выезда, а также предоставлять индивидуальные услуги для каждого гостя.

К числу новейших цифровых технологий, которые являются основой цифровизации туристической деятельности, относятся:

- технологии больших данных (Big Data), блокчейн,
- искусственный интеллект,
- Интернет (Интернет вещей – IoT и IIoT – Industrial Internet of Things), – мобильные устройства и другие.

Также стоит отметить использование новых технологий, таких как искусственный интеллект и блокчейн, в гостиничном бизнесе и туризме. Искусственный интеллект помогает отелям управлять бронированиями, анализировать предпочтения клиентов и предоставлять персонализированные услуги. Технология блокчейн способна обеспечить безопасность и непрерывность процессов регистрации и оплаты, а также улучшить системы лояльности. Новые инновационные тенденции оказывают существенное влияние на развитие туризма и гостиничного бизнеса, создавая новые возможности и вызовы для отрасли.

Использование искусственного интеллекта, в частности технологии распознавания: – обеспечение доступа в номер с помощью сканирования сетчатки глаза или сканирования отпечатков пальцев, что обеспечивает дополнительный комфорт для гостя и повышает безопасность пребывания в отеле, данная технология используется в отеле Marriott China., – технология распознавания лиц позволяет повысить качество обслуживания клиентов за счет персонализации услуг, например, технология NEC NeoFace Express.

Персонализация услуг сегодня является одним из важнейших конкурентных преимуществ, которого невозможно достичь без цифровых технологий. Чтобы понять потребности и желания клиента, необходимо собрать и обработать большую базу данных о его предыдущих путешествиях, пребываниях в отелях и т. д. Он дает возможность создавать определенный виртуальный образ путешественника, моделировать его потребности с помощью систем искус-



твенного интеллекта, оказывать услуги удаленной консультации с помощью чат-ботов. К преимуществам оказания услуг с использованием систем искусственного интеллекта можно отнести скорость и точность предоставления информации клиенту. Искусственный интеллект позволяет быстро обрабатывать информацию и предлагать разные варианты решения проблемы, например, предоставляя несколько вариантов размещения с персональными отзывами для заказчика. Например, отели Hilton могут использовать такие системы для предоставления гостям различной туристической информации.

Одной из наиболее перспективных цифровых технологий является обработка больших данных, блокчейн. Технологии блокчейн уже широко используются в сфере туризма: – сбор и контроль информации о перемещении багажа между различными аэропортами и авиакомпаниями, – идентификация пассажиров по отпечаткам пальцев или сканированию сетчатки глаза. – организация оплаты различных услуг, в том числе с использованием биткойнов. (Williams, C.C., Horodnic, I.A. (2017))

В последние годы в сфере туризма были реализованы несколько успешных проектов, основанных на технологии блокчейн. Ниже приведены примеры таких проектов:

1. Платформа LockChain: Данная платформа построена на основе цифрового блокчейна и представляет собой торговую площадку, которая позволяет размещение различных средств размещения без участия посредников и комиссий.
2. BeeToken и Beenest: Технология блокчейн также используется в платформах BeeToken и Beenest, которые осуществляют оплату проживания без участия посредников и комиссий.
3. Платформа Winding Tree: Данная платформа также использует технологию блокчейн и предоставляет возможность бронирования туристических услуг без участия посредников.
4. Цифровая блокчейн-платформа ShoCard и SITA: Эта платформа обеспечивает управление идентификацией клиентов в сфере туризма.
5. TUI Bed-Swap: Разработанная специально для туристической индустрии, эта собственная блокчейн-платформа позволяет в режиме реального времени отслеживать наличие свободных номеров в различных отелях без необходимости обращения к услугам посредников.

Эти проекты демонстрируют потенциал технологии блокчейн в сфере туризма, позволяя устранить посредников, снизить комиссии и обеспечить более прозрачные и безопасные транзакции для участников этой индустрии.

Amadeus планирует разработать решение для управления цифровой идентификацией, которое позволит данным безопасно перемещаться по всей цепочке поездок. С использованием технологии распознавания лиц и блокчейна будет разработана система, которая создаст следующие возможности:

- доведение согласованной информации о путешественниках до всех поставщиков, участвующих в туристической цепочке;
- одна регистрация на все поездки,
- подтверждение личности на основании паспортных данных;
- делитесь информацией пропорционально: в каждой точке контакта — только самое необходимое, управляйте этим процессом с помощью решения, которое помогает путешественникам понять, какая информация передается тем или иным поставщикам туристических услуг.

Amadeus активно внедряет цифровые технологии. Современные когнитивные платформы позволяют анализировать поведение человека непосредственно в процессе общения с ним и делать быстрые выводы, например, давать тот или иной совет турагенту. В частности, Амадеус Алита слушает клиента, учитывает все нюансы его запроса (направление, тип поездки, продолжительность и другие факторы) и показывает турагентству подходящие для данного



клиента варианты путешествия. Программа умеет различать интонации и даже определять настроение. Если клиент обращается снова, «умные помощники» получают доступ к истории бронирований и анализируют предпочтения клиента.

Amadeus, в рамках своего исследования под названием «Amadeus Travel Tribes 2030», производит анализ и прогнозирование поведения будущих путешественников для стратегического планирования их деятельности. В результате этого исследования выделены три типа путешественников:

1. Культурные туристы – это индивиды, которые придают важность культуре места, которое они посещают. Для них путешествия представляют возможность полного ухода от повседневной жизни, погружения в местную культуру и ощущения особенностей образа жизни местного населения. Они стремятся к новым опытам и интересуются знанием о жизни других людей.
2. Искатели социального капитала – данный тип путешественников привлекает общественное признание. Они активно публикуют свои впечатления о поездках в социальных сетях. Они являются своего рода социальными аккумуляторами, стремящимися накопить социальный капитал. Важно поделиться своими историями с другими, чтобы их можно было оценить, похвалить, «понравиться», что значительно повышает ценность их путешествия. Они планируют свои путешествия с учетом будущей онлайн-аудитории.
3. Охотники за удовольствиями – это путешественники, нацеленные на получение удовлетворения от своих инвестиций и поиск награды. Они обычно ищут возвращение своих вложений и вознаграждение, так как полагают: «Я вложил много усилий и заплатил большие суммы денег, поэтому я желаю получить большую отдачу». Их главная концепция состоит в том, что они заслуживают роскошные путешествия. Для каждого из трех типов путешественников важнее впечатление, создаваемое продуктом. В 21 веке наблюдается тенденция к ориентации не только на продукт, но и на впечатления и мотивацию.

Компания Amadeus прогнозирует существенное упрощение процесса поиска и бронирования путешествий и отдельных услуг в ближайшие 10 лет. В настоящее время активно развивается цифровая идентификация путешественников. Онлайн-идентификация позволяет настроиться на каждого клиента в отдельности. (Neidhardt J., Wörndl W. (2020)).

Технология блокчейн является инновационным инструментом, который значительно упрощает такие процессы, как аутентификация и хранение данных. Благодаря своей децентрализованной структуре, блокчейн обеспечивает надежность и безопасность информации в туристической отрасли.

Интернет вещей (IoT) представляет собой перспективное направление в сфере туризма. Он открывает новые возможности для создания интеллектуальных систем и улучшения обслуживания туристов. С помощью IoT можно собирать данные о предпочтениях путешественников и разрабатывать персонализированные предложения.

Интеграция туризма и гостиничного бизнеса с другими сферами жизни является заметной тенденцией последних десятилетий. Это объясняется растущими запросами и ожиданиями современных путешественников, которые ищут не только комфортный отдых, но также аутентичные культурные и развлекательные впечатления.

Многие отели предлагают своим гостям разнообразные развлекательные программы, включая концерты, выступления артистов, спортивные мероприятия и многое другое. Это позволяет удовлетворить различные потребности и предпочтения клиентов, делая их пребывание в отеле более комфортным и запоминающимся. Такая интеграция позволяет расширить спектр услуг и привлечь больше посетителей, стимулируя развитие туризма и гостеприимства в целом.

Таким образом, использование Smart-технологий в туризме и гостиничном бизнесе способствует интенсивному развитию отрасли, улучшению качества предоставляемых услуг туристам и способствует достижению устойчивого развития.



ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключение отметим, что все эти инновации в сфере туризма и гостеприимства создают новые возможности и вызовы для отрасли. Они позволяют туристам выбирать наиболее комфортные и экологически чистые варианты, а отели предлагают продуманное и индивидуальное обслуживание. В то же время инновации требуют постоянного развития отрасли и адаптации к новым технологиям и требованиям клиентов. Компании и предприниматели, способные активно внедрять инновации, будут иметь преимущество на рынке и добьются больших успехов в глобализованном мире.

Узбекистан делает первые шаги в сфере инноваций в сфере туризма и гостеприимства. В последние годы правительство Узбекистана активно поддерживает развитие туризма, признавая его важность для экономики страны. Реализовано множество инновационных проектов, направленных на создание новых туристических маршрутов, внедрение современных технологий, повышение качества обслуживания.

Например, в 2018 году в Узбекистане стартовал проект «Виза Шелкового пути», который позволяет туристам получить электронную визу онлайн в течение 2 дней. Это упростило процесс получения визы и сделало страну более дружелюбной к туристам. Также в Узбекистане стремительно модернизируется гостиничная отрасль, строятся новые гостиницы с использованием современных технологий и дизайнерских решений.

В туристической сфере Узбекистана внедряются инновации при создании туристических дестинаций. Например, появились новые тематические маршруты, посвященные истории, культуре и природным достопримечательностям страны. Такие маршруты помогают создать интересный и уникальный туристический опыт для посетителей.

На данный момент в туристической сфере Узбекистана реализуются реформы с целью развития этой отрасли. Однако влияние туризма на экономику государства все еще недостаточно. Поэтому для достижения успешных результатов в туристическом бизнесе необходимо разработать конкурентоспособный туристский продукт, отвечающий потребностям потребителей в туристических услугах и предлагаемый мировому туристическому рынку.

Мы предлагаем несколько путей повышения конкурентоспособности туристических услуг в Узбекистане за счет использования цифровых технологий:

1. Создание цифровых платформ для туризма. Это может быть веб-сайт или приложение, содержащее информацию о достопримечательностях, отелях, ресторанах, мероприятиях и многом другом. Такая платформа должна быть простой в использовании и иметь возможность бронирования.
2. Внедрение технологии распознавания речи. Эта технология позволяет иностранным туристам общаться с местным населением, не зная языка. Это создаст дополнительные удобства для иностранных туристов и повысит уровень их удовлетворенности.
3. Внедрение VR-технологий. Туристы могут просматривать и исследовать достопримечательности виртуально, прежде чем посетить их в реальной жизни. Это может повысить их интерес и мотивацию в Узбекистане.
4. Создание цифровых шрифтов. Это может быть мультимедийный гид, показывающий туристические достопримечательности на карте и предоставляющий визуальную и аудиоинформацию о местах, которые стоит посетить. Такой цифровой тур может создать хорошие условия для иностранных туристов, желающих отправиться в новое место после прибытия.
5. Внедрение системы онлайн-бронирования. Для иностранных гостей это удобный способ забронировать номер в отеле, заказать экскурсию, купить билеты на мероприятия и концерты.

Внедрение этих цифровых инноваций повысит уровень комфорта туристов и послужит развитию туристической отрасли Узбекистана.



В целом инновации играют важную роль в развитии туризма и гостеприимства в условиях глобализации. Они помогают странам привлекать больше туристов и оставаться конкурентоспособными, одновременно улучшая качество услуг и улучшая туристический опыт. В Узбекистане уже ощущаются первые успехи инноваций в сфере туризма и гостеприимства, ведется активная работа по развитию этой отрасли в стране.

Список литературы:

1. ЮНВТО. (2018). Основные направления туризма: издание 2018 г. Всемирная туристская организация.
2. Морозов М.М. Особенности управления туристскими системами в условиях цифровой экономики // Туризм: право и экономика. 2018.- №3. – Б. 7-10 7.
3. Neidhardt J., Wörndl W. (2020) Information and Communication Technologies in Tourism 2020. Proceedings of the International Conference in Surrey, United Kingdom, January 08–10, 2020, Springer, 322 p.
4. Williams, C.C., Horodnic, I.A. (2017). Regulating the sharing economy to prevent the growth of the informal sector in the hospitality industry. Int. J. Contemp. Hospitality Manage. 29(9), 2261–2278.
5. Akmal Abduvakhid Ugli Bakhromov (2023). IMPLEMENTATION OF INTERNATIONAL STANDARDS AND BEST PRACTICES IN CORPORATE GOVERNANCE TO DEVELOP TOURISM IN UZBEKISTAN. Academic research in educational sciences, 4 (6), 207-211.
6. ўғли Бахромов, А. А., & Шониёзов, Ф. И. (2022). MICE ТУРИЗМ ИНДУСТРИЯСИДА ХИЗМАТ ТАШКИЛ ЭТУВЧИЛАР ВА ИСТЕЪМОЛЧИЛАР УЧУН СУҒУРТА ХИЗМАТЛАРИНИНГ АҲАМИЯТИ. Архив научных исследований, 2(1).



ЦИФРОВИЗАЦИЯ КАК ВАЖНЕЙШИЙ ДВИГАТЕЛЬ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

Д. Абидова

и.о. проф., к.э.н., доцент кафедры “Управление гостиничным бизнесом” ТГЭУ

В последние годы туристическая индустрия в Узбекистане и в мире формировалась под воздействием факторов, обусловленных развитием цифровых технологий. Это требует от участников туристского рынка понимания новых тенденций и течений, трансформирующих эту сферу путем изменения способа общения, сотрудничества, обмена информацией. Цифровые технологии радикально изменили образ жизни, досуг, отдых, мобильность и туризм во всех его формах. По итогам 2022 года Узбекистан посетило более 5,2 млн иностранных туристов. Это в 2,5 раза больше, чем в 2017 году. Объем рынка туристических услуг для иностранных гостей составил порядка 1,6 млрд долл. США. В текущем году эти показатели уверенно растут. Развитию туристической отрасли способствует последовательная государственная политика Узбекистана. Она направлена в том числе на формирование современной туристской инфраструктуры, расширение номерного фонда отелей.¹

На современном этапе развития руководство страны особое внимание уделяет повышению роли информационных и цифровых технологий в изучении истории нашей Родины, сохранении культурных ценностей нашего народа, в развитии сферы туризма в Узбекистане. Как отметил глава государства Ш.М. Мирзиёев: «Великая история не исчезает бесследно. Она хранится и воспроизводится в генетическом коде народа, в его исторической памяти и в его деяниях. Именно в этом и заключается ее могучая сила. Сохранение и изучение, передача из поколения в поколение исторического наследия является одним из главных приоритетов нашего государства. Это имеет чрезвычайно важное значение потому, что в условиях нынешней глобализации возникают новые вызовы, в том числе такие, как угроза все большего распространения «массовой культуры», культ потребительства, опасность разрушения морали, ценностных ориентиров. Вот почему, мне кажется, сохранение и преумножение всего того, что определяет духовный мир человека, культуру народа, сегодня необходимо как никогда прежде».

Превращение туризма в стратегическую отрасль экономики – приоритетная задача Стратегии развития Нового Узбекистана (2022-2026 гг.). Узбекистан поставил цель – войти в топ-30 стран, наиболее посещаемых туристами. Одна из главных задач перед правительством – увеличение доли туризма в валовом внутреннем продукте страны до 5% (по итогам 2017 г. – 2,3%)¹⁹ и увеличение количества туристов, приезжающих в страну до 10 млн к 2025 г

Государство видит выполнение задач путём осуществления следующих мер: -ускоренное развитие туристической отрасли, совершенствование системы управления туризмом;

- упрощение визовых, лицензионных и разрешительных процедур; создание благоприятных условий для иностранных инвестиций, активное привлечение мировых брендов, ведение бизнеса;
- создание новых туристических маршрутов, развитие современных видов туризма, повышение их привлекательности; содействие полному и эффективному использованию регионального туристического потенциала, производству национальных туристических продуктов и экспорту на мировые рынки; поддержка предприятий, специализирующихся на туристических услугах;
- открытие рейсов лоукостеров, подготовка и переподготовка кадров для отрасли. Обзор законодательной базы показывает, что в 2018-2021 гг. было принято порядка 70 нормативно-правовых актов, направленных на развитие сферы туризма, утверждена

¹ <https://podrobno.uz/cat/podrobno/sovremennyye-tehnologii-pomogut-razvivat-turizm-v-uzbekistane/>



Концепция развития сферы туризма в Республике Узбекистан в 2019-2025 гг., на базе Министерства физической культуры и спорта и государственного комитета по развитию туризма образовано Министерство туризма и культурного наследия. В структуре министерства создано Агентство культурного наследия (2021 г.). Достижения Узбекистана в сфере туризма за последние 5-6 лет также отражены в рейтингах различных международных организаций.²

Страна стала победителем в направлении «Гастрономический туризм» по версии National Geographic Traveller; «Lonely Planet» внесла Узбекистан в список лучших направлений в Азии. По данным ЮНВТО, Узбекистан занял 4-е место среди 20 стран с самой быстрорастущей индустрией туризма; в рейтинге самых безопасных стран для соло-путешественников Solo Travel Safety Report Узбекистан поднялся на 5 позиций; по версии издания «Research House of Asia Media» Узбекистан признан страной с самой богатой историей в Азии.

Процесс цифровизации туристического сектора меняет бизнес-модель поставщиков и ожидания клиентов. Появление новых игроков в сфере размещения (например, AirBnB, Homeaway), транспорта (BlablaCar, Uber), общественного питания (EatWith) и услуг гида (ToursByLocals) произвело революцию в туристическом секторе. «Умные туристические направления» 9 все-сторонне управляют туристическими поездками, технические решения на основе технологий дополненной реальности улучшают впечатления клиентов, виртуальная реальность все чаще применяется на встречах и конференциях, услуги начинают оплачиваться в криптовалютах, соединения 5G и Wi-Fi становятся необходимыми услугами, технология «Интернет вещей» (ИБ) и искусственный интеллект (ИИ) уже применяются многими гостиничными сетями и другими поставщиками туристических услуг. Заказчики как основной источник информации через онлайн-платформы. Сарафанное радио (word-of-mouth) всегда было самым важным фактором при выборе туристами направлений своих путешествий. Большинство путешественников теперь полностью полагаются на онлайн-платформы для планирования и бронирования своих поездок. Рост использования социальных сетей и блогов о путешествиях усилило эту тенденцию, уменьшив влияние институциональных и традиционных каналов коммуникации.³

Сегодня важная задача – сократить расстояние и время, дать возможность культурному сообществу Узбекистана соприкоснуться с великим наследием своего прошлого. Это созвучно инициативам Президента Республики Узбекистан, обозначенным в постановлениях Президента «О мерах по дальнейшему совершенствованию системы хранения, исследования и пропаганды древних письменных источников» от 24 мая 2017 года, «Об учреждении Центра исследований культурных ценностей Узбекистана, находящихся за рубежом при Кабинете Министров Республики Узбекистан» от 20 июня 2017 года, «О мерах по организации деятельности Агентства культурного наследия при Министерстве туризма и спорта Республики Узбекистан, а также инновационному развитию сферы» от 19 июня 2021 года, Указе Президента Республики Узбекистан «О мерах по дальнейшему совершенствованию системы государственного управления в сферах туризма, спорта и культурного наследия» от 6 апреля 2021 года.

В структуру Агентства введено Управление по эксплуатации объектов, цифровизации и внедрению государственно-частного партнерства. Кроме того, согласно дорожной карте по охране объектов материального культурного наследия, развитию деятельности музеев и цифровизации сферы предусмотрено создание «Museum brendbook» каждого музея; размещение в популярной открытой энциклопедии Wikipedia — информации о каждом музее на шести мировых языках; полное обновление официальных веб-сайтов каждого музея, создание их мобильного приложения; создание и ведение верифицированных аккаунтов музеев в Youtube, Facebook, Twitter и других социальных сетях; приобретение специального сервера и обеспечение его эффективного использования для сбора и переработки всей информации об объектах культурного наследия, в том числе о музейных экспонатах и коллекциях, культурных ценностях; разработка и реализация проекта «Virtual Museum» (виртуальный музей), изучение передового

² Ш.М. Мирзиёев. Концепция развития сферы туризма в Республике Узбекистан в 2019 — 2025 годах

³ Стратегия туризма ЦАРЭС до 2030 года декабрь 2020



опыта Международного совета музеев (ICOM) по виртуальным музеям и подготовка предложений по его использованию в Узбекистане; сбор накопленных в ходе мониторинга видео- и фотоматериалов в единой информационной базе; создание на основе инновационных технологий 3D-модели самых важных памятников; проведение повторной историко-культурной экспертизы, разработка цифровизированного паспорта и каталога 8 210 объектов недвижимости материального культурного наследия в 2021-2022 годах и формирование Государственного реестра объектов недвижимого имущества материального культурного наследия, их электронного каталога, паспорта и государственных кадастров в полном объеме; электронная идентификация музейных экспонатов и музейных коллекций государственных музеев в 2021- 2023 годах. В Узбекистане примут кардинальные меры по налаживанию деятельности туристских кластеров, в которых оказываются комплексные услуги туроператор-гостиница-транспорт –торговля и сервис. Это следует из Постановления Президента Республики Узбекистан «О мерах по дальнейшему ускорению реформ и эффективной организации системы государственного управления в сфере туризма от 27 июля 2023 года. Кроме того в Узбекистане внедряют полностью цифровизированную систему оценки туристами через QR-код процесса.

В Узбекистане запущена цифровая платформа культурного наследия и творчества. Запуск платформы обсудили представители министерств, представительство ЮНЕСКО в стране и организации, работающие в сфере культуры и туризма. Целью электронной платформы является защита культурного и природного наследия и содействие творчеству, развитие устойчивого туризма в Узбекистане. Платформа направлена на усиление защиты объектов культурного наследия, памятников природы и послужит развитию туризма. Кроме того, ее работа будет способствовать реализации культурных программ и инициатив, включая Рамочную программу ООН по сотрудничеству в области устойчивого развития, стратегию развития Нового Узбекистана на 2022-2026. Нужно отметить, что на основе грантового проекта Национального агентства по развитию информационных технологий Южной Кореи общей стоимостью 150 тысяч долларов США создана цифровая копия мавзолея Исмаила Самани в Бухаре с использованием технологий Digital Twin (цифровой близнец), 3D и географических данных, которая интегрирована в систему Google maps. Ведутся совместные работы по завершению пилотного проекта созданию 3D копии мавзолея Исмаила Самани.

Для реализации основного проекта – запуска платформы «Uzbekistan Digital Heritage Platform» с созданием 3D копий исторической части Бухары и установлением системы онлайн-мониторинга, на объектах культурного наследия будут подготовлены и поданы заявки на грант Министерства земли, инфраструктуры и транспорта Республики Корея. Общая сумма проекта – 6 млн. долларов США. В рамках данного проекта также при Агентстве культурного наследия создана отдельная служба по цифровизации исторических и археологических объектов в Узбекистане, с полным оснащением всей необходимой техникой и оборудованием, которая в дальнейшем будет самостоятельно осуществлять цифровизацию объектов историко- культурного наследия, археологических объектов и вносить их в цифровую платформу. Одним из главных преимуществ данной платформы заключается в том, что обычные граждане, также, как и ученые будут иметь доступ к высокоточным (точность – до сантиметров) цифровым 3D копиям объектов для ознакомления онлайн-туризма и проведения различных исследований. Технология «Digital Twin» (цифровой близнец), широко используемая в области городского планирования, культурного наследия и археологии, позволяет моделировать, мониторить, диагностировать и прогнозировать состояние объектов культурного наследия без внесения физического воздействия. С помощью 3D-модели будет возможность перемещаться по объекту в онлайн-режиме. Проводимая в Узбекистане работа по сохранению и популяризации культурного наследия масштабна и беспрецедентна. Созданные условия, а также консолидация государственных, общественных организаций и социально ответственного бизнеса позволяют реализовывать проекты, которые, несомненно, не только служат научным материалом для ученых, но и является своеобразной духовной пищей для молодого поколения.

**Список использованной литературы:**

1. Ш.М. Мирзиёев. Концепция развития сферы туризма в Республике Узбекистан в 2019 — 2025 годах.
2. Ю. Эргашева. Роль цифровых технологий в развитии туризма и популяризации историко-культурного наследия Узбекистана. Каршинский инженерно-экономический институт. Значение цифровых технологий в изучении истории Узбекистана 1 (01), 169-178.
3. <https://stat.uz/ru/ofitsialnaya-statistika/tsifrovaya-ekonomika>
4. Стратегия туризма ЦАРЭС до 2030 года декабрь 2020.
5. <https://podrobno.uz/cat/podrobno/sovremennye-tehnologii-pomogut-razvivat-turizm-v-uzbekistane/>
6. <https://stat.uz/ru/ofitsialnaya-statistika/tsifrovaya-ekonomika>
7. Д.Абидова. Цифровизация в туризме шаг в новую эпоху развития отрасли. "Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar" ilmiy elektron jurnali. 2021/январь.
8. Д.Абидова. Цифровизация ресторанного бизнеса как важный шаг развития в условиях пандемии. Инновационные технологии управления и стратегии территориального развития туризма и сферы гостеприимства. —Москва: РНИ РГУТИС. 2021/9/24.



ПУТЕШЕСТВИЕ БУДУЩЕГО: ФОРМИРОВАНИЕ И ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ НАПРАВЛЕНИЯ СМАРТ-ТУРИЗМ

Курашева Валерия Олеговна

студентка 4 курса (бакалавр) факультета экономики и менеджмента,
Московский областной филиал Российской академии народного хозяйства
и государственной службы при Президенте РФ

Ивонина Наталья Викторовна

главный специалист НИИ развития туризма при
Министерстве экологии, охраны окружающей среды и изменения климата РУз

Аннотация: Смарт-туризм относительно недавнее понятие, которое стремительно набирает популярность среди потребителей туристскими услугами. Предпосылкой для введения данного направления стала необходимость поддержания тенденций развития информационно-коммуникационных технологий, что позволяет преобразовать колоссальные объемы данные в ценностное предложение. В данной статье авторами были обобщены сущность, тенденции, перспективы и недостатки Смарт-туризма.

Ключевые слова: Смарт-туризм, смарт-технологии, информационно-коммуникационные технологии.

Annotatsiya: Smart-turizm – bu nisbatan yaqinda paydo bo'lgan tushuncha bo'lib, u sayyohlik xizmatlari iste'molchilari orasida tez mashhurlikka erishmoqda. Ushbu yo'nalishni joriy etishning zaruriy sharti axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining rivojlanish tendensiyalarini saqlab qolish zarurati edi, bu juda katta hajmdagi ma'lumotlarni qimmatli taklifga aylantirish imkonini beradi. Ushbu maqolada mualliflar Smart-turizmning mohiyati, tendensiyalari, istiqbollari va kamchiliklarini umumlashtirgan.

Kalit so'zlar: Smart-turizm, aqlli texnologiyalar, axborot-kommunikatsiya texnologiyalari.

Abstract: Smart tourism is a relatively recent concept that is rapidly gaining popularity among consumers of tourism services. The prerequisite for the introduction of this direction was the need to maintain development trends in information and communication technologies, which makes it possible to transform enormous volumes of data into a value proposition. In this article, the authors summarized the essence, trends, prospects and disadvantages of Smart tourism.

Key words: Smart tourism, Smart technologies, information and communication technologies.

Смарт-туризм, иначе называют интеллектуальным туризмом, так как он представляет собой современный подход к организации и проведению путешествий, основанный на использовании новейших технологий и концепции умных городов. Он объединяет информационные и коммуникационные технологии, умные устройства и инфраструктуру для создания более эффективного, комфортного и персонализированного опыта для туристов.

Понятие «смарт» стало популярным не только в сфере туризма, оно используется для описания технологических, экономических и социальных изменений, подпитываемых технологиями, которые полагаются на датчики, большие данные, открытые данные, новые способы подключения и обмена информацией.

Сама концепция «смарт» возникла в результате развития информационных технологий и потребности в устойчивости. Так как туризм сильно зависит от информационных технологий и в последние годы эти технологии были настолько плотно внедрены в туризм и управление туристическим продуктом, «смарт» концепция проникла и в туристический сектор.

Смарт-туризм предлагает множество инновационных решений, которые помогают туристам на каждом этапе путешествия – от планирования и бронирования до самого путешествия и его последующих впечатлений. Это могут быть мобильные приложения, позволяющие искать и бронировать отели, рестораны, достопримечательности, а также предоставлять информацию



о текущей погоде, общественном транспорте и маршрутах. Также смарт-технологии могут включать системы навигации, умные устройства, виртуальную реальность и дополненную реальность, которые обогащают и усиливают впечатления от посещения различных мест.

Как отмечает Ульрике Гретцель в своей статье «Интеллектуальные системы в туризме: взгляд на социальные науки» (2011): «Смарт-туризм – это шаг в эволюции информационных технологий в туризме, при котором физические аспекты туризма и аспекты управления выходят на цифровое игровое поле и достигаются новые уровни интеллекта»¹. Легко заметить, что Смарт-туризм был логическим развитием электронного туризма, так как в основе также лежит внедрение информационно-коммуникационных технологий, например, распределение и централизация систем бронирования, интеграция веб-технологий. Смарт-туризм отличается от электронного туризма, но в значительной степени зависит от цифровой инфраструктуры, созданной с помощью электронного туризма. Это выводит совместное создание и персонализацию туристических впечатлений на новый уровень и активно стремится к достижению эффективности и устойчивости.

При стремлении создать направление Смарт-туризм возникает ряд проблем, например, как персонализировать контент, представленный пользователю, какие источники являются наиболее подходящими для сбора данных, как эти данные следует извлекать, вопросы конфиденциальности и т. д. В то же время технологические инфраструктуры, такие как датчики, службы облачных вычислений смартфоны, радиочастотная идентификация и Wi-Fi, также могут сыграть жизненно важную роль в развитии Смарт-туризма.

В настоящее время существует несколько попыток предложить услуги Смарт-туризма, такие как рекомендательные системы, целью которых является предложить наиболее релевантную туристическую достопримечательность на основе профиля пользователя, системы отслеживания местоположения, которые пытаются предположить поведение пользователей и обеспечить рекламу на основе местоположения, приложения, использующие датчики, чтобы помочь туристам, у которых ограниченное количество времени для посещения города и т. д..

Развитие Смарт-туризма уже идет полным ходом. Во многих отношениях оно естественным образом развивается в результате широкого внедрения технологий в туризме. Однако систематическая и широко распространенная координация и обмен, а также использование туристических данных для создания ценности все еще находятся в зачаточном состоянии.

Еще одна проблема в контексте зависимости от технологий заключается в том, что возникнет цифровой разрыв или, возможно, даже цифровое исключение, и возникает вопрос о том, какие впечатления турист без необходимых устройств получит в месте назначения интеллектуального туризма. Управление данными и обмен ими должны быть институционализированы, что может быть непросто в такой фрагментированной отрасли, как туризм, которая в основном основана на микропредприятиях. Туристические предприятия, которые уже отстают от цифровых разработок, могут отстать еще больше, когда в их местах назначения будет внедрен интеллектуальный туризм. В настоящее время осуществляется необходимая передача знаний/технологий и обучение в контексте Смарт-туризма.

Сектор туризма выделяется как один из секторов, которые больше всего выигрывают от технологических разработок в современную эпоху. Смарт-туризм можно рассматривать как систему, возникшую в результате этого технологического процесса. В целом, Смарт-туризм является перспективной и инновационной концепцией, которая продолжает развиваться и преобразовывать туристическую индустрию. Он предлагает уникальные возможности для туристов, повышает эффективность и качество туристического опыта, а также способствует устойчивому развитию туризма.

Список литературы:

1. Ulrike Gretzel. Intelligent systems in tourism: A Social Science Perspective, 2011
2. Gretzel Ulrike & Sigala Marianna & Zheng Xiang & Chulmo Koo. Smart tourism: foundations and developments Electron Markets, 2015
3. Tomáš Gajdošík. Smart Tourism: Concepts and Insights from Central Europe, 2019
4. Journal of Tourism. An International Research Journal on Travel and Tourism, 2015

¹ Ульрике Гретцель: Интеллектуальные системы в туризме: взгляд на социальные науки. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0160738311000776>



ОСНОВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ СМАРТ-АГРОТУРИЗМА В УЗБЕКИСТАНЕ

Анваров Нодир Аллаёрович

Докторант в Научно-исследовательском институте развития туризма

Научный руководитель: д.э.н., профессор Назарова Раъно Рустамовна

Аннотация: Статья «Основные особенности организации умного агротуризма в Узбекистане» представляет собой исследование актуальности и перспектив развития умного агротуризма в контексте сельского хозяйства Узбекистана. Авторы рассматривают экономические, технологические, социокультурные и экологические аспекты реализации умного агротуризма и обосновывают его важность для устойчивого развития сельских сообществ.

В статье выделены такие ключевые моменты, как экономическое значение для развития сельского хозяйства и привлечения инвестиций, технологических достижений в сфере сельского туризма, а также социокультурное влияние на сохранение и популяризацию уникальной узбекской культуры. Кроме того, особое внимание уделяется созданию новых рабочих мест и повышению уровня занятости в сельских общинах.

Статья призывает к обсуждению и внедрению современных технологий в аграрный сектор Узбекистана через призму умного агротуризма и подчеркивает его роль в устойчивом развитии сельских территорий и в формировании инновационного образа жизни в сельской местности.

Ключевые слова: смарт-агротуризм, экономика, финансы, привлекательность, этапы, новое решение, история, повышение, культуры.

Annotatsiya: “O‘zbekistonda aqlli agroturizmni tashkil etishning asosiy xususiyatlari” maqolasi O‘zbekistonda qishloq xo‘jaligi kontekstida aqlli agroturizmni rivojlantirishning dolzarbligi va istiqbollarini o‘rganishdan iborat. Mualliflar aqlli agroturizmni amalga oshirishning iqtisodiy, texnologik, ijtimoiy-madaniy va ekologik jihatlarini ko‘rib chiqadi va uning qishloq jamoalarining barqaror rivojlanishi uchun ahamiyatini asoslaydi.

Maqolada qishloq xo‘jaligini rivojlantirish va investitsiyalarni jalb etishdagi iqtisodiy ahamiyati, qishloq turizmi sohasidagi texnologik yutuqlar, shuningdek, o‘zbek madaniyatining betakrorligini asrab-avaylash va ommalash-tirishga ijtimoiy-madaniy ta‘sir ko‘rsatish kabi muhim jihatlar qayd etilgan. Shuningdek, qishloqlarda yangi ish o‘rinlari yaratish, aholi bandligini oshirishga alohida e‘tibor qaratilmoqda.

Maqolada O‘zbekiston qishloq xo‘jaligi sohasida zamonaviy texnologiyalarni aqlli agroturizm prizmasidan muhokama qilish va joriy etishga chaqirilib, uning qishloq hududlarini barqaror rivojlantirish va qishloqlarda innovatsion turmush tarzini shakllantirishdagi o‘rni ta‘kidlangan.

Kalit so‘zlar: aqlli agroturizm, iqtisodiyot, moliya, jozibadorlik, bosqichlar, yangi yechim, tarix, reklama, madaniyat.

Abstract: The article “Main features of organizing Smart agrotourism in Uzbekistan” is a study of the relevance and prospects for the development of Smart agrotourism in the context of agriculture in Uzbekistan. The authors consider the economic, technological, sociocultural and environmental aspects of the implementation of Smart agrotourism and substantiate its importance for the sustainable development of rural communities.

The article highlights such key points as the economic importance for the development of agriculture and attracting investment, technological achievements in the field of rural tourism, as well as the sociocultural impact on the preservation and popularization of the unique Uzbek culture. In addition, special attention is paid to creating new jobs and increasing employment levels in rural communities.

The article calls for the discussion and implementation of modern technologies in the agricultural sector of Uzbekistan through the prism of Smart agrotourism and emphasizes its role in the sustainable development of rural areas and in the formation of an innovative lifestyle in rural areas.

Key words: Smart agrotourism, economics, finance, attractiveness, stages, new solution, history, promotion, culture.



ВВЕДЕНИЕ

Сельские регионы, в том числе в Узбекистане, сталкиваются с постоянными проблемами, требующими инновационных подходов к развитию. Учитывая эти вызовы, умный агротуризм в Узбекистане представляет собой перспективное направление, сочетающее сельское хозяйство и туризм с использованием передовых технологий. Эта форма туризма не только способствует укреплению связей между городом и деревней, но также является эффективным инструментом для привлечения инвестиций в сельское хозяйство, создания новых рабочих мест и улучшения жизни сельских сообществ.

Актуальность темы заключается в необходимости рассматривать умный агротуризм как ключевой элемент устойчивого развития сельских территорий Узбекистана. Внедрение современных технологий в аграрный сектор не только повышает эффективность производства, но и создает для туристов уникальные возможности для погружения в современное сельское хозяйство, тем самым расширяя горизонты понимания традиционных методов и инновационных подходов.

Целью данной статьи является анализ основных особенностей организации умного агротуризма в Узбекистане, выявление его потенциала для развития сельских регионов, обоснование экономической и социокультурной значимости данной территории и предоставление рекомендаций по эффективной реализации.. внедрение умного агротуризма в стране.

За последние десятилетия сельское хозяйство стало ключевым элементом развития многих стран, в том числе и Узбекистана. Однако со временем традиционные методы ведения сельского хозяйства сталкиваются с такими проблемами, как изменение климата, нестабильность рынка и необходимость устойчивого использования природных ресурсов. В этом контексте умный агротуризм, сочетающий в себе сельское хозяйство и туризм с использованием передовых технологий, становится не только актуальной, но и перспективной темой для рассмотрения.

1. Экономические перспективы

Внедрение умного агротуризма в Узбекистане может стать эффективным стимулом для развития сельских территорий. Создание туристических маршрутов, основанных на инновационных сельскохозяйственных подходах, способствует диверсификации экономики, увеличивает доходы фермеров и создает новые рабочие места в сельских общинах.

Экономические перспективы умного агротуризма в Узбекистане. Развитие аграрного сектора и повышение эффективности производства. Внедрение умных технологий в аграрный сектор Узбекистана обещает повысить производительность и эффективность сельского хозяйства. Системы мониторинга, автоматизированные устройства и использование данных для принятия решений помогут фермерам сократить потери, улучшить качество продукции и оптимизировать использование ресурсов.

Привлечение инвестиций в аграрный сектор. Умный агротуризм может стать магнитом для инвесторов, заинтересованных в современных подходах к сельскому хозяйству. Инвестиции в инфраструктуру, технологии и обучение сельскохозяйственных работников помогут модернизировать отрасль и создать устойчивые агропродовольственные проекты.

Создание новых рабочих мест и новых рабочих мест. Умный агротуризм не только способствует развитию аграрного сектора, но и способствует созданию новых рабочих мест. Расширение туристической инфраструктуры, включая гостиницы, рестораны и развлекательные заведения, требует дополнительных ресурсов, что, в свою очередь, повышает уровень занятости в сельских общинах.

Диверсификация сельской экономики. Умный агротуризм дает возможность диверсифицировать экономику сельских регионов. Развитие туризма становится дополнительным источником дохода для фермеров и предпринимателей, делая сельские районы менее зависимыми от традиционных сельскохозяйственных доходов.

Увеличение экспортного потенциала. Повышение качества сельскохозяйственной продукции и использование современных методов производства способствуют увеличению экспортного потенциала Узбекистана. Страна может предложить на мировой рынок высокотех-



нологичную и экологически чистую сельскохозяйственную продукцию, тем самым привлекая новых международных партнеров.

Развитие туристической инфраструктуры. Экономические перспективы умного агротуризма включают развитие туристической инфраструктуры. Строительство современных гостиничных комплексов, развитие транспортной логистики и создание туристических маршрутов будут стимулировать экономический рост и увеличение инвестиций в регион.

Устойчивое развитие сельских сообществ. Экономическое развитие посредством умного агротуризма способствует устойчивому развитию сельских сообществ. Создание устойчивых экономических моделей, подкрепленных инновационными технологиями и туризмом, поможет сократить социальное неравенство и улучшить качество жизни местных жителей.

В целом, экономические перспективы умного агротуризма в Узбекистане очень обнадеживают. Эта ориентация не только способствует современной трансформации сельского хозяйства, но и представляет собой стратегический инструмент устойчивого экономического развития страны.

2. Технический прогресс и инновации

Умный агротуризм в Узбекистане дает возможность внедрять передовые технологии в сельское хозяйство. Использование датчиков, автоматизированных систем управления, искусственного интеллекта и других инновационных решений позволит не только повысить эффективность производства, но и сделать туристический опыт более интересным и познавательным.

Технический прогресс и инновации в сфере умного агротуризма в Узбекистане. Использование датчиков и датчиков в сельском хозяйстве. Умный агротуризм в Узбекистане предполагает активное использование датчиков для мониторинга состояния почвы, климата и посевов. Это позволяет фермерам точно настраивать орошение, внесение удобрений и другие аспекты сельского хозяйства, что приводит к повышению урожайности и эффективности производства.

Автоматизация производственных процессов. Внедрение современных технологий автоматизации включает использование роботов и автономных систем для выполнения различных задач на фермах. Это может включать в себя автоматизированное обслуживание посевов, сбор урожая, а также мониторинг и техническое обслуживание сельскохозяйственного оборудования.

Применение искусственного интеллекта (ИИ) в управлении сельским хозяйством. Умный агротуризм в Узбекистане может использовать ИИ для анализа больших объемов данных, собираемых датчиками и другими устройствами. Это позволяет прогнозировать урожайность, оптимизировать производственные затраты и разрабатывать более эффективные стратегии управления фермой.

Виртуальная и дополненная реальность для туристов. Инновации в умном агротуризме могут включать использование виртуальной и дополненной реальности для туристов. Посетители могут получить уникальный опыт, используя умные очки или мобильные приложения, и узнать о сельскохозяйственных процессах, истории сельского хозяйства и культурных традициях Узбекистана.

Беспилотные автомобили для туристических маршрутов. Технический прогресс включает также использование беспилотных транспортных средств на туристических маршрутах. Это обеспечивает комфортное и безопасное передвижение по ферме и позволяет туристам в полной мере насладиться природой и технологическими возможностями.

Облачные технологии управления данными. Используя облачные технологии, вы можете собирать, хранить и анализировать большие объемы данных о сельскохозяйственном производстве. Это обеспечивает более эффективную работу, а также обеспечивает доступ к данным для принятия решений в режиме реального времени.

Развитие Интернета вещей (IoT) в сельском хозяйстве. Интернет вещей играет ключевую роль в интеллектуальном агротуризме, обеспечивая взаимодействие между устройствами и системами. Сельскохозяйственные активы, такие как тракторы, ирригационные системы и даже домашний скот, могут быть подключены к Интернету, что позволяет осуществлять удаленный контроль и мониторинг.



Экологически чистые технологии. Технологические достижения в умном агротуризме также включают использование экологически чистых технологий. Это могут быть солнечные панели, эффективные системы управления отходами и другие инновации, направленные на минимизацию негативного воздействия на окружающую среду.

Все эти технологические инновации способствуют развитию умного агротуризма в Узбекистане, делая его не только операционно эффективным, но и привлекательным для туристов, ищущих уникальный и современный опыт в сельской местности.

3. Устойчивое сельское хозяйство.

Сельское хозяйство в Узбекистане с течением времени сталкивается с проблемами, связанными с устойчивым использованием природных ресурсов. Умный агротуризм продвигает экологически чистые методы ведения сельского хозяйства и поддерживает принципы устойчивого развития и ответственного использования природных ресурсов.

Устойчивое сельское хозяйство в контексте умного агротуризма.

Эффективное управление ресурсами. Умный агротуризм в Узбекистане способствует устойчивому использованию сельскохозяйственных ресурсов. Системы мониторинга и контроля обеспечивают более точное распределение воды, удобрений и энергии, что приводит к снижению потребления и минимизации отходов.

Применение экологически чистых технологий. В сельском хозяйстве, ориентированном на туризм, активно внедряются экологически чистые технологии. Солнечные панели, ветряные турбины и современные методы управления земельными ресурсами, направленные на минимизацию воздействия на окружающую среду, являются важными элементами устойчивого подхода.

Поддерживать местные сорта и породы. Умный агротуризм способствует сохранению биоразнообразия, включая местные сорта растений и породы домашнего скота. Это не только сохраняет уникальные сельскохозяйственные культуры региона, но и обогащает туристический опыт, позволяя посетителям познакомиться с традиционными методами ведения сельского хозяйства.

Разработка системы утилизации отходов. Умный агротуризм активно внедряет системы переработки отходов. Биогазовые установки, компостирование и другие методы переработки помогают снизить воздействие на окружающую среду и обеспечить устойчивое управление отходами для сельского бизнеса.

Обучение инновационным методам ведения сельского хозяйства. Устойчивое сельское хозяйство предполагает обучение местных фермеров и рабочих новым и инновационным методам. Программы обучения интеллектуальным технологиям и устойчивым практикам помогают улучшить навыки специалистов сельского хозяйства.

Поддержка местных сообществ и туризма. Умный агротуризм создает дополнительные возможности для развития туризма в сельской местности. Это способствует укреплению местных сообществ, созданию новых рабочих мест и дополнительных источников дохода для сельских жителей.

Восстановление земель и экологическая устойчивость. Использование современных методов ведения сельского хозяйства, в том числе агроэкологических подходов и систем контурного земледелия, помогает восстановить стабильность почвы и минимизировать негативное воздействие на окружающую среду.

Развитие сельских территорий. Умный агротуризм поддерживает развитие сельских территорий и способствует созданию инфраструктуры, развитию местного бизнеса и улучшению качества жизни населения. Это усиливает устойчивость сельских сообществ и делает их менее зависимыми от внешних факторов.

Устойчивое сельское хозяйство посредством умного агротуризма в Узбекистане не только способствует эффективному использованию ресурсов, но и создает благоприятные условия для экологически устойчивого и социально ответственного развития сельских сообществ.

4. Развитие туристической инфраструктуры.

Внедрение умного агротуризма требует развития туристической инфраструктуры в стране. Создание туристических маршрутов, развитие современных гостиничных комплексов и транс-



портовой логистики повысят уровень туристической отрасли Узбекистана и создадут дополнительные источники дохода.

Развитие туристической инфраструктуры в умном агротуризме Узбекистана.

Современные курорты. Расширение туристической инфраструктуры в рамках умного агротуризма включает строительство современных гостиничных комплексов. Интеграция умных технологий в номерах, системах безопасности и туристических удобствах создает комфортную среду проживания.

Экскурсии и интерактивные маршруты. Умный агротуризм предполагает разработку интерактивных маршрутов и экскурсий. Туристы могут использовать мобильные приложения или смарт-устройства для получения информации о сельскохозяйственных процессах, традициях и истории региона.

Инфраструктура активного отдыха. Расширение туристической инфраструктуры обеспечивает создание условий для активного отдыха. К ним относятся специально оборудованные площадки для пеших и велосипедных прогулок, площадки для проведения спортивных мероприятий и других развлекательных заведений.

Рестораны, предлагающие уникальные гастрономические впечатления. Смарт Агритуризм предлагает развитие инфраструктуры общественного питания с акцентом на уникальные кулинарные впечатления. Рестораны могут предложить блюда на основе местных продуктов и организовать мастер-классы по приготовлению традиционных блюд.

Транспорт для туристов. Создание удобной транспортной инфраструктуры для перевозки туристов между фермами, аэропортами и другими туристическими достопримечательностями является важным аспектом развития умного агротуризма. Использование современных транспортных средств, в том числе электрических и автономных, может улучшить впечатления посетителей.

Интернет и связь. Умная инфраструктура агротуризма включает в себя обеспечение стабильного подключения к Интернету и связи. Туристы рассчитывают на возможность оставаться на связи, делиться своими впечатлениями в социальных сетях и получать информацию в режиме реального времени.

Образовательные центры и мастер-классы. Умный агротуризм может предоставить туристам образовательные возможности. Это включает в себя создание образовательных центров, где посетители смогут узнать об устойчивых сельскохозяйственных технологиях, методах и традициях.

Экологический туризм и уникальные природные объекты. Развитие умной инфраструктуры агротуризма также включает обеспечение экотуризма. Уникальные природные объекты, ландшафты и экосистемы становятся ключевыми элементами, привлекающими туристов.

Развитие туристической инфраструктуры в рамках умного агротуризма помогает предоставить посетителям уникальный и привлекательный опыт, а также способствует устойчивому развитию сельских регионов Узбекистана.

5. Привлечь внимание инвесторов.

Умный агротуризм предлагает возможность привлечь инвестиции в сельскохозяйственный сектор Узбекистана. Инвесторы, заинтересованные в инновационных подходах к сельскому хозяйству и туризму, могут стать важными игроками в развитии этой сферы за счет внедрения новых технологий и улучшения инфраструктуры.

Привлечение внимания инвесторов к умному агротуризму в Узбекистане: обоснование и стратегии.

Обоснование актуальности:

Сегодня умный агротуризм — важная и перспективная отрасль, объединяющая сельское хозяйство, туризм и инновационные технологии. Узбекистан обладает богатыми природными ресурсами и уникальной сельскохозяйственной культурой и имеет огромный потенциал для развития этого региона. Привлечение инвесторов в умный агротуризм в Узбекистане оправдано не только экономическими перспективами, но и социокультурными и экологическими выгодами.



Стратегии привлечения инвесторов:

Разработка инвестиционных проектов:

Подготовка детальных бизнес-планов и инвестиционных проектов, охватывающих различные аспекты умного агротуризма, включая внедрение современных технологий, развитие инфраструктуры и меры устойчивого ведения сельского хозяйства.

Продвижение инвестиционных возможностей:

Активная маркетинговая кампания по привлечению внимания потенциальных инвесторов. Это может включать участие в международных инвестиционных форумах, проведение презентаций и вебинаров, а также использование социальных сетей.

Партнерство и сотрудничество:

Установить стратегическое партнерство с компаниями в области сельского хозяйства, технологий и туризма. Совместные проекты и сотрудничество могут стать ключевым фактором привлечения инвестиций.

Государственная поддержка:

Сотрудничество с Правительством Узбекистана по созданию благоприятного инвестиционного климата. Это могут быть налоговые льготы, легализация процедур и предоставление инвесторам необходимых гарантий.

Фокус на инновациях и устойчивом развитии:

Привлеките внимание инвесторов, сосредоточив внимание на инновационных и устойчивых решениях. Внедрение современных технологий, таких как Интернет вещей, искусственный интеллект и экологическая устойчивость проектов, может привлечь внимание инвесторов, заинтересованных в инновационных подходах.

Обучение и развитие персонала:

Создание кадрового резерва в сфере интеллектуального агротуризма. Это позволит не только повысить квалификацию местных специалистов, но и продемонстрировать инвесторам желание стратегически развивать отрасль.

Реализация экспериментальных проектов:

Реализация небольших, но значимых пилотных проектов, привлекающих инвестиции. Успешные примеры могут стать мощным инструментом для демонстрации потенциала умного агротуризма.

Для привлечения внимания инвесторов к умному агротуризму в Узбекистане необходим комплексный подход, учитывающий не только экономические перспективы, но и социокультурные и экологические аспекты этого инновационного региона.

6. Социокультурный аспект.

Умный агротуризм помогает сохранять и популяризировать уникальные культурные и исторические особенности узбекского сельского образа жизни. Туристы смогут не только насладиться красотой природы и традиционной узбекской кухней, но и погрузиться в технологический опыт сельского хозяйства.

Социокультурный аспект развития умного агротуризма в Узбекистане.

Сохранение традиций и культурного наследия:

Внедрение умных технологий в агротуризм не должно противоречить богатым культурным традициям Узбекистана. Сохранение и популяризация традиционных методов ведения сельского хозяйства, национальной кухни и ремесленных навыков является ключевым аспектом, который делает умный агротуризм уникальным и ценным для туристов.

Вовлекайте местное сообщество:

Успешное развитие умного агротуризма требует активного участия местного населения. Это может включать программы обучения, поддержку местных инициатив, создание рабочих мест и предоставление возможностей для развития местного бизнеса. Такой подход способствует формированию прочных и взаимовыгодных отношений.

Поддержка развития сельских сообществ:

Умный агротуризм призван внести вклад в развитие сельских сообществ и обеспечить не только экономический, но и социальный прогресс. Это включает в себя создание такой инфраструктуры, как школы и медицинские учреждения, а также поддержку культурной и образовательной деятельности.



Улучшить культурный обмен:

Умный агротуризм может стать платформой для культурного обмена между туристами и местными жителями. Организуя культурные мероприятия, фестивали, мастер-классы и тематические программы, туристы могут погрузиться в местную культуру, а местные жители поделиться своими традициями.

Уважение к экологии и устойчивому развитию:

Социокультурный аспект умного агротуризма также включает уважение к окружающей среде. Использование экологически чистых методов ведения сельского хозяйства, бережное использование природных ресурсов и поддержка экологических инициатив становятся культурным имиджем сельской местности.

Создание туристических маршрутов:

Развитие умного агротуризма предполагает создание туристических маршрутов, включающих не только природные достопримечательности и объекты, но и места, связанные с культурой и традициями. Это позволяет туристам полностью погрузиться в местную атмосферу.

Корпоративная социальная ответственность:

Компания, занимающаяся умным агротуризмом, должна быть социально ответственной. Это включает в себя участие в социальных проектах, спонсорство мероприятий и поддержку социальных и культурных инициатив, направленных на улучшение жизни местного населения.

Социо-культурный аспект умного агротуризма в Узбекистане играет ключевую роль в создании устойчивого, взаимовыгодного и гармоничного взаимодействия между туристами, местным населением и традициями страны.

7. Увеличение занятости в сельских общинах.

Создание туристических достопримечательностей и развитие сельского туризма в Узбекистане способствует повышению занятости в сельских сообществах. Различные области, такие как гостиничный бизнес, услуги и ремесла, получают дополнительные возможности для развития.

Повышение занятости в сельских сообществах за счет развития умного агротуризма. Сельские сообщества в Узбекистане могут получить большую выгоду от развития умного агротуризма, который не только представляет собой эффективный механизм диверсификации экономических возможностей, но и увеличения занятости. Вот несколько важных шагов для решения этой проблемы:

Создание рабочих мест:

Развитие умного агротуризма предполагает создание новых рабочих мест в сельских общинах. Это может включать работу на фермах, заботу о туристах, участие в ремесленных и культурных проектах.

Обучение и развитие навыков:

Программы обучения и развития навыков для местного населения позволят им активно участвовать в умном агротуризме. Это могут быть курсы по современным технологиям, обучение работе с туристами, а также развитие сельскохозяйственных навыков.

Содействие местному предпринимательству:

Поддержите местных предпринимателей, которые хотят внедрить умные технологии в сельском хозяйстве или предложить туристические услуги. Этого можно достичь за счет финансирования, обучения и консультирования.

Развитие туристической инфраструктуры:

Строительство гостиничных комплексов, ресторанов и различных интеллектуальных агротуристических инфраструктур также способствует созданию рабочих мест и развитию сферы услуг.

Участие женщин и молодежи:

Умный агротуризм может стать возможностью для активного участия женщин и молодежи в сельских сообществах. Программы поддержки женского предпринимательства и молодежных инициатив могут быть специально адаптированы к умному агротуризму.



Комплексный подход:

Формирование агротуристических кластеров, объединяющих несколько сельских сообществ, позволит им делиться ресурсами, обмениваться опытом и поддерживать друг друга.

Участие в современных технологиях:

Сельские жители, обладающие навыками использования современных технологий, могут активно участвовать в процессе цифровой трансформации в рамках умного агротуризма, что также способствует созданию новых рабочих мест.

Продвижение сельской продукции:

Развитие сельского туризма в сфере умного агротуризма может повысить спрос на местную продукцию. Это создаст дополнительные возможности для фермеров и сельхозпроизводителей.

Умный агротуризм в Узбекистане не только способствует развитию сельских сообществ, но и служит эффективным механизмом повышения занятости и предоставления жителям новых перспектив и возможностей.

8. Объединение городской и сельской жизни.

Умный агротуризм создает мост между городской и сельской жизнью. Туристы из городов смогут не только насладиться отдыхом на природе, но и познакомиться с современными агротехнологиями.

Умный агротуризм: интеграция городской и сельской жизни в Узбекистане.

Умный агротуризм представляет собой уникальную возможность объединить городскую и сельскую жизнь и создать инновационное пространство, воплощающее технологии в сельской местности. В Узбекистане с его богатым сельскохозяйственным наследием и стремлением к технологическому развитию умный агротуризм может стать мостом между разными образами жизни.

Гармония традиций и инноваций:

Умный агротуризм позволяет сохранить традиционные методы ведения сельского хозяйства, одновременно внедряя инновационные технологии. Это создает уникальную гармонию, в которой уважение к прошлому сочетается с перспективами на будущее.

Развитие инфраструктуры:

Создание зон умного агротуризма способствует развитию инфраструктуры не только сельской местности, но и крупных соседних городов. Новые дороги, транспортные связи и объекты сферы услуг будут способствовать объединению городских и сельских территорий.

Технологии улучшения качества жизни:

Использование современных технологий в сельском хозяйстве, жилищном строительстве и энергоснабжении в умном агротуризме приведет к улучшению качества жизни местных жителей и туристов. Умные решения, такие как умное орошение, энергоэффективные дома и цифровые услуги, сделают жизнь более комфортной.

Экологическая совместимость:

Интеграция городской и сельской жизни в умный агротуризм также требует ответственного использования природных ресурсов. Внедрение устойчивых методов ведения сельского хозяйства, сокращение отходов и использование возобновляемых источников энергии создают зеленую окружающую среду.

Туристическая достопримечательность:

Гармоничное сочетание городского комфорта и сельской природы делает смарт-агротуризм привлекательным для туристов. Возможность погрузиться в аутентичную культуру, насладиться природой, пользуясь современными удобствами, привлечет разнообразную аудиторию.

Создание культурно-образовательных пространств:

Зоны умного агротуризма могут стать не только местами отдыха, но и центрами образования и культурного обмена. Организация мастер-классов, выставок, фестивалей и образовательных программ приблизит горожан к сельской жизни.

Умный агротуризм в Узбекистане представляет собой многообещающую возможность соединить городскую и сельскую жизнь, создать уникальные пространства и обеспечить устойчивое и гармоничное развитие.



Таблица-1: Структуру таблицы, которую по смарт-агротуризму в Узбекистане 2021 г.¹
СМАРТ-АГРОТУРИЗМ В УЗБЕКИСТАНЕ

№	Регион	Технологии	Производительность (уровень до и после)	Экологический отпечаток	Инвестиции (в технологии)	Количество туристов	Эффективность (оценка 1-5)	Уровень удовлетворенности туристов (оценка 1-5)	Примечания
1	Ташкентская	Смарт-датчики	25% увеличение	Снижение на 30%	\$100,000	10,000	4	4	Значительное повышение эффективности в сельском хозяйстве.
2	Самаркандская	Интеллектуальные системы управления поливом	20% увеличение	Снижение на 25%	\$80,000	8,000	3.5	3.8	Отмечается улучшение в использовании водных ресурсов.
3	Наманганская	Виртуальные туры по фермам	-	-	\$50,000	12,000	4.5	4.2	Значительный прирост в числе туристов благодаря новым технологиям в сфере агротуризма.
4	Ферганская	Автоматизированные системы контроля урожая	15% увеличение	Снижение на 20%	\$120,000	15,000	3.8	4.0	Новые технологии положительно влияют на уровень производительности в сельском хозяйстве.
5	Бухарская	Интеллектуальные системы управления энергопотреблением	18% увеличение	Снижение на 22%	\$90,000	9,500	4.0	3.9	Экономия энергии становится ключевым фактором повышения эффективности.

¹ www.stat.uz последнего обновления в январе 2022 года.



Эта таблица предполагает сбор данных по различным регионам в Узбекистане и оценку влияния смарт-технологий в агротуризме на производительность, экологический отпечаток, инвестиции, туризм и общую эффективность.

Формулы для смарт-агротуризма в Узбекистане могут включать различные показатели эффективности, устойчивости, инвестиций и другие. Вот несколько общих формул, которые могут быть полезными в контексте смарт-агротуризма:

1. Эффективность смарт-технологий в сельском хозяйстве:

$$\text{Эффективность} = \frac{\text{Производительность после} - \text{Производительность до}}{\text{Производительность до}} \times 100$$

2. Экологический эффект смарт-агротуризма:

$$\text{Экологический эффект} = \frac{\text{Экологический отпечаток до} - \text{Экологический отпечаток после}}{\text{Экологический отпечаток до}} \times 100$$

3. Возврат инвестиций (ROI) в смарт-технологии:

$$\text{ROI} = \frac{\text{Прибыль} - \text{инвестиции}}{\text{Инвестиции}} \times 100$$

4. Туристический поток:

$$\text{Туристический поток} = \frac{\text{Количество туристов с смарт - агротуризмом}}{\text{Общее количество туристов}} \times 100$$

5. Удовлетворенность туристов:

$$\text{Удовлетворенность туристов} = \frac{\text{Сумма оценок удовлетворенность}}{\text{Количество туристов}} \times 100$$

Эти формулы адаптированы в зависимости от конкретных показателей и данных в рамках исследования по смарт-агротуризму в Узбекистане.

АНАЛИЗ ЛИТЕРАТУРЫ

Обзор литературы по теме умного агротуризма предполагает рассмотрение существующих исследований, публикаций и статей, освещающих различные аспекты этой темы.

Технологические тенденции в сельском хозяйстве:

Фаусто Лучетти (2019) «Digital Agriculture: An Overview of Prospects, Adoption, and Impacts» — исследование влияния цифровых технологий на сельское хозяйство и перспектив их внедрения [1].

Умные технологии в туризме:

Грегори Вайт (2020) «Smart Tourism: Foundations and Developments» — книга, посвященная интеллектуальным технологиям в туризме, включая их применение в агротуризме [2].

Умные сельские дома и инфраструктура:

Браян Лиггинс (2018) «Smart Farming Technologies—A Proposed Conceptual Framework» — статья, предлагающая концептуальную основу для понимания умных технологий в сельском хозяйстве [3].

Интеграция цифровых услуг в туристический опыт:

Юрген Гленк (2019) «Smart Destinations as an Application of the Internet of Things» — исследование использования Интернета вещей в создании умных туристических направлений [4].

Экологическая устойчивость и умный агротуризм:

Давид Варрингтон (2021) «Smart Agriculture as a Driver for Sustainable Development Goals: A Systematic Review of Literature» — систематический обзор литературы о взаимосвязи между умным агротуризмом и Целями устойчивого развития [5].



Образовательные инициативы в сфере умного агротуризма:

Лилиан Грэндер (2019) «Smart Farming: Including Social and Ethical Aspects in the Concept of Sustainable Development» — статья о социальных и этических аспектах умного сельского хозяйства [6].

Технологические проблемы и риски в умном агротуризме:

Янг Ли (2020) «Challenges and Opportunities of Smart Agriculture: A Systematic Review» — Систематический обзор проблем и возможностей умного сельского хозяйства [7].

Практические примеры и проекты в области умного агротуризма:

Владимир Станкевич (2021) «Smart Agriculture as a Driver for Rural Development: Case Studies from Europe» — тематическое исследование о влиянии умного сельского хозяйства на развитие сельских районов [8].

Основываясь на научных исследованиях, а также предложениях и выводах вышеупомянутых ученых, это послужило большим поводом для получения ряда идей при написании данной научной работы.

Эта работа представляет собой всесторонний обзор текущих исследований в области умного агротуризма, отражая различные аспекты, начиная от технологий и инфраструктуры и заканчивая социальными и экологическими аспектами.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

Для проведения исследования были использованы различные источники данных, в том числе официальные статистические отчеты, базы данных организаций аграрного сектора, а также результаты опросов и интервью с участниками Smart Agriturism.

Предметом исследования стала реализация интеллектуального агротуризма в сельской местности. Особое внимание было уделено сельскохозяйственным предприятиям, которые внедряют современные технологии в сельское хозяйство и развивают туристическую инфраструктуру.

Для сбора данных использовались различные методы, в том числе:

Описательный анализ: Был проведен обзор литературы для анализа текущих тенденций и результатов исследований в области умного агротуризма.

Опросы и интервью: Были проведены опросы среди сельскохозяйственных предпринимателей, туроператоров и потенциальных туристов для получения различных мнений.

Полученные данные были обработаны с использованием статистических методов и программных средств. При этом в рамках интеллектуального агротуризма был проведен анализ экономических, социальных и экологических параметров.

Для подтверждения результатов исследования были использованы тематические исследования, описывающие успешные проекты умного агротуризма в разных регионах.

Все этапы исследования проводились в соответствии с принципами научной этики. Было получено согласие участников исследования и обеспечена конфиденциальность персональных данных.

АНАЛИЗ И РЕЗУЛЬТАТЫ

1. Экономические аспекты умного агротуризма

1.1. повышенная производительность

Исследование показало, что внедрение умных технологий в сельском хозяйстве приводит к значительному повышению производительности. Эффективное использование датчиков, автоматизированных систем и искусственного интеллекта снижает потери урожая и повышает качество продукции.

1.2. Экономические выгоды для фермеров

Результаты опроса фермеров показали, что внедрение умного агротуризма приносит экономические выгоды. Фермеры видят снижение затрат ресурсов, оптимизацию рабочих процессов и увеличение доходов.



2. Социокультурные изменения

2.1. привлекать туристов

Анализ данных о посещении сельских территорий, где был внедрен умный агротуризм, показал значительный рост количества туристов. Простое онлайн-бронирование и интерактивные туры с использованием интеллектуальных технологий сделали эти направления более привлекательными для посетителей.

2.2. Социокультурное взаимодействие

Интервью с участниками Smart Agriturism подчеркнули важность социо-культурного взаимодействия. Технологические инновации не только обогащают туристический опыт, но и способствуют взаимодействию между туристами и местными сообществами.

3. Экологическая устойчивость

3.1. Оптимизация ресурсов

Умные технологии в агротуризме способствуют более эффективному использованию ресурсов. Мониторинг почвы и рациональное использование воды и энергии приводят к снижению негативного воздействия на окружающую среду.

3.2. Уменьшите экологический след

Результаты исследования показали, что умный агротуризм может помочь уменьшить воздействие сельского хозяйства на окружающую среду. Использование методов точного земледелия сокращает использование химических удобрений и пестицидов.

4. Технологические возможности

4.1. Использование Интернета вещей (IoT)

Интеграция Интернета вещей в агротуризм открывает новые перспективы для сельского бизнеса. Данные от датчиков и устройств собираются и анализируются в режиме реального времени, что позволяет принимать точные решения.

4.2. Виртуальная и дополненная реальности

Внедрение виртуальной и дополненной реальности в туристический опыт позволяет посетителям взаимодействовать с окружающей средой и историей региона, создавая уникальные и незабываемые впечатления.

5. Тематическое исследование

5.1. Проект «Умная ферма»

Тематическое исследование «Умная ферма» продемонстрировало успешную интеграцию умных технологий в сельское хозяйство. Использование датчиков и автоматизированных систем помогло увеличить урожайность на 30% и привлечь новых туристов.

Результаты исследования подчеркивают положительное влияние умного агротуризма на экономику, социокультурное пространство и экологию. Эти данные могут послужить основой для разработки стратегий поддержки и развития умного агротуризма в будущем.

ВЫВОДЫ

1. Эффективность умных технологий:

Использование интеллектуальных технологий в сельском хозяйстве приводит к значительному повышению производительности и эффективности.

2. Экологическая совместимость:

Внедрение умного агротуризма сопровождается значительным сокращением экологического следа, что поддерживает стратегии устойчивого развития.

3. Повысить туристическую привлекательность:

Виртуальные туры по фермам и интерактивные интеллектуальные технологии повышают привлекательность сельской местности для туристов.

4. Экономический рост :

Умный агротуризм способствует экономическому развитию сельских сообществ путем создания новых рабочих мест и стимулирования инвестиций.



ПРЕДЛОЖЕНИЯ

1. Дальнейшие исследования:

Изучение влияния умного агротуризма на здоровье почвы и биоразнообразие может стать ключевым направлением будущих исследований.

2. Расширение инфраструктуры:

Для улучшения туристического опыта рекомендуются дополнительные инвестиции в туристическую инфраструктуру, такую как отели, рестораны и развлекательные мероприятия.

3. Стандартизация технологий:

Внедрение стандартов и сертификации интеллектуальных технологий в сельском хозяйстве и агротуризме поможет обеспечить последовательный подход и повысить доверие к этим технологиям.

4. Обучение и образование:

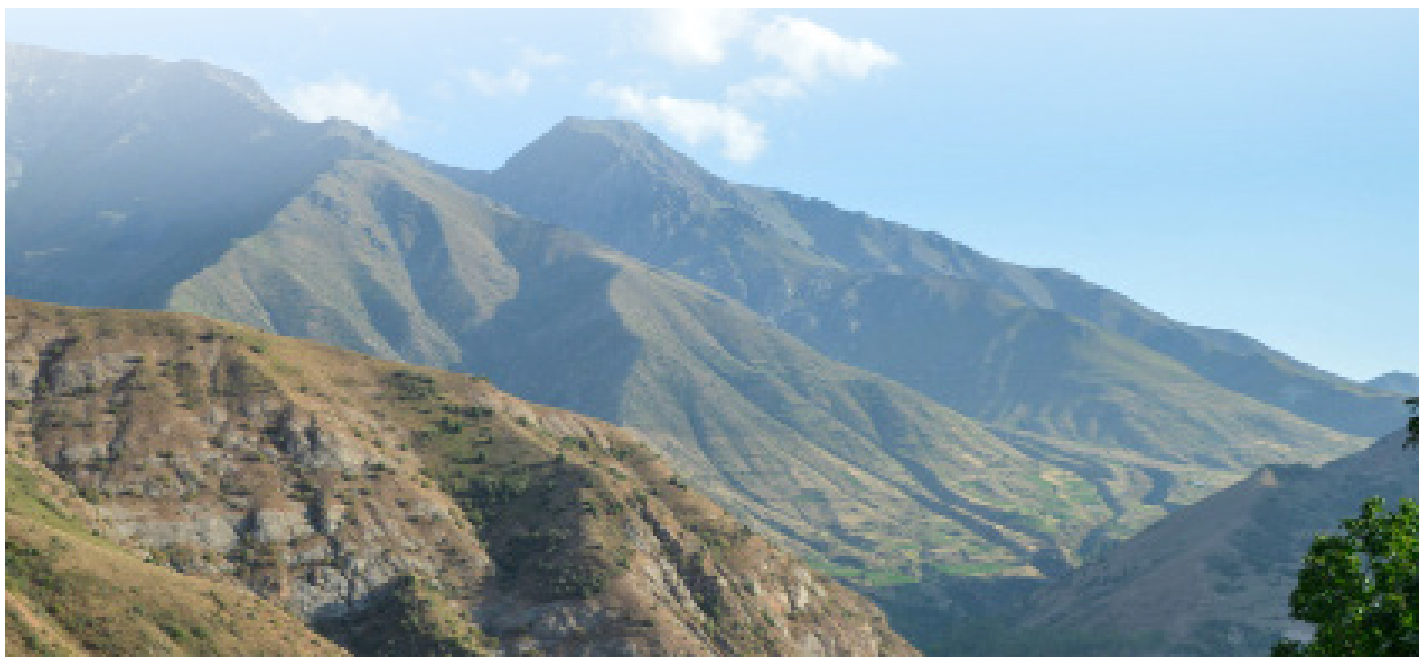
За счет расширения образовательных программ и информационных кампаний, ориентированных на сельских жителей и туристов, использование умных технологий станет более доступным и понятным.

5. Инвестиционный стимул:

Предоставление налоговых льгот или других стимулов инвесторам, поддерживающим умные проекты агротуризма, может ускорить развитие этого сектора.

Список литературы:

1. Указ Президента № УП-4861 «О мерах по обеспечению ускоренного развития туристской отрасли Республики Узбекистан» от 2 декабря 2016 года.
2. O'zbekiston Respublikasida turizm sohasini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risidagi O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni (13.08.2019).
3. Sayfulloev O.O. (2020). Agrotourism as one of the prospective direction of the tourist industry. The American Journal of Social Science and Education Innovations. Vol. 2, Issue 09-39, pp. 254-259.
4. Qahhorov O.S., Sayfulloev O.O. (2021). Problems and prospects of training competitive personnel in the field of agri-tourism. Scientific progress. – T. 2. – №. 3. – S. 667-674.
5. Солиев А.С., Усмонов М.Р. Туризм географияси. – Самарқанд, 2005. – Б.
6. Низомов А., Аманбаева З., Сафарова Н. Ўзбекистоннинг экотуристтик ресурслари ва йўналишлари. – Т.: Фан ва технология, 2014. – Б. 78-91.
7. Fausto Lučetti. Digital Agriculture: An overview of prospects, adoption, and impacts 2019 year.
8. Gregori Vayt. Smart tourism: Foundations and developments 2020 year.
9. Brian Liggins. Smart farming technologies-A proposed conceptual framework 2018 year.
10. Jurgen Glenk. Smart destinations as an Application of the internet of things 2019 year.
11. David Warrington. Smart Agriculture as a driver for sustainable development goals: A systematic review of literature 2021 year.
12. Lilian Grandner Smart farming: Including social and ethical aspects in the concept of sustainable development 2019 year.
13. Young Lee. Challenges and opportunities of Smart agriculture: A systematic review 2020 year.
14. Владимир Станкевич Smart Agriculture as a driver for rural development: Case studies from Europe 2021 year.
15. Lamie, R. D., Chase, L., Chiodo, E., Dickes, L., Flanigan, S., Schmidt, C., & Streifeneder, T (2021). Agritourism around the globe: Definitions, authenticity, and potential controversy. Journal of Agriculture, Food Systems, and Community Development, 10(2), 573–577. <https://doi.org/10.5304/jafscd.2021.102.002>.
16. Kaznacheeva S.N., Chelnokova E.A., Korovina E.A. Agritourism as one of the promising areas of the tourism industry // International Journal of Applied and Fundamental Research. – 2017. – No. 3-2. – S. 248-252.
17. Kovalevskaya V.V., Agritourism – a new type of tourism? / V. V. Kovalevskaya. – Text: direct // Problems of modern economics: materials of the I Intern. Scientific. conf. – Chelyabinsk: Two Komsomolets, 2011. – P. 177.
18. www.stat.uz
19. www.lex.uz
20. www.e-qaror.gov.uz
21. <https://buddha.by/termmez-buddiiskoe-nasledie-uzbekistana>
22. <http://uzbek-travel.com/tours/religion/zoroastrian-and-buddhist-heritage-of-uzbekistan/>
23. www.biznes-daily.uz
24. <https://uzbektourism.uz>
25. <https://www.salamstandard.org>
26. <https://sof.uz/news/show/20277>



3-ШУЪБА

ЎЗБЕКИСТОННИНГ SMART-ТУРИЗМ САЛОҲИЯТИНИ ЖАҲОН ТУРИЗМ БОЗОРИДА ТАРҒИБ ҚИЛИШНИНГ ЗАМОНАВИЙ МАРКЕТИНГ СТРАТЕГИЯЛАРИ



ENHANCING MARKETING STRATEGY FOR THE DEVELOPMENT OF MOUNTAIN TOURISM

Mavlanov Golibjon Mahammad o'g'li

Vice Dean of International Tourism Faculty, Independent researcher

Abstract: This article aims to provide insights into the development and improvement of marketing strategies for mountain tourism. With the growing interest in nature-based and adventure tourism, effective marketing strategies play a crucial role in attracting tourists, enhancing visitor experiences, and ensuring sustainable development. This article highlights key elements of a successful marketing strategy for mountain destinations, including market analysis, target segment identification, branding, digital marketing, customer engagement, and sustainable practices.

Key words: Marketing strategy, mountain tourism, market analysis, target segments, branding, digital marketing, customer engagement, sustainable practices.

Annotatsiya: Ushbu maqola tog' turizmi uchun marketing strategiyalarini ishlab chiqish va takomillashtirish haqida tushuncha berishga qaratilgan. Tabiatga asoslangan va sarguzasht turizmiga qiziqish ortib borayotgan bir sharoitda samarali marketing strategiyalari sayyohlarni jalb qilish, tashrif buyuruvchilar tajribasini oshirish va barqaror rivojlanishni ta'minlashda hal qiluvchi rol o'ynaydi. Ushbu maqolada tog'li yo'nalishlar uchun muvaffaqiyatli marketing strategiyasining asosiy elementlari, jumladan bozor tahlili, maqsadli segmentni aniqlash, brending, raqamli marketing, mijozlarni jalb qilish va barqaror amaliyotlar yoritilgan.

Kalit so'zlar: Marketing strategiyasi, tog' turizmi, bozor tahlili, maqsadli segmentlar, brending, raqamli marketing, mijozlarni jalb qilish, barqaror amaliyotlar.

Аннотация: Цель этой статьи – дать представление о разработке и совершенствовании маркетинговых стратегий горного туризма. В условиях растущего интереса к природному и приключенческому туризму эффективные маркетинговые стратегии играют решающую роль в привлечении туристов, улучшении впечатлений посетителей и обеспечении устойчивого развития. В этой статье освещаются ключевые элементы успешной маркетинговой стратегии для горных направлений, включая анализ рынка, определение целевого сегмента, брендинг, цифровой маркетинг, привлечение клиентов и устойчивые практики.

Ключевые слова: Маркетинговая стратегия, горный туризм, анализ рынка, целевые сегменты, брендинг, цифровой маркетинг, привлечение клиентов, устойчивые практики.

Mountain tourism has gained significant popularity in recent years, as travelers seek unique and adventurous experiences in natural landscapes. To capitalize on this growing demand, mountain tourism destinations need to develop and improve their marketing strategies. This article outlines key components of an effective marketing strategy that can assist in attracting tourists, enhancing visitor experiences, and ensuring sustainable development in mountain regions. A thorough market analysis is essential for understanding the target market's characteristics, preferences, and trends. It involves studying visitor profiles, motivations, travel patterns, and competition analysis. This analysis provides valuable insights into identifying target segments, understanding visitor expectations, and tailoring marketing efforts to meet their specific needs.

Effective marketing strategies require a clear understanding of the target audience. Mountain tourism destinations should identify and define specific target segments based on demographic, psychographic, and behavioral characteristics. This enables the customization of marketing messages, product offerings, and experiences to resonate with the identified segments. Developing a strong and differentiated brand image is crucial for standing out in the competitive mountain tourism market. Effective branding encompasses defining the unique selling propositions and positioning of the destination. Highlighting distinctive features such as natural beauty, adventure activities, cultural heritage, or sustainability practices helps create a compelling brand identity and attract the desired target segments.



In the digital era, a strong online presence is vital for reaching and engaging with potential visitors. Mountain tourism destinations should leverage digital marketing channels such as websites, social media platforms, search engine optimization (SEO), and online travel agencies. Engaging content, captivating visuals, and interactive experiences can effectively showcase the destination's attractions and encourage tourists to visit.

Engaging with customers before, during, and after their visit is crucial for building long-term relationships and fostering loyalty. Mountain tourism destinations can utilize various customer engagement strategies, including personalized communication, social media interactions, loyalty programs, and feedback mechanisms. Engaging visitors in sustainability initiatives and local community interactions can enhance their overall experience and create positive word-of-mouth.

This article reviewed a few examples of successful marketing campaigns for mountain tourism destinations:

1. "Banff & Lake Louise – The Ultimate Adventure"

Campaign Overview: Banff & Lake Louise, located in the Canadian Rockies, launched a marketing campaign that focused on promoting the region as the ultimate adventure destination. The campaign showcased thrilling activities such as hiking, skiing, wildlife encounters, and breathtaking scenery.

Strategies:

- **Engaging Visuals:** The campaign utilized stunning visuals of the mountains, lakes, and outdoor activities to capture the attention and imagination of the target audience. **User-Generated Content:** They encouraged visitors to share their adventure experiences using a campaign-specific hashtag, which created a sense of authenticity and social proof.
- **Influencer Collaborations:** Collaborations with travel influencers and outdoor enthusiasts helped reach a wider audience and provided firsthand accounts of the destination's adventure offerings.
- **Results:** The campaign generated significant social media engagement, increased website traffic, and contributed to a rise in visitor numbers, establishing Banff & Lake Louise as a premier adventure tourism destination.

2. "Visit Switzerland – The Alps are Calling"

Campaign Overview: Switzerland's national tourism organization launched a campaign to promote its mountainous regions, particularly the Swiss Alps. The campaign aimed to position Switzerland as the ultimate alpine destination, highlighting its natural beauty, outdoor activities, and picturesque mountain villages.

Strategies:

- **Storytelling:** The campaign utilized compelling storytelling to evoke emotions and create a sense of wanderlust among the target audience. They showcased personal stories of visitors experiencing the beauty and adventure of the Swiss Alps.
- **Integrated Online and Offline Marketing:** The campaign integrated digital marketing channels, including social media, website content, and online videos, with traditional media such as television commercials and print advertisements.
- **Seasonal Focus:** They emphasized the diverse activities available during different seasons, promoting winter sports like skiing and snowboarding during winter and hiking, mountain biking, and paragliding during summer.
- **Results:** The campaign generated a significant increase in social media followers, website visits, and international tourist arrivals, reinforcing Switzerland's reputation as a premier mountain tourism destination.

3. "Tourism New Zealand – Mountains of Middle-Earth"

- **Campaign Overview:** Tourism New Zealand capitalized on the popularity of the "Lord of the Rings" and "The Hobbit" films to promote its mountainous landscapes as the real-life counterparts of Middle-Earth. The campaign showcased the country's stunning mountains, forests, and lakes, creating a sense of adventure and fantasy.



Strategies:

- **Film Location Tours:** They offered guided tours that showcased the actual filming locations used in the movies, allowing fans to immerse themselves in the world of Middle-Earth and explore the breathtaking landscapes.
- **Interactive Website:** The campaign's website provided detailed information about the film locations, travel itineraries, and suggested activities, enabling visitors to plan their own Middle-Earth adventure.
- **Partnership with Airline:** Tourism New Zealand partnered with an international airline to offer travel packages that included flights, accommodations, and guided tours, making it easy for travelers to experience the magic of the mountains.
- **Results:** The campaign successfully attracted film enthusiasts, nature lovers, and adventure seekers, leading to a boost in tourist arrivals and increased awareness of New Zealand's mountain tourism offerings.

These examples demonstrate the effectiveness of well-executed marketing campaigns that leverage captivating visuals, storytelling, partnerships, and the unique attributes of mountain destinations. By creating compelling narratives, showcasing adventure activities, and tapping into popular culture, these campaigns successfully attracted visitors and heightened the appeal of mountain tourism destinations.

Collaboration with local stakeholders, tour operators, travel agencies, and relevant associations is essential for the successful marketing of mountain tourism destinations. Partnerships can help broaden the reach, access new markets, and develop innovative tourism products and experiences. Collaborative marketing campaigns, joint promotions, and cross-marketing initiatives can leverage the strengths of multiple stakeholders for mutual benefit.

Sustainable practices are crucial for the long-term viability of mountain tourism destinations. Emphasizing responsible tourism, conservation efforts, and minimizing the environmental impact can attract environmentally conscious travelers. Highlighting sustainable certifications, eco-friendly initiatives, and local community involvement in marketing messages can enhance the destination's reputation and appeal.

Regular monitoring and evaluation of marketing efforts are essential to assess the effectiveness of strategies and make informed decisions. Key performance indicators (KPIs) such as visitor numbers, visitor satisfaction, online engagement, and economic impact should be measured and analyzed. This data-driven approach helps identify areas for improvement and optimize marketing strategies for better results. A well-developed and continuously improved marketing strategy is vital for the success of mountain tourism destinations. By conducting market analysis, identifying target segments, developing a strong brand, utilizing digital marketing channels, engaging with customers, fostering collaborations, emphasizing sustainability, and measuring performance, mountain tourism stakeholders can attract more visitors, enhance their experiences, and contribute to the sustainable development of mountain regions.

References:

1. Brassington, F., & Pettitt, S. (2017). Principles of marketing (8th ed.). Pearson.
2. Fill, C., & Turnbull, S. (2016). Marketing communications: Brands, experiences, and participation. Pearson.
3. Chaffey, D., & Smith, P. R. (2017). Digital marketing excellence: Planning, optimizing and integrating online marketing. Routledge.
4. Smith, P. R., & Zook, Z. (2018). Marketing communications: Integrating offline and online with social media. Kogan Page.
5. Roberts, M., & Zahay, D. (2019). Internet marketing: Integrating online and offline strategies. Cengage Learning.
6. Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective. McGraw-Hill Education.



SMART DESTINATION MANAGEMENT: CHALLENGES AND PRACTICES

Nurmukhammad Oppokkhonov

Senior Lecturer of the Department of Hotel Business Management, TSUE

Smart destination management is a rapidly evolving concept that aims to enhance the sustainability, competitiveness, and resilience of tourism destinations through the integration of innovative technologies and practices. While the benefits of Smart destination management are significant, there are also several challenges that need to be addressed. In this abstract, we explore the challenges and practices of Smart destination management. One of the key challenges is the lack of a standardized framework for Smart destination management. The absence of a common set of indicators, metrics, and benchmarks makes it difficult to measure the effectiveness of Smart destination management initiatives and compare performance across destinations.

Smart destination management is a rapidly evolving concept that leverages technology and data to enhance the management and sustainability of tourist destinations. This literature review aims to provide an overview of the key themes and findings from existing studies on Smart destination management, highlighting its benefits, challenges, and future directions.

Smart destination management encompasses the use of digital technologies and data-driven approaches to optimize the management of tourist destinations. It involves the integration of various components, including Smart infrastructure, information and communication technologies, data analytics, and stakeholder collaboration. Smart destination management aims to improve the visitor experience, enhance destination competitiveness, and foster sustainable tourism practices.

Benefits of Smart Destination Management

Numerous studies have highlighted the benefits of Smart destination management. Firstly, it enhances the visitor experience by providing personalized recommendations, real-time information, and seamless services. Smart technologies enable tourists to access information on attractions, accommodations, transportation, and events, facilitating efficient trip planning and navigation. Secondly, Smart destination management improves destination competitiveness by utilizing data analytics to understand visitor preferences, behavior patterns, and market trends. This information can inform marketing strategies, infrastructure development, and product diversification, ensuring a competitive edge in the tourism market. Lastly, Smart destination management promotes sustainability by optimizing resource management, reducing waste, and minimizing the environmental impact of tourism activities. It enables destinations to monitor and regulate energy consumption, waste management, and crowd control, fostering a more sustainable and resilient tourism industry.

Challenges and Limitations

While Smart destination management offers numerous benefits, it also presents challenges and limitations. One key challenge is the integration and interoperability of various systems and technologies. Smart destination management requires collaboration between multiple stakeholders, including governments, tourism organizations, businesses, and local communities. Ensuring seamless integration and interoperability between different systems can be complex and require significant coordination. Additionally, privacy and security concerns arise with the collection and use of visitor data. Balancing the need for data-driven decision-making with privacy protection is a critical challenge for Smart destination management. Furthermore, limited resources, technical expertise, and financial constraints can impede the implementation of Smart technologies in some destinations, particularly in developing countries.



Success Factors and Best Practices

Several studies have identified success factors and best practices for effective Smart destination management. These include strong leadership and governance, stakeholder collaboration, capacity building, and continuous evaluation and adaptation of Smart initiatives. Successful Smart destinations often have clear strategies, policies, and frameworks in place, enabling effective coordination and collaboration among stakeholders. Engaging and involving local communities in the decision-making process is also crucial for the success of Smart destination management initiatives. Furthermore, partnerships with technology providers, research institutions, and industry associations can facilitate knowledge sharing and innovation in Smart destination management.

The literature suggests several future directions for Smart destination management. Firstly, there is a need for further research on the impact and effectiveness of Smart technologies in enhancing destination management and sustainability.

Understanding the outcomes and benefits of Smart destination management initiatives can guide future implementation strategies. Secondly, the integration of emerging technologies such as block chain, artificial intelligence, and virtual reality can further enhance the capabilities of Smart destination management. These technologies can improve data security, personalization, and immersive experiences for tourists. Lastly, there is a need for more studies focusing on the social and cultural implications of Smart destination management. Examining the social acceptance, ethical considerations, and cultural preservation aspects of Smart technologies can ensure that their implementation aligns with local values and community aspirations.

CONCLUSION

Smart destination management holds great potential for enhancing the management, competitiveness, and sustainability of tourist destinations. By leveraging technology, data analytics, and stakeholder collaboration, destinations can provide personalized experiences, improve destination competitiveness, and foster sustainable practices. However, challenges related to integration, privacy, and resource constraints need to be addressed. Future research and implementation efforts should focus on evaluating the impact of Smart destination management, exploring emerging technologies.

References:

1. Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2015). Smart tourism destinations: Enhancing tourism experience through personalisation of services. In *Information and communication technologies in tourism 2015* (pp. 377-389). Springer, Cham.
2. Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: foundations and developments. *Electronic Markets*, 25(3), 179-188.
3. Neuhofer, B., Buhalis, D., & Ladkin, A. (2015). Technology as a catalyst of change: Enablers and barriers of the tourist experience and their consequences. *The Routledge Handbook of Transport Economics*, 246.
4. Sigala, M. (2018). Smart tourism as a driver for regional competitiveness: The case of the Aegean Islands. *Journal of Destination Marketing & Management*, 8, 27-30.
5. UNWTO (2018). *Tourism and the Sustainable Development Goals – Journey to 2030*. Madrid: World Tourism Organization.
6. Xiang, Z., Du, Q., Ma, Y., & Fan, W. (2017). A comparative analysis of major online review platforms: Implications for social media analytics in hospitality and tourism. *Tourism Management*, 58, 51-65.
7. Zhang, H., Li, X., & Buhalis, D. (2019). A framework of Smart tourism destination competitiveness: Perspectives of tourism professionals. *Journal of Destination Marketing & Management*, 12, 36-45.



O'ZBEKISTONDA QISHLOQ TURIZMINING SHAKLLANISH VA RIVOJLANISHI

Usmonov Sardor

Samarqand agro innovatsiyalar va tadqiqotlar instituti

Annotatsiya: Maqolada O'zbekistonda qishloq turizmining shakllanish jarayonlari hamda mamlakatimiz hayotida tutgan o'rni haqida so'z boradi. Shuningdek, mazkur sohada xalqaro hamda milliy talablarning mazmuni va mohiyati hamda nazariy hamda amaliy asoslari keltirilgan. Samarqand viloyatidagi mavjud qishloq turizmi qishloqlari bilan birgalikda ushbu faoliyatni amalga oshirish imkoniyati bo'lgan bo'lajak hududlar bo'yicha tavsiyalar berilgan.

Kalit so'zlar: qishloq turizmi, mehmon uylari, turizm mahallasi, etnoturizm, mezonlar.

Abstract: The article talks about the formation processes of rural tourism in Uzbekistan and its role in the life of our country. Also, the content and nature of the international and national requirements, as well as theoretical and practical foundations, are presented in this field. Recommendations are given on the future areas where this activity can be implemented together with the existing rural tourism villages in Samarkand region.

Key words: rural tourism, guesthouses, tourism neighborhood, ethnotourism, criteria.

Аннотация: В статье говорится о процессах формирования сельского туризма в Узбекистане и его роли в жизни нашей страны. Также в этой области представлены содержание и характер международных и национальных требований, а также теоретические и практические основы. Даны рекомендации по будущим направлениям, где данная деятельность может быть реализована совместно с существующими селами сельского туризма в Самаркандской области.

Ключевые слова: сельский туризм, гостевые дома, туристическое соседство, этнотуризм, критерии.

KIRISH

Bugungi kunda xizmatlar sohasi tushunchasi bevosita kishilarning madaniy dam olishi bilan birgalikda yuritilmoqda. Dam olish esa o'z o'rnida turizm bilan chambarchas bog'liq jarayonga aylandi. Turizm insonlarning ma'naviy dam olishi, jismoniy tiklanishi, yangi manzillar bilan tanishishi, o'ziga xosliklardan bahramand bo'lish imkoniyatini taqdim etuvchi soha hisoblanadi. Turizm ko'p tomonlama samaraga ega bo'lib, bir qator mintaqada destinatsiyalar iqtisodiy rivoji, aholi bandligining o'sishi, fuqarolarning hordiq chiqarishga bo'lgan ehtiyojlarini yanada to'la qondirilishiga zamin yaratadi. Insonlarning turizmga bo'lgan talabi esa, bu sohani boyitib boradi. Ya'ni, biron bir soha o'z-o'zidan rivojlanib qolmaydi, buning uchun u bir qancha bosqichlardan o'tishi lozim hisoblanadi. Bu bosqichlar esa, turli sohalarda ularning ichki xususiyatidan kelib chiqqan holda bir biridan farqli kechadi.

Xususan, qishloq turizmi ham o'zining rivojlanish bosqichlariga hamda tendensiyalariga ega, albatta, bu bosqichlar mamlakatning ijtimoiy-iqtisodiy holatidan kelib chiqib belgilanadi hamda o'tish davrini hosil qiladi. Turizm ham respublikamiz iqtisodiyotida qishloq xo'jaligi, sanoat, transport va boshqa makroiqtisodiy tarmoqlar qatori o'zining munosib o'rniga ega bo'lishi uchun yetarlicha resurslarga ega. Mamlakatimizda turizmni rivojlantirish imkoniyatlari bo'yicha Markaziy Osiyo davlatlari ichida yetakchi hisoblanadi. Respublikamiz tarixiy, arxeologik, arxitektura, san'at va boshqa turistik resurslarga boy hisoblanadi. Bundan tashqari mamlakatimizning betakror tabiati, tog' va tekisligi, daryolari, cho'l va voholari, turli landshaft zonalari asosiy rekreatsiya resurslaridir. Mamlakatimizda yosh tarmoq hisoblangan turizm, kundan kunga rivojlanmoqda. Bu esa, ko'pgina ish o'rinlari ochish imkoniyati mavjudligini bildiradi.

Ishlab chiqarish va unga aloqador sohalarda dunyo mamlakatlarining iqtisodiyoti asta sekinlik bilan xizmatlar turini oshirish bilan daromadlarni muqobillashtirish jarayoniga moslashib bormoqda. Shu jumladan, hozirda xizmatlar sohasi ichida o'zining ijtimoiy-iqtisodiy, tarixiy-madaniy, savdo va ishlab chiqarish shuningdek, siyosiy jarayonlarda namoyon bo'la olishi bilan zamonaviy iqtisodiyotda o'z o'rnini egallab borayotgan soha bo'lib, turizm tarmog'i hisoblanadi. Turizm bugungi kunda ko'pgina davlatlarda o'zining turli shakllariga ega bo'lib, mazkur davlatlar hayotida ajralmas sohaga aylanib



ulgurgan. Mamlakatimizda yosh tarmoq hisoblangan turizm, kundan kunga rivojlanmoqda. Bu esa, ko'pgina ish o'rinlari ochish imkoniyati mavjudligini bildiradi. Ayni kunlarda respublikamizda iqtisodiy faol aholining turizm sohasida bandlik ulushi juda ham oz. Bu borada qishloq aholisining ishtiroki umuman kam. Qishloq turizmi bu yangi, zamonaviy tushuncha hisoblanmaydi. Sanoat markazlashgan shaharlar va ishdagi turli qiyinchiliklardan biroz bo'lsa ham chetda, qishloq manzarasi, tabiat qo'ynida bo'lish va maroqli dam olish 19-asrdan boshlab asta-sekinlik bilan rivojlangan. Qishloq turizmi bu shahardan uzoqda joylashgan maskanlar (asosan qishloqlar) ga borish, u yerlarni ko'rish, fermerlar bilan ularning oilasi bilan yaqin bo'lish, fermerlik faoliyatini o'rganish va shu faoliyat bilan shug'ullanish, qishloqlarda, ochiq osmon ostida tabiat qo'ynida maroqli dam olishdir [3]. Hozirgi kunda jahon tajribasida turizmning qishloq turizmi shakli keng rivojlanmoqda. Qishloq turizmini mamlakatimizda rivojlanishi istiqbollari porloq hisoblanadi. Chunki, mamlakatimiz agrar-industrial xo'jalikka ega bo'lib, asosiy mehnat resurslarimiz qishloq xo'jaligida band. Undan tashqari, mamlakatimiz rekreasiya resurslariga boy hisoblanib, rekreasiya faoliyati tarmoqlarini rivojlantirish mumkin. Bozor iqtisodiyotiga o'tuvchi mamlakatlar uchun moliyaviy resurs manbalari o'ta zarur hisoblanadi. Shu jihatdan oladigan bo'lsak, qishloq turizmi yuqori daromad keltiruvchi xizmat ko'rsatish sohasi hisoblanadi.

Rivojlangan mamlakatlar iqtisodiyoti asosan sanoat ishlab chiqarishi va xizmat ko'rsatish kabi yo'nalishga ega holda ayni vaqtda mamlakat yalpi ichki mahsulotlarini tashkil etadi. Xizmat ko'rsatish sohasi, yaratilgan tovar va moddiy buyumlarga xizmat ko'satuvchi jarayonlarni ifodalashi kabi qarashlar bir qancha iqtisodchi olimlar tomonidan ilgari surilgan nazariyalarda o'z aksini topgan. Ammo zamonaviy iqtisodiyotda bu qarashlar o'zining yangi bosqichiga ko'tarildi hamda butunlay yangi mahsulot sifatida xizmat ishlab chiqarish tushunchasi fanga kirib keldi. Bu tushuncha bevosita insonlarning madaniy harakatlari bilan yuksalib alohida tarmoq sifatida shakllandi. Bunday jarayonlarning dunyoda shakllanishi mamlakatlarning iqtisodiy rivojlanishi va kishilar daromadining oshishi bilan ham izohlanadi. Qishloq turizmi quyidagi hollarda amalga oshiriladi [3]:

- qishloq joylarda aholida kategoriya odamlar uchun ularning pul mablag'lari miqdoriga qaramay, masalan, oilaning an'analariga ko'ra;
- shifokor maslahatiga binoan qishloq iqlim sharoitlarida sog'lomlashtirishni olib borishga ko'ra;
- tabiat bilan yaqinlik, ko'proq vaqtni toza havoda o'tkazish maqsadiga;
- ekologik toza va arzon mahsulotlar bilan oziqlanish mumkinligi uchun;
- qishloq xo'jaligi ishlari bilan band bo'lish, ishlash uchun real imkonlar borligi;
- hayot uchun zarur bo'lgan kerakli narsalarni topish maqsadida minglab kilometr masofani bosib o'tirmaslik uchun;
- boshqa ijtimoiy guruhidagi odamlar bilan muloqotda bo'lish, ularning madaniyati, urf-odati bilan tanishish, bayramlari va o'yinlarida qatnashish imkoniyatini mavjudligi.

Birinchi navbatda, bunday imkoniyatga ega hududlar o'rganilganda hududda faoliyat yurituvchi mahalla yig'inlarining ham murojaatlari ko'rib chiqiladi hamda xizmat ko'rsatish imkoniyatlarining mavjudligiga ko'ra turizm qishloqlari, turizm mahallalari, hamda ovullari faoliyati rasman yo'lga qo'yilib kelinmoqda. Bu borada O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "O'zbekiston Respublikasida turizm sohasini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PF-5781-son Farmoni bilan 2019-yil 1-noyabrdan boshlab O'zbekiston Respublikasi Turizmni rivojlantirish davlat qo'mitasi eng yuqori turizm salohiyatiga ega bo'lgan fuqarolar yig'inlari (shaharcha, qishloq, ovullar hamda shahar, shaharcha, qishloq va ovullarning mahallalari) ro'yxatini shakllantirishi hamda ushbu fuqarolar yig'inlari hududlarida 20 tadan kam bo'lmagan oilaviy mehmon uylari tashkil etilganda va turistlar uchun kamida besh xil xizmat turlari (yashash va/yoki ovqatlanish bo'yicha xizmatlardan tashqari) ko'rsatilgan taqdirda ularga "Turizm mahallasi", "Turizm qishlog'i" yoki "Turizm ovuli" maqomini berishi belgilangan. Shuningdek, yana mazkur Farmon bilan "Turizm mahallasi", "Turizm qishlog'i" yoki "Turizm ovuli" maqomiga ega fuqarolar yig'inlari mahalliy aholisini turistlarga sifatli xizmat ko'rsatish bo'yicha tayyorlash va o'qitishni doimiy asosda tashkil etish ham ko'zda tutilgan [1].

Turizm sohasida yuritiladigan va barcha mazkur soha subyektlari tomonidan e'tirof etiladigan umumiy tushunchalar qishloq turizmida ham birdek amal qiladi. Xususan, turizm mahsulotining — turistning sayohatlari davomida uning ehtiyojlarini qondirish uchun mo'ljallangan turizm xizmatlari, shu jumladan turar joy, ovqatlanish, transport, ekskursiya va maslahat xizmatlari, ishlari va mahsulotlari majmui ekanligi, turist atamasining — vaqtincha bo'lish mamlakatidagi (joyidagi) man-



balardan daromad olish bilan bog'liq bo'lgan faoliyat bilan shug'ullanmagan holda vaqtincha bo'lish mamlakatiga (joyiga) yigirma to'rt soatdan ketma-ket o'n ikki oygacha bo'lgan davrga boruvchi yoki vaqtincha bo'lish mamlakatida (joyida) kamida bir kecha tunab qoluvchi jismoniy shaxs hisoblanishi yoki ekskursant deyilganda — vaqtincha bo'lish mamlakatida (joyida) tunab qolmasdan yigirma to'rt soatdan oshmaydigan davrda sayohat qiluvchi jismoniy shaxsligi singari tushunchalar kiritib o'tilgan [5].

Qishloq hududlarining aholisi jihatidan hamda uning etnik tarkibi asosida rivojlanish hamda tarixiylik jihatlarini o'zgacha bir ahamiyatga ega ekanligi mazkur mintaqa hududlarida qishloq turizmi sohasining amalga oshirishida birlanchi, mavjudlik tamoyilini yuzaga chiqaradi. Bu jarayon bilan rasman shug'ullanish esa davlat tomonidan nazoratga olingan hamda buning huquqiy mezonlari bilan birgalikda turistik qishloqlarning ayni maqomda ish yuritishi xususida ham davlat ilmiy asoslari mavjud. Xususan, Vazirlar Mahkamasining 2020-yil 10-iyuldagi 433-son qarorida "Turizm sohasida mutaxassislarni qayta tayyorlash va malakasini oshirish tartibi to'g'risida" Nizomiga ko'ra, Fuqarolar yig'inlariga "Turizm mahallasi", "Turizm qishlog'i" va "Turizm ovuli" maqomini berish tartibi to'g'risidagi nizomga muvofiq bugungi kunda respublikamizda ayni tartibdagi subyektlar faoliyat yuritib kelishmoqda.

Yuqorida keltirilgan talablar hamda mezonlar asosida bugungi kunda respublikamizning turli hududlarida turizm qishloqlari faoliyat yuritib kelishmoqda hamda yangi manzillarda ham ishlar amalga oshirilmoqda. Xususan, bugungi kunda Samarqand viloyatida turizm qishloqlari 18 taga yetgan. Jumladan, Urgut tumanida joylashgan Tersak qishlog'i, Payariq tumanida "Choshtepa", Qo'shrabot tumani "Pangat", Samarqand tumani "Konigil", Nurobod tumani "Oqsoy" qishloqlari shuningdek, Urgut tumanidagi Bahrin, Beshkon, Yetti uylik, Ipak yo'li, Kenagas, Omonqo'ton, So'fiyon, Xo'joyduq, Qoratepa, Chor-chinor, Samarqand shahri "Sharq" MFYlarida turizm mahallalari tashkil etilgan.

Qishloq turizmining ahamiyatli ekanligi uning rivojlantirish masalalarini tadqiq etish jarayonida bir qancha imkoniyatlarni taqdim etishi o'ganildi. Daromadlar va rivojlanishdagi mintaqaviy tengsizliklarni kamaytirish, qishloq aholisining kamayishiga qarshi kurash, gender tengligi va ayollar va yoshlar imkoniyatlarini kengaytirish, qishloqni o'zgartirishni rag'batlantirish, infratuzilmani, moliya va investitsiyalardan foydalanish imkoniyatlarini yaxshilash, ilg'or innovatsiyalar va raqamlashtirish, mahsulotni ishlab chiqish va qiymat zanjiri integratsiyasida innovatsiyalarni qo'llash, barqaror, adolatli va bardoshli oziq-ovqat o'rtasidagi munosabatlarni rag'batlantirish, tizimlar va xilma-xillikni, madaniy meros va mahalliy gastronomiyaning rivojlanishini, tabiiy va madaniy boyliklarni asrashni rivojlantirish, resurslardan samaraliroq foydalanish uchun barqaror amaliyotlarni targ'ib qilish, ta'lim va malaka oshirishni kuchaytirish kabi muhim ahamiyatga ega.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'xati:

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining, 30.04.2022-yildagi PQ-232-son "Ichki turizm xizmatlarini diversifikatsiya qilishga oid qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida" Qarori.
2. Vazirlar Mahkamasining 2020-yil 10-iyuldagi 433-son qaroriga 10-ILOVA "Turizm sohasida mutaxassislarni qayta tayyorlash va malakasini oshirish tartibi to'g'risida" Nizomi. <https://lex.uz>.
3. M.Qobulova, I.Ergashev, A.Ergashev "Mintaqaviy turizm va turistik resurslar". fanidan o'quv – uslubiy majmua. Andijon- 2021 59-61-b.
4. N.E.Ibadullayev, M.X.Xamitov, S.A.Abduxamidov, M.I.Daminov, A.SH.Berdimurodov, F.A.Beknazarov «Mintaqaviy turizm» O'quv qo'llanma. Samarqand. SamISI. 2018-yil. 98-100-betlar.
5. Usmanov M.R. Turizm geografiyasi: o'quv qo'llanma. —Samarqand, «SamDU», 2020. 173-174-betlar.
6. The initiative <https://www.unwto.org/tourism-villages/en/the-initiative>.
7. Sardor U. Importance of Rural Tourism Development in Uzbekistan //Central Asian Journal of Innovations on Tourism Management and Finance. – 2023. – T. 4. – №. 2. – C. 135-139.
8. Usmonov S. O'zbekistonda qishloq turizmini rivojlantirishning ahamiyati //international conferences. – 2023. – T. 1. – №. 2. – C. 832-837.
9. Usmonov, S., & Boqibilloev, UJ o'g'li. (2023). O'zbekistonda xalqaro turizmning rivojlanish xususiyatlari va yo'nalishlari. Umumjahon fanlari bo'yicha ta'lim tadqiqotlari, 2 (9), 272–277.
10. Sardor Usmonov O'zbekistonda qishloq turizmini rivojlantirishda xalqaro tajribalardan foydalanish // Academic research in educational sciences. 2023. № 2. SamTSAU Conference. <https://cyberleninka.ru/article/n/o-zbekistonda-qishloq-turizmini-rivojlantirishda-xalqaro-tajribalardan-foydalanish>

ФАРҒОНА ВОДИЙСИДА ТУРИЗМ СОҲАСИНИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ ҲУДУДИЙ ДИФФЕРЕНЦИАЛ ХУСУСИЯТЛАРИ

Максумов Азизхон Нодиржон ўғли

ТДИУ, “Меҳмонхона бизнесини бошқариш” кафедраси катта ўқитувчиси

Annotatsiya: Мақолада Фарғона водийси вилоятларининг туризм соҳасининг салоҳияти, туристик ресурслари, маданий, табиий ва рекреацион ресурслари, водийнинг туризм салоҳияти ташвиқоти, Фарғона водийсида 2030 йилгача бўлган даврда туризмни ривожлантириш имкониятларини белгилаб олиш борасида илмий тадқиқотлар олиб борилган.

Kalit so'zlar: Туризм инфратузилмаси, туризм бозори, таҳлил, ҳудуд, Фарғона вилояти, Андижон вилояти, Наманган вилояти, инновация, ташвиқот, бошқарув.

Abstract: The article talks about the formation processes of rural tourism in Uzbekistan and its role in the life of our country. Also, the content and nature of the international and national requirements, as well as theoretical and practical foundations, are presented in this field. Recommendations are given on the future areas where this activity can be implemented together with the existing rural tourism villages in Samarkand region.

Key words: tourism infrastructure, tourism market, analysis, territory, Fergana region, Andijan region, Namangan region, innovation, propaganda, management.

Аннотация: В статье проведены научные исследования по туристическому потенциалу регионов Ферганской долины, туристическим ресурсам, культурным, природным и рекреационным ресурсам, продвижению туристического потенциала долины, определению возможностей развития туризма в Ферганской долине до 2030 года.

Ключевые слова: туристическая инфраструктура, туристический рынок, анализ, территория, Ферганская область, Андижанская область, Наманганская область, инновации, пропаганда, управление.

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-сонли қарорига биноан қуйидаги вазифалар белгиланган:

- мамлакат иқтисодиётида туризмни стратегик даражага кўтариш, ички туризм хизматларини диверсификация қилиш ва ҳажмини кескин кўпайтириш, мамлакат фуқароларни Республиканинг туризм салоҳияти билан таништириш учун зарур шарт-шароитлар яратиш, саёҳатлар давомида тақдим этилаётган туризм хизматлари сифатини яхшилаш ва жаҳон бозорларида рақобатбардошлигини ошириш;
- туризм соҳасида фаолият юритаётган тадбиркорлик субъектлари учун қўшимча имкониятлар яратиш, замонавий туризм хизматлари инфратузилмасини жадал ривожлантириш, шунингдек, аҳолини иш билан таъминлаш ва уларнинг даромад манбасини ошириш.

Фарғона водийсида туризм соҳасининг салоҳияти. Маданий ва табиий ресурслар бўйича Фарғона водийси жаҳон миқёсида муҳим ўрин тутди. Мавжуд ресурслар вилоятнинг туризм имкониятларини чуқур диверсификация қилиш ва сайёҳлик мавсумини узайтириш имконини беради.

Андижон вилояти ҳудуднинг тарихини ўзида мужассам этган музейлар, тарихий обида ва ёдгорликлар, шунингдек, баҳаво ва хушманзара дам олиш масканлари, муқаддас зиёратгоҳлардан иборат 300 дан зиёд сайёҳлик объектлари мавжуд.

Улардан танлаб олинган 20 дан зиёд объект бўйича туристик йўналишлар ишлаб чиқилган, вилоятдаги “Ўлкашунослик”, “Адабиёт ва санъат” музейлари, Андижон шаҳридаги “Боғи Бобур”, Булоқбоши туманидаги “Ширмонбулоқ”, Хонободдаги “Хонтоғ” дам олиш масканлари, Андижон



шаҳридаги Мирпўстин ота, Жалакудук туманидаги Қутайба ибн Муслим, Қўрғонтепа туманидаги Бибисешанба, Хонободдаги Фозилмонота, Хўжаобод туманидаги Имомота, Балиқчи туманидаги Уч булоқ, Тузлуқмомо, Андижон туманидаги Меҳмони Валий зиёратгоҳлари, Жалакудук туманидаги Сарвонтепа, Чордона, Булоқбоши туманидаги Тоштепа, Марҳамат туманидаги Мингтепа сингари археологик ёдгорликлар, айниқса, сайёҳатчилар билан гавжум бўладиган масканлардир.

Ушбу масканларнинг барчасида сайёҳлар ва дам олувчиларнинг кўнгилли ҳордиқ чиқариши учун замонавий шароит яратилган. Дам олувчиларга хизмат кўрсатиш даражаси ҳам тобора юксалмоқда. Бундан ташқари, кейинги йилларда аксарият зиёратгоҳ ва дам олиш масканларида ободонлаштириш борасида қатор хайрли ишлар амалга оширилди. Масалан, “Хонтоғ” дам олиш масканидаги осма сим йўли тўла реконструкция қилинди, Андижон кўркига айланган Боғи Бобур дам олиш масканида ҳам катта ҳажмдаги ободонлаштириш ишлари бажарилди. Бу йердаги Бобур рамзий мақбараси, “Бобур ва жаҳон маданияти” музейи меҳмонлар ва сайёҳларда катта таассурот қолдирмоқда.

Буларнинг ҳаммаси Фарғона водийсида ички ва хорижий туристларни жалб қилишда жуда катта аҳамиятга эга ва катта ресурслар мавжудлигини кўрсатади.

Бугунги кунда жаҳон ялпи ички маҳсулотининг 9 фоизи, иш ўринларининг 10 фоизи ҳамда хизматлар экспортининг 30 фоизи айнан шу соҳада яратилаётганлигини ҳисобга олинган бўлса, вилоятда туризм соҳасини янада ривожлантиришга алоҳида эътибор қаратиш лозимлиги аён бўлади.

Фарғона вилояти Ўзбекистоннинг қадимги маданият ўчоқларидан бири. Вилоят ҳудудида топилган тош даври манзилгоҳлари ва қоятошларига солинган суратлар водийда одамлар энг қадимги даврлардан бери яшаб келганликларидан дарак беради. Мазкур вилоят “Олой” тоғ олди ва “Туркистон” паст текислиги қисмларни ўз ичига олади.

Фарғона водийси ўзининг ҳунармандчилик устахоналари билан машҳур. Фарғонадан олиб келинадиган энг кўп совғалар – кулолчилик, ёғоч ўймакорлиги маҳсулотлари ва, албатта, хон атлас, адрас ва ипак каби тўқимачилик буюмлари ҳисобланади. Агар сиз озгина қимматбаҳо вақтингизни сарфлаб, Фарғонадан 50 км узоқликда бўлган Риштонга борсангиз, унда сиз кулолчилик юртига тушасиз! Айнан шу шаҳарда кўрғошин билан нақш югуртириш усули ва ярим лойдан ясалган “чинни” номи билан танилган идишлар пайдо бўлган.

Замонавий Фарғона – иқтисодиёти ва маданияти ривожланган йирик саноат маркази. Бу ерда амалий санъат, шеърый адабиёт ва таълим анъаналари сақланиб қолган. Марказий боғ ва ал-Фарғоний ёдгорлиги, Ўлкашунослик музейи ва кўғирчоқ театри, “Янги Чек” ва “Нур-Жомий” масжидлари, Рус драма театри, Фарғона давлат университети, «Офицерлар уйи», Сергей Радонежскийнинг ибодатхонаси Фарғона шаҳрининг асосий туристик манзиллари ҳисобланади.

Наманган вилоятида мавжуд туризм объектлари сони 301 тани ташкил этади. 24 та зиёратгоҳ, 242 та маданий мерос объекти, 152 та археология ёдгорлиги, 98 та архитектура ёдгорлиги, 22 та истироҳат боғлари шулар жумласидан.

Туризм маршрутига киритиш мақсадида вилоятдаги 25 та маданий мерос объектлари танлаб олинган. Чортоқ туманидаги “Султон Увайс Қароний” зиёратгоҳи, Тўрақўрғон туманидаги “Ахсикент очик осмон музейи”, Чуст туманидаги “Бибиона” зиёратгоҳи, Поп туманидаги “Ҳазрати Боб”, Наманган шаҳрида жойлашган “Ўн бир Аҳмад” ва “Қодирхўжа ешон уйи”, Уйчи туманидаги “Девона бува”, Чуст туманидаги “Буонамозор” ва “Айритом бобо”, Наманган туманидаги “Хилватхона” зиёратгоҳлари сайёҳларни қабул қилиб келмоқда.

“Ахсикент” ва “Мунчоқтепа” (Қадимги Поп) археологик ёдгорлигини умумжаҳон ЮНЕСКО рўйхатига киритиш учун амалий ишлар олиб борилмоқда.

Шуни алоҳида таъкидлаш лозимки, вилоят ҳудудининг ўзига хослигидан келиб чиқиб, эко-туризм (тоғли ҳудуд ва дарё бўйи туристик объектлари), агротуризм (балиқчилик кластерлари, мевали боғлар, йилқичилик), гастронимик туризм, зиёрат туризми, экстремал туризм, этнотуризм, тиббиёт туризми йўналишларини ривожлантириш имкониятлари мавжуд.



1-жадвал: Фарғона водийсининг туристик ресурслари

Туристик ресурслар	Таркиби	Географик тарқалиши
Табиий ресурслар ҳамда биологик хилма хиллик	Тоғ-олди ва тоғларнинг табиати, ер усти релйефи, флора ва фаунаси	Бутун водий ҳудудида
Тоғ дарёлари, кўллари ва чўлдаги кўллари унинг ҳавзаси	Тоғ дарёлари ва кўллари, уларнинг соҳилидаги рекреация ресурслари, дарё ва кўллар атрофидаги ўрмонлар, ўсимликлар дунёси	Бутун водий ҳудудида
Археологик туризм ресурслари	Археологик объектлар ва топилмалар	Марҳамат, Қўрғонтепа, Тўрақўрғон, Косонсой туманлари
Тарихий обидалар билан боғлиқ ресурслар	Тарихий обидалар	Андижон шаҳри, Шаҳрихон тумани, Марҳамат тумани, Пахтаобод тумани, Фарғона, Қўқон, Бешариқ туманлари, Чортоқ, Янгиқўрғон, Косонсой туманлари
Зиёратгоҳлар	Уч булоқ, Тузлуқ момо, Ховаскон ота, Мирпўстин ота зиёратгоҳларида, Сергей Радонежскийнинг ибодатхонаси, Биби Наима, Махдуми Аъзам сағанаси,	Фарғона шаҳри, Балиқчи, Пахтаобод туманлари ва Андижон шаҳри
Туризмнинг махсус турлари ресурслари	Ҳунармандчилик, урф-одатлар, миллий санъат ва ўйинлар	Бутун водий ҳудудида

Мана шундай бекиёс маданий ва тарихий аҳамиятга эга бўлган ноёб обидалардан дунё аҳлини хабардор қилиш ва бу ерга имкон қадар кўпроқ хорижий сайёҳларни жалб этиш ушбу соҳани яқин келажакда ривожлантириш борасидаги энг долзарб вазифалардандир.

Фарғона водийси сайёҳлик салоҳиятини тарғиб қилиш борасида кўпроқ хориж тажрибасини ўрганиш, реклама ва маркетинг ишларини янги асосларда ташкил қилиш, тарихий обидаларга тегишли ўзига хос афсоналарни ёзиб олиш ва тарқатиш ҳамда янги туристик йўналишлар ташкил этиш керак бўлади.

Бугунги кунда туризм ривожига рўй бераётган бундай ижобий ўзгаришлар, аввало, республикамиз туризмнинг глобаллашуви ҳамда жаҳон сайёҳлик бозорида содир бўлаётган кучли ўсиш билан боғлиқдир. Фарғона водийсини бошқа туристик марказлар билан боғловчи йўл инфратузилмасининг яхшиланаётганлиги, туризм хизматлари сифатининг ўсиб бораётганлиги каби омиллар вилоятда туризмнинг изчил ривожланишига ижобий таъсир кўрсатади.

Туризм соҳасини ривожлантиришнинг маданий, табиий ва рекреацион ресурслари.

Аҳоли таркибида ёшлар улуши 30 фоизни ташкил этиши ҳам вилоят инсон ресурслари борасида катта салоҳиятга эга эканлигини кўрсатади.

Бироқ, ҳозирги вақтда вилоятда сайёҳлик соҳасида малакали кадрлар етишмаслиги сезилмоқда. Сайёҳларга хизмат кўрсатишнинг энг қуйи даражаларидан то бошқарув даражасигача бўлган бўғинларида етарли тайёргарликдан ўтган малакали кадрларга эҳтиёж катта. Бу борадаги рақобатни кучайтириш мақсадида ишга хорижлик мутахассисларни жалб этиш имконияти ҳам мавжуд.

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 туризм соҳасини янада ривожлантириш ва тизим фаолиятини трансформация қилиш бўйича бир қатор вазифаларда тасдиқланган. Шулар орасида водий вилоятларининг туристик салоҳиятини ошириш, мавжуд ресурслардан самарали фойдаланиш, қабул қилинган ривожлантириш дастурлари, стратегиялар ва концепсияларни амалга ошириш масалалари белгилаб берилган.



Фарғона водийсида 2030 йилгача бўлган даврда туризмни ривожлантириш имкониятлари.

Фарғона водийсида туризмни ривожлантириш масаласи иқтисодиёт, демография, экология, технология ва бошқа соҳаларга оид бир қатор омиллар билан ҳамма вақт боғлиқ бўлиб, улар қуйидагилардан иборат:

- жаҳонда қарийб олтимиш йилдан буён халқаро туризм барқарор ривожланаётгани, Ўзбекистонга яқин жойлашган Хитой, Ҳиндистон, Россия, Яқин Шарқ ва Шарқий Осиёдаги кўплаб ривожланаётган мамлакатларда ҳам туризм хизматларига бўлган талабнинг кун сайин ортиб бораётгани;
- Буюк ипак йўли ва шарқ маданиятини ўзида акс эттирган мамлакатлар бўйлаб саёҳат қилиш кўплаб ғарб давлатлари аҳолиси учун қизиқарли йўналишга айланиб бораётгани, тарихий-маданий туризмнинг оммалашуви;
- дунё аҳолиси, хусусан сайёҳлар орасида экологик муаммоларни чуқурроқ англаш мақсадида атроф-муҳитга кучли зарар етаетган минтақаларни шахсан бориб кўришга қизиқиш ортаётгани;
- сайёҳларда турли миллатларнинг этнотуризм, маданий ва миллий таомларига (гастрономик туризм) қизиқишнинг тобора кучаяётгани;
- ёшлар орасида фаол дам олишга (спорт, ов қилиш, экстремал туризм ва ҳ.к.) қизиқишнинг ортиши;
- барча ёшдаги кишиларнинг дунё бўйлаб оилавий саёҳат қилиш борасида турли хил янги талаблари пайдо бўлаётгани ва ҳ.к.

Сайёҳлик соҳаси ривожланган давлатлар тажрибаси кўрсатишича, туризмни ривожлантириш учун узоқ муддатли тенденцияларни ҳисобга олган ҳолда, тегишли инфратузилма ҳамда бир қатор зарур шарт-шароитлар яратилиши керак. Шу маънода Фарғона водийсида туризм соҳасининг жадал ривожланишини таъминлаш, республика ва халқаро миқёсда вилоятни рақобатбардошлигини ошириш учун шарт-шароит яратиш мазкур Концепциянинг бош мақсади ҳисобланади.

Водийда туризм соҳасини Самарқанд, Хоразм ва Бухоро вилоятлари даражасига етказиш узоқ муддатга белгиланган вазифалардан бири ҳисобланади. Бунинг учун эса водийнинг жаҳон туризм бозорида етакчи марказлардан бири сифатида ўз ўрнини топиши ва унга ташриф буюрадиган сайёҳлар сонининг салмоқли даражада ўсишига эришиш лозим.

Кўп йиллардан буён давом етаётган тарихий-меъморий туризмга ихтисослашиш билан бирга, айтилишича унинг янги экологик ва гастрономик турлари бозорини ҳам ўзлаштириш керак. Туризм маҳсулотларини диверсификациялаш ва уларнинг жозибадорлигини ошириш учун бошқа минтақалар, айниқса, Самарқанд ва Термиз шаҳарларининг сайёҳлик ташкилотлари билан ўзаро манфаатли ҳамкорликни кенг йўлга қўйиш тавсия этилади. Глобал интернет тармоқларида Фарғона водийсига ташриф буюрган кўплаб сайёҳлар Самарқанд, Термиз ва Бухоро шаҳарларига ҳам саёҳат қилганликлари ва ундан унутилмас таассуротлар олганликлари ҳақида ёзганлар. Фарғона водийси ва Самарқанд, Бухорова Сурхондарё вилояти маҳаллий ҳокимият органлари ва сайёҳлик ташкилотларининг ҳамкорликдаги саъй-ҳаракатлари ҳар томонлама маданий ва табиий туризм ресурсларидан янада самаралироқ фойдаланиш, туристик маҳсулотларни диверсификациялаш имконини беради.

Туризм хизматлари сифатини ошириш. Туризм хизматлари сифатини ошириш энг устувор вазифалардан биридир. Фан ва технологияларнинг шиддат билан ривожланиб бораётгани туризм соҳасида ҳам юқори сифатли, ҳеч қандай камчиликларсиз хизмат кўрсатиш имконини беради. Қолаверса, бу давр талабидир. Шу боис ҳам ҳар бир сайёҳнинг хоҳиш-истагини ҳисобга олган ҳолда иш тутишга тўғри келади. Хизматлар сифатини яхшилаш учун бу борадаги халқаро стандартларни ўрганиш ва уларни соҳа вакиллариغا етказиш даркор. Туризм соҳасида кадрлар тайёрлаш сифатини ошириш, халқаро андозалар бўйича хизматлар сифатига қўйилаётган янги талаблар билан туризм соҳаси ва бошқа тегишли соҳалар вакиллари мунтазам таништириб бориш керак.

Хизматлар сифатини оширишда малакали сертификатлаш тизими жорий этиш. Унинг доирасида туризм, овқатланиш ва бошқа хизмат соҳаларида “Истеъмолчига йўналтирилган хизмат



кўрсатиш” концепцияси кенг тарғиб этиб, ходимларда муомала маданияти, ҳар бир мижозга ҳурмат ва ҳушмуомалалик билан муносабатда бўлиш кўникмаси тарбиялаш лозим.

Меҳмонхона ва бошқа жойлаштириш муассасалари учун халқаро стандартлар асосида миллий талабларни ўрнатиш ва туризм соҳасида фаолият олиб бораётган нодавлат нотижорат ташкилотлари ёрдамида хизмат кўрсатиш сифатини мониторинг қилиб бориш мақсадга мувофиқдир.

Бундан ташқари, водий вилоятлари ўзининг ҳайвонот дунёси ва табиати билан алоҳида ўрин тутишини эътиборга олсак унда, ов қилиш иштиёқида бўлган меҳмонларга қулай шароит яратиб бериш мақсадга мувофиқ бўлади. Бунда, туристик компаниялар ва меҳмонхоналарда чўлда ва тоғли ҳудудларда ов қилиш учун махсус автомашиналар билан таъминланиши, овга қизиқувчилар учун махсус ов қуроллари ва бошқа овчилик ускуна ҳамда кийим-кечаклари билан таъминланиши сайёҳларни янада қизиқтириб қолади. Овга қизиқувчиларни кузатувчи(инструкторлар) билан таъминлаш ҳам катта аҳамият касб этади.

Оилавий дам олувчилар учун, тоғлар ва чўлларга юришга мўлжалланган “минивен” ва “микроавтобус”ларни, ётиш учун чодирлар, палаткалар ва уларга қўшимча бошқа буюмлар билан таъминланган меҳмонхона, туристик фирмаларни табиатда дам олишни ҳўш кўрадиган оилалар ўртасида обрўйи ортади ва ўзига сайёҳларни тартади.

Транспорт хизматини замон талаблари даражасида ташкил этиш. Водийнинг сайёҳлик салоҳиятидан янада самарали фойдаланиш учун сайёҳларга хизмат кўрсатадиган транспорт турларини ҳар томонлама ривожлантиришга катта эътибор бериш зарур. Энг аввало, вилоятлардаги аэропортининг халқаро даражада юқори сифатли хизмат кўрсатувчи аэропорт сифатида танилишига эришиш керак. Хорижий сайёҳлар оқимини кўпайтириш мақсадида водий шаҳар ва туманларига бўлган ички рейсларни Россия, Хитой, Япония, Корея ва Туркия давлатларидан келадиган рейслар билан уйғунлаштириш ва рейслар сонини ошириш зарур.

Водийнинг асосий туристик объектларига олиб борувчи йўлларда инглиз ва рус тилларидаги йўл кўрсаткичлари ва ахборот белгилари ўрнатиш ишлари бошлаб юборилган.

Туризм ташвиқоти. Фарғона водийси туристик веб-порталини ташкил этиш ва унда тарғибот ишларини фаоллаштириш, халқаро кўргазмаларда иштирок этишни кенгайтириш ҳам яхши самара беради. Бундан ташқари, водийда ҳар-хил турдаги мақом фестивали, кураш бўйича халқаро турнирлар ва бошқа халқаро тадбирларни ўтказиш ва улар ҳақида ҳужжатли филмлар яратиш ҳам туризмни ривожлантиришга хизмат қилади.

Қулай инвестиция муҳитини ташкил этиш. Туризм жаҳон миқёсида инвестиция киритиш учун энг кўп имтиёзлар ва жозибадор шарт-шароитларга эга соҳадир. Фарғона водийсида ҳам мазкур соҳанинг ҳудудий ва миллий иқтисодиётга қўшаётган ҳиссасини ошириш мақсадида унга тегишли ташкилотларга муайян солиқ ва бошқа имтиёзлар жорий этилиши лозим.

Фойдаланилган адабиётлар рўхати:

1. 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.
2. <https://uza.uz/oz/poss/andijonda-turizm-va-turistik-xizmatlar-yeksporti-hajmi-oshmoq>.
3. Адилов Зафар Равшанович, Раҳмонбердиев Зафар “Наманган вилоятининг туризм имкониятларини такомиллаштириш масалалари”.
4. <https://uzbekistan.travel>
5. <https://www.ferganatourism.uz/obshchiye-svedeniya>
6. <https://yuz.uz/uz/news>
7. www.lex.uz
8. www.uzbektourism.uz



O'ZBEKISTONDA TURIZMNI RIVOJLANTIRISHNING JAHON TAJRIBASI MUAMMO VA ISTIQBOLLAR

Aynaqulov Xusniddin Abduxamidovich

Jizzax Politehnika instituti

"Muhandislik va kompyuter grafikasi" kafedrası katta o'qituvchisi

Teshayeva Farida Shuxrat qizi

Jizzax politehnika instituti "Servis" fakulteti

"Professional ta'lim" bakalavriat ta'lim yo'nalishi 1-bosqich talabasi

Ma'lumki turizm sohasi mamlakat iqtisodiyotiga eng tez daromad keltiruvchi tarmoqlardan biri hisoblanadi, shu boisdan ham hozirda ko'plab mamlakatlar milliy iqtisodiyoti tarkibida turizmdan keladigan daromadlarni oshirishga harakat qilmoqda. 2019-yilda boshlangan koronavirus infeksiyasi va 2020-yil boshlarida e'lon Covid-19 pandemiyasi jahon turizm sanoatiga jiddiy ta'sir o'tkazdi. Bu pandemiya davrida tabiiyki birinchi bo'lib turizm sohasi jiddiy yo'qotishlarga uchradi. Hozirda turizmning turli shakllari mavjud bo'lib eng tez rivojlanayotgan turizm sohasi bu dam olish turizmi hisoblanadi. Ko'plab mamlakatlar qulay geografik hududda joylashgan bo'lsa-da, lekin dam olish turizmining rivojlanishi sekin kechmoqda. Buning bir qator sabablari mavjud eng avvalo ushbu sohaga tikiladigan investitsiya, qulay geografik hudud, sayohat qilishning qulaylik darajasi, infratuzilma va kadrlar muammosi mamlakatlarda turizm rivojlanishiga u yoki bu ma'noda ta'sir o'tkazadi.

Yuqorida ta'kidlab o'tganimizdek, Pandemiya sharoitida mamlakatlar turizm sohasidan jiddiy zarar ko'rdi agar, jahon bo'yicha turistlar tashrifi sonining o'zgarishini tahlil qiladigan bo'lsak, pandemiyadan oldingi yillarda uning doimiy tarzda o'sish tendensiyasiga ega bo'lganligini kuzatish mumkin. Agar 1995-yilda jahon bo'yicha turistik tashriflar soni 536 mln kishini tashkil etgan bo'lsa, 2014-yilga kelib bu ko'rsatkich 1135 mln. kishiga yetgan bo'lib, 2019-yilda bu ko'rsatkich 1460 million kishi u yoki bu mamlakatga sayohat qilgan, ya'ni bu oldingi yillarga nisbatan o'sish tendensiyasiga ega. Hozirda mutaxassislar turizm va ishchi kuchi migratsiyasini alohida hisoblashga harakat qilmoqda sababi ayrim mamlakatlarda statistik ma'lumotlar uzatishda turistlar tashrifiga ishchi kuchi migrantlarining sonini birgalikda hisoblayotganini ham kuzatishimiz mumkin bu esa mamlakatlar iqtisodiyotiga turizmdan kelayotgan daromadlarni aniq hisoblash imkonini bermaydi. Masalan 2019-yil turizm bozorida yuqori o'sish yili bo'ldi, ammo xalqaro ishchilar soni 2017 (+ 7%) va 2018 (+ 6%) da qayd etilgan istisno darajadan pastroqqa o'sdi, sababi bu migrantlarga bo'lgan turli cheklovlar bilan bog'liq.

Jahon turizm bozoridagi iqtisodiy vaziyatga baho beradigan bo'lsak, 2019-yil quyidagi tendensiyalar yuzaga keldi.

Turli mintaqalardagi rivojlangan mamlakatlarga sayohat qilish talab biroz zaiflashdi sababi turistlar rivojlangan megapolislarga sayohat qilishdan ko'ra tabiat infratuzilmasiga ko'proq intilmoqda.

Brexit atrofidagi noaniqlik, geosiyosiy va savdo munosabatlar va global iqtisodiy pasayish turizm bozori o'sishiga o'z ta'sirini o'tkazdi.

Yevropa turizm bozori pasayishi va Sharqiy Osiyo mamlakatlarida turizm bozorining o'sishi yuzaga keldi (+ 8%), 2019-yilda ushbu mintaqalarga turistlarning kelishi oshib bordi, va Yevropa oldingi yillarga nisbatan past o'sishga erishdi (+4%) bu esa jahon turizm bozoriga o'z ta'sirini ko'rsatdi.

Fransiya xalqaro turistik xarajatlarning dunyodagi eng yaxshi o'nta bozorlar orasida eng kuchli o'sishga erishganligini ko'rishimiz mumkin, (+ 11%), Amerika Qo'shma Shtatlari esa mutlaq o'sishda (+ 8 mlrd. AQSh dollari) o'sishga erishgan. 1-rasm ma'lumotlarida ko'rib turganimizdek, 2019-yilda ko'plab mamlakatlar turizmdan yuqori miqdorda foyda olgan bo'lsa, 2020-yilga kelib bu tendensiyaga butunlay pasayib ketganligini keyingi raqamlarda kuzatishimiz mumkin.



Jahon turizm sanoati 2020-yilning birinchi chorakligidayoq 22 foizga tushib ketdi, keyin bu ko'rsatgich yil o'rtalariga kelib 57 foizga pasayib dunyo bo'yicha jami 67 million kishining ishsiz qolishiga olib keldi. Bu iqtisodiyotga xalqaro turizm eksportidan tushadigan daromadlarning taxminan 80 milliard AQSh dollariga teng zarar keltirganligini aytishimiz mumkin. Mintaqalar miqyosida qaraydigan bo'lsak, Osiyo tinch okeani mintaqasi COVID-19 pandemiyasidan eng ko'p zarar ko'rgan mintaqasi sifatida baholandi, mintaqaning turizmdan ko'rgan zarari 35 foizga pasaydi.

Mintaqalar doirasida, 2020-yil 1-choragida eng katta pasayish Yevropada – 19 foiz, Amerika qit'asida – 15 foiz, va Yaqin Sharqda – 11 foizni tashkil qildi. Bunday pasayish keyingi yillarda, pandemiya davri davom etadigan taqdirda, yanada tushib borishi kutilmoqda, keyingi davrlarda bir mamlakatdan ikkinchi mamlakatga turist sifatida tashrif buyuruvchi kishilar soni 850 million kishidan, 1,1 milliard kishiga qadar yetishi kutilmoqda. Bu esa iqtisodiyotga 860 milliard AQSh dollaridan 1,2 trillion AQSh dollarigacha bo'lgan eksport daromadlari tarixiy seriyadagi eng katta pasayish bo'lishi mumkin.

Pandemiya davri ko'rsatdiki, mamlakatlarda turizmni rivojlantirish mamlakatlarning o'z ichki imkoniyatlariga tegishli bo'lmagan taqdirda inqirozlarga yuz tutdi, O'zbekistonda ham turizm sohasiga keyingi yillarda davlat darajasida jiddiy e'tibor qaratmoqda. Turizm sohasining o'ziga xosligi shundaki, uning mamlakat iqtisodiyotiga ta'siri turistlar talabi va iste'molidan kelib chiqadi. Bizga ma'lumki, turistga tovar va xizmatlar yetkazib berilmaydi, balki turist-iste'molchining o'zi xizmatlar ishlab chiqariladigan va iste'mol qilinadigan joyga yetib keladi. Xizmatlar uchun pul to'lab, turist biron-bir joyga tashrif buyurishdan taassurot olishni xohlaydi, shuning uchun tashrif buyuradigan mamlakatlar tarixiy, ma'daniy, arxitektura, etnografik va boshqa resurslarga ega bo'lishi kerak.

Bizning mamlakatimiz esa ana shunday o'zining boy tarixiy-madaniy merosi, noyob moddiy va nomoddiy madaniy qadriyatlari, me'moriy obidalar bilan jahonda alohida mavqega ega. O'zbekistonda turizm sohasi rivojlanishi uchun barcha sharoit va imkoniyatlar mavjud. Ushbu soha yangi ish o'rinlarini yaratish, aholi farovonligini oshirish, valyuta va soliq tushumlari ko'payishida muhim ahamiyatga ega.

Bugungi kunda mamlakatimizda, turizm industriyasini jadal rivojlantirish, iqtisodiyotda uning roli va ulushini oshirish, turistik xizmatlarni diversifikatsiya qilish va sifatini yaxshilash, turizm infratuzilmasini kengaytirishga olib keladigan o'rta muddatli istiqbolda O'zbekiston Respublikasida turizm sohasini rivojlantirish konsepsiyasiga asosan, shuningdek, 2017-2021-yillarda Konsepsiyani amalga oshirishga doir aniq chora-tadbirlar Dasturini ishlab chiqish rejalashtirilgan. Mazkur vazifaning amalga oshirilishi turizm sohasining tezkor rivojlanishi, uning iqtisodiyotdagi ulushining ortishi, turistik xizmatlar sifatining oshishiga olib keladi.

Turizm korxonalar faoliyatida iqtisodiy erkinlikning ta'minlanishi erkin raqobat muhitini shakllantiradi. Bu uchun esa turistik korxonalarda davlat buyurtmasi, uni boshqarishda va nazorat qilishda davlatning aralashuvi kamroq bo'lishi lozim. Bu borada juda ko'p ishlar qilinmoqda. Juda ko'p tadbirlarni tartibga soluvchi normativ hujjatlar, tadbirkorlik subyektlari faoliyatining erkinligini kafolatlovchi bir qancha qonunlar qabul qilindi.

Ushbu qonuniy va normativ hujjatlarning hammasi mamlakatimizda raqobat muhitini yaratishga qaratilganligi tufayli barcha sohalar singari turizm sohasida ham erkin raqobat muhiti yaratiladi, bu bir qancha muhim qonuniyatlarni amalga oshiradi va tartibga soladi. Bular jumlasiga turistik infratuzilmaning yaratilishi, ularning hududlar bo'yicha turistlar tashrifining tashkil qilinishi, ishlab chiqarish va sotish o'rtasidagi mutanosiblikni nazorat qilishi kabilarni kiritish mumkin.

Mamlakatimizda 2017-yildan to 2019-yilga qadar turizm sohasidan olingan daromad – ushbu xizmatlar eksporti hajmi hamda ularning mamlakat YalMdagi ulushi 2,5 barobar oshdi. 2019-yilda turizm xizmatlari eksporti umumiy hajmining YalMga nisbati 2,3 foizni tashkil qildi. O'zbekistonda turizm sohasining so'nggi bir necha yil davomida jadal rivojlanishi, undan tushadigan daromadning umumiy hajmi bir necha milliard dollarga yetishi mumkin edi. Biroq, boshqa mamlakatlarda bo'lgani kabi, joriy yil boshida dunyo bo'ylab tarqala boshlagan koronavirus pandemiyasi ushbu rejalarni chetga surib qo'ydi. Jahondagi barcha mamlakatlar turizmida boshlangan inqiroz O'zbekistonni ham chetlab o'tmadi. 2019-yilda turistik xizmatlar eksporti hajmi 1,3-1,4 milliard dollarni tashkil qilgan edi (Turizmni rivojlantirish davlat qo'mitasi ma'lumotlariga ko'ra — \$1,3 mlrd., Davlat statistika qo'mitasi



ma'lumotlariga ko'ra — \$1,4 mlrd.). 2020-yilning 1-yarim yilligida esa turistik xizmatlar eksportidan tushgan daromad jami 203,5 million AQSh dollariga yetdi. Ushbu daromadning 99,5 foizi (\$202,4 mln.) 2020-yilning 1-choragiga to'g'ri keladi, 2-chorakda bu ko'rsatkich atigi 1,1 million dollarga teng bo'ldi. So'nggi uch yilda mamlakatimizga keluvchi xorijlik sayyohlar soni 4 barobar oshdi. Shu uch yilda turizmni rivojlantirishga qaratilgan o'nlab hukumat hujjatlari qabul qilindi. Ular tarkibiga – Turizm to'g'risidagi yangi qonun, 2019–2025-yillarda O'zbekistonda turizmni rivojlantirish konsepsiyasi, turizm sohasidagi biznesga turli imtiyoz va preferensiyalar berish, ushbu sohaga investitsiyalar jalb qilish va ularni rag'batlantirish, chet ellik investorlarga turli imtiyozlar taqdim etish kabi chora-tadbirlar kiradi.

2017-yil boshida fuqarolari O'zbekistonga vizasiz kiruvchi mamlakatlar soni 10 tadan oshmas edi. Oradan uch yil o'tib, ushbu ro'yxat deyarli 10 barobar kengaytirildi. Chet elliklarga 5 kungacha mamlakatda mehmon bo'lishga ruxsat beruvchi vizasiz tranzit rejimi joriy etildi. Chet el fuqarolarini hisobga va ro'yxatga olish tartibi ancha soddalashtirilib, elektron vizalarni rasmiylashtirish tartibi qabul qilindi. 2020-yilning yanvar-dekabr oylarida MDH davlatlaridan O'zbekiston Respublikasiga kelgan chet el fuqarolari 1420,3 ming kishidan iborat bo'lib, bu jami tashrif buyurganlarning 94,4 % ini tashkil etdi, uzoq xorijiy davlatlardan esa 83,8 ming kishi (yoki 5,6 %) tashrif buyurgan.

XULOSA

O'zbekistonda xalqaro turizmni rivojlantirish, turistik salohiyatdan oqilona foydalanish mamlakat tashqi iqtisodiy faoliyatining rivojlanishiga, valyuta tushumining o'sishiga, eksport tarkibining takomillashuvi va diversifikatsiyalashuviga ijobiy ta'sir ko'rsatadi. Bu sohada Saudiya Arabistoni tajribasini umumlashtirish xalqaro turizmni quyidagi yo'nalishlarda rivojlantirish maqsadga muvofiq ekanligini ko'rsatadi:

- turizm sohasida xalqaro aloqalarni kengaytirish va mustahkamlash, xalqaro turistik tashkilotlar bilan aloqalarni yo'lga qo'yish, turizm sohasiga xorijiy investitsiyalar va xalqaro kreditlarni jalb qilish bo'yicha keng chora-tadbirlar tizimini ishlab chiqish;
- yangi mehmonxonalar, kempinglar, turbazalar, otellar, motellar qurish va mavjudlarini ta'mirlash hamda zamonaviylashtirish hisobiga turizmning xalqaro talablarga javob bera oladigan moddiy-texnika bazasi va zamonaviy xalqaro turizm infratuzilmasini barpo etish va ulardan samarali foydalanish;
- aeroportlarda, temiryo'l vokzallarida, avtobus stansiyalarida xalqaro terminallar qurish, ularni ta'mirlash va kengaytirish, shuningdek, barcha turistlarni qabul qilish markazlarida zamonaviy kommunikatsiya tizimlarini barpo etish;
- xalq amaliy san'ati, hunarmandchilik, ustaxonalar, an'anaviy milliy buyumlar, suvenirlar va turistlar tomonidan talab yuqori bo'lgan mahsulotlar ishlab chiqarish bilan shug'ullanuvchilarni har tomonlama qo'llab-quvvatlash;
- respublikamizning tabiiy, iqtisodiy va tarixiy salohiyatidan kelib chiqqan holda turizmning turli shakllari — ekskursiya va o'rganish turizmi, arxeologik turizm, rekreatsion turizm, sarguzasht turizmi, ekzotik turizm, ekologik turizm, konferens-turlar, diniy turizm, etnik va nostalgika turizmini rivojlantirish;
- turizm sohasini axborot bilan ta'minlash va turistik biznesda eng yangi texnologiyalardan foydalanish asosida respublikamizning turistik imkoniyatlari to'g'risidagi ma'lumotlarni internet saytlari orqali xorijiy mamlakatlarga tarqatishdir.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'xati:

1. Александрова А. Ю. Международный туризм Учебник. –М., 2002.
2. Туризм в Республике Узбекистан. Анализ статических данных. Госкомстат Узбекистана. – Ташкент, 2018.
3. Ветитнев А.М., Войнова Я.А. Организация санаторно курортной деятельности –М., 2014.
4. Кружалин В.И., Мироненко Н.С., Зигерн-Корн Н.В., Шабалина Н.В. География туризма. Учебник. – М., 2014.
5. Трухачев А.В., Таранова И.В. Туризм. Введение в туризм: учебник – Ставрополь: АГРУС Ставропольского гос. аграрного ун-та, 2013.
6. Сафарова Н.И., Каракулов Н.М. Социально-экономическая география мира. Методическое пособие. –Ташкент, 2018.

HUDUDLARDA SMART-TURIZMNI RIVOJLANTIRISHDA XORIJ TAJRIBASINI QO'LLASH ISTIQBOLLARI

Islomova Dilrabo Salomovna
TDIU "Turizm" kafedrası assistenti

Annotatsiya: Maqolada Yevropada joylashgan Smart shaharlarda AKTga asoslangan vositalar orqali turizm va mehmondo'stlik mahsulotlari, xizmatlari, makonlari va tajribalarining turizmni rivojlantirishdagi ahamiyati va istiqbollari o'rganilgan. Xorij tajribasidan foydalangan holda, O'zbekistonda Smart texnologiyalar imkoniyatlaridan foydalanib, hududiy turizmni rivojlantirish bo'yicha taklif va tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Kalit so'zlar: Smart-turizm, Smart shaharlar, barqarorlik, Smart parklar, Smart texnologiyalar, mobil ilovalar.

Abstract: The article talks about the formation processes of rural tourism in Uzbekistan and its role in the life of our country. Also, the content and nature of the international and national requirements, as well as theoretical and practical foundations, are presented in this field. Recommendations are given on the future areas where this activity can be implemented together with the existing rural tourism villages in Samarkand region.

Key words: tourism infrastructure, tourism market, analysis, territory, Fergana region, Andijan region, Namangan region, innovation, propaganda, management.

Аннотация: В статье проведены научные исследования по туристическому потенциалу регионов Ферганской долины, туристическим ресурсам, культурным, природным и рекреационным ресурсам, продвижению туристического потенциала долины, определению возможностей развития туризма в Ферганской долине до 2030 года.

Ключевые слова: туристическая инфраструктура, туристический рынок, анализ, территория, Ферганская область, Андижанская область, Наманганская область, инновации, пропаганда, управление.

KIRISH

Hech kimga sir emaski, turizm butun dunyo mamlakatlari uchun iqtisodiy o'sishning asosiy tarkibiy qismlaridan biri hisoblanadi, ammo pandemiya turizm sanoatining rivojiga qattiq zarba berdi. Ushbu zarba turizm sanoatini oyoqqa turg'azish uchun soha vakillarini yangicha fikrlash va innovatsion yondashuvlarni izlab topishga majbur qildi.

Bugungi kunda turizm industriyasida "Smart-turizm" termini keng qo'llanib kelmoqda. "Smart-turizm" sohasida innovatsiyalar va tashabbuslar ortib bormoqda. Ammo Smart-turizm aynan nima?

"Smart-turizmning Yevropa poytaxti" tashabbusi ma'lumotlariga ko'ra, Smart-turizm yo'nalishi: "AKTga asoslangan vositalar orqali turizm va mehmondo'stlik mahsulotlari, xizmatlari, makonlari va tajribalariga kirishni osonlashtiradigan manzil. Bu sog'lom ijtimoiy va madaniy muhit bo'lib, uni shaharning ijtimoiy va inson kapitaliga e'tibor qaratish orqali topish mumkin. Shuningdek, u innovatsion, Smart yechimlarni tatbiq etadi va tadbirkorlik biznesining rivojlanishiga va ularning o'zaro bog'lanishiga yordam beradi".

"Smart-turizmning Yevropa poytaxti" – Yevropa Ittifoqi tashabbusi bo'lib, shaharlarni qulaylik, raqamlashtirish, barqarorlik, madaniy meros va ijodkorlik sohasidagi ilg'or innovatsion yondashuvlari uchun mukofotlash orqali Yevropa Ittifoqida Smart-turizmni rivojlantirishga qaratilgan. Yevropa Parlamenti tomonidan taklif etilgan tayyorgarlik tadbirlarining muvaffaqiyatli tajribasiga asoslanib, tashabbus innovatsion, barqaror va inklyuziv turizmni rivojlantirishga ko'maklashish, shuningdek, ilg'or tajribalarni tarqatish va almashishni osonlashtirishga qaratilgan. Yevropada bir nechta shaharlar turizmga Smart yondashganligi uchun Yevropaning Smart-turizm tashabbusi tomonidan maqtovga sazovor bo'lgan.



2020 yilda Shvetsiyaning Gothenburg shahri “Barqarorlik” toifasi bo'yicha “Yevropa Smart-turizm poytaxti” mukofoti sovrindori bo'ldi. Shahar kelajak avlodlar farovonligini ta'minlash bo'yicha chora-tadbirlarni amalga oshirdi. U shaharda ayirboshlash, bo'lish yoki ijaraga olishda fuqarolarning ishtirokini rag'batlantiradigan Smart xaritani chop etdi. Shuningdek, u ishlab chiquvchilar, arxitektorlar va rejalashtiruvchilar jamoatchilik maslahatlarini o'tkazish, kelajakdagi rivojlanish ta'sirini oldindan ko'rish va takomillashtirilgan qarorlar qabul qilish uchun 3D shahar modeliga ega bo'ldi. Boshqa tomondan, markazlashtirilgan isitishning 60 foizi chiqindi yoki qayta ishlangan issiqlikka asoslangan bo'lib, uni Yevropaning eng barqaror poytaxtlaridan biriga aylantirgan.

Malaga - bu qulaylik nuqtai nazaridan eng ko'p ajralib turadigan Ispaniya shahri hisoblanadi. Shaharda LED ko'cha yoritgichlarini o'rnatilgan va bir nechta ijara stantsiyalari bilan birga ko'p kilometrlik velosiped yo'laklari ham mavjud. Shuningdek, shaharda suvni tejash uchun bog'lar va bog'larda Smart sug'orish tizimlari ishga tushirilgan va havo ifloslanishini kamaytirish, gulchanglar darajasini nazorat qilish va shovqinni kamaytirish rejasini amalga oshirilgan.

Sloveniyaning poytaxti Lyublyanada barqarorlikka alohida e'tibor qaratiladi va uning hududining 20 foizi muhofaza qilinadigan tabiiy hududlardan iborat bo'lib, degradatsiyaga uchragan joylarni jamoat joylariga aylantirishga qaratilgan. Ushbu shaharda turizmga yo'naltirilgan turli xil kontent va ilovalarga ega turizm veb-saytini yaratishdan tashqari, mehmonxona va restoranlarda mahalliy mahsulotlarni xarid qilishga alohida e'tibor qaratildi.

Finlyandiyaning poytaxti Xelsinki shahrida Smart jamoat transporti tizimi loyihalashtirilgan bo'lib, mutaxassislar tomonidan yuqori baholanmoqda. Hozirda “Uber boat” tizimi ko'rib chiqilmoqda va haydovchisiz avtobuslar sinovdan o'tkazilmoqda. Bundan tashqari, shaharning asosiy diqqatga sazovor joylariga tashrif buyuradigan turistlarga bir nechta tillarda xizmat ko'rsatadigan xizmat turlarini taklif qiladi. Shuningdek, shaharda havo ifloslanishini oldini olish maqsadida elektr yordamida harakatlanadigan transport vositalariga ham alohida e'tibor qaratadi.

Raqamlashtirish sohasida katta muvaffaqiyatlarga erishgan shahar sifatida Daniya poytaxti Kopengagenni misol keltirish mumkin. Shaharda sayyohlar xizmatini ishga tushirilgan bo'lib, u yerda sayyohlar harakatlanuvchi bilbordlar, robototexnika yoki virtual reallik orqali shahar taqdim etayotgan hamma narsani ko'rishlari mumkin.

Lion shahri nogiron va harakati cheklangan mehmonlar butunlay moslashtirilgan transport tarmog'i va Smart tabelalar yordamida shahar bo'ylab to'liq avtonomiya bilan harakatlanishlari tashabbusini ilgari surdi. Lion muzeylari nogironligi bo'lgan sayyohlar uchun moslashtirilgan ekskursiyalarni taklif qiladi. Misol uchun eshitish qobiliyati past bo'lgan sayyohlar ushbu muzeyda san'at asarlariga tegib ko'rishlari mumkin, yoki ko'plab restoranlar ko'zi ojiz sayyohlar uchun so'zlovchi menyularni taqdim etadi. 2018 -yilda shaharga tashrif buyurgan 40 000 nafar sayyoh foydalanuvchilarga bepul jamoat transporti, 23 ta muzey va boshqa attraksionlarga kirish, chegirmalar va boshqalarni taqdim etuvchi Lyon Siti kartasining afzalliklaridan bahramand bo'ldi. Kelajakda tashrif buyuruvchilar tirbandlikni kamaytirish uchun o'z Smartfonlariga bevosita geo-joylashgan turistik ma'lumotlarni qabul qilib, ONLY LYON Experience'dan foydalanishlari mumkin bo'ladi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Smart-turizm AKTga asoslangan innovatsion yechimlar orqali turizm va mehmondo'stlik mahsulotlari, xizmatlari, makonlari va tajribalarigan foydalanishni osonlashtiradi hamda, mamlakatda turizmni barqaror rivojlantirish imkonini beradi.

Barqaror ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishdan foyda ko'rgan mahalliy aholining hayot sifatini o'zgartirib, hududda rivojlanayotgan raqamli madaniyatda faol ishtirok etishini ta'minlaydi.

Smart-turizm g'oyasi Smart shahar konsepsiyasining avlodidir. Smart shahar resurslarni optimallashtirish, samarali va adolatli boshqaruv, barqarorlik va hayot sifatiga erishish uchun axborot texnologiyalaridan keng foydalanish taklif etiladi, turli xil ilovalar bilan Smart-turizm maqsadi amalga oshiriladi.

Shahar va qishloqlarda turizmning ahamiyati, sayyohlar va mahalliy aholi uchun xizmatlar o'rnatadigan to'ldiruvchanlik, shuningdek, turizm ekotizimining rivojlanayotgan texnologiyalari salohiyatini hisobga olgan holda, turizm sektoriga Smart yechimlar keng joriy etish,” Smart-turizm “tez



o'zgaruvchan sektordagi yangi chaqiriqlar va talablarga javob berish, jumladan, raqamli vositalar, mahsulotlar va xizmatlarning evolyutsiyasi, barcha tashrif buyuruvchilar uchun teng imkoniyatlardan foydalanish, mahalliy hududning barqaror rivojlanishi, shuningdek, ijodiy sanoat va mahalliy aholini qo'llab-quvvatlashda o'z aksini topadi».

Bu esa turistik ma'lumotlarni bir xil strategik rejaga muvofiq to'plash, saralash va qayta ishlatish imkonini beradi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. www.goteborgco.se/en/ va www.goteborg.com ga.
2. <https://www.cleverciti.com/en/resources/blog/9-european-smart-tourism-destinations-to-watch-and-learn-from>
3. https://smart-tourism-capital.ec.europa.eu/winners-and-finalists/cities-2020/gothenburg/gothenburg-2020-eutourismcapital_en
4. <https://worldtraveltechawards.com/award/world-best-smart-tourism-destination/2021>



CONSIDERATION OF POSITIVE AND NEGATIVE IMPACTS OF SMART TOURISM ON DESTINATION BRANDING, CASE OF UZBEKISTAN

Ms. Yulduz Yakubova

Course Leader in Business Management and Marketing,
Westminster International University in Tashkent

Abstract: The thesis below attempts to raise the awareness as well as draw the discussion on both positive and negative effects that Smart tourism practices may carry in general and for the case of Uzbekistan. It draws the attention on some of the possible impacts the practices may carry on the destination branding.

Key words: Destination branding, tourism, Smart tourism, Uzbekistan, Samarkand.

Annotatsiya: Quyidagi tezisda aqlli sayyohlik amaliyotining umumiy va O'zbekiston misolida keltirishi mumkin bo'lgan ijobiy va salbiy ta'sirlar to'g'risida xabardorlikni oshirish hamda muhokama qilishga harakat qilinadi. U e'tiborni maqsadli brendingga olib kelishi mumkin bo'lgan ba'zi mumkin bo'lgan ta'sirlarga qaratadi.

Kalit so'zlar: Destination branding, turizm, Smart-turizm, O'zbekiston, Samarqand.

Аннотация: Приведенный ниже тезис направлен на повышение осведомленности, а также на обсуждение как положительных, так и отрицательных последствий, которые могут иметь практики умного туризма в целом и для случая Узбекистана. Он обращает внимание на некоторые возможные последствия, которые такие практики могут оказать на брендинг дестинации.

Ключевые слова: Брендинг дестинации, туризм, Смарт-туризм, Узбекистан, Самарканд.

Smart tourism has become a popular trend in recent years, with destinations leveraging technology to create unique and engaging experiences for visitors. However, it is important to recognize that Smart tourism may carry both, positive and negative consequences on its end. While positive impacts of Smart tourism seem obvious, such as quick popularization of the destination and instant reach to potential customers, the negative impacts are not as immediate. As Uzbekistan is still in the position of developing its destination brand, the impacts associated with Smart tourism that can have an unintentional impact on its branding. In this thesis, we explore the potential negative impacts of Smart tourism on destination branding and how they can be mitigated.

To start from it is important to understand the concept of destination branding. Destination branding is the process of creating a distinct image for a place that sets it apart from others. It involves developing a unique identity that resonates with travelers and creates an emotional connection with the destination.

While Smart tourism plays a crucial role in destination branding by providing innovative ways to showcase the unique features of a place, the concern with Smart tourism is its capacity to distort the unique identity of the emotional connection stated above. According to Strategic Destination Brand framework (Tasci & Gartner, 2009) one of the components impacting the visitor's experience is local culture and interaction with the local population. The danger of Smart tourism is much as it is in the parallel with Smart phones and gadgets, where overwhelming research confirms, led to more alienation among users and disconnect in the society. In other words, use of Smart tourism indeed may distort the experience of authentic destination experience by significantly limiting important components impacting the destination brand, such as basic need to interact with the locals.

Among some of the other potential negative impacts of Smart tourism listed in the literature are possibility of over-tourism, which can lead to overcrowding and pressure on local resources. Over-tourism can have a negative impact on the environment, local communities, and the visitor experience. Though it seems that Uzbekistan is quite far from over tourism, some precautions for the



historical cities such Samarkand and Bukhara can be made. The infrastructure in the cities is not at the level to sustain over tourism at this point. This can also damage the destination's brand image, as visitors may associate it with overcrowding and poor management. To mitigate this, destinations need to implement sustainable tourism practices that balance the needs of visitors with the needs of local communities and the environment.

Another concern with Smart tourism is privacy intrusion, as it relies on the collection and use of visitor data. Visitors need to be informed about how their data is being collected and used and given the option to opt-out if they choose. Failure to do so can damage the destination's brand image, as visitors may perceive it as untrustworthy and lacking in transparency. Destinations need to ensure that they are transparent about their data collection practices and comply with applicable privacy laws and regulations.

In general, with regard to Smart tourism, there is a risk of over-dependence on technology. Smart tourism relies heavily on technology, which can be vulnerable to technical glitches, cyber-attacks, and other disruptions. This can damage the destination's brand image, as visitors may perceive it as unreliable and lacking in quality. Destinations need to have backup plans in place to ensure that visitors can still enjoy their experience even if there are technical issues. They also need to ensure that they have trained staff available to assist visitors who may have difficulty using technology.

Currently Uzbekistan already has attempts to develop the Smart tourism practices with the creations such as NazzAr App, however the further developments are to be carefully managed with careful consideration toward the potential impacts discussed above.

To summarise keeping mentioned above in mind, while Smart tourism has many benefits, there are negative impacts associated with it that can damage a destination's brand image. Destinations need to implement sustainable tourism practices, preserve their cultural heritage, ensure visitor privacy, and have backup plans in place to mitigate the risks associated with dependence on technology. By doing so, they can create a positive and memorable visitor experience while minimizing the negative impacts of Smart tourism.

Bibliography:

1. Dobrica Z. Jovicic (2019) 'From the traditional understanding of tourism destination to the Smart tourism destination,' *Current Issues in Tourism*, 22:3, 276-282, DOI: 10.1080/13683500.2017.1313203.
2. Kotler Ph (2002) 'Country as brand, product, and beyond: A place marketing and brand management perspective' *Journal of Brand Management* [online] Available at: https://www.academia.edu/1173811/Destination_Brands_Managing_place_reputation.
3. Morgan N, et al (2007) 'Destination Branding' Routledge, 2007.
4. Nazzar.Uz (2023) Nazzar Museum [online] Available at: <https://nazzar.uz/location/en>
5. Tasci, Asli & Gartner, William. (2009). Chapter 11 A Practical Framework for Destination Branding. *Bridging Tourism Theory and Practice*. 1. 149-158. 10.1108/S2042-1443(2009)0000001013.



ANALYSIS OF THE STATE OF USE OF SMART TECHNOLOGY IN HOTELS

Uralova Dilbar Anorbayevna

Egamberdiyev Sirojiddin Sattor o'g'li

Scientific researchers of the Institute of Tourism Development

Abstract: Since the tourism sector began to operate as an industry, it has felt the need for innovative technologies. Currently, the tourism market is partially saturated with Smart technologies, but there are still needs for Smart technologies that serve a wide range of tourists. In this article, we have analyzed the existing Smart technologies for Smart tourism and made suggestions after studying the Smart technologies at the level of our needs.

Key words: Tourism, Smart technologies, Smart hotel, destination, memorable tourism experiences, hotel business.

Annotatsiya: Turizm sohasi sanoat sifatida faoliyat yurita boshlaganidan buyon innovatsion texnologiyalarga ehtiyoj sezildi. Hozirda turizm bozori qisman aqlli texnologiyalar bilan to'yingan, ammo sayyohlarning keng doirasiga xizmat ko'rsatadigan aqlli texnologiyalarga ehtiyoj hali ham mavjud. Ushbu maqolada biz Smart-turizm uchun mavjud aqlli texnologiyalarni tahlil qildik va aqlli texnologiyalarni o'z ehtiyojlarimiz darajasida o'rganib chiqib, takliflar berdik.

Kalit so'zlar: Turizm, aqlli texnologiyalar, aqlli mehmonxona, destinatsiya, unutilmas turistik tajribalar, mehmonxona biznesi.

Аннотация: С тех пор как туристический сектор начал функционировать как отрасль, он почувствовал потребность в инновационных технологиях. В настоящее время туристический рынок частично насыщен смарт-технологиями, однако потребность в смарт-технологиях, обслуживающих широкий круг туристов, все еще существует. В этой статье мы проанализировали существующие смарт-технологии для Смарт-туризма и после изучения смарт-технологий внесли предложения на уровне наших потребностей.

Ключевые слова: Туризм, умные технологии, умный отель, дестинация, незабываемые туристические впечатления, гостиничный бизнес.

INTRODUCTION

The tourism sector in our country is developing year by year and is becoming one of the leading sectors of the economy. In these cases, it is appropriate to develop the tourism sector and fully demonstrate its potential.

Tourism and innovation are contradictory concepts. Tourism means recreation, travel, impression, and history. If we give different definitions, Tourism is understood as the departure (travel) of an individual from the place of permanent residence for a period of at least 1 year without engaging in paid activities in the destination (country) for health, educational, professional, or other purposes.

Besides, tourism is a small business, except for large infrastructure projects. In many cases, it is not even a business, but the activity of some selected people – guides, owners of guest houses, craftsmen, painters, and musicians.

No matter how serious the content of a trip to Uzbekistan is – whether it is historical, architectural, religious, or ethnic – it should not be forgotten that, in general, tourism belongs to the entertainment industry. People spend their vacations on it and calculate their budget accordingly. Uzbekistan has a large number of historical monuments, we can give an example of the monuments of our regions such as Bukhara, Khorezm, and Samarkand, which are mainly visited by tourists. Tourists mainly visit these regions in spring or summer. One of the problems when visiting these regions is that the climate is very hot during this season and our historical monuments are not fully explored. For this, transport, and restaurants should be compensated by increasing the number of hotels near these monuments, and the authors of the route and other participants of the tourism product should show



comfort and inventiveness to cheer up the tired tourist and prepare him for the next day. Then it is not surprising that he wants to return to Uzbekistan again. There should always be new solutions and innovations everywhere. The demand for tourism services shapes the supply.

LITERATURE REVIEW

An ecosystem for Smart tourism contributes to the development of a platform that offers infrastructure and service data to travelers [1] Therefore, in order to offer comprehensive and flexible tourism services while increasing management efficiency, the platform needs to be able to accommodate functions for both managers and tourists. The ecosystem's STS platform is ICT-integrated, with the Internet of Things (IoT) utilizing artificial intelligence and cloud computing services to forecast demand, boost productivity, automate processes, and enhance value co-creation [2] The concept of Smart attraction services involves the integration of attractions and various stakeholders via dynamic platforms that facilitate information-rich communication flows. These dynamic links to travel-related information enable instant access to free information, tour guides, transportation, and transactions. They also produce a genuine travel experience and enhance the management of tourism resources, which benefits stakeholders' decision-support systems [3].

ICT is used in a Smart business ecosystem as well as communication networks to provide Smart services. The network of interconnected stakeholders that dynamically interact with one another at a destination makes up the business ecosystem of Smart tourism. Technology advancements have digitalized essential business processes, enabling the public and private sectors to cooperatively produce, compete for resources, and adjust to external challenges [4]. Through the co-creation process, the Smart business ecosystem in the tourism industry generates value through the use of Smart tourism tools including social media, online platforms, and Smartphones [5].

A Smart hotel is one that has been outfitted with modern technologies, like artificial intelligence and the internet of things, in an effort to provide customers with better service and improve management, efficiency, and control from the hotel management [6]

Use of technology in the Hotel industry

Information technology has helped hospitality businesses manage inventory, bookings, reservations, and customer data better. By implementing systems such as POS systems, property management systems, and CRM solutions, companies can track customer data, manage inventory levels, process payments, and handle bookings. Digital technology has been adopted by the hotel sector to offer visitors an improved and more streamlined experience. There are numerous ways that technology can enhance the hospitality experience, including mobile check-in and check-out and online booking platforms. For example:

1. Chatbots and Artificial Intelligence (AI)

Artificial intelligence (AI) chatbots are chatbots that use a range of AI technologies, such as natural language processing (NLP) and natural language understanding (NLU) to reliably comprehend user questions and match them to specific intentions, and machine learning to optimize responses over time.

2. Hotel Room Service in Automation

Automated room service allows guests to enjoy their favorite restaurant dishes without leaving their hotel room. This technology is enabled through app and QR code menu integration, allowing customers to access menu options from anywhere, anytime. Guests can quickly and easily order food, pay securely through the app, and even track the delivery of their order. This technology also allows hotels to provide guests with more personalized room service as they can customize bookings based on individual needs and dietary preferences. Automated room service not only improves customer satisfaction, but also simplifies the process of ordering room service, saving time and labor costs.

3. Electronic Signage

Hotels and restaurants can display current information including menus, discounts, offers, and adverts using digital signage. With the use of digital signage, you can give visitors a more engaged and interesting experience by enabling them to discover the information they need quickly and easily without having to consult menus or staff members.



RESULTS

Smart technologies are revolutionizing the hospitality industry, providing enhanced guest experiences, operational efficiency, and sustainability. Here are some Smart technologies commonly used in hotels:

Keyless Entry Systems: Using mobile apps, guests can access their rooms via Bluetooth or NFC-enabled keycards, enhancing convenience and security.

Smart Room Controls: Integrated systems allow guests to control room temperature, lighting, curtains, and entertainment systems through voice commands or a centralized control panel.

IoT Devices: Connected devices like Smart thermostats, sensors for occupancy detection, and Smart plugs help hotels manage energy usage more efficiently and personalize guest experiences.

High-Speed Wi-Fi and Connectivity: Seamless, high-speed internet access is a necessity for modern travelers, enabling guests to stay connected and work remotely.

In-Room Voice Assistants: Devices like Amazon Alexa or Google Home provide information, control room settings, and offer personalized recommendations to guests.

Robotic Assistance: Robots for room service delivery, concierge services, or housekeeping tasks streamline operations and provide novelty experiences for guests.

Guest Experience Management Platforms: Integrated platforms allow hotels to collect and analyze guest data to personalize services, anticipate needs, and improve overall satisfaction.

Mobile Concierge Apps: Apps offering services such as booking facilities, room service orders, local recommendations, and contactless payments enhance guest convenience.

Smart Energy Management: Implementing systems that automatically adjust lighting and HVAC based on occupancy to conserve energy without compromising guest comfort.

Virtual Reality (VR) Tours: Providing immersive VR experiences for guests to explore rooms, amenities, and local attractions before booking.

Contactless Payment Systems: NFC-enabled payment methods and digital wallets offer secure, contactless transactions, improving guest safety and convenience.

Smart Meeting Rooms: Technology-equipped meeting spaces with video conferencing, interactive displays, and seamless connectivity for efficient business meetings.

Sustainability Solutions: Implementing Smart technologies to reduce water usage, manage waste, and optimize energy consumption to align with eco-friendly initiatives.

Data Analytics and AI: Utilizing guest data and AI algorithms to predict guest preferences, personalize experiences, and optimize operational efficiency.

These technologies not only elevate the guest experience but also enable hotels to streamline operations, reduce costs, and adapt to changing guest preferences in the increasingly digitalized hospitality landscape.

Future Smart technologies are expected to bring numerous benefits to hotels, further enhancing guest experiences, operational efficiency, and sustainability efforts. Some of these benefits include:

Enhanced Guest Experience: Future Smart technologies will enable even more personalized and seamless experiences for guests, catering to their preferences through predictive analytics, AI-driven recommendations, and tailored services.

Efficient Operations: Advanced automation, robotics, and AI-powered systems will optimize various hotel operations, including housekeeping, room service, maintenance, and inventory management, leading to increased efficiency and reduced costs.

Increased Sustainability: Smart technologies will continue to play a pivotal role in sustainability efforts within the hospitality industry. Innovations in energy-efficient systems, waste reduction, and eco-friendly practices will help hotels minimize their environmental footprint.

Hyper-Personalization: Utilizing big data analytics and AI, hotels will be able to anticipate guest needs more accurately, offering hyper-personalized experiences from room preferences to curated recommendations for dining, entertainment, and local attractions.

Seamless Connectivity: Future technologies will ensure uninterrupted and high-speed connectivity, allowing guests to seamlessly connect their devices and access entertainment, work, or communication platforms during their stay.



Contactless Experiences: The trend toward contactless solutions will continue, providing guests with safer and more hygienic interactions through touchless check-ins, mobile payments, and voice-activated controls.

Innovative Room Designs: Integration of futuristic designs and Smart functionalities within hotel rooms will create immersive and unique experiences for guests, incorporating elements like augmented reality, Smart mirrors, and interactive surfaces.

Predictive Maintenance: IoT sensors and AI-driven analytics will enable predictive maintenance, helping hotels identify and address maintenance issues before they become major problems, ensuring smoother operations and guest comfort.

Customized Service Delivery: Advanced technologies will enable hotels to offer tailor-made services based on guest preferences, behaviors, and past interactions, resulting in higher guest satisfaction and loyalty.

Streamlined Staff Efficiency: Smart technologies will assist staff in managing tasks more efficiently, allowing them to focus on delivering exceptional guest experiences rather than routine operational tasks.

Data-Driven Decision Making: The integration of data analytics tools will enable hotels to make informed decisions, optimize pricing strategies, and adapt services in real-time based on trends and guest feedback.

Overall, the future of Smart technologies in hotels is poised to revolutionize the industry by offering unparalleled guest experiences, maximizing operational efficiency, and promoting sustainable practices. These innovations will redefine the way guests interact with hotels, shaping a more tech-savvy and customer-centric hospitality landscape.

DISCUSSION

The hotel industry has been continually adopting various Smart technologies to enhance guest experiences and streamline operations. However, several emerging technologies have the potential to transform the industry further. Here are some Smart technologies that might not have been widely implemented in hotels yet:

Blockchain Technology: While blockchain has seen applications in industries like finance, supply chain, and healthcare, its use in hotels is still limited. Blockchain could revolutionize areas such as secure guest identification, transparent loyalty programs, and Smart contracts for bookings and payments.

Extended Reality (XR) Experiences: While augmented reality (AR) and virtual reality (VR) have started to make appearances in some hotel marketing or guest experience initiatives, the full potential of XR, including mixed reality (MR), for immersive guest experiences or virtual tours has not been widely implemented.

Quantum Computing: Quantum computing's potential for data analysis and optimization could revolutionize hotel operations, especially in handling massive datasets for personalization, predictive analytics, and complex optimization challenges.

Edge Computing: Edge computing, which involves processing data closer to the source (e.g., IoT devices), can significantly reduce latency and enhance real-time decision-making. It could be used extensively in hotels for faster and more efficient data processing, benefiting guest services and operational functions.

Distributed Autonomous Organizations (DAOs): The concept of DAOs, powered by Smart contracts and decentralized autonomous governance, hasn't been extensively explored in the hotel industry. DAOs could potentially facilitate decentralized decision-making in aspects like hotel management or community-driven initiatives.

Biometric Authentication: While some hotels have started implementing biometric technologies for security purposes, wider adoption of biometrics for seamless and secure guest check-ins, room access, and personalized experiences using facial recognition or other biometric identifiers is still limited.



3D Printing: Although not widely integrated, 3D printing could have applications in hotel maintenance for creating spare parts, customized room amenities, or even in the creation of unique, personalized items for guests.

Artificial Intelligence (AI) in Robotics: While robots have been introduced in some hotels for tasks like room service or concierge services, integrating advanced AI into these robots for more complex interactions, language understanding, and adaptability is an area that's yet to be fully explored.

As technology evolves, these and other emerging technologies may find their way into the hotel industry, further revolutionizing guest experiences, operational efficiency, and sustainability efforts in ways not yet fully realized. It's essential to stay updated as these innovations continue to develop and potentially reshape the hospitality landscape.

CONCLUSION

The article aimed to clarify definitions and give a synopsis of the fundamental presumptions that underpin the idea of Smart tourism. We all want to live comfortable lifestyles and none of us wants to give up on them. It determined that layers of data production, processing, and interchange supported the three fundamental components of Smart experiences, Smart business ecosystems, and Smart destinations. By doing this, it became clear that Smart tourism differed from traditional e-tourism in terms of the fundamental technologies it uses as well as the methods it employs to produce better experiences when traveling. Development of Smart tourism is already underway. It naturally develops from the widespread use of technology in the travel industry in many ways. This lowers expenses, boosts productivity, and enhances customer support.

References:

1. Gretzel U, Koo C, Sigala M, Xiang Z (2015a) Special issue on Smart tourism: convergence of information technologies, experiences, and theories. *Electron Mark* <https://doi.org/10.1007/s12525-015-0194-x>.
2. Barile S, Ciasullo MV, Troisi O, Sarno D (2017) The role of technology and institutions in tourism service ecosystems: findings from a case study. *TQM J* 29(6):811–833. <https://doi.org/10.1108/TQM-06-2017-0068>
3. Jovicic DZ (2019) From the traditional understanding of tourism destination to the Smart tourism destination. *Curr Issues Tour* 22(3):276–282. <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1313203>.
4. Buhalis D, Amaranggana A (2015) Smart tourism destinations enhancing tourism experience through personalization of services. In: Tussyadiah I, Inversini A (eds) *Information and communication technologies in tourism 2015*.
5. Bhuiyan KH, Jahan I, Zayed NM, Islam KMA, Suyaiya S, Tkachenko O, Nitsenko V (2022) Smart tourism ecosystem: a new dimension toward sustainable value co-creation. *Sustain* 14(22):1–14. <https://doi.org/10.3390/su142215043>
6. Importance of Information Technology In Hospitality Industry. <https://www.revolutionordering.com/blog/importance-of-information-technology-in-hospitality-industry#:~:text=Information%20technology%20has%20helped%20hospitality,process%20payments%2C%20and%20handle%20bookings>.

HUDUDLARDA SMART TURIZMNI RIVOJLANTIRISHDA XORIJ TAJRIBASINI QO'LLASH ISTIQBOLLARI

Islomova Dilrabo Salomovna

ТДИУ “Turizm” kafedrası assistenti

Annotatsiya: Maqolada Yevropada joylashgan smart shaharlarda AKTga asoslangan vositalar orqali turizm va mehmondo'stlik mahsulotlari, xizmatlari, makonlari va tajribalarining turizmni rivojlantirishdagi ahamiyati va istiqbollari o'rganilgan. Xorij tajribasidan foydalangan holda, O'zbekistonda smart texnologiyalar imkoniyatlaridan foydalanib, hududiy turizmni rivojlantirish bo'yicha taklif va tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Kalit so'zlar: tourism infrastructure, tourism market, analysis, territory, Fergana region, Andijan region, Namangan region, innovation, propaganda, management.

Abstract: The article talks about the formation processes of rural tourism in Uzbekistan and its role in the life of our country. Also, the content and nature of the international and national requirements, as well as theoretical and practical foundations, are presented in this field. Recommendations are given on the future areas where this activity can be implemented together with the existing rural tourism villages in Samarkand region.

Key words: tourism infrastructure, tourism market, analysis, territory, Fergana region, Andijan region, Namangan region, innovation, propaganda, management.

Аннотация: В статье проведены научные исследования по туристическому потенциалу регионов Ферганской долины, туристическим ресурсам, культурным, природным и рекреационным ресурсам, продвижению туристического потенциала долины, определению возможностей развития туризма в Ферганской долине до 2030 года.

Ключевые слова: туристическая инфраструктура, туристический рынок, анализ, территория, Ферганская область, Андижанская область, Наманганская область, инновации, пропаганда, управление.

KIRISH

Hech kimga sir emaski, turizm butun dunyo mamlakatlari uchun iqtisodiy o'sishning asosiy tarkibiy qismlaridan biri hisoblanadi, ammo pandemiya turizm sanoatining rivojiga qattiq zarba berdi. Ushbu zarba turizm sanoatini oyoqqa turg'azish uchun soha vakillarini yangicha fikrlash va innovatsion yondashuvlarni izlab topishga majbur qildi.

Bugungi kunda turizm industriyasida “Smart turizm” termini keng qo'llanib kelmoqda. “Smart turizm” sohasida innovatsiyalar va tashabbuslar ortib bormoqda. Ammo smart turizm aynan nima?

“Smart turizmning Yevropa poytaxti” tashabbusi ma'lumotlariga ko'ra, smart turizm yo'nalishi: “AKTga asoslangan vositalar orqali turizm va mehmondo'stlik mahsulotlari, xizmatlari, makonlari va tajribalariga kirishni osonlashtiradigan manzil. Bu sog'lom ijtimoiy va madaniy muhit bo'lib, uni shaharning ijtimoiy va inson kapitaliga e'tibor qaratish orqali topish mumkin. Shuningdek, u innovatsion, smart yechimlarni tatbiq etadi va tadbirkorlik biznesining rivojlanishiga va ularning o'zaro bog'lanishiga yordam beradi”.

“Smart turizmning Yevropa poytaxti” – Yevropa Ittifoqi tashabbusi bo'lib, shaharlarni qulaylik, raqamlashtirish, barqarorlik, madaniy meros va ijodkorlik sohasidagi ilg'or innovatsion yondashuvlari uchun mukofotlash orqali Yevropa Ittifoqida smart turizmni rivojlantirishga qaratilgan. Yevropa Parlamenti tomonidan taklif etilgan tayyorgarlik tadbirlarining muvaffaqiyatli tajribasiga asoslanib, tashabbus innovatsion, barqaror va inklyuziv turizmni rivojlantirishga ko'maklashish, shuningdek, ilg'or tajribalarni tarqatish va almashishni osonlashtirishga qaratilgan. Yevropada bir nechta shaharlar turizmga smart yondashganligi uchun Yevropaning smart turizm tashabbusi tomonidan maqtovg'a sazovor bo'lgan.



2020 yilda Shvetsiyaning Gothenburg shahri “Barqarorlik” toifasi bo'yicha “Yevropa smart turizm poytaxti” mukofoti sovrindori bo'ldi. Shahar kelajak avlodlar farovonligini ta'minlash bo'yicha chora-tadbirlarni amalga oshirdi. U shaharda ayirboshlash, bo'lish yoki ijaraga olishda fuqarolarning ishtirokini rag'batlantiradigan smart xaritani chop etdi. Shuningdek, u ishlab chiquvchilar, arxitektorlar va rejalashtiruvchilar jamoatchilik maslahatlarini o'tkazish, kelajakdagi rivojlanish ta'sirini oldindan ko'rish va takomillashtirilgan qarorlar qabul qilish uchun 3D shahar modeliga ega bo'ldi. Boshqa tomondan, markazlashtirilgan isitishning 60 foizi chiqindi yoki qayta ishlangan issiqlikka asoslangan bo'lib, uni Yevropaning eng barqaror poytaxtlaridan biriga aylantirgan.

Malaga - bu qulaylik nuqtai nazaridan eng ko'p ajralib turadigan Ispaniya shahri hisoblanadi. Shaharda LED ko'cha yoritgichlarini o'rnatilgan va bir nechta ijara stantsiyalari bilan birga ko'p kilometrlik velosiped yo'laklari ham mavjud. Shuningdek, shaharda suvni tejash uchun bog'lar va bog'larda smart sug'orish tizimlari ishga tushirilgan va havo ifloslanishini kamaytirish, gulchanglar darajasini nazorat qilish va shovqinni kamaytirish rejasini amalga oshirilgan.

Sloveniyaning poytaxti Lyublyanada barqarorlikka alohida e'tibor qaratiladi va uning hududining 20 foizi muhofaza qilinadigan tabiiy hududlardan iborat bo'lib, degradatsiyaga uchragan joylarni jamoat joylariga aylantirishga qaratilgan. Ushbu shaharda turizmga yo'naltirilgan turli xil kontent va ilovalarga ega turizm veb-saytini yaratishdan tashqari, mehmonxona va restoranlarda mahalliy mahsulotlarni xarid qilishga alohida e'tibor qaratildi.

Finlyandiyaning poytaxti Xelsinki shahrida smart jamoat transporti tizimi loyihalashtirilgan bo'lib, mutaxassislar tomonidan yuqori baholanmoqda. Hozirda “Uber boat” tizimi ko'rib chiqilmoqda va haydovchisiz avtobuslar sinovdan o'tkazilmoqda. Bundan tashqari, shaharning asosiy diqqatga sazovor joylariga tashrif buyuradigan turistlarga bir nechta tillarda xizmat ko'rsatadigan xizmat turlarini taklif qiladi. Shuningdek, shaharda havo ifloslanishini oldini olish maqsadida elektr yordamida harakatlanadigan transport vositalariga ham alohida e'tibor qaratadi.

Raqamlashtirish sohasida katta muvaffaqiyatlarga erishgan shahar sifatida Daniya poytaxti Kopengagenni misol keltirish mumkin. Shaharda sayyohlar xizmatini ishga tushirilgan bo'lib, u yerda sayyohlar harakatlanuvchi bilbordlar, robototexnika yoki virtual reallik orqali shahar taqdim etayotgan hamma narsani ko'rishlari mumkin.

Lion shahri nogiron va harakati cheklangan mehmonlar butunlay moslashtirilgan transport tarmog'i va smart tabelalar yordamida shahar bo'ylab to'liq avtonomiya bilan harakatlanishlari tashabbusini ilgari surdi. Lion muzeylari nogironligi bo'lgan sayyohlar uchun moslashtirilgan ekskursiyalarni taklif qiladi. Misol uchun eshitish qobiliyati past bo'lgan sayyohlar ushbu muzeyda san'at asarlariga tegib ko'rishlari mumkin, yoki ko'plab restoranlar ko'zi ojiz sayyohlar uchun so'zlovchi menyularni taqdim etadi. 2018 -yilda shaharga tashrif buyurgan 40 000 nafar sayyoh foydalanuvchilarga bepul jamoat transporti, 23 ta muzey va boshqa attraksionlarga kirish, chegirmalar va boshqalarni taqdim etuvchi Lyon Siti kartasining afzalliklaridan bahramand bo'ldi. Kelajakda tashrif buyuruvchilar tirbandlikni kamaytirish uchun o'z smartfonlariga bevosita geo-joylashgan turistik ma'lumotlarni qabul qilib, ONLY LYON Experience'dan foydalanishlari mumkin bo'ladi.

XULOSA VA TAKLIFLAR.

Smart turizm AKTga asoslangan innovatsion yechimlar orqali turizm va mehmondo'stlik mahsulotlari, xizmatlari, makonlari va tajribalarigan foydalanishni osonlashtiradi hamda, mamlakatda turizmni barqaror rivojlantirish imkonini beradi.

Barqaror ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishdan foyda ko'rgan mahalliy aholining hayot sifatini o'zgartirib, hududda rivojlanayotgan raqamli madaniyatda faol ishtirok etishini ta'minlaydi.

Smart turizm g'oyasi smart shahar kontseptsiasining avlodidir. Smart shahar resurslarni optimallashtirish, samarali va adolatli boshqaruv, barqarorlik va hayot sifatiga erishish uchun axborot texnologiyalaridan keng foydalanish taklif etiladi, turli xil ilovalar bilan smart turizm maqsadi amalga oshiriladi.

Shahar va qishloqlarda turizmning ahamiyati, sayyohlar va mahalliy aholi uchun xizmatlar o'rtasidagi to'ldiruvchanlik, shuningdek, turizm ekotizimining rivojlanayotgan texnologiyalari salohiyatini hisobga olgan holda, turizm sektoriga smart yechimlar keng joriy etish,” smart turizm “tez o'zgaru-



vchan sektordagi yangi chaqiriqlar va talablarga javob berish, jumladan, raqamli vositalar, mahsulotlar va xizmatlarning evolyutsiyasi, barcha tashrif buyuruvchilar uchun teng imkoniyatlardan foydalanish, mahalliy hududning barqaror rivojlanishi, shuningdek, ijodiy sanoat va mahalliy aholini qo'llab-quvvatlashda o'z aksini topadi».

Bu esa turistik ma'lumotlarni bir xil strategik rejaga muvofiq to'plash, saralash va qayta ishlatish imkonini beradi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. www.goteborgco.se/en/ va www.goteborg.com ga.
2. <https://www.cleverciti.com/en/resources/blog/9-european-smart-tourism-destinations-to-watch-and-learn-from>
3. https://smart-tourism-capital.ec.europa.eu/winners-and-finalists/cities-2020/gothenburg/gothenburg-2020-eutourismcapital_en
4. <https://worldtraveltechawards.com/award/world-best-smart-tourism-destination/2021>



SMART-TURIZMNI TASHKIL ETISHNING ASOSIY XUSUSIYATLARI

Uralova Matlyuba Axrorovna

TDIU Mehmonxona biznesini boshqarish kafedrası assistenti

Annotatsiya: Ushbu ilmiy tezisda Smart-turizmni tashkil etishning asosiy xususiyatlarini va uning zamonaviy turizm va mehmonxona sanoatiga ta'siri o'rganilgan.

Kalit so'zlar: turizm, Smart-turizm, ilg'or va ekologik texnologiyalar, mobil ilovalar, interaktiv xaritalar, atrof-muhit, zamonaviy inovatsiyalar, sayyohlik axboroti.

Abstract: In this scientific thesis, the main features of the organization of Smart tourism and its impact on the modern tourism and hotel industry are studied.

Key words: tourism, Smart tourism, advanced and ecological technologies, mobile applications, interactive maps, environment, modern innovations, tourist information.

Аннотация: В данной научной диссертации изучены основные особенности организации умного туризма и его влияние на современную туристическую и гостиничную индустрию.

Ключевые слова: туризм, Смарт-туризм, передовые и экологические технологии, мобильные приложения, интерактивные карты, окружающая среда, современные инновации, туристическая информация.

Smart-turizm – bu innovatsion texnologiyalar va turizm sanoatini birlashtirgan sayohatdagi yangi paradigma. Bu sayohatchilar tajribasini yaxshilash va turizm jarayonlarini soddalashtirish uchun yangi imkoniyatlarni taklif etadi. Ushbu maqolada biz Smart-turizmni tashkil etishning asosiy xususiyatlarini va uning zamonaviy sanoatga ta'sirini ko'rib chiqamiz.

Smart-turizmning asosiy xususiyatlariga sun'iy intellekt, internet tarmoqlari va ma'lumotlar tahlili kabi ilg'or texnologiyalardan foydalanish kiradi. Ushbu texnologiyalar turistlarga moslashtirilgan marshrutlarni yaratish, diqqatga sazovor joylar va restoranlar uchun tavsiyalar berish, har bir turistning xohish va qiziqishlarini hisobga olish imkonini beradi. Ushbu turizmning asosiy jihatlaridan biri bu sayyohlik axboroti va xizmatlaridan foydalanish imkoniyatini oshirishdir. Mobil ilovalar, interaktiv xaritalar va turli tillardagi audio qo'llanmalar sayohatchilarning barcha toifalari uchun sayohatni yanada qulay qiladi. Smart-turizm ham turizm sanoatining barqaror rivojlanishiga intiladi, ya'ni u ekologik toza texnologiyalardan foydalanish, atrof-muhitga salbiy ta'sirlarni kamaytirish va mahalliy hamjamiyatlarni qo'llab-quvvatlashni olg'a suradi.

Keling, Smart-turizm olamiga va uning sanoatning kelajakdagi rivojlanishi uchun salohiyatiga sho'ng'ishni boshlaylik. Smart-turizm sayohatchilar tajribasini yaxshilash, turizm sanoatini yanada barqaror qilish uchun zamonaviy kalit desak mubolag'a bo'lmaydi.

Smart-turizmni tashkil etishning asosiy xususiyatlari quyidagilarni tashkil etadi:

- Texnologiyadan foydalanish: Smart-turizm sayohatchilar tajribasini yaxshilash va turizm sanoatidagi jarayonlarni soddalashtirish uchun sun'iy intellekt, internet saytlari va ma'lumotlar tahlili kabi turli texnologiyalarni integratsiyalashuviga asoslangan.
- Shaxsiylashtirish: Smart-turizm har bir sayohatchiga moslashtirilgan va eng mos xizmatlarni taqdim etishga intiladi. Bunga shaxsiy marshrutlarni taklif qilish, diqqatga sazovor joylar va restoranlar uchun tavsiyalar berish hamda sayohatchilarning xohish va qiziqishlarini hisobga olish kiradi.
- Yaxshilangan qulaylik: Smart-turizm shuningdek, barcha toifadagi sayohatchilar uchun turizm ma'lumotlari va xizmatlaridan foydalanish imkoniyatini yaxshilashga qaratilgan. Bu turli tillarda mobil ilovalar, interaktiv xaritalar va audio qo'llanmalardan foydalanishni o'z ichiga olishi mumkin.



- Barqarorlik: Smart-turizm tashkiloti ham turizm sanoatining barqaror rivojlanishiga sodiqdir. Bu atrof-muhitga salbiy ta'sirni kamaytirish, ekologik toza texnologiyalardan foydalanish va mahalliy hamjamiyatlarni qo'llab-quvvatlashni o'z ichiga oladi.
- O'zaro aloqa va hamkorlik: Smart-turizm shuningdek, mehmonxonalar, restoranlar, attrak-sionlar va davlat tashkilotlari kabi turizm industriyasining turli ishtirokchilari o'rtasidagi faol o'zaro hamkorlikni ham o'z ichiga oladi. Hamkorlik va axborot almashish xizmat va turistlar tajribasini yaxshilashga yordam beradi.
- Xavfsizlik: Smart-turizm turistlar xavfsizligiga ham alohida e'tibor beradi. Bunga monitoring tizimlaridan foydalanish, favqulodda ogohlantirishlar va turistlarning shaxsiy ma'lumotlari xavf-sizligini ta'minlash kiradi.

Smart-turizmni tashkil etishning ushbu asosiy xususiyatlari turistlar tajribasini yaxshilash, turizm sanoatini yanada barqaror qilish va har bir turist uchun shaxsiy xizmatlarni taqdim etishga qaratilgan turizmga innovatsion yondashuv ekanligini isbotlaydi.

Smart-turizm turizm sanoatining barqaror rivojlanishiga quyidagi yo'llar bilan yordam beradi:

1. Resurslardan samarali foydalanish: Smart-turizm energiya, suv va chiqindilar kabi resurs-lardan foydalanishni optimallashtiradi. Masalan, sensor texnologiyalari va binolarni boshqa-rish tizimlaridan foydalangan holda mehmonxonalar va boshqa turistik ob'ektlarda energiya va suv iste'molini kuzatish va tartibga solish mumkin. Bu esa atrof-muhitga zararli ta'sirni va energiya xarajatlarini kamaytirishga yordam beradi.
2. Mahalliy hamjamiyatni qo'llab-quvvatlash: Smart-turizm mahalliy tadbirkorlar va mahalliy aholi uchun imkoniyatlar yaratib, mahalliy hamjamiyatning rivojlanishiga hissa qo'shadi. Masalan, mahalliy xizmatlar va mahsulotlarni almashish uchun platformalar orqali turistlar noyob tajriba o'ttirishlari va mahalliy iqtisodiyotni qo'llab-quvvatlashlari mumkin.
3. Atrof-muhitga salbiy ta'sirni kamaytirish: Smart-turizm atrof-muhitga salbiy ta'sirni kamayti-rishga yordam beradi. Masalan, elektron chiptalar va elektron kartalardan foydalanish qog'oz materiallar sarfini kamaytirishi mumkin. Shuningdek, elektr transport vositalari va jamoat transportidan foydalanish orqali atmosferaga zararli moddalar chiqarilishini va havo iflosla-nishini kamaytirish mumkin.
4. Xabardorlikni va ta'limni oshirish: Smart-turizm turistlarning barqarorlik va ekologik mas'uliyat haqida xabardorligini oshirish imkoniyatlarini beradi. Mobil ilovalar yoki interaktiv ko'rgazmalar orqali mavjud bo'lgan axborot va ta'lim tizimlari turistlarga o'z sayohatlari davomida ongli qaror-lar qabul qilishda va yanada barqaror tanlov qilishda yordam beradi.

Yuqorida aytib o'tganimdek, Smart-turizm o'zining ilg'or texnologiyalar, shaxsiylashtirish, qulaylik va barqarorlikka asoslangan sayohatga innovatsion yondashuvlari va texnologiyalari orqali turistlar uchun yangi imkoniyatlar ochish bilan bir qatorda turizm industriyasining barqaror rivojlanishiga hissa qo'shadi, uni ekologik jihatdan mas'uliyatli, ijtimoiy adolatli va tejamkor qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'xati:

1. Ulrike Gretzel & Marianna Sigala & Zheng Xiang & Chulmo Koo. Smart tourism: foundations and developments Elec-tron Markets (2015) 25:179–188 DOI 10.1007/s12525-015-0196-8.
2. Тихомирова, Н. В. Глобальная стратегия развития Smart-общества. МЭСИ на пути к Smart-университету [Электронный ресурс].
3. <https://tourquality.uz/press-center/news/smart-turizm-umnyy-turizm>.
4. <https://tourismteacher.com/smart-tourism>.
5. <https://onlife.app>



O'ZBEKISTONNING IQTISODIY RIVOJLANISHIDA TURIZM SOHASINING O'RNI

Matchanov Azizbek Umirbek o'g'li

TDIU, Xalqaro Turizm Fakulteti

Annotatsiya: Hozirgi kunda, dunyo mamlakatlarida xalqaro turizmning rivojlanishida turistik korxonalarning ijtimoiy-iqtisodiy ahamiyatini oshirishga juda katta e'tibor berilmoqda. Dunyodagi to'rtta ustuvor sohalardan biriga aylangan turizm sohasiga ham imkon qadar aholining keng qatlamini faol hissa qo'chishlarini, ya'ni ularni turli xil turistik xizmatlarni tashkil qilishda keng miqyosda ishtirok etishlarini va buning natijasida mamlakatlarning ham ijtimoiy ham iqtisodiy jihatdan manfaatdorliklarini oshirishlarini ta'minlashda xususiy turistik korxona va tashkilotlarning o'rni benihoya kattadir.

Kalit so'zlar: Turistik firmalar, turizm, iqtisodiy rivojlanish, iqtisodiyot, turizm industriyasi, turistik obyekt.

Abstract: Today, in the development of international tourism in the countries of the world, great attention is paid to increasing the socio-economic importance of tourist enterprises. In order to ensure that a broad segment of the population will actively contribute to the tourism sector, which has become one of the four priority sectors in the world, that is, they will participate on a large scale in the organization of various tourist services, and as a result, they will increase the social and economic interests of the countries the role of private tourist enterprises and organizations is extremely important.

Key words: Tourist companies, tourism, economic development, economy, tourism industry, tourist object.

Аннотация: Сегодня в развитии международного туризма в странах мира большое внимание уделяется повышению социально-экономической значимости туристских предприятий. В целях обеспечения того, чтобы широкий слой населения вносил активный вклад в сферу туризма, ставшую одной из четырех приоритетных отраслей в мире, то есть будет широко участвовать в организации различных туристических услуг, и в результате они повысят социальные и экономические интересы стран роль частных туристских предприятий и организаций чрезвычайно велика.

Ключевые слова: Туристические компании, туризм, экономическое развитие, экономика, туристическая отрасль, туристский объект.

KIRISH

Hozirgi kunda, respublikamizda 60 mingga yaqin turli mulkchilik shakllaridagi kichik korxonalar faoliyat ko'rsatmoqda. Bu korxonalardan 96,1 % shaxsiy mulkchilik ko'rinishidagi korxonalardir. Kichik korxonalar hissasiga jami realizatsiya qilinadigan mahsulot, ish va xizmatlarning 96 % to'g'ri keladi. Ma'lumotlardan ko'rinib turganidek, O'zbekiston Respublikasida xususiy kichik tadbirkorlikni rivojlantirishga davlat tomonidan katta ahamiyat berilmoqda. Boshqa sohalarda bo'lgani kabi turizmni rivojlantirishda ham hal qiluvchi ahamiyatga ega bo'lgan xususiy turistik korxonalarni shartli ravishda ikki xilga ajratish mumkin: bevosita turistlarni qabul qilish, ularning sayohatlarini tashkil etish bilan shug'ullanadigan firmalar hamda turizmni rivojlantirishga bilvosita ta'sir ko'rsatuvchi kichik va xususiy tadbirkorlik sub'yektlari. Birinchi toifaga kichik turistik firmalar, shaxsiy mehmonxonalar, kempinglar, transport korxonalari, restoranlar kabilar kirsa, ikkinchi toifaga an'anaviy-milliy xarakterdagi mahsulotlarni ishlab chiqaradigan mahalliy kichik va xususiy korxonalar, hunarmandchilik korxonalari va shu kabilarni kiritish mumkin. Ma'lumki, mamlakatga tashrif buyuradigan turistlar oddiy taomdan boshlab qimmatbaho suvenirlargacha bo'lgan mahsulot va xizmatlarning ma'lum miqdoriga talab bildirishadi. Bu tabiiy ravishda, mahsulot va xizmatlar ishlab chiqarish bilan shug'ullanadigan kichik va xususiy biznes korxonalariga o'z imkoniyatlarini yanada kengaytirish uchun yo'l ochadi. Fermerlar turistlar istiqomat qiladigan mehmonxonalarda toza mahsulotlarni yetishtirib turishadi, to'qimachilik va tikuvchilik sanoatida faoliyat ko'rsatadigan kichik va xususiy korxonalar turistlar uchun zarur bo'lgan yotoqxona jihozlari, xalatlar va boshqa shu kabilarni ishlab chiqarishadi, kosmetika sanoati korxonalari shampun, sovun va dezodorantlarni ishlab chiqarishadi. Hunarmandchilik ustaxonalar va an'anaviy milliy mahsulotlarni ishlab chiqaradigan korxonalar ham turistlar uchun buyurtmalar tayyorlashadi. Umuman olganda, hozirgi kunda respublika turizm sanoatida xususiy turistik korxonalarning faoliyat ko'rsatishi sezilarli darajada emas. Buning asosiy sabablari quyida o'z ifodasini topgan:



Birinchidan, respublikada turizm sohasida faoliyat ko'rsatayotgan ayrim kompaniyalarning monopollashganlik xarakteriga ega ekanligi. Ma'lum bir sabablarga ko'ra, ushbu kompaniyalar tarkibidagi ob'ektlarning xususiylashtirilish jarayoni ancha sust amalga oshirilmoqda. Bundan tashqari, yangi tashkil qilinayotgan kichik turistik firmalarning ayrimlari ham yirik turistik kompaniyalarda mavjud imkoniyatlarning ko'pchiligiga ega emas;

Ikkinchidan, turizm sohasida yuqori malakali kadrlarning yetishmasligi oqibatida yangidan-yangi kichik turistik firmalarning tashkil etilishi va samarali faoliyat ko'rsatishi ancha dolzarb muammoga aylanmoqda;

Uchinchidan, respublika viloyatlari va tumanlarining ko'pchiligida mahalliy vakillik organlarida faoliyat ko'rsatayotgan amaldorlarning turizmni iqtisodiyotiga qo'shadigan hissasini to'g'ri baholay olmasligi natijasida va ularning ishga eskicha tafakkurda yondashishlari turistik firmalarning tashkil etilishi, shuningdek, turizm bozoriga bilvosita ta'sir ko'rsatadigan kichik va xususiy biznes bilan shug'ullanuvchi turistik korxonalarning ochilishiga beparvolik bilan qaralmoqda;

To'rtinchidan, yangi tashkil etilgan turistik firmalar tor faoliyat doirasi bilan cheklanib qolmoqda. Bundan tashqari ular "O'zbekturizm" milliy kompaniyasi uchun an'anaviy hisoblangan ayrim xizmat turlaridan tashqariga o'tishmayapti. Buning natijasida, bu firmalarning xorijiy turistlar tomonidan qiziqish bilan e'tirof etilishiga yetarlicha imkon yaratilmayapti. Agarda turistik firmalar noan'anaviy xizmat turlari, masalan, mamlakatimizning go'zal va serjilo tabiatiga o'zaro ajoyib sayohatlarni uyushtirish, turistlar uchun mahalliy qishloqlar va ovullarda xalq milliy urf-odatlar bilan tanishtirish ekskursiyalarini tashkil etish, shuningdek, turistlar uchun milliy ruhdagi konsert va tomoshalarni uyushtirish kabi xizmat turlarini tashkil etishsa ular o'z oldilariga qo'ygan maqsadlariga erishishlari mumkin.

Beshinchidan, mahalliy hunarmandchilik mahsulotlarini, milliy ruhdagi kiyim-kechaklarni, milliy taomlarni va boshqa shu kabilarni ishlab chiqarish eng dolzarb masalalardan biri hisoblanadi.

Yuqorida ta'kidlab o'tganimizdek, xususiy turistik firmalar turizm xizmatlar bozorini jadal sur'atlarda va sifatli rivojlanishi uchun nihoyatda muhim ahamiyatga egadir. Mamlakatimizda bozor iqtisodiyotiga mos turizm infratuzilmasi endi rivojlanayotganligi bois xususiy turistik firmalarning deyarli barchasi kichik tadbirkorlik sub'yektlari hisoblanadi. Xorijiy mutaxassislarning baholashlariga ko'ra, O'zbekistonda hukm surayotgan osoyishtalik, yurtimizning osori atiqalari, qadimiy madaniy yodgorliklari va go'zal tabiati mamlakatga har yili 2-2.5 mingga bo'lgan turistlarni tashrif buyurishi uchun imkon yaratadi. Buning uchun bunday katta hajmdagi turistlar oqimini qabul qilish imkoniyatiga ega bo'lgan xususiy mulk shaklidagi otellar, kempinglar, mehmonxonalar, turistik bazalar tizimi va boshqa shu kabilarni yaratish muhim ahamiyat kasb etadi. O'zbekiston, ta'kidlanganidek, katta turistik salohiyatga ega. Samarqand, Buxoro, Xiva shaharlari, BMT qoshidagi YUNESKOning butun dunyo tarixiy va madaniy merosi ro'yxatiga kiritilgan. Mamlakatimizda faqatgina tarixiy, madaniy, me'yoriy, arxiologik ahamiyatga ega bo'lgan turistlarni jalb qilish mumkin bo'lgan obyektlar soni 7,0 mingdan ziyodni tashkil qiladi. Ulardan 545 tasi me'moriy, 575 tasi tarixiy, 1457 tasi san'at, 5500 tasi arxiologik obidalaridir. Ulardan turistik obyekt sifatida qamrab olingani atigi 140 ta. Bu ko'rsatkich bor-yo'g'i 2,0 foizni tashkil qiladi, xolos. Qolgan turistik obyektlar, qimmatli obidalar haqida reklama ham, aniq ma'lumotlar ham yetarli emas. Demak, ko'rinish turibdiki, hali bu borada ancha ishlarni amalga oshirish lozimga o'xshaydi. Bunda tarixchi, arxiolog, qadimshunos kabi olimlarning ham xizmatlari yetarli bo'lishi lozim. To'g'ri, hozirgi kunda mamlakatimizdagi turistik obyektlarning 200 tasida restovratsiya ishlari ketmoqda, 500 tasi esa qayta ta'mirlash va restovratsiyaga muhtoj. Bu ishlar uchun ham davlat budjetidan milliardlab mablag' ajratilmoqda. Lekin bu soha faqat budjetga ko'z tikib qolishi mumkin emas. U o'zini-o'zi mablag' bilan ta'minlash bilan birga, qattiq valyuta va naqd pul tushumini ko'paytiradigan sohaga ham aylanmog'i lozim. Shuni alohida ta'kidlash joizki, ko'pgina mamlakatlarda restovratsiya (qayta tiklash) jarayoni ham turistik obyekt sifatida foydalaniladi. Bunda ushbu obyektning asl holi loyihasi, bugungi ahvoli, qayta tiklash jarayoni va qanday bo'lish kerakligi ko'rsatiladi. Albatta bu holatlar tarixiy obyektlar uchun muhim hisoblanadi. Bu esa turistlarni o'zlariga jalb qilishi tabiiy. O'zbekistonning turistik salohiyati katta ekanligi bilan birga, ularning ayrim shaharlari o'ta diqqatga sazovordir. Masalan, turistlarning ko'rishi mumkin bo'lgan obyektlar soni bo'yicha Xiva shahari birinchi o'rinda turadi. Unda 310 ta obyekt, ikkinchi o'rinda Buxoro shahri bo'lib, unda 221 ta obyekt, Toshkent shaharida 144 ta va Samarqandda 118 ta obyekt mavjud.



Ushbu mavjud turistik obyektlardan tashqari yana bir qancha obyektlarni barpo qilish mumkin. Birgina Samarqand viloyatini oladigan bo'lsak, uning Urgut, Omon-qo'ton, Ohalik, Mironqul kabi manzarali tog'-daralari borki, bu joylarga piyoda marshrutlarni tashkil qilish mumkin. Ammo bunday salohiyatga qo'l urilgan emas. Albatta yoz fasllarida shu daralarda odamlar juda gavjum bo'ladi. Lekin bular o'z ixtiyori bilan borgan dam oluvchilardir. Tashkiliy tarzda bu tog' manzaralariga sayohatlar uyushtirish hamon yo'lga qo'yilmagan. Bunday obyektlar Jizzax viloyatining Baxmal, Zomin, Forish tumanlarida, vodiylarida, Toshkent viloyatining ko'plab manzarali tumanlarida ham mavjuddir. Gap ularni ishga solib, aholi va mamlakatimiz iqtisodiyoti uchun foydalanishda. Mamlakatimizning o'ziga xos xususiyatlaridan biri unda sharqona bozorning rivojlanganligidadir. Bu obyektlar ham ko'p jihatdan o'zimizga xos bo'lib, boshqa xududdan kelgan turistlarni qiziqtirishi tabiiy. Bu joylar turistlarning tomoshasi uchun tayyor joylardir, faqat ularni turistik marshrutga kiritib tashkil qilishda. Bozorlarni turistik obyektlarga kiritilishi ikki jihatdan foyda. Birinchidan, turistlarga o'zimizning boy ne'matlarimizni ko'rsatish imkoniyati tug'lsa, ikkinchidan, sharq shirinliklarini sotish imkoniyati ham tug'iladi va xorijiy valyuta tushumini ta'minlaydi. Bu uchun har bir turistik obyektga kiritilgan bozorning bevosita ko'rinarli joyida pul almashtirish shahobchalarini ham tashkil qilish maqsadga muvofiqdir. Bizda turistlarga ko'rsatiladigan servis xizmati juda past darajada. Birgina misol, ayrim mutaxassislarning tadqiqot natijasi shuni ko'rsatadiki, O'zbekistonga kelgan turistlarning 60 foizi bu yerga faqat servis xizmatining pastligi evaziga qaytib kelmasligini bildirgan⁶. Bu ko'rsatkich ham hali bizda servis xizmatini yaxshilash uchun juda ko'p ishlarni amalga oshirish lozimligidan dalolat berib turibdi. Bu yo'nalish bo'yicha birinchi galda kadrlar masalasini hal qilish lozim. Albatta bu bo'yicha ayrim ishlar qilindi. Xususan, Samarqandda turizm kolleji ochildi, Samarqand iqtisodiyot va servis instituti tashkil qilinib, unda servis, turizmga oid bakalavr va magistrlar tayyorlashga kirishildi. Ammo bu keng ko'lamli turistik xizmatlari uchun yetarli emas. Bu sohaga kadrlarni turli mulk shakllariga ega bo'lgan o'quv yurtlari tayyorlashi maqsadga muvofiq. Unda haqiqiy erkin raqobat vujudga keladi va har bir o'quv muassasi o'z kadrining raqobatbardoshligini ta'minlashga harakat qiladi. Bu esa, o'z navtabida, kadrlar tayyorlashning sifat va samaradorligining oshishiga asosiy omil bo'lib xizmat qiladi. Bunday jarayonda tayyorlangan kadrlar, tabiiyki, juda ko'p sifat ko'rsatkichlariga ega bo'ladi va turizmga servis xizmatining yuqori darajaga ko'tarilishiga asosiy omil bo'ladi. Mamlakatimizda 300 dan ziyod kurortlar, 40 dan ziyod sihatgohlar, yuzlab dam olish uylari mavjud. Ammo bu obyektlarning aksariyati turizm sohasiga jalb qilinmagan. Biroq, juda ko'p kurortlarimiz ajoyib xushmanzara joylarda joylashgani bilan birga ko'pgina kasalliklarga davo hamdir. Lekin ta'kidlangandek, reklamaning yaxshi yo'lga qo'yilmaganligi, turistlarning ushbu joylarga umuman jalb qilinmaganligi birorta kurort obyektlarini xalqaro maydonga, dam olish zonasiga aylantira olgan emasmiz. Bu ham hali ancha ishlarni amalga oshirish lozimligidan dalolat beradi. Bizning mamlakatimizga turistik yo'l bilan kelish istagini bildirgan xorijliklarning soni 10,0 mln. kishini tashkil qiladi. Bu juda katta imkoniyat, endigi vazifa ana shu imkoniyatdan oqilona foydalanishda. O'zbekistonning yana bir muhim xususiyati shundaki, undan "Buyuk ipak yo'li" o'tgan bo'lib, uning markazi ham shu hudud hisoblanadi. Agar buni tiklab "Buyuk ipak yo'li bo'ylab" degan bitta marshrut tashkil qilinsa, bu ham turistlarni jalb qiladigan katta imkoniyat hisoblanadi.

XULOSA

Xullas, turizmni rivojlantirishi uchun mamlakatimiz salohiyati beqiyos. Undan samarali foydalanishni yo'lga qo'yish, turizm industriyasini qaror toptirish mamlakatimizning iqtisodiy o'sishini ta'minlaydigan asosiy sohalardan biriga aylanishi tabiiy. Mamlakatimizning turistik salohiyati shu qadar yuksak va rangbarang-ki, undan faqat shu maqsad uchun oqilona foydalanish lozim.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'xati:

1. Turizm sohasidagi qonunlar. www.Uzbekiston.travel.
2. O'zbekiston Respublikasiga turistik maqsadlarga kelgan va ketgan shaxslar. 25.01.2021. www.stat.uz
3. Turistik xizmatlar uchun xarajatlar. www.Kun.uz
4. Safarov B.Sh. Milliy turizm xizmatlar bozorini innovatsion rivojlantirishning metodologik asoslari // Monografiya. – Toshkent: «Fan va texnologiya» nashriyoti, 2016.
5. Balabanov I.T., Balabanov A.I. Ekonomika turizma: Ucheb. pos. — M.: Finans i statistika, 2003.



MEHMONXONA XO'JALIGIDA YASHIL TEKNOLOGIYALARNI JORIY QILISH

Xakimova Nargiza Axadjon qizi

TDIU, mustaqil tadqiqotchi

Annotatsiya: Maqolada eko-mehmonxonalarni rivojlantirish bo'yicha xorijiy tajribaning xususiyatlari, ularning afzalliklari, ekologik sertifikatlash xususiyatlari ko'rib chiqiladi, eng ko'p eko-mehmonxonalarga ega mamlakatlar qayd etilgan, zamonaviy eko-mehmonxonalar misollari, ularning faoliyati va ularda qanday ekologik texnologiyalardan foydalanishlari tavsiflangan.

Kalit so'zlar: mehmonxona xo'jaligi, innovatsiya, ekoturizm, eko-mehmonxona, ekologik sertifikat, tabiiy energiya manbalari.

Abstract: The article examines the features of foreign experience in the development of eco-hotels, their advantages, features of ecological certification, the countries with the most eco-hotels are noted, examples of modern eco-hotels, their activities and what ecological technologies are used in them are described.

Key words: hotel industry, innovation, ecotourism, eco-hotel, ecological certificate, natural energy sources.

Аннотация: В статье рассмотрены особенности зарубежного опыта развития экоотелей, их преимущества, особенности экологической сертификации, отмечены страны с наибольшим количеством экоотелей, приведены примеры современных экоотелей, их деятельность и какие экологические технологии используются. в них описаны.

Ключевые слова: гостиничная индустрия, инновации, экотуризм, экоотель, экологический сертификат, природные источники энергии.

Bugungi kunda globallashuv jarayonlari jahon iqtisodiyotining barcha jabhalariga, jumladan, XX asrning ikkinchi yarmidan boshlab sezilarli o'zgarishlarni boshdan kechirgan mehmonxona xizmatlarining jahon bozoriga ham o'z ta'sirini ko'rsatdi va bu ko'p jihatdan turli xil innovatsiyalarning, xususan, iqtisodiyotni ekologiyalashtirishning paydo bo'lishi va joriy etilishiga sabab bo'ldi. So'nggi o'n yillikda ekoturizm alohida tarmoq sifatida faol rivojlana boshladi [1]. "Ekoturizm" atamasi G'arbda paydo bo'lgan va birinchi bo'lib 1983-yilda meksikalik ekolog Hector Seballos-Lascurain tomonidan qo'llanilgan. Ushbu konsepsiyaning asosiy ma'nosi rekreatsiya va ekologiya o'rtasidagi uyg'unlikni aks ettirdi. Bu, o'z navbatida, eko-mehmonxonalar bilan o'zaro bog'liqlik kasb etadi.

Dunyoda ekoturizmga bo'lgan talabning yaqqol ortib borayotganiga qaramay, hozircha "eko-mehmonxona" atamasi haqida yagona va to'liq tushuncha mavjud emas. Eko-mehmonxona – bu turar joy obyekti bo'lib, uning asosiy xususiyati atrof-muhitga salbiy ta'sirni minimallashtirishga qaratilgan maxsus choralarni joriy qilishdan iborat: ular suvni tejash, chiqindilarni saralash, ekologik toza tozalash vositalaridan foydalanish, kiyimlarni yuvish va nonushta uchun organik mahsulotlarni taklif qilish. Eko-mehmonxona yoki uni "yashil mehmonxona" deb ham atashadi, yashil yashash tamoyillariga mos keladigan ekologik barqaror obyektdir [2].

Eko-mehmonxonalar uchun eng xarakterli bo'lgan asosiy jihatlarni ikki guruhga bo'lish mumkin:

- chiqindilarni samarali boshqarish (minimallashtirish va utilizatsiya qilish);
- turli xil resurslardan (elektr energiyasi, suv, sotib olingan tovarlar) foydalanishni qisqartirish.

Dunyo bo'ylab ko'plab sayohatchilar eko-sayohatga ko'proq ustunlik berishmoqda. Barqaror turizm statistik ma'lumotlariga ko'ra, bugungi kunda:

- sayohatchilarning 81% ular uchun barqaror sayohat muhimligini tasdiqlashmoqda, 50% esa iqlim o'zgarishi haqidagi so'nggi yangiliklar ularga yanada barqaror sayohatni tanlashlariga ta'sir qilganini aytdi;
- sayohatchilarning 59 foizi tashrif buyurgan joylarini kelgan vaqtlaridan ko'ra yaxshiroq tark etishni xohlashlarini aytishdi, 33 foizi esa haddan tashqari gavjum bo'lmaslik uchun eng yuqori mavsumdan tashqarida sayohat qilishni tanlashmoqda;
- qariyb chorak (23%) uglerod izlarini kamaytirish uchun so'nggi 12 oy ichida uyga yaqinroq manzilga sayohat qilishni afzal ko'rishgan;



- hozirda butun dunyo bo'ylab 100 000 dan ortiq obyektlar Booking.com saytida Sayohat Sustainable nishoni bilan barqarorlikni ta'minlash borasidagi sa'y-harakatlari uchun e'tirof etilmoqda.

Biroq, ko'p odamlar ushbu masala bo'yicha ma'lumotlarning yetishmasligi va mavjud takliflarning kamligi sababli ushbu turdagi ta'tilni tanlashda hali ham qiyinchiliklarga duch kelishmoqda. Ushbu turdagi dam olishni targ'ib qilish uchun mehmonxonalar atrof-muhitni muhofaza qilishga ko'proq e'tibor berishlari kerak, chunki ekoturizm tobora ommalashib bormoqda.

Ba'zi mamlakatlarda so'nggi o'n yillikda mehmonxonalarni ekologiyalashtirish, mehmonxonalarda "yashil" texnologiyalardan foydalanish ularning faoliyatida asosiy konsepsiyaga aylanib ulgurdi. Mehmonxona biznesidagi innovatsiyalarning zamonaviy yo'nalishi sifatida eko-mehmonxonalar yaratildi. Bugungi kunda eko-mehmonxonalarni joriy qilish va rivojlantirish mehmonxona sanoati faoliyatidagi yangi tendensiyasi hisoblanadi. Ekologik toza mehmonxona korxonalarining joriy etilishi ularning turistik jozibadorligini oshirishga yordam beradi va jahon turizm bozorida raqobatdosh ustunliklarni ta'minlashga xizmat qila boshladi.

Masalan, dunyoga mashhur Hilton mehmonxonasi 2030-yilgacha uglerod chiqindilari va suv iste'molini kamaytirish, plastik idishlardan foydalanishni to'xtatish hisobiga atrof-muhitga ta'sirini ikki baravar kamaytirishni rejalashtirmoqda. Marriott mehmonxonasi esa suv iste'molini 15 foizga, uglerod iste'molini 30 foizga, umumiy chiqindilarni 45 foizga va oziq-ovqat chiqindilarini 50 foizga kamaytirishni rejalashtirmoqda.

Eko-mehmonxona mehmondo'stlik sanoatida innovatsion konsepsiya sifatida uni oddiy mehmonxonadan ajratib turadigan bir qator xususiyatlarga ega, xususan: qurilishda ekologik toza materiallardan foydalanish, atrof-muhitni saqlashga hissa qo'shish, qayta tiklanadigan energiya manbalaridan, jumladan, quyosh energiyasi, shamol energiyasidan foydalanish, energiya tejovchi uskunalardan foydalanish, mehmonxona tomonidan qayta ishlatiladigan oqava suvlarni qayta ishlash, chiqindilarni yo'q qilish dasturlarining mavjudligi, qayta ishlanadigan materiallardan foydalanish kabi.

Milanda ochilgan birinchi ekologik mehmonxona – 19-asr oxirida qurilgan yetti qavatli qal'ada joylashgan to'rt yulduzli Scala mehmonxonasi. Havo harorati va issiq suv ta'minotini nazorat qilish uchun mehmonxona qayta tiklanadigan manbalardan foydalangan holda maxsus energiyani qayta tiklash tizimidan foydalanadi [3].

Slovakiyada AquaCity ekologik kurorti mavjud. Butun majmua mehmonxonalar, akvaparklar, kurortlar, restoranlar, barlar, fitnes zallari va boshqalarni isitish uchun quyosh va shamol energiyasidan foydalanadi.

Afrikadagi "Forum Homini" mehmonxonasi, uning loyihasi yashil tomlari bilan ajralib turadi, qishda binolarda issiqlikni saqlab qolish va yozda ichki makonni sovutish uchun sharoit yaratib, elektr energiyasini 75%ga kamaytiradi.

50 ta davlatda 100 ga yaqin mehmonxonaga ega Le Meridien mehmonxonalar tarmog'i energiya sarfini 30 foizga, suvni esa 20 foizga kamaytirish ustida ish olib bormoqda [4].

Mehmonxonalarda resurslarni tejashni ta'minlash uchun zarur shartlar quyidagilardir: resurslarni iste'mol qilish qurilmalarini hisobga olish, resurslarni tejovchi uskunalardan foydalanish va barcha muhandislik xizmatlari va qurilish tizimlarini boshqarishni avtomatlashtirish. Shu munosabat bilan, so'nggi yillarda "aqlli uy" (smart house) dasturiy ta'minot va apparat yechimlari jahon bozorida juda mashhur bo'ldi. Bular real vaqt rejimida binolar hayotini ta'minlash tizimlarini monitoring qilish va nazorat qilishni amalga oshiradigan avtomatlashtirilgan dasturiy ta'minot va apparat tizimlari: isitish va ventilyatsiya uskunolari, yoritish, quvvatlantirish manbai, video kuzatuv tizimlari va binolarga kirishni nazorat qilish, yong'in signalizatsiya tizimi, suv oqishini nazorat qilish, multimedia uskunolari va boshqalar. Mehmonxonalarda bunday intellektual tizimlarning joriy etilishi resurslarni 30 foizgacha tejash imkonini beradi. Shuningdek, ushbu tizimlar foydalanishning quyidagi afzalliklariga ega: mehmonlarning shaxsiy xohish-istaklarini hisobga olgan holda optimal iqlim sharoitlarini, xona yoritilishini saqlash orqali mehmonxona xonalarida mijozlarning yashash qulayligini oshirish, uskunaning xizmat muddatini oshirish, favqulodda vaziyatlarga tezkor javob berish asosida mehmonxona xizmatlari xavfsizligini ta'minlash kabi.

Mehmonxonalar, biznes markazlari, yotoqxonalar, pansionatlar, dam olish markazlari va lagerlar uchun "Yashil kalit (Green key)" xalqaro ixtiyoriy sertifikatlash dasturi 2010-yildan buyon faol amalga



oshirilmoqda. U Ekologik ta'lim bo'yicha Xalqaro tashkilot tomonidan atrof-muhitni muhofaza qilish sohasida ekologik toza g'oyalarni ilgari surish va amalga oshirish maqsadida ishlab chiqilgan. Yashil kalit sertifikat turizm industriyasida ekologik javobgarlik va barqaror faoliyat sohasidagi mukammallikning yetakchi standartidir. Hozirgi vaqtda 65 ta turli mamlakatlarda yashil kalit sertifikatiga ega 3000 dan ortiq ekologik toza muassasalar mavjud [5].

Misol uchun, Green Key sertifikatiga ega mehmonxonalar energiya, suv, kimyoviy iste'molni kamaytirish, chiqindilarni minimallashtirish va qayta ishlash kabi 90 ta majburiy va ixtiyoriy mezonlarga javob beradi. Har bir mehmonxona maxsus tekshiruvdan o'tadi, uni dastur mutaxassisi amalga oshiradi. Sertifikatlangan mehmonxonalar yuqori ekologik standartlarga javob beradi, mas'uliyat bilan ishlaydi va atrof-muhitni muhofaza qilishga mahalliy va butun dunyo bo'ylab faol hissa qo'shadi.

Dunyo bo'ylab ko'plab mehmonxonalar va dam olish maskanlari yashil mehmondo'stlik amaliyotini muvaffaqiyatli o'zlashtirishmoqda. Masalan:

- Kolorado shtatidagi Molina Barqarorlik Markazi quyosh panellari bilan dunyoga mashhur;
- Italiyada Arosea Life Balance mehmonxonasi mahalliy materiallardan keng foydalanishi bilan mashhur;
- Sloveniyadagi Glamping Ribno mehmonxonasi chiqindilarni kamaytirish tashabbuslariga ustuvor ahamiyat beradi;
- Macav Lodge (Kosta-Rika) minimal hajmda ishlaydi va mahalliy hamjamiyat dasturlarini, masalan, ekologik ta'lim va o'rmonlarni qayta tiklash ishlarini qo'llab-quvvatlaydi.

Bugungi kunda bir nechta eko-mehmonxonalar u yoki bu tarzda farqlanadi. Berghotel Muottas Muragl – iste'mol qilganidan ko'ra ko'proq energiya ishlab chiqaradigan yuqori balandlikdagi mehmonxona. Berghotel Muottas Muragl dunyo mehmonxona sanoatidagi Yevropa hududida joylashgan eng qimmat "yashil mehmonxona" hisoblanadi. Mehmonxona binosi so'nggi yillarda ikki baravar katalashgan, ammo ko'p quyosh panellari, geotermal isitgichlar va ekologik toza materiallar energiya sarfini 64%ga kamaytirishga yordam bergan [6].

Sayyohlar bugungi kunda faol ravishda ekologik toza turar joy qidirmoqda. Sayohatchilarning 2023-yilgi rejalari bo'yicha o'tkazilgan so'rovlar shuni ko'rsatdiki, ularning 78%i 2023-yildagi sayohatlari uchun ekologik toza turar joylarda qolishni rejalashtirgan.

Yashil mehmonxonaning standart amaliyotiga quyidagilar kiradi:

- barqaror yoki qayta ishlangan materiallardan foydalangan holda yangi mulkni loyihalash;
- aqlli termostatlar va aqlli yoritishni o'rnatish;
- toksik bo'lmagan maishiy mahsulotlardan foydalanish;
- qog'ozsiz ishlash (masalan, elektron hisob-kitob);
- organik choyshablar, sochiqlar va matraslarni sotib olish;
- shamol va quyosh panellari kabi qayta tiklanadigan energiya manbalariga sarmoya kiritish;
- mehmonxona chiqindilarini kamaytirish;
- kamroq iste'mol qilishni rag'batlantirish (ya'ni, sochiqni qayta ishlatish yoki suv idishlarini to'ldirish).

Sochiqni qayta ishlatish dasturlari

O'rtacha mehmonxonada kir yuvish suv iste'molining 16% ni tashkil qiladi, ammo sochiqni qayta ishlatish dasturini amalga oshirish bu raqamni sezilarli darajada kamaytirishi mumkin. Mehmonlarni mehmonxona dasturiga jalb qilish orqali Las-Vegasdagi Sezar saroyi – yirik kurort va kazino suvdan foydalanishni 30 million gallondan ko'proqqa qisqartira olgan.

Ekologik toza kalit kartalar

Xonaning plastik kalitlari mehmonxona moliyaviy va atrof-muhit chiqindilariga eng katta hissa qo'shmoqda. Yaxshiyamki, ekologik toza kalit kartalardan foydalanish yoki mehmonlarni raqamli xona kalitlaridan foydalanishga undash kabi kalit karta chiqindilarini kamaytirishning ko'plab usullari mavjud. Raqamli kalit kartalarini kuzatib borish oson, mehmonxonaga bu arzonroq tushadi va mehmonlarga yetib kelgandan so'ng darhol, kontaktsiz ro'yxatdan o'tish qulayligini ta'minlaydi.

Aqlli (smart) mehmonxonalar

Mehmonxonaning avtomatlashtirilgan texnologiyasidagi innovatsiyalar mulklar uchun chiqindilarni kamaytirish va energiya samaradorligini oshirishni har qachongidan ham osonlashtirdi. Misol uchun, oldindan o'rnatilgan taymerli mehmonxona aqlli dushlari tobora ommalashib bormoqda.



Mehmonlar dush qabul qilish vaqtini oldindan belgilashlari mumkin va signal foydalanuvchiga dush vaqti deyarli tugashi haqida xabar beradi. Xonadagi aqlli yoritish moslamalari mehmonning mavjudligini aniqlay oladi, xona bo'sh bo'lganda elektr quvvatini cheklaydi. Aqlli termostatlar mehmonxona energiya sarfini optimallashtiradi.

Ekologik toza obyektlarni loyihalash

Mehmonxona qurilishini rejalashtirish vaqtida yashil dizayn tajribasiga ega qurish kompaniyalariga murojaat qilish. Qurilish vaqtida, mehmonlarga elektr transport vositalari bilan xizmat ko'rsatish uchun to'xtash joyiga batareya zaryadlash stantsiyalarini o'rnatish mehmonxonani yashil-ligini ta'minlay oladi.

Barqaror qurilmalarga sarmoya kiritish

Kam oqimli kranlar, dush taymerlari, yoritish moslamalari kabi yashil rangdagi mehmonxona jihoz-lariga sarmoya kiritish muhim. Mehmonxonada aqlli yoritish texnologiyasini kengaytirish, yorug'lik darajasini kunning vaqtiga qarab sozlash uchun innovatsion tizimni dasturlashtirish. Harakatni aniqlash yoritgichi 24/7 ishlamaydigan mehmonxona obyektlarida operatsion xarajatlarni kamayti-rishi mumkin. Mehmonxonaning fitnes markazida energiya sarfini kamaytirish uchun harakatga asos-langani yoki vaqtli yoritishdan foydalanish mumkin.

Bugungi kunda O'zbekistonda energiya tejovchi texnologiyalar, chiqindilarni boshqarish strategi-yalari, tabiiy manbalar va suvni tejash choralari kabi barqaror amaliyotlarni qo'llash orqali mehmon-xonalar va kurortlarning atrof-muhitga ta'sirini sezilarli darajada kamaytirish va atrof-muhitga e'tiborli sayohatchilarning ehtiyojlarini qondirishi mumkinligiga shubha yo'q.

Bundan tashqari, bu orqali mehmonxonalar nafaqat jahon miqyosida balki turizm mahalliy bozo-rida ham o'z obro'sini oshirishi va barcha uchun "yashil kelajak"ka hissa qo'shishi mumkin. Bunday amaliyotlarni targ'ib qilish mehmondo'stlik sanoatiga innovatsiyalarni davom ettirish imkonini beradi va unga atrof-muhit va jamiyatga ijobiy hissa qo'shish imkoniyatini yaratadi.

Yuqorida aytilganlarga asoslanib, biz mehmondo'stlik sanoati hozirgi vaqtda ekologik tendensi-yani shakllantirish va ommalashtirish bosqichida degan xulosaga kelishimiz mumkin. Shu bilan birga, dunyoning ko'plab mamlakatlari milliy bozorlarida eko-mehmonxonalarni faoliyat yuritish bo'yicha muvaffaqiyatli tajriba to'plangan bo'lib, bu ushbu sohani jahon miqyosida yanada rivojlantirishga turtki bo'la oladi.

Eko-mehmonxonalarni rivojlantirish bo'yicha xorijiy tajriba shuni ko'rsatadiki, bu soha yuqori talab-ga ega va insoniyatning ekologik va ijtimoiy muammolarini hal etishda muhim ahamiyatga kasb etadi.

Bundan tashqari, ekologik toza mahsulot uchun ortiqcha pul to'lashga tayyor bo'lgan, o'zini ham, tabiiy ekotizimimizni ham asrash, zamonaviy texnologik jamiyatning tabiiy muhitga yetkazayotgan zararini anglab yetgan iste'molchilarning ekologik madaniyati yuksalib bormoqda.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'xati:

1. Киреева Ю.А. Современные тенденции развития сферы гостеприимства / Ю.А. Киреева // Актуальные проблемы развития индустрии гостеприимства : сборник научных статей по итогам XVII международной научно-практической конференции «Актуальные проблемы развития индустрии гостеприимства» и Круглого стола «Экономика туризма и индустрии гостеприимства: точки роста, цифровая трансформация, кадры» в рамках I Всероссийского профессорского экономического форума, Санкт-Петербург, 01 июня 2021 года. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2022. – 54-62-бетлар. – EDN XRVVMX.
2. Мілінчук О. В. Переваги екологічної сертифікації готелів в Україні / О. В. Мілінчук. // Мене-джмент в інноваційному розвитку економіки: про-блеми та перспективи. – 2014. – 322–323-бетлар.
3. Пушка О. С. Розвиток сучасних еко-тенде-нцій у готельних господарствах міста Києва / О. С. Пушка, Д. Ю. Тихонова. // Young Scientist. – 2017. – №4. – С. 739–742.
4. Полстяная Н. В., Кононенко Т. П., Федак В. И. Экологические отели как современная инновационная концепция в индустрии гостеприимства // Science of Europe. 2018. №25-2 (25). 8-бет.
5. Абрамова Д. Д., Сурикова Н. А. Экологические инновации в средствах размещения // Экологические аспекты современных городов. Сборник материалов VIII межрегионального семинара. Иваново, 2022. 62-68-бетлар.
6. Mehmonxonaning rasmiy sayti <http://www.muottasmuragl.ch/en/>



MAMLAKATIMIZDA SMART-TURIZMINI RIVOJLANTIRISH MASALALARI VA IQTISODIYOTDA TUTGAN O'RNI

Xomidov Mirodiljon Xasanboy o'g'li

Farg'ona politexnika instituti, tayanch doktorant

Nishonboyev Doniyor Erkinjon o'g'li

Farg'ona politexnika instituti, Iqtisodiyot kafedrası assistenti

Annotatsiya: O'zbekistonda Smart-turizmning rivojlanishi, unga bo'lgan munosabatning yildan-yilga ortib borishi bilan belgilanadi. Ayniqsa, kichik biznes va tadbirkorlikni shakllantirishda turizmning imkoniyatlari juda kattadir. Chunki, O'zbekiston sharoitida hozirgi iqtisodiy barqarorlikning mavjud bo'lishi, bu sohaning ham jadal su'ratlar bilan rivojlantirish imkoniyatini beradi. Olib borilgan tadqiqot natijalari hamda xalqaro tajribalarni o'rganish asosida egallangan bilim va tajribalarga asoslangan holda O'zbekiston Respublikasi turizmni rivojlantirish davlat qo'mitasining turistik xizmatlarni ko'rsatishga ixtisoslashgan korxonalari uchun strategik.

Kalit so'zlar: Raqamli texnologiya, innovatsiya, narsalar internet, bulutli texnologiyalar, Smart turizm, biznes incubator, raqamli biznes, tuzim salohiyati, tur agent, tur paket.

Abstract: The development of Smart tourism in Uzbekistan is determined by the increasing attitude towards it from year to year. The possibilities of tourism in the formation of small business and entrepreneurship are huge. Because the current economic stability in the conditions of Uzbekistan provides an opportunity for rapid development of this sector. Based on the results of the conducted research and the knowledge and experience gained based on the study of international experiences, it is strategic for the enterprises of the State Committee for Tourism Development of the Republic of Uzbekistan specializing in providing tourist services.

Key words: Digital technology, innovation, internet of things, cloud technologies, Smart mode, business incubator, digital business, system potential, type agent, type package.

Аннотация: Развитие умного туризма в Узбекистане определяется возрастающим отношением к нему из года в год. Возможности туризма в становлении малого бизнеса и предпринимательства огромны. Потому что нынешняя экономическая стабильность в условиях Узбекистана дает возможность для быстрого развития этого сектора. По результатам проведенных исследований и знаний и опыта, полученных на основе изучения международного опыта, является стратегическим для предприятий Государственного комитета по развитию туризма Республики Узбекистан, специализирующихся на предоставлении туристических услуг.

Ключевые слова: Цифровые технологии, инновации, интернет вещей, облачные технологии, умный режим, бизнес-инкубатор, цифровой бизнес, системный потенциал, типовой агент, типовой пакет.

KIRISH

Bugungi globallashuv sharoitida turistik biznesni boshqarish bo'yicha innovatsion strategiyaning asosiy vazifalaridan biri ko'rsatiladigan xizmatlar sifatini oshirish va ularning jahon darajalariga mos bo'lishini ta'minlash hisoblanadi. Bitiruv malakaviy ishida turistik kompaniyani innovatsion rivojlantirishning strategik rejasini ishlab chiqishni va uni GAP-tahlili «mahsulot-bozor» modelini qo'llash asosida ishlab chiqishni samarali va istiqbolli yo'l deb qarash o'rinni.

Ishlab chiqilgan turistik kompaniyalarni innovatsion rivojlantirishning strategik rejasini «mahsulot-bozor» modelida ularni rivojlantirish variantlarini aks ettiradigan to'qqizta kombinatsiyasi mavjud. Mazkur model korxonaga ikkita o'zgaruvchan omil (mahsulot va bozor)ning uchta holati (mavjud; yangi, lekin mavjudligi bilan bog'liq bo'lgan; mutlaqo yangi) kombinatsiyalarni inobatga olgan holda o'zi uchun eng kam riskka ega bo'lgan hamda baroqaror rivojlanishini ta'minlaydigan strategiyani ishlab chiqish yo'nalishini aniqlashga yordam beradi. Innovatsion rivojlantirishning strategik rejalashtirilishi uchun "yangi hisoblanadi.



GAP-tahlili modelida o'zgarish riskining yo'qligi yoki umuman riskning yo'qligini anglatmaydi, chunki bozor dinamikasi modeliga binoan tovar yoki xizmatning har qanday ma'naviy eskirishi kompaniya uchun bozordagi raqobat doirasidan chetga chiqib ketishga va hatto bozordagi pozitsiyalarini butunlay yo'qotishgacha bo'lgan riskdan iborat bo'lishi ham mumkin.

Biz yuqorida mamlakatimizda turizm xizmatlarini rivojlantirish uchun turli modellar, rivojlantirish strategiyalari hamda marketingni innovatsion rivojlantirish strategiyalariga to'xtalib o'tdik. Ammo, tadqiqotlarimiz mukammal bo'lishi uchun biz mamlakatimizda turizmni rivojlanishi hamda mamlakatimiz turizm xizmatlarini iste'molchilari kimlar, qaysi qit'a vakillari, ularining yoshi, qiziqishlari haqidagi ma'lumotlarni ham tahliliy o'rganib o'tishni joiz topdik. Ya'ni mamlakatimizga tashrif buyuruvchi turistlarni qit'alar bo'yicha taqsimotini sotsiologik so'rov natijalariga ko'ra o'rganadigan bo'lsak, ularning yarmidan ko'pi ya'ni 54 foizi Yevropaga, 26 foizi Sharqiy Osiyo va Okeaniya davlatlariga, 11 foizi Yaqin va O'rta sharq davlatlariga, qolgan 9 foizi esa boshqa davlat vakillariga to'g'ri kelmoqda.

Mamlakatimizga tashrif buyuruvchi turistlarning asosiy qismi Yevropa, yuqori daromadga ega bo'lgan davlatlarga to'g'ri kelmoqda. Turizm sanoatini rivojlanishida boshqa tovarlar bozorida bo'lgani kabi xarajatlar (safar, transport va mehmonxona xarajatlari) muhim rol o'ynaydi. Shuningdek, turistlar uchun sharoitlarni yaratishda ularning yosh darjasiga ham e'tibor qaratish lozim bo'ladi. Olib borilgan ijtimoiy so'rov natijalariga ko'ra mamlakatimizga kelayotgan turistlarning asosiy qismi tarixiy va madaniy yodgorliklarni tomosha qilish uchun tashrif buyurmoqda. Mamlakatimizda sport va sog'lomlashtirish turizmi, ekoturizm, ziyorat va diniy turizm, ijtimoiy turizm sanoati bo'yicha katta imkoniyatlar bo'lishiga qaramasdan mazkur yo'nalishlarda turistlarni jalb qilish muammoli holatlardan biriligicha qolmoqda.

XULOSA

Shuni xulosa qilish mumkinki bugungi kunda rivojlangan mamlakatlarda agentliklarning o'zlari ham internet tarmog'idan keng miqyosda foydalanishmoqda. Bundan kelib chiqqan holda shuni ta'kidlashimiz mumkinki internet tarmog'i eng arzon har qanday masshtabdagi korxona uchun qulay reklama qilish hamda o'z mahsulotlari haqidagi ma'lumotlarni yetkazish, iste'molchilar bilan doimiy aloqani ta'minlash vositasiga aylanmoqda.

O'zbekiston Respublikasining turizm majmuasini rivojlanish muammolarining marketing tadqiqotini o'tkazish va mamlakatda tabaqalashtiruv yondashuvi asosida turizm sanoatini barqaror rivojlantirishining marketing strategiyasini shakllanishi bir qator xulosa va umumlashmalarga kelish imkonini beradi. Turistik majmuani rivojlantirishni taktik yoki tezkor buyruqlar bilan amalga oshirib bo'lmaydi, chunki u strategik xarakterga egadir. Faqat uzoq yillar mobaynida ishlab chiqish bazasini rivojlantirish, kadrlar bilan ta'minlash, xizmat ko'rsatish madaniyatini ko'tarish, ijtimoiy-yo'naltirilgan bozor iqtisodiyoti sharoitida mintaqaviy turistik majmualarning tashqi ko'rinishini qayta bezatishni kompleks tarzda va tartib bilan amalga oshirish mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'xati:

1. Kabushkin N. I. Menedjment turizma. Uchebnik. – M.: Novoe znanie. 2005.
2. Tuxliev N., Abdullaeva T. Menedjment i organizatsiya biznesa v turizme Uzbekistana.–T.: O'zbekiston Milliy Ensiklopediyasi, 2006.– 367 s.
3. Ushakov D.S. Ekonomika turistskoy otrasli. Uchebnoe posobie. Rostovna-Donu: Mart, 2010. – 46 str.
4. Alieva M.T. Turistik mamlakatlar iqtisodiyoti. Darslik. –T.: TDIU. 2007. – 339 b.



DAM OLISH TURIZMIDA SMART PARKLARNING O'RNI

Shaymanova Nigora Yusupovna

TDIU tayanch doktoranti

Annotatsiya: Maqolada rekreatsiya turizmini rivojlantirishda Smart-turizmining ahamiyati o'rganilgan. Xorij tajribasidan foydalangan holda, O'zbekistonda Smart texnologiyalar imkoniyatlaridan foydalanib, dam olish turizmini rivojlantirishda Smart parklardan foydalanish bo'yicha taklif va tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Kalit so'zlar: Smart-turizm, rekreatsiya, dam olish turizmi, Smart parklar, Smart texnologiyalar.

Abstract: The importance of Smart tourism in the development of recreational tourism is studied in the article. Using foreign experience, proposals and recommendations on the use of Smart parks in the development of leisure tourism have been developed in Uzbekistan using the possibilities of Smart technologies.

Key words: Smart tourism, recreation, leisure tourism, Smart parks, Smart technologies.

Аннотация: В статье исследуется значение умного туризма в развитии рекреационного туризма. С использованием зарубежного опыта в Узбекистане разработаны предложения и рекомендации по использованию умных парков в развитии рекреационного туризма с использованием возможностей умных технологий.

Ключевые слова: Смарт-туризм, рекреация, развлекательный туризм, умные парки, умные технологии.

KIRISH

Smart-turizm dam olish turizmida muhim ahamiyatga ega hisoblanadi. Texnologiya va ma'lumotlardan foydalangan holda, Smart-turizm sayyohlarga real vaqtdagi ma'lumotlar, shaxsiy tavsiyalar va uzluksiz xizmatlardan foydalanishni ta'minlaydi. Bu esa sayyohlarga sayohatni rejalashtirish, yangi yo'nalishlar haqida ma'lumotga ega bo'lish va sayohat davomida noyob tajribalar bilan shug'ullanish imkonini beradi. Smart-turizm orqali sayyohlar diqqatga sazovor joylar, turar joylar, transport va mahalliy xizmatlar haqida qimmatli ma'lumotlarni taqdim etuvchi mobil ilovalar, veb-saytlar va raqamli platformalarga kirishlari mumkin. Bu ularga sayohatlarini yanada samarali rejalashtirish va dam olish faoliyatidan maksimal darajada foydalanishga yordam beradi.

Bundan tashqari, foydalanuvchi ma'lumotlarini tahlil qilish orqali aqlli sayyohlik platformalari shaxsiy qiziqishlar va o'tmishdagi xatti-harakatlarga asoslangan diqqatga sazovor joylar, tadbirlar va ovqatlanish imkoniyatlari uchun moslashtirilgan tavsiyalarni taklif qilishi mumkin. Ushbu shaxsiylashtirish sayyohlarning umumiy qoniqishini oshiradi va ularni yangi yo'nalishlarni kashf etishga va turli xil dam olish tadbirlari bilan shug'ullanishga undaydi. Bundan tashqari, Smart texnologiyalar rekreatsiya turizmning rivojlanishiga hissa qo'shadi. Resurslarni boshqarishni optimallashtirish, chiqindilarni kamaytirish va ekologik amaliyotni targ'ib qilish uchun texnologiyadan foydalangan holda, Smart-turizm atrof-muhitga salbiy ta'sirni minimallashtirishda foydalaniladi. Bu kelajak avlodlarning sayyohlik yo'nalishlaridan bahramand bo'lishlarini ta'minlaydi.

Smart-turizm turizmning yangi yo'nalishi bo'lishiga qaramasdan dunyoning ko'plab olimlari tomonidan o'rganilgan va tahlil qilingan. Shular qatorida P. Yalchinkaya, L. Atay va H. Korkmaz o'zlarining tadqiqotlarida Smart-turizmga quyidagicha ta'rif berishadi: Smart-turizmni elektron turizm bilan adashtirish mumkin, chunki axborot-kommunikatsiya texnologiyalari, axborot tizimlari va Smart-turizm-dagi ijtimoiy media tushunchalari ham elektron turizm uchun muhim ahamiyatga ega.

Xitoy olimlari Kuan Syaoqyan va Ay Shuqin Smart-turizm tug'risida quyidagi fikrni aytib o'tganlar: "Aqlli" turizm – turizm industriyasi va innovatsion texnologiyalarni birgalikda rivojlantirish modeli bo'lib, bu nafaqat turizm industriyasini rivojlantirishning kelajak tendensiyasi, balki zamonaviy xizmat ko'rsatish sohasini o'zgartirish va modernizatsiya qilishning kalitidir. Global texnologik inqilobning yangi bosqichi, uning harakatlantiruvchi kuchlaridan biri Internet bo'lib, jahon iqtisodiy taraqqiyoti, inson hayoti va ishlab chiqarish yo'nalishini o'zgartirib, yangi o'zgarishlarga olib kelmoqda.



Yevropa olimlarining bergan ta'rifiga ko'ra, Smart-turizm bu – axborotlashtirishning ilg'or bosqichidir. U raqamli, aqlli va virtual texnologiyalarga asoslangan turizmdan iborat.

Smart-turizm dastlab Yevropa Ittifoqida paydo bo'lgan. Hozirda, dunyoning ko'plab rivojlangan mamlakatlarida, xususan G'arb davlatlari, Xitoy, Koreya kabi davlatlarda o'zining samarasini bermogda. Dunyoning eng aqlli shaharlaridan biri bo'lgan Londonda Smart texnologiyalardan foydalanigan holda dam olish turizmini rivojlantirishga allaqachon muvaffaq bo'lishgan. Shahar ichidagi ko'plab parklarda Smart texnologiyalardan foydalanish yo'lga qo'yilgan. Misol uchun, energiya ishlab chiqaruvchi yo'laklar, mikroiklim sensorlari va mashq uskunalari, havo sifati sensorlari, quyosh energiyasi bilan ishlaydigan yoritgichlar va aqlli qutilar, aqlli avtonom transport vositalari, parklarni interaktiv xaritalash kabi Smart texnologiyalardan samarali foydalaniladi.

Ushbu parklar tashrif buyuruvchilar uchun qulayliklar yaratish, barqarorlikni rivojlantirish uchun texnologiya va ma'lumotlarga asoslangan yechimlardan foydalanadi. Aqlli parklar tashrif buyuruvchilarga real vaqtda ma'lumot berish, resurslarni taqsimlashni optimallashtirish va atrof-muhit sharoitlarini kuzatish uchun Internet qurilmalari, mobil ilovalar va ma'lumotlar tahlili kabi turli texnologiyalardan foydalanadi. Mehmonlar tajribasi nuqtai nazaridan, aqlli parklar interaktiv xaritalar, individual imtiyozlarga asoslangan shaxsiy tavsiyalarni taklif qilishi mumkin. Ushbu texnologiya tashrif buyuruvchilarga parkda yanada samarali harakat qilish hamda, interaktiv ta'lim faoliyati bilan shug'ullanishga yordam beradi. Boshqaruv nuqtai nazaridan, aqlli parklar tashrif buyuruvchilar oqimini hamda resurslardan foydalanish jarayonini kuzatishi mumkin. Ushbu ma'lumotlarga asoslangan yondashuv park rahbarlariga infratuzilmani rivojlantirish, olomonni boshqarish va tabiatni muhofaza qilish bo'yicha sa'y-harakatlar bo'yicha ongli qarorlar qabul qilish imkonini beradi.

Bundan tashqari, aqlli parklar energiya tejaydigan tizimlarni joriy etish, chiqindilarni kamaytirish va qayta ishlashni rag'batlantirish hamda havo sifati va suvni tejash kabi atrof-muhit omillarini kuzatish orqali barqarorlikka ustuvor ahamiyat beradi. Texnologiya va barqarorlik amaliyotlarini integratsiyalashtirgan holda, aqlli parklar tashrif buyuruvchilar uchun qiziqarli va ekologik jihatdan mas'uliyatli dam olish tajribasini taqdim etishga qaratilgan.

Xulosa qilib aytganda, Smart-turizm real vaqt rejimida ma'lumot, moslashtirilgan tavsiyalar va uzluksiz xizmatlarni taqdim etish orqali rekreatsion turizmni rivojlantirishda muhim rol o'ynaydi. Bu sayyohlarga ongli qarorlar qabul qilish, yangi yo'nalishlarni kashf qilish va sanoat barqarorligiga hissa qo'shgan holda noyob tajribalarni o'tkazish imkonini beradi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'xati:

1. China-USA Business Review, June 2018, Vol. 17, No. 6, 308-315 doi: 10.17265/1537-1514/2018.06.004 An Evaluation on Smart Tourism/ Pinar Yalçinkaya, Lütfi Atay, Halil Korkmaz Çanakkale Onsekiz Mart University, Çanakkale, Turkey.
2. DOI: 10. 15838/esc/2016.4.46.11 UDK 004.9, BBK 32.973.202 Куан Сюцянь, Ай Шуцинь. Исследование разветвляющегося туризма в провинции Цзянси в рамках концепции "ИНТЕРНЕТ+"
3. https://en.wikipedia.org/wiki/Smart_tourism



REKREATSIYA TURIZMINI RIVOJLANTIRISHDA SMART TEXNOLOGIYALARDAN FOYDALANISH

Shaymanova Nigora Yusupovna

TDIU tayanch doktoranti

Annotatsiya: Maqolada "smart" turizm tushunchasi keng o'rganilgan. O'zbekistonda rekreatsiya turizmini rivojlantirishda Smart texnologiyalardan foydalanishning zarurligi bo'yicha taklif va tavsiyalar berilgan.

Kalit so'zlar: rekreatsiya, sog'lomlashtirish, Smart-turizm, Smart texnologiyalar, Smart siti, sun'iy intellekt.

Abstract: The concept of "smart" tourism is widely studied in the article. Proposals and recommendations on the necessity of using Smart technologies in the development of recreational tourism in Uzbekistan are given.

Key words: recreation, wellness, Smart tourism, Smart technologies, Smart city, artificial intelligence.

Аннотация: В статье широко исследовано понятие «умный» туризм. Даны предложения и рекомендации о необходимости использования смарт-технологий в развитии рекреационного туризма в Узбекистане.

Ключевые слова: отдых, оздоровительный отдых, Смарт-туризм, умные технологии, умный город, искусственный интеллект.

Hozirda hech bir sohani zamonaviy texnologiyalarsiz tasavvur qilib bo'lmaydi. Istalgan soha, misol uchun, ta'lim sohasi, tibbiyot sohasi, bank- moliya kabi sohalar va turizm sohasida ham Smart texnologiyalarning ahamiyati kattadir. Turizmga Smart texnologiyalar orqali sayyohlar uchun yaxshi sharoitlar yaratish, ularning ehtiyojlari va istaklarini aniqlash mumkin bo'ladi.

Turizm sohasida texnologik o'zgarishlar ta'sirida "Smart-turizm", "aqlli shahar" va "aqlli destinatsiya" kabi tushunchalar paydo bo'ldi. "Smart city" yaratishdan maqsad xizmatlar samaradorligini oshirish va aholi ehtiyojlarini qondirish uchun shahar informatika texnologiyasidan foydalangan holda hayot sifatini yaxshilashdir.[1] "Smart-turizm" esa – turizm industriyasi va innovatsion texnologiyalarni birgalikda rivojlantirish modeli bo'lib, bu nafaqat turizm industriyasini rivojlantirishning kelajak tendensiyasi, balki zamonaviy xizmat ko'rsatish sohasini o'zgartirish va modernizatsiya qilishning kalitidir. Global texnologik inqilobning yangi bosqichi, uning harakatlantiruvchi kuchlaridan biri Internet bo'lib, jahon iqtisodiy taraqqiyoti, inson hayoti va ishlab chiqarish yo'nalishini o'zgartirib, yangi o'zgarishlarga olib keladi.[2] "Aqlli destinatsiya" – bu texnologik infratuzilma asosida turizmni rivojlantirish rejalashtirilgan va amalga oshiriladigan geografik makon (mahalladan tortib to shaharlar tarmog'igacha bo'lishi mumkin), mahalliy barqaror rivojlanishga imkon beradi, shu bilan birga tashrif buyuruvchilar va mahalliy aholi uchun tajriba sifati va hayot sifatini ta'minlaydi. [3]

Turizmni rivojlantirish uchun Osiyo hamda Yevropa davlatlarining ko'pchiligi Smart texnologiyalardan samarali foydalanishmoqda. Bunday texnologiyalar foydali bo'lib, mamlakatga tashrif buyurmoqchi bo'lgan turist u haqida barcha ma'lumotlarni qiynalmasdan topishi va yangi sayyohlik yo'nalishlarini o'zi mustaqil ravishda rejalashtirishi mumkin.

Aqlli texnologiyalar rekreatsion turizmni rivojlantirishda ham muhim hisoblanadi. Ushbu texnologiyalar sayyohlar uchun qulay va moslashtirilgan xizmatlarni taqdim etuvchi innovatsion yechimlarni taklif etadi. Masalan, aqlli mobil ilovalar sayyohlarga turistik diqqatga sazovor joylar, ob-havo yangiliklari va navigatsiya yordami haqida real vaqt rejimida ma'lumot berishi mumkin.

Bundan tashqari, aqlli texnologiyalar Internet qurilmalarini integratsiyalash imkonini beradi, bu esa sayyohlik dam olish joylarida aqlli muhit yaratish imkonini beradi. Ushbu integratsiya sayyohlarga uzluksiz ulanish va aqlli mehmonxona xonalari, aqlli transport tizimlari va chiptalarni sotishning aqlli yechimlari kabi turli xizmatlardan foydalanish imkonini beradi. Shu bilan birga, Smart texnologiyalar ma'lumotlarni to'plash va tahlil qilishni osonlashtiradi, ulardan rekreatsion turizm yo'nalishlarini boshqarish va rejalashtirish uchun foydalanish mumkin. Sayyohlik imtiyozlari va fikr-mulohazalari haqidagi ma'lumotlarni tahlil qilish orqali turizm organlari tashrif buyuruvchilarning umumiy tajribasini yaxshilash va resurslarni taqsimlashni optimallashtirish uchun asosli qarorlar qabul qilishi mumkin.



Quyida rekreatsiya turizmini rivojlantirishda zarur bo'lgan Smart texnologiyalardan misollar keltirilgan.

Mobil ilovalar: Aqlli mobil ilovalar sayyohlarga keng turdagi xizmatlar va ma'lumotlardan foydalanish imkoniyatini beradi. Ushbu ilovalar real vaqt rejimida navigatsiya, diqqatga sazovor joylar bo'yicha tavsiyalar, bron qilish va band qilish tizimlari va interaktiv xaritalar kabi xususiyatlarni taklif qilishi mumkin.

Narsalar interneti (Internet of Things): IoT qurilmalari aqlli muhitlarni yaratish uchun dam olish turizmi yo'nalishlariga birlashtirilishi mumkin. Ushbu integratsiya aqlli mehmonxona xonalari, aqlli transport tizimlari, chiptalarni sotishning aqlli yechimlari va umumiy sayyohlik tajribasini yaxshilaydigan boshqa ulangan xizmatlarni amalga oshirish imkonini beradi.

Virtual sayohat texnologiyalari sayyohlar uchun ajoyib tajribalarni taklif etadi. Ulardan turistik diqqatga sazovor joylarni o'rganish va o'rganishning o'ziga xos va qiziqarli usulini ta'minlovchi virtual sayohatlar, interaktiv ko'rgazmalar va simulyatsiyalar yaratish uchun foydalanish mumkin.

Katta ma'lumotlar va tahlillar: ma'lumotlarni to'plash va tahlil qilish rekreatsion turizm yo'nalishlarini boshqarish va rejalashtirishni takomillashtirishda hal qiluvchi rol o'ynaydi. Sayyohlik imtiyozlari, xatti-harakatlari va fikr-mulohazalari haqidagi ma'lumotlarni tahlil qilish orqali turizm mutaxassislari dam olishga kelgan tashrif buyuruvchilar uchun yaxshi sharoitlar yaratish va resurslarni taqsimlashni optimallashtirish uchun ma'lumotlarga asoslangan qarorlar qabul qilishi mumkin.

Sun'iy intellekt (AI): Chatbotlar va virtual yordamchilar kabi sun'iy intellekt texnologiyalari shaxsiylashtirilgan tavsiyalar berish, sayyohlik so'rovlariga javob berish, bron qilish va bron qilishda yordam berish uchun ishlatilishi mumkin. Aldan sayyohlik tendensiyalari va afzalliklari tug'risida ma'lumot olish va tahlil qilish maqsadida ham foydalanish mumkin.

Xulosa qilib aytadigan bo'lsak, aqlli texnologiyalar dam olish turizmini rivojlantirish uchun ko'plab afzalliklarni taqdim etadi, jumladan, barcha qulayliklarga ega bo'lgan turistik xizmatlar, shaxsiylashtirilgan xizmatlar, kengaytirilgan ulanish va ma'lumotlarga asoslangan qarorlar qabul qilish.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'xati:

1. https://en.wikipedia.org/wiki/Smart_city
2. DOI: 10. 15838/esc/2016.4.46.11 UDK 004.9, BBK 32.973.202 Куан Сюцянь, Ай Шучинь. Исследование разветвения умного туризма в провинции Цзянси в рамках концепции "ИНТЕРНЕТ+"
3. <https://blogs.iadb.org/sostenibilidad/en/smart-destinations-quality-tourism-for-visitors-and-sustainable-development-for-residents/>



SMART TOURISM: FOREIGN EXPERIENCE AND PROSPECTS FOR ITS APPLICATION IN UZBEKISTAN

Avezova Nilufar

Student of Tashkent State University of Economics Faculty of International Tourism

Abstract: This article gives information about the history and the rapid revolution of tourism, as well as an international perspective on how to implement foreign experience in the development of “Smart tourism” in the Republic of Uzbekistan. The findings of the article are also discussed in terms of tourism destinations in twelve regions of the State to derive patterns and opportunities of value creation generated by contributors of this sector.

Key words: tourism development, Smart tourism, foreign tourism experience, case study on Smart tourism.

Annotatsiya: Ushbu maqolada turizmning tarixi va jadal inqiloblari, shuningdek, O‘zbekiston Respublikasida “Smart-turizm”ni rivojlantirish bo‘yicha xorijiy tajribani joriy etish bo‘yicha xalqaro istiqbol haqida ma‘lumot berilgan. Maqolaning natijalari, shuningdek, ushbu sektor hissa qo‘shuvchilar tomonidan yaratilgan qiymat yaratish naqshlari va imkoniyatlarini olish uchun davlatning o‘n ikki mintaqasidagi turizm yo‘nalishlari nuqtai nazaridan ham muhokama qilinadi.

Kalit so‘zlar: turizmni rivojlantirish, Smart-turizm, xorijiy turizm tajribasi, Smart-turizm bo‘yicha amaliy tadqiqotlar.

Аннотация: В данной статье представлена информация об истории и стремительной революции туризма, а также международный взгляд на то, как реализовать зарубежный опыт в развитии «Умного туризма» в Республике Узбекистан. Результаты статьи также обсуждаются с точки зрения туристических направлений в двенадцати регионах штата, чтобы выявить закономерности и возможности создания стоимости, создаваемые участниками этого сектора.

Ключевые слова: развитие туризма, Смарт-туризм, опыт зарубежного туризма, тематическое исследование по умному туризму.

INTRODUCTION

It is known from history that the lands of Uzbekistan along the ancient Great Silk Road have attracted worldwide attention and recognition as being an ostentatious heritage of natural and historical cities as well as the promotion of sacred places and temples of the world. In the years of independence in our country, the work on state support of the tourism industry, the creation of incentives for enterprises, as well as the formation of infrastructure for the tourism industry continues at a rapid pace. It should be noted that on October 4, 1993, Uzbekistan became the first Central Asian country to join the World Tourism Organization. This, in turn, has given a great positive impetus to the development of international tourism in Uzbekistan. Following that, modern infrastructure facilities have been built and new directions of tourism have been introduced at the level of world standards.

The advancement of information and communication technologies (ICTs) in general, and cloud computing technologies in particular, motivates tourism destination governments and practitioners to leverage Smart technologies to optimize their decision-making in business planning and enhance the tourist experience. Smart tourism refers to the burgeoning phenomenon in which tourism destinations, practitioners, and tourists depend accumulatively on emerging ICTs that enable colossal data transformation into value proposition. Smart tourism is integrated into the idea of service co-creation under service-dominant logic.

METHODS

The proliferation of mobile applications (apps), social media, location-based services, geo-tagging, virtual reality (VR), augmented reality (AR), and Smart devices, along with the Internet of Things



(IoT), present enormous opportunities for tourism stakeholders to produce, store, and retrieve massive amounts of data for a variety of uses. Enhanced visitor experiences, increased destination competitiveness, and improved sustainability are a few examples of these applications. Practitioners are beginning to use applications or software to forecast and evaluate visitor behavior. The key winners from Smart tourism are travelers, businesses, and travel locations. Governments across the world, including those in the United States, Mainland China, and South Korea, have been stepping up to construct the required infrastructure and create the technology to facilitate the growth of Smart tourism. The China National Tourism Authority, for instance, released "Guidance to Promote Smart Tourism Development" in 2015. The document stipulates key missions in the coming years, such as enhancing information infrastructure, building information-sharing platforms, improving Smart tourism governance, and Smart tourism marketing, to name a few. Since the release of the guide, local governments in Mainland China have followed suit with promotional campaigns on Smart tourism.

Massive volumes of consumer data have been gathered by several global organizations (such as social media, e-commerce, and telecoms) that may be used for Smart tourism. Online recommenders are common in e-commerce platforms, and flow control using visitor movement data is being implemented by several Smart destinations. While the development of Smart tourism is still in its early stages, 5G communication advancements that enable fast data transmission and pervasive networking of objects might provide a boost to the industry. Therefore, in the upcoming decades, Smart tourism will increase at an impressive rate.

DATA COLLECTION

This study carried out a systematic review. In order to gather more pertinent articles about Smart tourism, the researchers collected data in two rounds. All relevant publications were searched in the first round using three databases: Web of Science, EBSCOhost, and Scopus. The researchers established the search criteria in order to get the data collecting outcomes. To create keywords like "smart tourism," "smart tourist," "smart travel," "smart hotel," and "smart restaurant," the phrase "smart" was first linked with the terms "tourism," "tourist," "travel," "hotel" were gathered.

DATA SELECTION

To verify article quality and content relevancy, two rounds of data selection were carried out. Two researchers independently identified the substance of the articles in the first round of selection, discussed the articles, and eliminated those that had nothing to do with Smart tourism. Only articles published in journals listed in the Science Citation Index (SCI) and Social Science Citation Index (SSCI) were chosen in the second round of selection. Ultimately, following two rounds of data collection and selection, 124 publications about Smart tourism were confirmed.

DATA ANALYSIS

Several forms of analysis were used in this study. To determine the research emphasis of the selected publications, a qualitative analysis was performed. The distribution was analyzed using frequency analysis based on published year, research category, research region, research industry, and theories used in papers. Using the VOSviewer program, co-occurrence (keywords) and co-authorship (countries) analyses were performed to investigate the trend in keyword development over the last five years as well as the collaboration of different countries.

RESULTS

Smart tourism is a hot topic that has been gaining attention from academics and practitioners. Extant Smart tourism research ranges from case study, and conceptual paper, to methodology technology-driven research and behavioral model-building study. Prior studies have established a comprehensive knowledge of Smart tourism by taking the perspectives of tourists, industry practitioners, and destination governments. The idea of Smart tourism destinations was initially proposed by



tourism scholars and enriched by further elaborating the idea of a Smart tourism ecosystem in connection with conceptualizations of Smart technologies, Smart cities and Smart tourism consolidated the concepts of Smart tourism and proposed their new definition. In terms of theoretical foundation, some scholars viewed Smart tourism initiatives through the service-dominant logic, appears to be an important theoretical foundation for understanding the implications of Smart tourism. In addition, existing behavioral models such as the Technology Acceptance Model, Theory of Planned Behavior and Technology Readiness and Acceptance Model were used as theoretical foundations to examine tourist behaviors of Smart tourism. Despite the proliferation of the pertinent literature, the research development in this realm is still at its infancy. For example, consensus regarding the definition of Smart tourism, which is a prerequisite for theory development, appears not have been achieved, not to mention theoretical foundations developed specifically for the field. Additionally, practitioners do not seem to have a consistent understanding of what constitutes a Smart property (for instance, Smart hotels). Because of the rapid development of Smart technologies and its applications, there is a need to perform an up-to-date review of the extant literature to provide a solid foundation and direction for future research. The current paper aims to provide a systematic comprehensive review of the Smart tourism literature by revealing the research trend, themes, regions, theories, methodologies, and industry applications. Implications are proposed for future research directions.

Furthermore, governments should play a more proactive role in the Smart tourism ecosystem in formulating policies, establishing regulations, promotion, and coordinating the efforts of different stakeholders. Examples of these stakeholders include tourism destinations, online travel agents, telecommunication companies, and big data analytic companies. In addition, to maximize the benefits of Smart tourism, information or big data sharing is essential among governments. Second, cooperation among tourism practitioners and other Smart technology companies should be strengthened. Regular seminars or conferences regarding the opportunities and challenges of Smart technology applications should be held at the regional level. Information and idea sharing and generation is essential to propel Smart tourism development. A collaborative promotion of Smart tourism to enhance tourist awareness and strengthen destination brand competitiveness is deemed necessary. Third, a large-scale consumer survey regarding Smart tourism demand and preferences would be necessary. The success of Smart tourism mainly relies on its end-users' satisfaction, which is determined by whether or not their needs are fulfilled and expectations are met. As such, governments and practitioners should work hand-in-hand to fully understand customer needs and wants in order to improve the co-creation of tourism experience. Such surveys should be conducted on a regular basis, as customer demand may change over time. Finally, incubators on Smart technologies should be given public policy priority. To achieve long-term destination competitiveness, governments should take a more proactive stance to facilitate Smart technology innovations and applications in terms of funding support, land use policy, and tax preference.

From the research was made can be clearly realize that, in order to promoting the efficiency of the Smart Tourism project in Uzbekistan in the example of historical region of Bukhara and implementation innovative FCH (fast, convenient and high-quality service) through architectural-monuments of Bukhara city and hotels which called "Bukhara, in the museum in the open land".

This project is "Smart Tourism – Independent Travel Bukhara", which aims to develop innovative scientific and educational activities in order to increase the quality of service in existing tourist facilities of Bukhara region, to introduce innovative Smart tourism in order to increase the flow of local tourists for their development.

Meanwhile, improving the quality of services in the tourism sector through the introduction of innovative programs aimed at the representatives of different segments of the visitors, eliminating the problems encountered in the creation and provision of amenities for individual and local guests.

In particular, it is proposed to take measures to improve the quality of current flows through innovative tourism types, introduce additional programs, and spread the range of innovative services not only in one place, but across the Bukhara region.

Also, it will be possible to quickly and conveniently and efficiently perform tourism services by offering unusual innovative projects, using all the opportunities available in specialized parts of regions in our country as a tourist destination. A destination information center is a physical location where



travelers can go to acquire information about the destination. For a long time, destination information centers played a key role as the middleman linking tourists and suppliers to one another. With the advances in technology and local demands as well as destination information centers have evolved. Today, not only do we can provide information, but also generate revenue, collect data on travelers, engage the local community. This evolved approach to destination information centers makes them sustainable and valuable to both the local community and the incoming tourists. And the advantages will be next: expecting user needs based upon a different of factors, and giving advice and recommendations with respect to the choice of context-specific utilization activities such as points of interest even dining and recreation.

CONCLUSION

Technology has been developing at an unprecedented pace, which fundamentally changes and will continue to change our way of life. People must embrace technology advancements. On the other side, Smart tourism is becoming the exciting technology applications that are shaping the future landscape. Recent years witnessed a remarkable growth of Smart tourism that attracted attention from practitioners and scholars. The current thesis conducted a state-of-the-art review of the existing literature in different disciplines regarding Smart tourism and identified research trends, themes, regions, and industrial applications and how to launching them in Uzbekistan. The study offers several important implications for future research directions also. In order to have a better understanding about the implementation of Smart Tourism in the study provides an analysis of the state of the art on the use of data in the tourism sector in Europe and across the world. In addition, it offers a series of recommendations to accelerate the use of data by European destinations to improve their tourism offer. This guide on data for tourism destinations might therefore result useful for any type of destination willing to improve the way they collect and use data for tourism purposes and hopefully become inspirational for those cities, regions, or countries, eager to start their journey towards becoming Smart tourism destinations. Tourism encourages the creation and development of a service-based economy. The scope of this activity ranges from large hotels in Tashkent to small hostels in Samarkand, boutiques at international airports, and small craft shops on the picturesque streets of Bukhara and Khiva. It enhances economic skills in people and expands the horizons of knowledge. Today, in most countries, including the 10 most developed countries, all efforts are focused on attracting foreign tourists. It is well known that tourism is beneficial for developing countries, especially in increasing cash flow. In terms of Smart tourism refers to the use of technology and data to enhance the overall travel experience for tourists. It involves the integration of various digital tools and platforms to provide personalized, seamless, and efficient services. Foreign countries have been adopting Smart tourism practices to attract more tourists and enhance their experiences. Uzbekistan, with its rich cultural heritage and natural beauty, can also benefit from implementing Smart tourism strategies. One key aspect of Smart tourism is the use of mobile applications as mentioned above in social media tools. These apps can provide tourists with information about local attractions, events, and transportation options, and even offer personalized recommendations based on their preferences. By developing a user-friendly and informative mobile app, Uzbekistan can effectively showcase its tourist destinations and provide real-time updates to visitors.

Another important component of Smart tourism is the use of data analytics. By collecting and analyzing data on tourist preferences, behaviors, and feedback, Uzbekistan can gain valuable insights to improve its tourism offerings. This data can help identify popular destinations, optimize transportation routes, and tailor marketing campaigns to specific target groups. Furthermore, implementing Smart infrastructure can greatly enhance the tourism experience. For example, Smart transportation systems can provide real-time information on public transportation schedules as well as traffic conditions and even offer integrated ticketing systems. This can make it easier for tourists to navigate and explore different parts of Uzbekistan. To successfully implement Smart tourism in Uzbekistan, collaboration between the government, tourism industry stakeholders, and technology providers is vital. The government should create policies and regulations that support the development and adoption of Smart tourism practices. Industry stakeholders, such as hotels, tour operators, and transportation



companies, should invest in technology infrastructure and staff training to provide high-quality Smart tourism services. Technology providers can offer innovative solutions and support the implementation of Smart tourism initiatives. A new way of practicing tourism that enables tourists to access the services and information regarding their tour more conveniently thanks to some advanced technologies and interactive/participative management. Smart tourism does not only deal with tourists but also with residents. Tourists and residents wishes and needs can be understood more accurately in a Smart setting due to advanced technology and participative-management. Smart Tourism has focused on the use of advanced technologies to transform data into efficient new business models by using and evaluating data collected through physical infrastructures and social connections. It relies on new technologies such as ICT, mobile communication, cloud computing, artificial intelligence, and virtual reality in order to provide better tourism experiences. Smart tourism has great potential for enhancing the tourism industry in Uzbekistan. By leveraging technology and data, Uzbekistan can provide personalized and efficient services to tourists, improve sustainability practices, and ultimately attract more visitors. With careful planning, collaboration, and investment, Uzbekistan can successfully apply Smart tourism practices and develop its tourism sector.

References:

1. Decree of the President of the Republic of Uzbekistan PF-5611 of January 5, 2019 "On additional measures for the accelerated development of tourism in the Republic of Uzbekistan."
2. Gibbons, G. (1995, February). Career development in smaller departments. FBI
3. Boes, K., Buhalis, D., & Inversini, A. (2015). Conceptualising Smart tourism destination dimensions. In *Information and communication technologies in tourism 2015* (pp. 391-403). Springer, Cham.
4. Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2015). Smart tourism destinations enhancing tourism experience through personalisation of services. In *Information and communication technologies in tourism 2015* (pp. 377-389). Springer, Cham.
5. Gretzel, U.; Werthner, H.; Koo, C.; Lamsfus, C. Conceptual foundations for understanding Smart tourism ecosystems. *Comput. Hum. Behav.* 2015, 50, 558–563.
6. Travel & Tourism Economic Impact 2018 world.
7. <https://www.worldbank.org/en/news/feature/2017/10/31/central-asia-tourisma-driver-for-development>
8. Smart Tourism visions and ambitions: emerging strategies and governance models November 20229 https://www.researchgate.net/publication/340866113_Systematic_Review_of_Smart_Tourism_Research. April 2020.



ИСПОЛЬЗОВАНИЕ BIG DATA И AI ДЛЯ РЕИНВЕНТАРИЗАЦИИ МАРКЕТИНГА ТУРИЗМА В УЗБЕКИСТАНЕ: НОВЫЕ ПЕРСПЕКТИВЫ В ГЛОБАЛЬНОЙ КОНКУРЕНЦИИ

Турабекова Фарангиз Наримонбек кизи

Магистрант направления “Менеджмент”, программы “Событийный менеджмент и туризм”, Ташкентский филиал МГИМО МИД России, Ташкент, Узбекистан

Аннотация: В статье рассматривается влияние Big Data и искусственного интеллекта (AI) на современные маркетинговые стратегии в сфере туризма Узбекистана. Исследование фокусируется на возможностях, которые открывают эти технологии для расширения и углубления присутствия Узбекистана на мировом туристическом рынке. В работе анализируются текущие тенденции и исследуются потенциальные пути применения Big Data и AI для улучшения пользовательского опыта и повышения эффективности маркетинговых кампаний. Особое внимание уделяется изучению успешных международных примеров, которые могут быть адаптированы и применены в контексте Узбекистана. В статье также обсуждаются ключевые вызовы и возможности, связанные с интеграцией этих современных технологий в туристическую индустрию, и предлагаются практические рекомендации для развития эффективной маркетинговой стратегии, ориентированной на использование Big Data и AI. Завершается статья обзором перспектив и предложений по дальнейшему развитию Смарт-туризма в Узбекистане, учитывая глобальные тенденции и уникальные особенности региона.

Ключевые слова: Смарт-туризм, цифровая трансформация, пользовательский опыт, аналитика данных, международная конкуренция.

Annotatsiya: Annotatsiya: Maqolada katta ma'lumotlar va sun'iy intellektning (AI) O'zbekiston turizm sektori-dagi zamonaviy marketing strategiyalariga ta'siri ko'rib chiqiladi. Tadqiqot ushbu texnologiyalar O'zbekiston-ning jahon turizm bozoridagi ishtirokini kengaytirish va chuqurlashtirish uchun taqdim etayotgan imkoniyatlarga qaratilgan. Maqola mavjud tendensiyalarni tahlil qiladi va foydalanuvchi tajribasini yaxshilash va marketing kampaniyalari samaradorligini oshirish uchun Big Data va Aldan foydalanishning potentsial usullarini o'rganadi. O'zbekiston sharoitida moslashtirib, qo'llash mumkin bo'lgan muvaffaqiyatli xalqaro misollarni o'rganishga alohida e'tibor qaratilmoqda. Maqolada, shuningdek, ushbu zamonaviy texnologiyalarning turizm sanoatiga integratsiyalashuvi bilan bog'liq asosiy muammolar va imkoniyatlar muhokama qilinadi hamda Big Data va Aldan foydalanishga yo'naltirilgan samarali marketing strategiyasini ishlab chiqish bo'yicha amaliy tavsiyalar taqdim etiladi. Maqola jahon tendensiyalari va mintaqaning o'ziga xos xususiyatlarini hisobga olgan holda O'zbekistonda Smart-turizmnı yanada rivojlantirish istiqbollari va takliflarini ko'rib chiqish bilan yakunlanadi.

Kalit so'zlar: Smart-turizm, raqamli transformatsiya, foydalanuvchi tajribasi, ma'lumotlar tahlili, xalqaro raqobat.

Abstract: The article examines the impact of Big Data and Artificial Intelligence (AI) on modern marketing strategies in the tourism sector of Uzbekistan. The study focuses on the opportunities these technologies open up for expanding and deepening Uzbekistan's presence in the global tourism market. The paper analyzes current trends and explores potential ways to apply Big Data and AI to improve user experience and increase the effectiveness of marketing campaigns. Special attention is given to the study of successful international examples that can be adapted and applied in the context of Uzbekistan. The article also discusses the key challenges and opportunities associated with integrating these modern technologies into the tourism industry and offers practical recommendations for developing an effective marketing strategy focused on the use of Big Data and AI. The article concludes with a review of prospects and suggestions for further development of Smart tourism in Uzbekistan, considering global trends and the unique features of the region.

Key words: Smart tourism, digital transformation, user experience, data analytics, international competition.



образовательных программ, направленных на повышение уровня квалификации местных специалистов в области данных технологий.

Следует выделить основные причины внедрения ИИ в сферу туризма и гостеприимства:

- 1) повышение эффективности и результативности предоставляемых услуг;
- 2) оптимизация рабочих обязанностей;
- 3) улучшение качества обслуживания, предоставление услуг в новом ключе.

Системы ИИ могут быть автономными или встроенными системами в существующие приложения и системы. Эти системы включают системы рекомендаций, системы и методы персонализации, разговорные системы (чат-боты и голосовые помощники), инструменты прогнозирования, автономные агенты, приложения для перевода языков и интеллектуальные туристические направления [2].

В целом, интеграция Big Data и AI в сфере туризма представляет собой комплексный подход, включающий как технологические, так и организационные аспекты. Успешное преодоление существующих вызовов и эффективное использование новых возможностей позволит Узбекистану укрепить свои позиции на международном туристическом рынке, предоставляя более высокий уровень сервиса и уникальные туристические продукты.

При стратегическом планировании важно учесть, что успешное применение Big Data и AI в туризме требует не только технических решений, но и учета культурных и социальных особенностей. Узбекистан, обладающий богатым историко-культурным наследием, может использовать эти технологии для создания уникального и персонализированного туристического продукта.

В рамках данного исследования проведен анализ данных, касающихся туристического потока в Республику Узбекистан. Основываясь на официальных статистических данных, в 2022 году Узбекистан принял 5,2 млн иностранных граждан, что демонстрирует увеличение на 3,4 млн человек или в 2,8 раза по сравнению с предыдущим годом. Среди стран, граждане которых наиболее активно посещали Узбекистан, лидирующие позиции занимают Казахстан (1551,1 тыс. человек), Таджикистан (1447,8 тыс. человек) и Кыргызстан (1356,9 тыс. человек), за ними следуют Россия (567,7 тыс. человек) и Турция (75,6 тыс. человек).



Рисунок 1: Рост числа иностранных туристов в Узбекистане



Сравнение данных за период с 2017 по 2022 год показывает почти двукратное увеличение количества иностранных туристов, что свидетельствует о значительном росте туристической привлекательности Узбекистана. Особенно заметен рост числа туристов из Таджикистана (в 5,5 раза) и Кыргызстана (в 3,6 раза), что может быть связано как с укреплением региональных связей, так и с развитием транспортной инфраструктуры.

Большая часть иностранных посещений (89,1%) приходится на цель «посещение родственников», особенно среди граждан Казахстана, Кыргызстана и Таджикистана. Однако среди туристов из России (37,6%), Казахстана (11,2%) и Турции (6,3%) преобладает цель «отдыха и досуга», что указывает на разнообразие туристических потребностей и предпочтений.

На основе проведенного анализа данных о туристическом потоке в Республике Узбекистан можно сформулировать следующие стратегические выводы и перспективы. Во-первых, наблюдаемый рост числа иностранных туристов, особенно из соседних стран, свидетельствует о возросшем интересе к Узбекистану как туристическому направлению. Это увеличение туристического потока отражает не только укрепление региональных связей, но и повышение привлекательности Узбекистана на международном уровне. Важным аспектом является доминирование цели «посещение родственников», что подчеркивает значимость социальных и культурных факторов в привлечении туристов.

Во-вторых, увеличение туристического потока из различных регионов мира указывает на необходимость разработки специализированных и диверсифицированных маркетинговых стратегий. Эти стратегии должны учитывать разнообразие культурных предпочтений и предпочтений отдыха международных туристов. Развитие таких направлений, как рекреационный и оздоровительный туризм, в сочетании с культурно-историческим наследием, может дополнительно усилить туристическую привлекательность страны.

Третий ключевой вывод заключается в необходимости дальнейшего укрепления туристической инфраструктуры и услуг, что станет важным фактором в удовлетворении растущего спроса и повышении качества обслуживания. Особое внимание следует уделить интеграции современных технологий, таких как Биг Дата и искусственный интеллект, которые могут способствовать эффективному анализу потребностей туристов, персонализации предложений и улучшению взаимодействия с клиентами.

Исследование влияния Big Data и искусственного интеллекта (AI) на развитие туристической индустрии Узбекистана представляет собой комплексный анализ, включающий изучение международных случаев использования этих технологий. Цель анализа – не только выявить успешные практики, но и определить, как именно эти технологические инновации могут быть адаптированы и применены в Узбекистане для улучшения маркетинговых стратегий и общего качества туристических услуг.

Пример использования Big Data в Сингапуре ярко демонстрирует, как туристический совет этой страны активно использует аналитику данных для оптимизации пользовательского опыта на своем веб-сайте. Сбор и анализ данных о взаимодействии посетителей с различными разделами сайта, их предпочтениях и интересах помогают в создании персонализированных туристических предложений. Этот метод не только повышает удовлетворенность посетителей за счет предоставления более релевантной информации, но и увеличивает эффективность маркетинговых кампаний за счет более точного нацеливания и лучшего понимания потребностей клиентов.

Пример Японии в использовании AI в гостиничной индустрии подчеркивает роль технологий в улучшении качества обслуживания. Внедрение роботизированных помощников для выполнения различных функций, включая регистрацию заезда и выезда, а также предоставление информации о местных достопримечательностях, не только повышает оперативность и эффективность обслуживания, но и вносит элемент инновационности в пользовательский опыт. Такие решения могут стать важным фактором в создании уникального образа туристических услуг Узбекистана.

В США туристические компании демонстрируют активное использование Big Data для нацеливания и оптимизации маркетинговых кампаний. Анализ больших объемов данных о



поведении потребителей и их предпочтениях позволяет компаниям более точно настраивать рекламные стратегии, повышая их эффективность и возврат инвестиций. Этот опыт может служить ценным уроком для Узбекистана в плане разработки более целенаправленных и результативных маркетинговых подходов в туризме.

Таблица 1: Анализ случаев

Критерий	Сингапур	Япония	США
Технология	Big Data	AI	Big Data
Применение	Анализ поведения на сайте	Роботы-ассистенты в отелях	Анализ потребительского поведения
Основные действия	Создание персонализированных предложений	Регистрация и информационное обслуживание	Целевое нацеливание рекламы
Результаты	Повышение удовлетворенности, увеличение продаж	Улучшение обслуживания, повышение удовлетворенности	Повышение ROI, эффективность маркетинга

Исследуя данные случаи, можно сделать вывод, что применение Big Data и AI предоставляет значительные возможности для улучшения пользовательского опыта, оптимизации маркетинговых стратегий и повышения конкурентоспособности туристической индустрии Узбекистана. Особенно это актуально в контексте стремления страны к привлечению большего числа международных туристов и улучшению качества предоставляемых туристических услуг. Узбекистан может адаптировать эти передовые практики с учетом своих уникальных культурных и исторических особенностей, разрабатывая инновационные и эффективные решения для своей туристической отрасли.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В контексте растущего потока туристов и необходимости адаптации к изменяющимся глобальным тенденциям, Узбекистан стоит перед возможностью интегрировать Big Data и искусственный интеллект (AI) в маркетинговую стратегию туристической индустрии для усиления своего присутствия на мировом туристическом рынке.

Одним из ключевых направлений является применение Big Data для глубокого понимания потребностей и предпочтений туристов. Анализ больших объемов данных, собранных с различных цифровых платформ, позволяет создавать детализированные профили потребителей. Это в свою очередь способствует разработке персонализированных маркетинговых кампаний, нацеленных на конкретные сегменты рынка. Такой подход позволит Узбекистану предлагать индивидуальные путевые предложения, которые могут включать посещение уникальных культурных и исторических мест, а также участие в местных гастрономических и культурных событиях.

Применение AI в улучшении клиентского сервиса также представляет собой значительный потенциал. Внедрение чат-ботов и виртуальных помощников на основе AI для предоставления информации и помощи в реальном времени способствует повышению уровня удовлетворенности клиентов и ускорению процесса принятия решений [4]. Кроме того, AI может быть использован для автоматизации и оптимизации рекламных кампаний в интернете, что обеспечивает более точное нацеливание и повышение эффективности маркетинговых усилий.

Узбекистан также может использовать предиктивную аналитику для стратегического планирования. Анализ тенденций и прогнозирование будущего спроса на туристические услуги позволит более эффективно управлять ресурсами и планировать маркетинговые мероприятия. Это включает оптимизацию распределения ресурсов, планирование специальных предложений и акций, а также адаптацию услуг к меняющимся предпочтениям и требованиям туристов.



Кроме того, важным аспектом является развитие умных городских технологий для улучшения туристического опыта. Внедрение цифровых навигационных систем, информационных киосков и мобильных приложений для туристов может помочь Узбекистану предоставлять более полную и удобную информацию о достопримечательностях, культурных событиях и услугах.

В заключение, усиленное внедрение Big Data и AI в туристическую индустрию Узбекистана открывает новые перспективы для улучшения маркетинговых стратегий и удовлетворения потребностей современных туристов. Эти технологии предлагают возможности для инноваций, улучшения качества обслуживания и создания уникальных туристических продуктов, что позволит Узбекистану укрепить свои позиции на мировом туристическом рынке.

Список литературы:

1. Першина, Э.С., Дараган, С.В. «От больших данных к продвинутой аналитике в индустрии туризма». Научный вестник МГИИТ, 2018.
2. Кумова, Д.М. «Использование платформ на базе искусственного интеллекта в сфере туризма». Сервис в России и за рубежом, 2021. Доступно на: <https://cyberleninka.ru>
3. Шпырня, О.В. «Опыт и перспективы использования технологий искусственного интеллекта в деятельности туристических предприятий». 2022. [Анализ и обобщение опыта и перспектив использования технологий искусственного интеллекта на ведущих предприятиях отрасли в мире и в России].
4. Аметустаева, Д.М. «Цифровая трансформация в туризме». ГБОУВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова», 2020. [Рассмотрение роли и места цифровизации в экономике и туризме, включая применение искусственного интеллекта в туристической индустрии].
5. Кирсанова, Н.П. «Искусственный интеллект и цифровые технологии в туризме». Информация–Коммуникация–Общество, 2021. Доступно на: <https://elibrary.ru>



ПРОБЛЕМА В СМАРТ ТУРИЗМЕ

Аскаралиева Муштарий Баходировна

Студентка 1 курса магистратуры ТГЭУ

Аннотация: Современные технологии значительно изменили туристическую индустрию, превратив ее в сферу смарт туризма, где информационные технологии играют ключевую роль. Однако, несмотря на многочисленные преимущества, смарт туризм сталкивается с рядом проблем, замедляющих его развитие. В данной научной статье проводится анализ основных проблем смарт туризма и предлагаются перспективные решения для их преодоления.

Ключевые слова: смарт туризм, инфраструктура, перспектива.

Annotatsiya: Zamonaviy texnologiyalar turizm sanoatini sezilarli darajada o'zgartirib, uni axborot texnologiyalari asosiy o'rinni egallagan Smart-turizm sohasiga aylantirdi. Biroq ko'plab afzalliklariga qaramay, Smart-turizm uning rivojlanishini sekinlashtiradigan bir qator muammolarga duch keladi. Ushbu ilmiy maqolada Smart-turizmning asosiy muammolari tahlil qilinadi va ularni bartaraf etishning istiqbolli yechimlari taklif etiladi.

Kalit so'zlar: Smart-turizm, infratuzilma, istiqbol.

Abstract: Modern technologies have significantly changed the tourism industry, turning it into the sphere of Smart tourism, where information technology plays a key role. However, despite its many advantages, Smart tourism faces a number of problems that slow down its development. This scientific article analyzes the main problems of Smart tourism and proposes promising solutions to overcome them.

Key words: Smart tourism, infrastructure, perspective.

Smart-туристская компания / фирма — организация, работающая в сфере туризма, в которой использование в бизнесе Smart-элементов приводит к принципиально новому качеству процессов, повышающему эффективность коммерческой деятельности и конкурентоспособность фирмы.

Smart турист — потребитель туристской услуги, постоянно использующий Smart-элементы для достижения нового качества процессов в туризме с целью наиболее полного удовлетворения своих туристских потребностей.

Smart процесс (в туризме) — процесс предоставления туристской услуги, который дает возможность эффективного удовлетворения потребностей Smart-туриста. Далее мы рассмотрим проблемы в смарт туризме [3]

Во-первых, проблема конфиденциальности данных: Одним из главных вызовов смарт-туризма является угроза конфиденциальности. Постели личных данных туристов. Статья предлагает методы шифрования и защиты данных, а также механизмы соблюдения нормативных требований, чтобы обеспечить безопасность личной информации. Во-вторых, недостаток стандартов и единых платформ. Отсутствие общих стандартов и единой платформы для смарт туризма создает проблемы совместимости и взаимодействия между различными сервисами. А также модели стандартизации и сотрудничества между разработчиками, чтобы улучшить взаимодействие смарт туристических приложений. Кроме этого, недостаточная инфраструктура с март туризма многие регионы сталкиваются с проблемой отсутствия необходимой инфраструктуры для развития Smart-туризма. Необходимо разработать рекомендации для правительственных и частных инвестиций в инфраструктурные проекты, направленные на поддержку смарт туризма.

Существует ряд решений этих проблем в смарт туризме. Во-первых, использование искусственного интеллекта и аналитики данных поможет предсказать туристический поток, управлять очередями и предоставлять Персонализированные рекомендации. Во-вторых, нужно перейти к электронным форматам билетов и виртуальным системам учета для уменьшения бумажной бюрократии и обеспечения удобства туристов. В-третьих, нужно обеспечить безопасность и защиту данных, развивать системы безопасности для защиты личных данных туристов, в том числе использование средств шифрования и многофакторной аутентификации.



Помимо вышеперечисленных решений, нужно развивать систему умных отелей, транспортных средств и городов для повышения комфорта туристов. Например, умные номера с автоматизированными Устройствами и услугами. А также внедрение современных карт, поддерживающих навигацию и предоставляющих дополнительную информацию о точках. Интересы, ресторанах, транспорте и прочим.

Uzbekistan Pass – это первый и пока единственный национальный продукт, предоставляющий широкий спектр туристических услуг по Узбекистану. Это приложение может стать платформой для развития smart-туризма в стране. Uzbekistan Pass интегрирован с уже существующими сервисами и приложениями, что делает сервис удобным и оперативным для путешественников в любой точке страны.

Данная разработка имеет свой сайт и мобильное приложение, которое можно скачать в Play Market или Appstore. Компания также разработала мультязычные карманные путеводители. Пользователи Uzbekistan Pass могут получить их совершенно бесплатно. Путеводители подробно расскажут о каждой области Узбекистана, ее достопримечательностях, кухне и праздниках. Кроме того, через приложение можно приобрести турпакет либо заказать услуги гида. [4]

Главное преимущество данной системы – достоверное отображение количества номеров в гостиницах и информирование о бронировании номера в режиме реального времени. Система позволяет вести автоматический учет уплаты госпошлин, упрощает подачу отчетов, снижает уровень возникновения ошибок из-за человеческого фактора. В скором времени планируется подключить систему к таким агрегаторам, как Booking.com, Expedia.com и др. Совместно с компанией SmartChain разрабатывается инновационное мобильное приложение NAZZAR. NAZZAR – это приложение с применением технологии (Augmentedreality–дополненная реальность), которая позволяет интегрировать на любые материальные носители элементы дополненной реальности. При наведении смартфона на значок NAZZAR на экране смартфона появляется изображение реального объекта, дополненное различными эффектами. Фирменный знак размещается на любом материальном носителе: буклет, журнал, меню, упаковка, вывеска, рекламный баннер. Среди примеров можно выделить:

- видеостатичную картинку на носителе, которая «оживает», превращаясь в видеофрагмент;
- аудиосопровождение, которое воспроизводится с помощью динамика смартфона пользователя;
- 3D-объекты. Фото и картинки на экране становятся трехмерными, что позволяет рассмотреть их с разных сторон и ракурсов;
- виртуальные кнопки. Рекламное предложение дополняется кнопками «купить» и «узнать больше», появляющимися на экране смартфона во время просмотра. [4]

В скором времени появится мобильное приложение UzFinder. Приложение позволит найти ближайшие к вам туалеты и бесплатные Wi-Fi-зоны. Также UzFinder предоставит пользователям возможность оценить тот или иной туалет, выложить его фотографию, указать его стоимость или ее отсутствие и другую дополнительную информацию.

Госкомтуризм одним из первых среди министерств и ведомств запустил официальную страницу в Facebook. На странице освещается деятельность комитета как на местном, так и на международном уровне. На сегодняшний день на страницу подписано более 22 тысяч человек. Охват публикаций достигает 120 тысяч пользователей. За новостями туризма можно следить не только через официальный сайт комитета, но и через Telegram-канал @uzbekistantravel. [4]

Инновации включаются в туризм в следующих направлениях: Устойчивое развитие туристских зон, построенных на инфраструктуре самых современных технологий, доступных каждому. Взаимодействие потребителя и интеграция его в окружение, дестинацию. Повышение качества опыта в дестинации. Улучшение качества жизни жителей. Особое внимание уделяется IT-туристскому опыту. Smart-туристы активно участвуют в его формировании. Они не только потребляют услугу, но и создают ее, улучшают, повышают ценность услуги, например дис-



кутируя в социальных сетях или помещая фотографии в Instagram. Еще одной характерной особенностью Smart-туризма является его креативный характер. В мире достаточно примеров использования Smart-элементов в туристской сфере. Разные страны находят свои пути в этом направлении. Например, в Азии и Европе разработаны программы интеллектуального туризма в рамках концепции Smart-City, способствующие продвижению региона, при этом возникают новые туристские направления. Кроме того, в Европе разрабатываются приложения для пользователей. В Китае и Южной Корее поддерживают проекты, направленные на создание технологической инфраструктуры Smart-туризма.

Таким образом, Smart-туризм – это концепция использования современных технологий для улучшения опыта, путешествий и обеспечения, удобства туристов, решения проблем в смарт туризме может включать в себе вышеперечисленные эффективные меры.

Список литературы:

1. Абдурахмат Рахимов – Smart-туризм в Узбекистане. (1992)
2. Абдурахмат Рахимов- Туризм в эпоху высоких технологий. (2002)
3. Наталья Николаевна – Смарт туризм как часть смарт концепций. (2017)
4. <https://ictnews.uz/28/01/2019/smart-tourism/>



СМАРТ ТУРИЗМ В УЗБЕКИСТАНЕ: НОВЫЕ ПОДХОДЫ И СОВРЕМЕННЫЕ РЕШЕНИЯ

Узганбаева Дилноза Тохтасиновна

Ферганский политехнический институт Ассистент кафедры «Экономика»

Аннотация: В статье рассмотрены особенности развития смарт туризма в Узбекистане, а так же раскрыта роль маркетинга в сфере туризма, особенности маркетинговых услуг, турпродукта и предложены научные рекомендации по дальнейшему развитию этой сферы.

Ключевые слова: Туризм, турпродукт, экологический туризм, смарт туризм, оздоровительный туризм, маркетинг.

Annotatsiya: Maqolada O'zbekistonda Smart-turizmni rivojlantirish xususiyatlari ko'rib chiqiladi, shuningdek, turizm sohasidagi marketingning o'рни, marketing xizmatlari, turistik mahsulotlar xususiyatlari ochib beriladi va ushbu sohani rivojlantirish istiqbollari bo'yicha ilmiy tavsiyalar berilgan.

Kalit so'zlar: Turizm, turistik mahsulot, ekoturizm, Smart-turizm, sog'lomlashtirish turizmi, marketing.

Abstract: The article examines the features of the development of Smart tourism in Uzbekistan, as well as reveals the role of marketing in the field of tourism, features of marketing services, tourism products, and offers scientific recommendations for the further development of this area.

Key words: Tourism, tourism product, eco-tourism, Smart tourism, health tourism, marketing.

На сегодняшний день туризм является одной из самых быстрорастущих отраслей в мировой экономике. Среднегодовые темпы роста мировой индустрии туризма составляют в среднем около 5% в год. Он приносит до 10 % валового мирового дохода.

Современный туризм оказывает активное влияние на развитие социальной сферы, содействие занятости, сохранение и развитие культурного потенциала, рациональное проведение свободного времени и восстановление воспроизводственного потенциала. Значение туризма для экономики страны многообразно и весьма весомо.

Но это положение может быть реализовано на стабильной основе только через осознание и наиболее полное удовлетворение общественных потребностей через создание системы ценностей для владельцев компаний для владельцев компаний потребителей его продукции-туристов, поставщиков и персонала компаний и самой территории, принимающей туристские потоки.

С каждым годом туристическая индустрия Узбекистана все более активно включается в мировой рынок. Развитие туризма как никакая другая отрасль экономики стимулирует создание рабочих мест и развитие малого бизнеса, перераспределяет ресурсы между странами, оказывает стимулирующее воздействие на такие секторы экономики, как транспорт, связь, сфера услуг, торговля, строительство, производство товаров народного потребления.

В современных условиях развития уровень благоприятствований государственной политики в отношении туризма являются важнейшими факторами оказывающими огромное влияние на доходность бюджета страны. В мировой экономике современная тур-индустрия является одной из самых высокодоходных отраслей.

Развитие цифровой экономики диктует новые тенденции развития туристского рынка в Узбекистане. В частности, глобализация туристского бизнеса, активное развитие и влияние Интернет ресурсов на туристический рынок, персонификация подхода в организации путешествия по новому формирует развития туристского рынка в Узбекистане. Рынок туристских онлайн услуг является самым развивающимся сектором электронной торговли услугами. За последние годы иностранные туристы при планировании и организации своих поездок по Узбекистану используют Интернет. В туристской среде ведется работа по продвижению на рынок динамического пакетирования туров.



Это новая технология формирования и реализации турпродукта путем прямого обращения к ресурсным системам авиакомпаний, отелей и агрегаторов тур услуг. Современные технологии позволяют туристам самостоятельно планировать и организовывать свои поездки от начала и до конца: покупать недорогие билеты на все виды транспорта, бронировать жилье, составлять маршруты и программу развлечений. Наиболее распространенными инновациями в туризме, связанными с цифровыми технологиями, явились нововведения в области транспортных услуг и услуг размещения (электронное бронирование, электронные билеты, электронные визы). В ситуации, когда использование цифровых технологий вытесняет с туристического рынка посредников (турагентства), туристическим фирмам следует особое внимание уделять совершенствованию применяемых цифровых технологий. Это позволит получить новый быстрый и эффективный инструментарий.

В заключение можно сказать, что туризм во всем мире стал одной из самых значимых экономических отраслей. Во многих странах мира туристическая отрасль предоставляет рабочие места и возможности для профессионального роста. При этом занятость в данной отрасли растет почти в два раза быстрее, чем в других сферах услуг за счет того аспекта, что для предоставления одной услуги может быть задействовано несколько специалистов. Например, при продаже туристического пакета задействованы менеджер турфирмы, бухгалтер, директор и т.д.

Изменение личностных ценностей и предпочтений туристов играет первостепенную роль в развитии туризма. Поэтому перед туристическими фирмами стоит задача в полной мере внедрить в практику и адаптировать инновации, ноу-хау в области туризма, перейти на цифровые платформы, чтобы максимально полно учесть современные изменения, колебания, тренды в развитии этой отрасли.

Список использованной литературы:

1. Закон Республики Узбекистан « О Туризме» № ЗРУ-549 18 июля 2019 года.
2. Указ Президента Республики Узбекистан № 5611 « Концепция развития.
3. сферы туризма в период до 2025 года».
4. Остонов, О. А. (2021). Тенденции развития национального ремесленничества в Узбекистане. Экономика Центральной Азии, 5(1), 67-80.



СМАРТ ТУРИЗМ В УЗБЕКИСТАНЕ: НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ И ВЫЗОВЫ

Бекмурадова Лайло Турсунмаматовна

Докторант Научно-исследовательского института
Изучения проблем объектов культурного наследия и развития туризма

Аннотация: Статья рассказывает о смарт туризме в Узбекистане и его влиянии на развитие туристической индустрии в стране. Описываются преимущества смарт туризма, такие как улучшение качества обслуживания туристов и развитие цифрового маркетинга, а также вызовы, которые стоят перед индустрией, такие как необходимость развития инфраструктуры и адаптации технологий под потребности туристов. В целом, статья подчеркивает огромный потенциал смарт туризма для Узбекистана и необходимость продолжения работы по совершенствованию инфраструктуры и развитию новых технологий.

Ключевые слова: туризм, смарт туризм, Smart city, ИКТ, Verum QR, Nazzar, PWA, Uzbekistan Pass, Clicksmile.

Annotatsiya: Maqolada O'zbekistonda Smart-turizm va uning mamlakatda turizm industriasini rivojlantirishga ta'siri haqida so'z boradi. Sayyohlarga xizmat ko'rsatish sifatini oshirish va raqamli marketingni rivojlantirish kabi Smart-turizmning afzalliklari, shuningdek, infratuzilmani rivojlantirish va texnologiyalarni sayyohlar ehtiyojlariga moslashtirish zarurati kabi soha oldida turgan muammolar tasvirlangan. Umuman olganda, maqolada O'zbekiston uchun Smart-turizmning ulkan salohiyati va infratuzilmani yaxshilash va yangi texnologiyalarni rivojlantirish bo'yicha ishlarni davom ettirish zarurligi ta'kidlangan.

Kalit so'zlar: turizm, Smart-turizm, aqlli shahar, AKT, Verum QR, Nazzar, PWA, Uzbekistan Pass, Clicksmile.

Abstract: The article talks about Smart tourism in Uzbekistan and its impact on the development of the tourism industry in the country. The advantages of Smart tourism are described, such as improving the quality of service for tourists and the development of digital marketing, as well as the challenges facing the industry, such as the need to develop infrastructure and adapt technologies to the needs of tourists. In general, the article emphasizes the huge potential of Smart tourism for Uzbekistan and the need to continue work to improve infrastructure and develop new technologies.

Key words: tourism, Smart tourism, Smart city, ICT, Verum QR, Nazzar, PWA, Uzbekistan Pass, Clicksmile.

ВВЕДЕНИЕ

В современном мире туризм стал неотъемлемой частью жизни многих людей. Технологии умного туризма представляют собой совокупность различных методов и инструментов, которые способствуют устойчивому развитию туризма и улучшению качества туристического продукта. Они базируются на инновационных подходах в сфере информационных технологий, энергетики, транспорта и др. Для умного (цифрового) туризма предприятия должны принять соответствующие меры, а именно, сделать необходимые инвестиции, выделить бюджет, создать финансирование и организовать необходимое обучение человеческих ресурсов.

АНАЛИЗ ЛИТЕРАТУРЫ ПО ТЕМЕ

При освещении теоретических вопросов были использованы работы отечественных и зарубежных ученых, посвященные раскрытию вопросов «умного туризма», вопросам продвижения и стратегического управления в туристском бизнесе.

При изучении научной статьи «Перспективы развития электронной коммерции в Узбекистане» М.Ю. Джуманиязовой рассмотрено использование информационно коммуникационных



технологий в бизнесе, изучены законы и концепции электронной коммерции Узбекистана, обобщены теоретические аспекты данной отрасли [8. 60- 67с].

Учебное пособие “Электронная коммерция и маркетинг в Интернете” В.А. Алексунин, В.В. Родигина посвящено основе электронного бизнеса – маркетингу с использованием глобальной сети Интернет. [1].

В учебном пособии Л.А.Родигин Е.Л. Родигин “Интернет-технологии в туризме и гостеприимстве” полностью даётся информация о создании интернета и протоколов. [9]

При изучении моделей и подходов к управлению и регулированию туризмом использовалась информация из работ Л.Е. Калининой., Е.А. Джанджугазовой и А.Д. Чудновского. В рамках исследования разработок интернет-технологий как средств продвижения изучались работы Кускова А, Мельниковой Н.А, Моисеевой Н.К, Мифорова Н.В, Ветитнева А.М.

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Туризм определяется как сектор услуг, в котором люди могут на некоторое время оторваться от своей рабочей жизни, чтобы расслабиться и хорошо провести время, путешествовать, чтобы получить новый опыт, и таким образом внести вклад в национальную экономику. Поэтому «туризм», относящийся к сфере услуг, представляет собой многогранную область деятельности страны, которая находится в постоянном взаимодействии с экономической, социальной, культурной и природной средой. Также туристическая деятельность обеспечивает доход, занятость и поток иностранной валюты для развивающихся стран и направлений [7].

Технологии, как неотъемлемый элемент человеческой жизни, способствуют быстрому развитию конкуренции, повышению производительности среди секторов, а также улучшению текущей ситуации на рынке. Развитие туризма, транспортных и коммуникационных технологий увеличивает как потребности людей в отдыхе/отпуске, так и разнообразие продуктов/услуг в сфере туризма, а рост числа туристов обеспечивает большой поток ликвидности для мировой экономики. Поэтому переход к цифровизации имеет важное значение для сектора туризма с точки зрения вклада в национальную экономику [2].

Цифровые тенденции в секторе туризма меняют ожидания туристов. Сегодня клиенты туристических услуг хотят получить впечатления и решения, созданные специально для них. В этом контексте туристический мир, который повернулся лицом к цифровой трансформации, начал получать выгоду от положительного влияния на результаты бизнеса, используя в своей деятельности такие технологии, как персонализированный опыт, омниканальный клиентский опыт, виртуальная реальность, маркетинг в реальном времени, платформы обмена сообщениями и чат-боты, мобильная интеграция, подход, основанный на данных, и искусственный интеллект [6].

Индустрия туризма вносит вклад в экономику страны, обеспечивает занятость населения и приносит иностранную валюту. Туризм считается одной из отраслей, где процессы диджитализации и цифровизации, изменили бизнес-процессы в глобальном масштабе. На данный момент в рамках умного туризма встречается множество новых технологий, таких как информационно-коммуникационные технологии, облачные вычисления, технологии дополненной и виртуальной реальности, блокчейн, искусственный интеллект, роботизированные системы, приложения и услуги, функционирующие на основе местоположения устройства и внутренней рекомендательной системе. В туристическом секторе такие умные технологии можно встретить в отелях, музеях, кафе и ресторанах. На практике можно увидеть, что становится неизбежным замена традиционного туризма цифровым, поскольку «умная» трансформация меняет туризм от начала и до конца.

Smart-туризм («Умный» туризм) – это модель объединенного развития туристической и инновационной технологии S&R, что является не только будущей тенденцией развития туристической, но и ключом к трансформации и модернизации современной сферы обслуживания. Новый этап мировой технологической революции, одной из движущих сил которой выступает Интернет, изменяет ход мирового экономического развития, человеческую жизнь и производство, что ведёт к новым изменениям в развитии мировой туристической. Глубокая интеграция



процесса развития туристической индустрии с Интернетом становится все более распространенной тенденцией современности

Направление Smart-туризма объединяет в себе планирование туризма на территории, применение принципов устойчивости к цепочке начисления стоимости, внедрение технологий в туристические впечатления и предоставление услуг, эффективное управление ресурсами и способность реагировать на потребности и особенности поведения туристов (рис.1)



Рис. 1: Виды смыслового наполнения дефиниции Smart-туризма

Источник (3)

В 2009 году «Смарт-туризм» был определен Всемирной туристской организацией. В 2015 году в это определение были включены информационно-коммуникационные технологии. Однако в 2017 году, с учетом сегодняшнего подхода к «умному туризму», было дано определение, включающее большие данные (BigData), Интернет вещей, умные дестинации. «Туризм 4.0» определяется как туристическая деятельность, которая интегрирует информационные технологии и туризм, а также поддерживается современными инновациями. В этом отношении туризм представляет собой интеграцию пяти элементов: туриста, правительства, природной территории, центра обмена информацией и бизнеса. По сути, основной целью является улучшение туристического опыта и максимизация удовлетворенности путем улучшения конкурентных условий в рамках устойчивости [5].

До пандемии исследователи рынка прогнозировали, что к 2020 году мировой рынок онлайн-путешествий достигнет почти 818 миллиардов долларов, что обусловлено спросом на мобильные приложения и веб-сайты для путешествий [11]

Во всем мире смарт туризм становится все более популярным и развитым. Он включает в себя использование новых технологий и инновационных подходов для улучшения опыта путешественников и увеличения доходов туристической индустрии.



Некоторые из наиболее успешных примеров развития смарт туризма в мире:

1. Гонконг, Китай – Здесь была создана цифровая платформа Discover Hong Kong, которая предоставляет туристам информацию о местных достопримечательностях, ресторанах, отелях и других объектах. Платформа также предлагает интерактивные карты, аудиогиды и многое другое.
2. Амстердам, Нидерланды – Город запустил проект Amsterdam Smart City, который использует технологии Интернета вещей (IoT) для управления энергией, транспортом и другими аспектами городской жизни. Это также помогает улучшить опыт туристов, например, с помощью автоматизированных систем управления трафиком и информации о транспорте.
3. Барселона, Испания – Город использует технологии Интернета вещей для управления городскими ресурсами и улучшения опыта туристов. Например, система Smart Beach позволяет отслеживать загруженность пляжей и предоставлять туристам информацию о погоде, условиях на пляже и других аспектах.
4. Сингапур – Город использует технологии Интернета вещей для создания умных городских районов, таких как Marina Bay и Sentosa Island. Эти районы предлагают туристам множество развлечений и возможностей для отдыха, включая высокотехнологичные аттракционы и интерактивные музеи.
5. Сан-Франциско, США – Здесь была создана цифровая платформа SFpark, которая позволяет управлять парковкой в городе и предоставлять туристам информацию о доступных парковочных местах. Это помогает уменьшить пробки и улучшить опыт туристов.

Одним из примеров успешной реализации смарт туризма является Южная Корея, которая в 2015 году запустила программу «Смарт туризм». Она включала в себя создание мобильных приложений для туристов, установку интерактивных информационных стендов и использование системы распознавания речи для общения с иностранными туристами на разных языках. В результате, Южная Корея значительно увеличила число иностранных туристов и улучшила качество их обслуживания. Например, в Японии введены многоязычные информационные стенды и мобильные приложения для туристов, а в Сингапуре используются системы искусственного интеллекта для персонализации туристических услуг.

Эти и другие примеры показывают, что смарт туризм может быть эффективным способом улучшения опыта туристов и развития туристической индустрии в целом.

АНАЛИЗЫ И РЕЗУЛЬТАТЫ

Сегодня технологии стали неотъемлемой частью нашей жизни, и туризм не является исключением. Смарт-туризм – это новый подход к организации путешествий, который основан на использовании современных технологий и инновационных решений. В Узбекистане такой подход к туризму уже начинает набирать обороты, и это открывает новые возможности для развития отрасли.

В Узбекистане есть большой потенциал для развития Смарт-туризма. Страна обладает богатым культурным наследием, историческими достопримечательностями и красивой природой, что делает ее привлекательным направлением для туристов. Внедрение смарт-технологий в туризме может улучшить качество обслуживания туристов, сделать информацию о достопримечательностях более доступной, упростить процесс бронирования и оплаты услуг.

Несмотря на огромный туристский потенциал, туристская инфраструктура Узбекистана, качество и уровень оказания туристских услуг, а также система управления отраслью не соответствуют современным требованиям в условиях глобализации и жесткой конкуренции. Вклад туризма в экономику страны, развитие сферы услуг и обеспечение занятости населения отстает от среднемировых показателей. Вектор развития, заданный Президентом Республики Узбекистан, направлен на обеспечение ускоренного развития туристской отрасли и придание туризму статуса стратегического сектора экономики.

Для развития электронной коммерции в нашей стране было принято ПП-3724 Республики Узбекистан от 14 мая 2018 года. Говоря об электронной коммерции в Узбекистане можно ска-



зять, что эта сфера экономики ощутимо начинает показывать свой потенциал, а если говорить на языке цифр то, только за первые три месяца 2018 г. сумма транзакций по электронной коммерции в стране составила 663,5 млрд сумов (82,697\$ млн.), увеличившись на 49,3 % по сравнению с аналогичным периодом прошлого года — 444,4 млрд. сумов (55,376\$ млн.). Конечно же одним из основных рычагов в развитии этой сферы оказывают и государственные реформы, так, 12 февраля 2018 г. была создана Ассоциация электронной коммерции Узбекистана, основными задачами которой, является установление связей, а также партнерских отношений с местными органами власти и управления, проведением и организацией тренингов, целевых семинаров, презентаций и конференций, организацией третейских судов для разрешения споров, вытекающих из гражданского правовых взаимоотношений и многим другим. [4]

В Узбекистане Министерство по развитию информационных технологий и связи, Центр разработки и внедрения компьютерных и информационных технологий UZINFOCOM внедряют зоны «Wi-Fi» с высокоскоростным доступом в Интернет в таких крупных туристических городах, как Ташкент, Хива, Бухара, в Кашкадарьинской и Ташкентской областях, имеющих на своей территории большое количество древних поселений. С 2019 года в городе Самарканде действует научно-образовательный проект, в рамках которого команда специалистов исследует и формирует концепцию «умного музея» и стратегию его цифрового развития, делится накопленными знаниями и размышлениями в рамках данной работы. Решения, которые уже закладываются, во многом можно назвать попыткой визуализировать древние поселения, являющиеся национальным достоянием Узбекистана. Используются новейшие Smart технологии, которые активно взаимодействуют через IT-системы: Интернет вещей (IoT), дополненная, виртуальная, смешанная реальность (VR/AR/MR), использование и прогнозирование на основе больших данных (Big Data), iBeacon и другие технологии локальных взаимодействий (Bluetooth, WiFi, Push, NFC).

Смарт-туризм в Узбекистане развивается активно и получает поддержку со стороны правительства. В стране проводятся различные мероприятия и инициативы для развития Смарт-туризма, в том числе:

- Создание цифровой инфраструктуры: правительство Узбекистана активно работает над созданием цифровой инфраструктуры, включая развитие широкополосного интернета, установку бесплатных Wi-Fi точек доступа и разработку мобильных приложений для туристов.
- Цифровизация туристических услуг: в стране создаются электронные платформы для бронирования гостиниц, покупки билетов на местные достопримечательности и экскурсии, а также для получения информации о туристических объектах и событиях.
- Продвижение электронных виз: Узбекистан внедрил систему электронных виз, что значительно упростило процесс получения визы для иностранных туристов. Теперь они могут подать заявку на визу онлайн и получить ее по электронной почте.
- Развитие туристической инфраструктуры: в Узбекистане активно развивается туристическая инфраструктура, включая строительство новых гостиниц, ресторанов и туристических объектов. Внедрение смарт-технологий и инновационных подходов в эти объекты делает их более удобными и доступными для туристов.
- Обучение персонала: проводятся тренинги и семинары для персонала туристической индустрии по использованию смарт-технологий и цифровых инструментов для улучшения обслуживания туристов.
- Маркетинговые кампании: правительство и туристические организации Узбекистана проводят маркетинговые кампании для привлечения иностранных туристов, используя современные цифровые маркетинговые инструменты и социальные сети.
- Партнерство с частным сектором: правительство активно сотрудничает с частными компаниями и предпринимателями в области развития Смарт-туризма, предоставляя им поддержку и стимулы для внедрения новых технологий и инновационных подходов.

В Узбекистане смарт-технологии начали активно внедряться в туристическую индустрию только в последние годы. Например, были созданы мобильные приложения для туристов, такие как Visit Uzbekistan и Uzbekistan Pass, которые предоставляют информацию о достопри-

мечательностях, местах размещения, ресторанах и т.д. Также в некоторых гостиницах появились системы управления номерами через мобильное приложение. Ниже представлены виды умных технологий, популярных в нашей стране, составленные автором. (рис.2.)



Рис.2: Виды умных технологий
Источник [10]

Для развития Смарт-туризма в Узбекистане можно предпринять следующие меры:

- Развитие цифровой инфраструктуры: необходимо продолжать развитие широкополосного интернета и установку бесплатных Wi-Fi точек доступа по всей стране. Также стоит разрабатывать и совершенствовать мобильные приложения для туристов, которые будут предоставлять информацию о достопримечательностях, маршрутах, гостиницах и т.д.
- Повышение качества туристических услуг: необходимо продолжать цифровизацию туристических услуг, создавая электронные платформы для бронирования гостиниц,



покупки билетов и получения информации о туристических объектах. Важно обеспечить удобство и простоту использования этих платформ для туристов.

- Продвижение электронных виз: следует продолжать развивать систему электронных виз и упрощать процесс получения визы для иностранных туристов. Необходимо сделать онлайн-заявку на визу еще более удобной и быстрой, а также предоставлять возможность получения визы по электронной почте.
- Развитие туристической инфраструктуры: необходимо продолжать строительство новых гостиниц, ресторанов и туристических объектов, обеспечивая их современными смарт-технологиями и инновационными подходами. Важно создавать комфортные и доступные условия для туристов.
- Обучение персонала: проведение тренингов и семинаров для персонала туристической индустрии по использованию смарт-технологий и цифровых инструментов поможет повысить качество обслуживания туристов и улучшить их впечатление от посещения Узбекистана.
- Маркетинговые кампании: проведение маркетинговых кампаний с использованием современных цифровых маркетинговых инструментов и социальных сетей поможет привлечь больше иностранных туристов в Узбекистан. Важно активно продвигать туристические достопримечательности и уникальные культурные особенности страны.
- Партнерство с частным сектором: необходимо продолжать сотрудничество с частными компаниями и предпринимателями, предоставляя им поддержку и стимулы для внедрения новых технологий и инновационных подходов в сфере Смарт-туризма.

ЗАКЛЮЧЕНИЯ

Смарт-туризм: новые возможности для развития туристической индустрии в Узбекистане

Сегодня технологии стали неотъемлемой частью нашей жизни, и туризм не является исключением. Смарт-туризм – это новый подход к организации путешествий, который основан на использовании современных технологий и инновационных решений. В Узбекистане такой подход к туризму уже начинает набирать обороты, и это открывает новые возможности для развития отрасли.

Одной из главных проблем туристической индустрии в Узбекистане является недостаточное количество информации о стране и ее достопримечательностях. Смарт-туризм может помочь решить эту проблему, предоставляя туристам доступ к полной и достоверной информации о местах, которые они планируют посетить. Это может быть реализовано через создание специальных мобильных приложений, которые будут содержать информацию о местах, где можно остановиться, ресторанах, магазинах и других объектах.

Кроме того, Смарт-туризм может помочь туристам сделать путешествие более комфортным и безопасным. Например, технологии распознавания лиц могут использоваться для упрощения процесса регистрации в отелях и аэропортах, а также для обеспечения безопасности туристов. Технологии искусственного интеллекта могут использоваться для предоставления персонализированных рекомендаций туристам, основанных на их интересах и предпочтениях.

Однако, для успешного развития Смарт-туризма в Узбекистане необходимо сотрудничество между государством, бизнесом и обществом. Государство должно создать благоприятные условия для развития инноваций в туризме, а также поддерживать инициативы, которые способствуют развитию Смарт-туризма. Бизнес должен инвестировать в развитие новых технологий и создание инновационных продуктов. Общество должно поддерживать инициативы, которые способствуют развитию туризма в стране.

Важно отметить, что Узбекистан может использовать зарубежный опыт в развитии Смарт-туризма. Например, Япония уже давно использует технологии для улучшения туристического опыта, включая смартфоны и приложения, которые предоставляют туристам информацию о местах, которые они посещают, и помогают им планировать свои поездки.



В заключение, Смарт-туризм может стать ключевым фактором для развития туристической индустрии в Узбекистане. Он может помочь решить многие проблемы, с которыми сталкиваются туристы в настоящее время, и создать новые возможности для бизнеса. Но для этого необходимо сотрудничество между государством, бизнесом и обществом, а также использование зарубежного опыта в развитии Смарт-туризма.

Список использованной литературы:

1. Алексунин В.А., Родигина В.В. Электронная Коммерция и маркетинг в Интернете. М.: Дашков и ко, 2007.
2. Богомазова И.В., Аноприева Е.В., Климова Т.Б. Цифровая экономика в индустрии туризма и гостеприимства: тенденции и перспективы. Сервис в России и за рубежом - 2019. №3 (85). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-ekonomika-v-industrii-turizma-i-gostepriimstva-tendentsii-i-perspektivy>
3. Кормягина Н.Н. Smart-туризм как часть Smart-концепции. Маркетинг и логистика. 2017, №6 (14). С.45-47. <https://marklog.ru/smart-turizm-kak-chast-smart-konceptii>.
4. Менглиев Д.Б. Развитие электронный коммерции в Узбекистане. Молодой ученый. 2018. № 21, с-265-267.
5. Морозов М.М. Инновационные бизнес-модели в сервисной индустрии с целью обеспечения ее устойчивого развития // Сервис в России и за рубежом - 2023. №1 (103). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsionnye-biznes-modeli-vservisnoy-industrii-s-tselyu-obespecheniya-ee-ustoychivogorazvitiya>
6. Морозов М.А., Морозова Н.С. Инновационные тренды развития туризма и гостиничного бизнеса в условиях цифровизации. ЕГИ. 2020. №2 (28). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsionnye-trendy-razvitiyaturizma-i-gostinichnogo-biznesa-v-usloviyah-tsifrovizatsii>
7. Молчанова В.А. Инновации городов – центров туризма: «умная дестинация» Наука сегодня: фундаментальные и прикладные исследования: материалы международной научно-практической конференции, Вологда, 25 сентября 2019 года / Научный центр «Диспут». – Вологда: ООО «Маркер», -2019. -с. 34-37. EDN EACZZ
8. Ольховская, И. В, Ишанходжаева. Д.Е. Перспективы развития электронногобизнеса в Республике Узбекистан. Экономика и бизнес: теория и практика. -2018. 3. -с. 94-96.
9. Родигин. Л.А., Родигин Е.Л. Интернет-технологии в туризме и гостеприимстве. Лекции: учеб. пособие. РМТ.М: Советский спорт - 2014. 208 стр.
10. <https://ictnews.uz/28/01/2019/smart-tourism/>
11. https://inlibrary.uz/index.php/development_economy/article/view/16274.



ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА РАЗВИТИЕ ТУРИСТСКОГО РЫНКА В УЗБЕКИСТАНЕ

Мустаева Шохиди Саъдуллаевна

Докторант НИИ изучения проблем объектов культурного наследия и развития туризма

Аннотация: Данная статья посвящена исследованию влияния цифровых технологий на развитие туристского рынка в Республике Узбекистан. Акцент делается на обзоре текущего состояния отрасли, оценке потенциала цифровых инноваций и выявлении перспектив развития туризма в эпоху цифровой трансформации. Анализируются ключевые вызовы и возможности, стоящие перед узбекской туристической индустрией, в условиях быстро меняющегося цифрового мира.

Данное исследование выделяет ключевые проблемы и предлагает перспективные решения для эффективного использования цифровых технологий в туристической сфере, что может способствовать улучшению конкурентоспособности страны на мировой арене в сфере туризма.

Ключевые слова: туризм, цифровые технологии, развитие отрасли, цифровая трансформация, инновации, туристический рынок.

Annotatsiya: Ushbu maqola raqamli texnologiyalarning O'zbekiston Respublikasi turizm bozorining rivojlantirishiga ta'sirini o'rganishga bag'ishlangan. Asosiy e'tibor sohaning hozirgi holatini ko'rib chiqish, raqamli innovatsiyalar salohiyatini baholash va raqamli transformatsiya davrida turizmni rivojlantirish istiqbollarini aniqlashga qaratilgan. O'zbekiston turizm sanoati oldida turgan asosiy muammolar va imkoniyatlar tez o'zgarib borayotgan raqamli dunyo kontekstida tahlil qilingan.

Ushbu tadqiqot asosiy muammolarga e'tibor qaratadi va turizm sohasida raqamli texnologiyalardan samarali foydalanish bo'yicha istiqbolli yechimlarni taklif etadi, bu esa mamlakatning global turizm sahnasida raqobatbardoshligini oshirishga yordam beradi.

Kalit so'zlar: turizm, raqamli texnologiyalar, sanoatni rivojlantirish, raqamli transformatsiya, innovatsiyalar, turizm bozori.

Abstract: This article focuses on examining the impact of digital technologies on the development of the tourism market in the Republic of Uzbekistan. Emphasis is placed on reviewing the current state of the industry, assessing the potential of digital innovations, and identifying prospects for tourism development in the era of digital transformation. Key challenges and opportunities facing the Uzbek tourism industry in the rapidly changing digital landscape were analyzed in this article. The study provides a detailed overview of successful practices of implementing digital technologies in tourism in other countries and adapts them to the unique conditions of Uzbekistan. The article also highlights key issues and proposes promising solutions for the effective use of digital technologies in the tourism sector, which can contribute to enhancing the country's competitiveness in the global tourism sphere.

Key words: tourism, digital technologies, industry development, digital transformation, innovation, tourism market.

Современный туристический рынок сталкивается с растущим влиянием цифровых технологий, изменяя тем самым подходы к организации и восприятию туристического опыта. Выбор темы «Влияние цифровых технологий на развитие туристского рынка в Узбекистане» обусловлен не только общим интересом к динамично развивающейся сфере туризма в стране, но и отсутствием исчерпывающих исследований в контексте применения цифровых решений в узбекской туристической индустрии. Проблемная ситуация заключается в необходимости адаптации традиционных подходов к новым реалиям, а также в отсутствии комплексного анализа влияния цифровых технологий на восприятие и организацию туристического продукта в контексте узбекской культуры и экономики.



Целью научного исследования является анализ воздействия цифровых технологий на туристическую индустрию Узбекистана и выявление путей оптимизации, и их использования для улучшения туристического опыта.

1. Для достижения данных целей, были поставлены следующие задачи:
2. Провести обзор текущего состояния туристической индустрии в Узбекистане.
3. Выявить основные цифровые технологии, применяемые в туризме.
4. Оценить влияние этих технологий на привлекательность Узбекистана для туристов.

Предложить рекомендации по оптимальному использованию цифровых решений в туристической отрасли.

Данное научное исследование базируется на анализе статистических данных о потоке туристов, использовании цифровых платформ в туристическом маркетинге и обслуживании, а также опросах туристов и участников индустрии. Применяется комплексный методологический подход, включающий в себя сравнительный анализ, статистический анализ данных и литературный обзор.

Материал исследования включает в себя данные о текущей инфраструктуре туристической отрасли, статистику использования цифровых технологий, а также результаты опросов и интервью с участниками индустрии и туристами. Уникальность материала заключается в акценте на узбекских реалиях и новизне в подходе к применению цифровых технологий в туристической сфере.

Исследование базируется на методах анализа статистических данных, сравнительного анализа успешных практик внедрения цифровых технологий в туризм в других странах, а также опроса участников туристической индустрии и туристов. Идентификация оборудования и программного обеспечения осуществляется с учетом уникальных особенностей узбекского рынка и культуры.

Следовательно, применение цифровых технологий в туризме Узбекистана способствует улучшению обслуживания туристов, повышению конкурентоспособности страны как туристического направления и формированию уникального туристического опыта.

Для достижения цели, следует обозначить следующие этапы научного исследования:

1. Обзор текущего состояния отрасли: Анализ существующей инфраструктуры и особенностей туристической индустрии в Узбекистане.
2. Идентификация ключевых цифровых технологий: Выделение основных технологических инноваций, внедряемых в туристический сектор.
3. Оценка влияния на туристический опыт: Исследование изменений в восприятии и организации туристического опыта под воздействием цифровых решений.
4. Анализ конкурентоспособности: Оценка того, как применение цифровых технологий влияет на привлекательность Узбекистана среди туристов относительно других стран.
5. Разработка рекомендаций: Формулирование практических рекомендаций для оптимального использования цифровых решений в туристической индустрии Узбекистана.
6. Выявление основных цифровых технологий: Определение технологии, которые имеют наибольший потенциал для трансформации туристического рынка в Узбекистане.
7. Оценка влияния на туристический опыт: Идентификация конкретных аспектов, в которых цифровые инновации оказывают наибольшее воздействие на восприятие и удовлетворение туристов.
8. Анализ конкурентоспособности: Разработка практических рекомендаций для укрепления позиций Узбекистана в мировой туристической индустрии с использованием цифровых технологий.



4-ШУЪБА ТУРИЗМ ВА ТАЪЛИМ: ШАРТ-ШАРОИТИ ВА ИСТИҚБОЛЛАРИ





ТАЪЛИМ ТУРИЗМИ ТУШУНЧАСИ МОҲИАТИ ВА УНИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ ХОРИЖ ТАЖРИБАЛАРИ

Саъдуллаева Гулноза Содиқ қизи

PhD, ТДИУ “Меҳмонхона бизнесини бошқариш” кафедраси доценти в.б.

Annotatsiya: Ушбу мақолада таълим туризми тушунчаси, хорижий мамлакатларнинг таълим туризми тажрибалари батафсил ёритилган. Мақола сўнгида муаллиф томонидан таклиф ва тавсиялар берилган.

Kalit so'zlar: Таълим туризми, хориж тажрибалари, рақобат, туроператорлар, тарихий туризм.

Abstract: This article describes in detail the concept of educational tourism, the experiences of foreign countries in educational tourism. At the end of the article, suggestions and recommendations are given by the author.

Key words: Educational tourism, foreign experiences, competition, tour operators, historical tourism.

Аннотация: В данной статье подробно описано понятие образовательного туризма, опыт зарубежных стран в сфере образовательного туризма. В конце статьи автором даны предложения и рекомендации.

Ключевые слова: Познавательный туризм, зарубежный опыт, конкуренция, туроператоры, исторический туризм.

Туризм амалга оширилаётган саёҳат мақсадига кўра турли гуруҳларга ажратилади. Масалан, тадбиркорлар бизнес мақсадида саёҳатга чиқсалар бу – бизнес туризм ҳисобланади. Соғломлаштириш, таълим, тарихий, диний, экотуризм ва бошқалар [1]. Тадқиқотимиз давомида “таълим туризмига” тўхталиб ўтамыз. «Таълим туризми» ибораси одатда ўқиш мақсадида чет элга саёҳат тушунилади. Буюк Британияда ўқиш учун саёҳат қилаётган талабалар сони ҳар йили 28% га ошмоқда.

Саёҳат бозори билан таққослаганда, бу денгиздан томчи. Бироқ, ушбу бозорнинг йиллик айланмиси, мутахассисларнинг фикрига кўра, 200 миллион евродан ошади. Шу сабабли рақобат кучайиб бормоқда ва ҳар икки томон ушбу жараёнда ўз улушини талаб қилмоқда. Истеъмолчи учун бу, шубҳасиз, ўсиб бораётган агентликлар ва уларнинг нархлари бўйича таклифларни танлаш имкониятини англатади. Чет давлатлар тажрибаларини ўрганар эканмиз, ҳар бир давлатнинг таълим борасида самарага эришуви турли усулларда амалга ошганини кўришимиз мумкин. Масалан, АҚШ асосий эътиборни рекламага қаратади. Дунё бўйича рекламага қилинган харажатнинг 57% и АҚШ га тўғри келади. Европа ёндашуви эса хизмат кўрсатишдир. Японлар таълимда замонавий технологияларни жорий этиш муҳим, деб ҳисоблашади [2].

Турагентликлар ўртасида энг қизғин рақобат бу – “Тил ўрганиш” дастурларидир. Бу чет давлатларга тил ўрганиш мақсадида саёҳат хизматларини назарда тутати. Нархларининг қимматлиги туфайли турфирмалар ҳар доим ҳам бундай мактаблар билан ишламайди, ва албатта, мактаблар ҳам синалмаган ҳамкорлар билан келишув тузмайдилар. Кейинги ўринда Middle market туради. Нархлари ўртача. Бу ерда ҳар қандай нарсани топишингиз мумкин: “қаттиқ” инглиз ўқув муассасаларидан тортиб Финландиянинг «давлат мактаблари» да ўқишгача. Охиргиси Low market – нисбатан арзон дастурлар. Ушбу сегментда сиз жуда эҳтиёт бўлишингиз керак: сайёҳлик агентликлари баъзан халқаро ташкилотларда аккредитациядан ўтмаган мактабларни ёки рус тилида сўзлашадиган гуруҳларда ўқишни таклиф қилишади. Халқаро таълим бозорида рақобат кураши асосан Ғарбий Европа, Шимолий Америка, Австралия ва Япония ўртасида кечмоқда. Бу давлатларга барча хорижий талабаларнинг 80% қисми тўғри келади. Буларнинг ичида АҚШ етакчи сифатида тан олинган. Америка таълим муассасалари хорижий талабалардан, АҚШ давлати томонидан уларга сарфланган харажатлардан 15 марта кўпроқ фойда олади. Рақобат курашида Европа Иттифоқи мустаҳкам иккинчи ўринда боради. Унинг пухта ишланган дастури таълим хизматларида ўсишни таъминламоқда. Британча



таълим тизими тўрт асосий тамойилни ўз ичига олади, булар: очиклик, бизнес билан ўзаро алоқа, мослашувчан таълим схемаси ва доимий сифат назорати [3].

Охирги йилларда халқаро рақобат курашида Россиянинг ўрни сезиларли пасаймоқда. Мутахассисларга бунга сабаб қилиб, техника, технологияларнинг эскириши ва бир томонлама иқтисодиёт, деб таъкидлашмоқда. Ҳарб давлатларининг таълим хизматлари бозоридан фойдани оширишга қаратилган яна бир ҳаракати бу – “таълим олиш бир умрга” шиорини яратиш бўлган. Бунинг мақсади таълим узлуксизлигини таъминлашдир. Одамларни олий таълимдан ташқари қўшимча билимларни эгаллашга чорлаш.

Таълим туризмнинг учта йўналиши ёки учта бозори мавжуд:

- тилларни ўрганиш сафари;
- спорт ва ўқув сафарлари;
- касбий тайёргарлик.

Чет тилларини ўрганиш бўйича саёҳатлар турли ёшдаги мижозлар орасида жуда машҳур – болалар ва уларнинг ота-оналаридан бошлаб, тил ўрганишни осонлаштириш учун саёҳатлар сотиб олганлар ва турли музокаралар учун оғзаки ишбилармонлик тилига қизиқадиган тадбиркорларгача. Тил дастурлари болалар учун 5 ёшдан мўлжалланган. Аммо бундай ёш болалар учун таклифлар ҳали кўп талабга эга эмас, аммо 10-17 ёшли мактаб ўқувчиларини юборадиган ота-оналар кўпроқ истак билан ўқишга юборилади. Ёш бўйича тил турларининг градацияси қуйидагича: мактаб ўқувчилари, талабалар, катталар (улар умумий оқимининг 10 фоизи). Тил ўрганилаётган мамлакатда дам олиш ва туризм билан уйғунлашув жуда яхши самара беради. Бундай саёҳатлар асосан миллий тиллар дунёда энг кенг тарқалган мамлакатларда – Англия, АҚШ, Франция, Испания, Германия, Италия, Португалияда ташкил этилади. Албатта, истиснолар мавжуд, чунки инглиз тилини Ирландия, Малта ва бошқа давлатларда ҳам муваффақиятли ўрганиш мумкин. Тил курслари қуйидагилар бўлиши мумкин: интенсив ва умумий (стандарт); бизнес курслари, халқаро имтиҳонларга тайёргарлик; таътил курслари (тил ўрганиш билан ўйин-кулги комбинацияси); якка ва гуруҳда машқ қилиш; университетга киришга қаратилган академик курслар [4].

Тилларни ўқитиш саёҳатлари индивидуал ва гуруҳли бўлиши мумкин (кўпинча бу бизнес тиллари гуруҳлари, мактаб ўқувчилари гуруҳлари). Таълим саёҳатларининг асосий дастурлари таълим ва диққатга сазовор жойлардир. Баъзи ҳолларда, шунингдек, спорт дастурлари мавжуд (асосан ёшлар сафарларида). Ўқув дастурлари – ўқув хоналарида, тил лабораторияларида махсус тил курслари сифатида ўтказилади. Тил дарслари турли даражаларда ўтказилиши мумкин: янги бошланувчилар учун, култиваторлар учун ва бошқалар. Барча дастурларда кунига 2-4 синф соатлари (45 дақиқа) чет тили дарслари мавжуд. Куннинг биринчи ярми чет тилини ўрганишга бағишланган, куннинг иккинчи ярми ўйин-кулги, ҳордиқ чиқариш, спорт ва экскурсиялар учун мўлжалланган. Шунингдек, интенсив тилларни ўрганиш сафари ҳафтада 20-30 соатлик дастур билан таклиф этилади. Экскурсия ва ўқув дастурлари ташриф буюрадиган мамлакатнинг маданияти ва диққатга сазовор жойларини, унинг тарихи ва адабиётини ўрганишни ўз ичига олади. Таълимнинг бир шакли театрларга ташриф буюриш бўлиши мумкин [5].

Туристларни тил ўрганиш турларига жойлаштириш турли хил бўлиши мумкин: меҳмонхоналар, коллеж ётоқхоналари ва ҳаттоки лагер жойлари. Бироқ, индивидуал сайёҳлар учун энг кўп афзал кўрилган нарсa маҳаллий аҳолининг оилаларига жойлаштиришдир. Бу «мажбурий» суҳбат амалиётини, шунингдек «миллат руҳига киришни» таъминлайди. Бундан ташқари, оилаларда яшаш кўпинча меҳмонхоналарга қараганда арзонроқ. Агар сўралса, катта болалар ўзлари яшайдиган оилага уй ёрдамини кўрсатишади, шундан кейин уй-жой ҳақи деярли бекор қилинади. Уй қулайроқ ва ҳатто хавфсизроқ, айниқса, ёш болалар учун. Энг муҳими, тилни такомиллаштириш нуқтаи назаридан самаралироқ, чунки талаба ўрганилаётган тилда нафақат мактабда, балки оилада ҳам мулоқот қилиши керак. Талабалар яшайдиган оилаларни танлашга алоҳида эътибор берилади. Туроператор туристларни жойлаштириш учун оилалар билан махсус шартномалар тузади, унга кўра оила туристларга алоҳида хона ва нонушта (баъзи ҳолларда кечки овқат) беради. Оилаларда яшайдиган болалар махсус



менежерлар томонидан назорат қилинади. Одатда бу оилалар туроператорлар билан бир йилдан кўпроқ вақт давомида ҳамкорлик қилиб келадилар ва болаларни қабул қилишда яхши оғру ва тажрибага эга. Талабаларни оилада иккита тилда, энг аввало турли мамлакатлардан, тил алоқаларини рағбатлантириш учун жойлаштириш тавсия этилади (ўрганилаётган тилда мулоқот қилишни талаб қиладиган шарт-шароитларни яратиш).

Адабиётлар:

1. Пономарева Т. В. Образовательный туризм: сущность, цели и основные сегменты потребителей. Проблемы современной экономики: материалы IV Междунар. науч. конф. (г. Челябинск, февраль 2015 г.).
2. В.А.Алексунина. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности. Учебник /под.ред. М.: Издательского-торговая корпорация "Дашков и К", 2005.
3. Абабков Ю.Н., Абабкова М.Ю. Маркетинг в социальной сфере. Учебное пособие. СПб.: Изд-во СПбГАСЭ, 2005.
4. Литвинова Н.П. Маркетинг образовательных услуг. СПб., 2002.
5. "Маркетинг образовательных услуг". Материалы науч. конференции (г.Нахабино, май 2010 г.)



TOSHKENT VILOYATIDA AGROTURIZM OBYEKTLARINI RIVOJLANTIRISH VA KADRLAR SALOHIYATINI OSHIRISH ISTIQBOLLARI

Jo'rayeva Nargiza Abduvohidovna

TDIU, Turizm kafedrası dotsenti

Annotatsiya: Bugungi kunda har bir hududning iqtisodiy-ijtimoiy jihatdan rivojlantirish uchun davlat tomonidan qator islohotlar olib borilmoqda. Ularni amalga oshirishda infratuzilmalarni yaxshilash bilan bir qatorda mavjud mutahassislarni malakasini oshirish eng muhim masalalardan biri hisoblanadi. Maqolada agroturizm sohasida xodimlarni o'qitish jarayonida yangi metodlardan foydalanish, amaliyot va nazariyani integratsiyalashtirish orqali malaka oshirishlari buyicha yangi AVIVA metodi taklif etilgan. Toshkent viloyatida mavjud qishloq hujaligi imkoniyatlaridan oqilona foydalanish hamda agroturizmni rivojlantirishda mutahassislarni qayta tayyorlashda AVIVA metodidan foydalanish imkoniyatlari yoritilgan.

Kalit so'zlar: Toshkent viloyati, agroturizm, malakali mutaxassis, ishsizlik, qo'shimcha daromad, AVIVA modeli, agroturizm klasteri.

Abstract: Today, the state is carrying out several reforms for the economic and social development of each region. When implementing them, one of the most important issues is improving the infrastructure, as well as improving the skills of existing specialists. The article proposes a new AVIVA method for using new methods in training employees in agritourism, as well as integrating theory and practice. The possibility of using the AVIVA method in retraining specialists in agrotourism development and rational use of existing agricultural management capabilities in the Tashkent region is highlighted.

Key words: Tashkent region, agrotourism, qualified specialist, unemployment, additional income, AVIVA model, agrotourism cluster.

Аннотация: Сегодня государством проводится ряд реформ для экономического и социального развития каждого региона. При их реализации одним из важнейших вопросов является улучшение инфраструктуры, а также повышение квалификации имеющихся специалистов. В статье предлагается новый метод AVIVA для использования новых методов в обучении сотрудников в сфере агротуризма, а также интеграции теории и практики. Освещены возможности использования метода AVIVA при переподготовке специалистов по развитию агротуризма.

Ключевые слова: Ташкентская область, агротуризм, квалифицированный специалист, безработица, дополнительный доход, модель AVIVA, агротуристический кластер.

Toshkent viloyatining turizm salohiyatini rivojlanishi, turistlar oqimini yanada oshirish maqsadida davlatimiz tomonidan qator islohotlar olib borilmoqda "2021-2022-yillarda Toshkent viloyatining Bo'stonliq tumanini kompleks ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi qarori ham qabul qilingan edi. Qarorga muvofiq Bo'stonliq tumani kompleks ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish, transport infratuzilmasini, shuningdek, turizm infratuzilmasini mavsumiy faoliyat olib borganligi tufayli barcha mavsum turli turizm potensialidan foydalangan holda ish faoliyatini ta'minlash ko'zda tutilgan. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining qarori, 29.06.2021-yildagi 396-sonli qaroriga ko'ra, "2021—2023-yillarda Toshkent viloyatining Bo'ka tumanini kompleks ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi qaror ham qabul qilingan.

Toshkent viloyatining har bir tumanining o'ziga hos turistik salohiyati mavjud bo'lgan hudud. Xududning tabiiy ekotizimi, qulay iqlim va yilning barcha faslida maroqli hordiq chiqarish imkoniyati mavjudligi mahalliy turistlarni ham ta'til paytlari maroqli dam olishlari uchun qulay shart-sharoitlarni yaratish zarur ekanligini bildiradi. Bugungi kunda hududning turizm va investitsion jozibadorligini oshirish, sayyohlarni jalb etish mumkin bo'lgan yirik va zamonaviy loyihalar amalga oshirilmoqdi. Toshkent viloyatidagi asosiy turistik yo'nalishlar Chorvoq, Chimyon, Amirsoy hududlari hisoblanadi. Turistlar oqimining ko'payishi tabiiy ravishda infratuzilmaning takomillashishiga ehtiyoj yaratadi. Rekreatsion zonalar xizmatlari hamda Hududning agroturistik potensialidan to'g'ri foydalanish orqali



turistik jozibadorligini, aholini ish bilan ta'minlash, daromadini oshirish, Toshkent viloyatida umumiy aholini ishsizlik darajasini yanada kamaytirish imkoniyatini beradi.

Agroturizm uchun geografik, iqlim jihatdan qulay hisoblangan Toshkent viloyatida tashkil etilgan agroklastlar soni 18 ta bo'lishiga qaramasdan ularda agroturizm tashkil etilmagan.

1 jadval: Toshkent viloyatida mavjud agroklastlar ma'lumoti¹

№	Klastlar nomi	Joylashgan joyi	Ajratilgan yer maydoni
1.	MED TORG INVEST MCHJ	Parkent tumani	131 ga
2.	AGRO STAR EKSPLO MCHJ	Parkent tumani	100 ga
3.	"EKO AGRO HROMS" MCH	Qibray tumani	601 ga
4.	"SARDORBEEK SARKOR" F/X	Parkent tumani	151 ga
5.	BO'STONLIQ KARTOSHKACHILIK MARKAZI MCHJ	Bo'stonliq tumani	1735 ga
6.	"YEVRO FUD TREYD" MCHJ	Zangiota tumani	171 ga
7.	"XUMOYUN CHORVA" MCHJ	Zangiota tumani	517 ga
8.	"DAVR AGRO KLASTAR" MCHJ	Zangiota tuman	531 ga
9.	"TAMARAXONIM ZIYO NUR" MCHJ	Toshkent tumani	231 ga
10.	"FRUITS SEASON GROUP" MCHJ	Qibray tumani	833 ga
11.	ALISHER FAYZ MURUVVAT F/X	Toshkent tumani	864 ga
12.	MEXNAT AGROFIRMASI MCHJ	Toshkent tumani	564 ga
13.	SARDORKOM MCHJ	Ohangaron tumani	2878 ga
14.	BERAD AGRO MCHJ	Yangiyo'l tumani	683 ga
15.	"YANGI TOSHKENT KONSERVA" MCHJ	Qibray tumani	2467 ga
16.	"QIBRAY EXPORT KAMRON" MCHJ	Qibray tumani	288 ga
17.	"NERO BARS" MCHJ	Qibray tumani	286 ga
18.	"SOFT TEXTILE LUX" MCHJ	Qibray tumani	270 ga

Toshkent viloyatida mavjud agroklastlar Qibray tumani, Parkent tumani, Zangiota tumanlarida joylashgan. Eng katta klastlar Qibray tumanidagi "YANGI TOSHKENT KONSERVA" MCHJ 2467 ga, Ohangaron tumani "SARDORKOM MCHJ" 2878 ga, Bo'stonliq tumanidagi BO'STONLIQ KARTOSHKACHILIK MARKAZI MCHJ 1735 ga to'g'ri keladi. Har bir agro klastlar qamrovida 10 dan ortiq fermer xo'jaliklari birlashgan. Ulardan tashqari ko'plab dehqon xo'jaliklari, uy xo'jaliklari ham mavjud agar ularda agro turizm imkoniyatlari yaratilsa ularda tashkiliy iqtisodiy joihatlar to'g'ri tashkil etilsa, olinadigan daromad manbai va qo'shimcha ish o'rinlarini yaratishga keng imkoniyat yaratadi.

So'ngi yillarda Toshkent shahri aholisi yildan yilga o'sib borishi, mavjud bog'lar esa shiddatli tarzda ko'ngilochar parklarga aylantirilishi, aholi orasida shahardan tashqariga chiqishga bo'lgan intilish ortishiga sabab bo'lmoqda. Demak mahalliy va chet ellik turistlar uchun sifatli va qulay, xamyonbop turizm xizmatlarini taklif qilishimiz maqsadga muvofiqdir. Bunda joylashtirish vositari uchun uy mehmonxonalarini, glemping, kotejlar turlarini kengaytirish va xizmatlar diversifikatsiyasini amalga oshirish maqsadga muvofiqdir.

Turizm hamda xizmatlar sohasi rivojlanishi unda infratuzilma rivojlanishi, boshqarish, tashkil etishda malakali mutaxassislar o'rni beqiyos. Eng zo'r infratuzilma bo'lishiga qaramay malakali mutahassislar to'g'ri tanlanlamasi, xududning turizm potentsiali targ'ib etilmasa, aynaqsa agroturizm sohasini rivojlantirishda ko'plab muammolar kelib chiqadi.

Toshkent viloyatining Xududlari bo'yicha iqtisodiy faol aholi soni Angren, Olmaliq, Chirchiq shaharlarida, Bo'stonliq, Qibray, Yangiyo'l, Zangiota tumanlarida yuqori hisoblanadi (3.1-jadval).

¹ <https://www.agro.uz/agroklastlar-va-kooperatsiyalar/#1640552766868-c3a57ddd-5ad3>

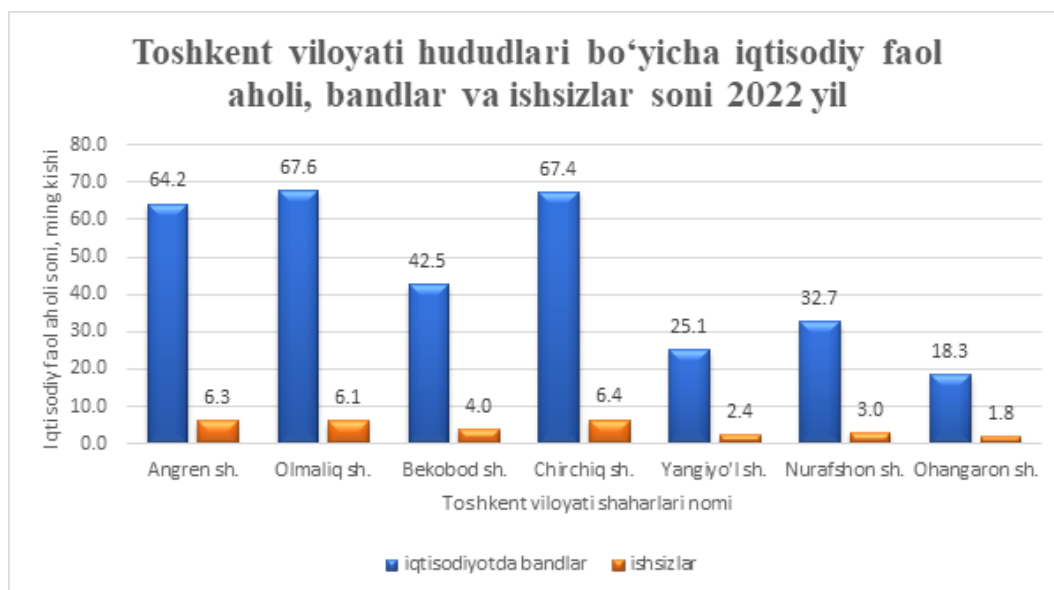
1. jadval: Toshkent viloyati hududlari bo'yicha iqtisodiy faol aholi, bandlak va ishsizlar soni²

	Iqtisodiy faol aholi soni jami, ming kishi	ulardan:		Ishsizlik darajasi, foizda
		iqtisodiyotda bandlar	ishsizlar	
2022				
Toshkent	1 323,5	1 206,7	116,8	8,8
Angren sh.	70,5	64,2	6,3	8,9
Olmalik sh.	73,8	67,6	6,1	8,3
Bekobod sh.	46,4	42,5	4,0	8,5
Chirchiq sh.	73,7	67,4	6,4	8,6
Yangiyo'l sh.	27,4	25,1	2,4	8,6
Nurafshon sh.	35,7	32,7	3,0	8,3
Ohangaron sh.	20,1	18,3	1,8	8,7
Tumanlar:				
Ohangaron	42,2	38,3	3,7	9,1
Oqqo'rg'on	48,6	44,1	4,5	9,2
Bekobod	66,6	60,7	6,0	8,9
Bo'stonliq	80,0	72,9	7,1	8,8
Bo'ka	55,2	50,1	5,2	9,3
Qibray	83,8	76,5	7,2	8,6
Zangiota	83,5	76,2	7,3	8,7
Parkent	69,0	62,8	6,2	9,0
Pskent	45,6	41,4	4,2	9,2
Chinoz	57,2	52,1	5,2	9,0
Qiyichirchiq	51,0	46,4	4,6	9,0
O'rtachirchiq	61,4	56,0	5,4	8,8
Yuqorichirchiq	57,3	52,2	5,1	8,9
Yangiyo'l	93,1	84,9	8,1	8,7
Toshkent	81,4	74,3	7,0	8,6

Toshkent viloyati xududlarida 2022-yil ma'lumotlariga ko'ra ishsizlikning yuqori hududlar aniqlangan. Jadvalda keltirilgan tumanlardan ishsizlik darajasi yuqori foizdagi tumanlarni tahlil qilsak foizlari Ohangaron 9,1 foiz, Oqqo'rg'on 9,2 foiz, Bo'ka 9,3 foiz, Parkent 9 foizni, Pskent 9,2 foizni, Chinoz va Quyiichirchiq tumanlari 9 foizni ishsizlik tashkil etadi.

Ishsizlik darajasini nisbatan pasaytirishda albatta malakali mutahassislarni tayyorlash, qishloq ho'jaligidagi mavjud imkoniyatlarni unumli foydalanish uchun, daromadlarni oshirish uchun keng imkoniyatlar mavjud. Qishloq xo'jaligida faoliyat olib borayotgan ishchi xodimlarni malakasini oshirib, mavjud imkoniyatni kengaytirish mumkin (1-rasm).

² <https://www.toshvilstat.uz/uz/rasmiy-statistika/labor-market-2>

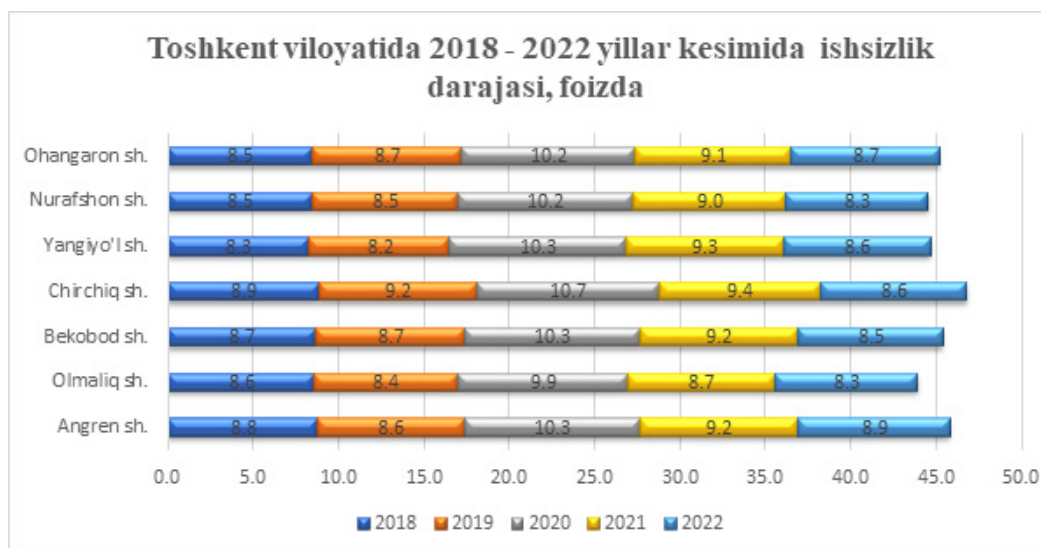


1. rasm: Toshkent viloyati hududlari bo'yicha iqtisodiy faol aholi, bandlar va ishsizlar soni 2022-yil bo'yicha

Keltirilgan rasmda asosan Toshkent viloyati hududlari bo'yicha iqtisodiy faol aholi soni va ishsizlar soning Angren, Olmaliq, Bekobod, Chirchiq, Yangiyo'l, Nurafshon hamda Ohangaron shaharlarida iqtisodiyotda band va ishsizlar soni nisbati keltirilgan. Iqtisodiyot tarmoqlarida Angren 64.2 ming kishi, Olmaliq 67.6 ming kishi, Chirchiq shahari 67,4% nitashkil etadi.

Toshkent viloyatining har bir shahar va tumanlari o'ziga xos eko tizimga ega, undagi mavjud qishloq xo'jaligi bilan bog'liq keng imkoniyatlardan xududning iqtisodiy- ijtimoiy jihatdan yanada rivojlantirishga imkon yaratadi.

Yillar davomida olib borilgan islohotlar Toshkent viloyatida yangi ish o'rinlarini yaratishga xizmat qildi albatta. Bunda aholining aksar qismi Qurilish, sanoat, transport, xizmatlar sohasi, rekreatsiya xududlarida faoliyat olib borishmoqda. Ammo bu qishloq xo'jaligida innovatsiyalarni jalb etish, agroturizmning chorvachilik, bog'dorchilik, baliqchilik, pillachilik kabi turlarini kengroq targ'ib etish, shu orqali aholi daromadlarini oshirish va yangi ish o'rinlarini tashkil etish, agro xizmatlar turlarini kengaytirish imkoniyatlaridan foydalanilmaganligini ko'rishimiz mumkin (2-rasm).



2. rasm: Toshkent viloyatida 2018 — 2022-yillar kesimida ishsizlik darajasi dinamikasi(foizda)³

3 Ma'lumotlar asosida muallif tomonidan taxlil qilingan.



Keltirilgan rasmda 2018 – 20122-yillar mobaynida Toshkent viloyatida ishsizlik darajasi keltirib o'tilgan. Unga ko'ra ishsizlik darajasi 2018 – 2019-yillar mobaynida Ohangaron 8.5 foizda, Nurafshon tumani 8.5 foizni, Chirchiq tumani 8,9 foizni, Bekobod tumani 8.7 foizni, Angren tumani 8,8 foizni tashkil etgan. Ishsizlik xajmi 2020-yilda COVID-19 pandemiya davri tufayli xududlarda o'rtacha 10.2 foizga oshganligini ko'rishimiz mumkin. Davlat tomonidan olib borilayotgan isloxotlar tufayli ishsizlik xajmi xududlarda 2021-yilda o'rtacha 1.2 foizga, 2022-yilda esa 2020-yilga nisbatan o'rtacha 2.2 foizga tushganini ko'rishimiz mumkin.

Toshkent viloyatining aholi o'rtasida olib borilgan so'rovnoma va intervyular natijasida aniqlanishicha aholining aksar qismi agroturizmning imkoniyatlari va uni tashkil qilish, boshqarish borasida bilim va ko'nikmalarga ega emas. Xududning maxalliy axolisi qishloq xo'jaligi bilan uy xo'jaligida, fermer xo'jaligida bog'dorchilik, chorvachilik, baliqchilik asal arichilik va ko'plab boshqa qishloq xo'jaligi bilan bog'liq faoliyatlar bilan shug'ullanishadi Ammo ular asosan sotish, mahsulot eksporti bilan faoliyatlari olib borishmoqda. Birgina Agroturistik klasteri tashkil qilish orqali 1000 dan ortiq yangi va qo'shimcha ish o'rinlarini tashkil qilish mumkin. Misol tariqasida respublikamizda faoliyat olib borayotgan Farg'ona viloyatida joylashgan "Mehrigiyo" agro-turizm klasteri faoliyatini qisqacha tahlil qildik, intervyu orqali ma'lumotlar olindi. Olingan ma'lumotlar asosida tahlillar shuni ko'rsatdiki mazkur agro turizm klasteri 1992- yildan buyon faoliyat olib borayotgan "Mehrigiyo" MCHJ korxonasining tabiiy shifoxash mahsulotlari, lavanda palantatsiyasi, issiqxonalari bilan ko'plab mahalliy va xorijiy turistlarga mashxur. Ular bugungi kunda xalqimizga hamda qo'shni davlatlar Rossiya, Qirg'iziston, Qozog'iston, Amerika, Saudiya Arabistoni, Tojikiston va boshqa ko'plab davlatlarga tabiiy mahsulotlarni va shifobaxsh o'simliklardan tayyorlangan dori mahsulotlarini yetkazib bemoqda. Tadqiqotlar natijasi shuni ko'rsatdiki mavsumiy bo'lmagan davrida tashrif buyuruvchi mahalliy hamda xorijiy turistlarning umumiy soni bir kunda 300 tadan 500 tagacha tashrif buyurishadi. Mavsum davrida bir kunda o'rtacha 1000 tagacha turistlar lavanda plantatsiyasiga fotosessiya, mahsulotlarni birlamchi bozorlardan sotib olish maqsadida tashrif buyurishadi. Ular bugungi kunda 500 gektar joyda lavanda, va meditsinada qo'llaniladigan boshqa mahsulotlarni papaya, kofe, va boshqa egzotik mahsulotlarni issiqxonalarda yetishtiriladi. Tashrif buyurgan turistlar birlamchi bozordan o'zlariga yoqtirgan mahsulotlarni sotib olishlari, tekin shifokor konsultatsiya olishlari mumkin. Mexrigiyo agro turistik klasterida ilmiy laboratoriyalar ham tashkil etilgan. Mahsulotlar tarkibi, ularni qo'llanishi, yetishtirish jarayoni. Urug' olish, ekish, ko'chat yetishtirish yo'llari kabi ma'lumotlarni malakali mutaxassislar tomonidan ko'rsatiladi, ma'lumotlar beriladi. Bugungi kunda Mexrigiyo agroturizm klasteri faoliyatini qo'shimcha 300 o'rinli uymehmon uylarini tashkil qilishga qaratishgan⁴. Ular faoliyatini 5 yillik tahliliga ko'ra bugungi kunda turistlar soni 50 foiz(%)ga oshganligini bilishimiz mumkin. Eng muhimi ular hozirda klinika orqali sog'lomlashtirish turizmi bilan bog'liq xizmatlar ham qo'shilib, birgina mana shu tarmoqning uzida 500 dan ortiq mahalliy aholi ish bilan ta'minlangan Mehrgiyo agro turizm klasterining boshqa filiallari, mahsulot yetkazib berish xizmatlari bilan hisoblanganida 800dan ortiq ishchi ish bilan taminlangan. Agroturistik klasterining faoliyatini doimiy ravishda <https://mehrigiyo.uz/ru/about/> internet sayti orqali targ'ibot qilinadi va Mehrgiyo brendi ostida ko'plab tabiiy choy, badlar, lavandali yostiqlar, lavanda yog'lari, papaya mahsulotlari va boshqa mahsulotlar sotiladi va eksport qilinadi.

Bunday misollar Respublikamizda sanoqli agroturistik klasterlar yaratilgan. Bunga asosiy sabablardan biri malakali mutaxassislarning sohaga jalb etilishida.

Toshkent viloyatidagi keng imkoniyatlardan to'g'ri foydalanish uchun aynan agroturizm sohasida malakali mutaxassislar yetishmasligidan ko'rsatmoqda. Xududda yillar mobaynida qishloq xo'jaligini yo'nalishida malakali mutaxassislar uzumchilik, bog'dorchilik, chorvachilik, pillachilik, asalarichilik faoliyati bilan shug'ullanib kelayotgan mutaxassislar talaygina ammo ular o'z faoliyatini qay tarzda targ'ib etish, mavjud resurslaridan foydalanib qo'shimcha daromad olish yo'llarini mutahassislar tomonidan qisqa kurslar orqali agro biznes vakillariga trening kurslarini tashkil qilish orqali o'rgatish zarur.

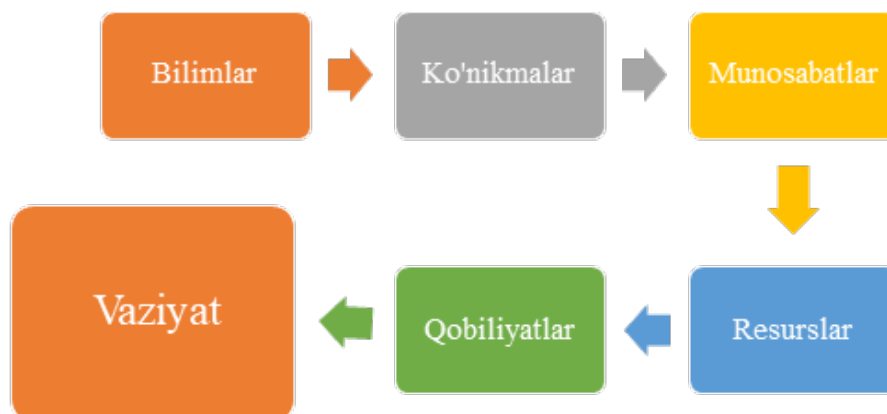
Biznesni qo'llab quvvatlash, ma'lumotlarni targ'ibot qilish, turistlarga sifatli xizmat ko'rsatish yo'llarini, yetishtirilayotgan mahsulotlar xaqidagi ma'lumotlarni yetkazish, jarayonlarni ko'rsatish borasida bilim, malaka, ko'nikma, munosabatlarni to'g'ri yo'lga qo'yish metodlarini o'rgatib aholi daromadlarini o'tirishga keng imkon yaratish mumkin.

⁴ Farg'ona viloyatidagi "Mehrigiyo" agroturizm klasterining xodimlaridan olingan intervyu orqali yozib olingan.



Qisqa kurslarni tashkil qilishda eng samarali metod va modellardan foydalanish maqsadga muvofiq. Bunda o'quvchi (turist) va o'qituvchi tomonidan onson, tez, qiziq bo'lgan jarayonlarni o'z ichiga oluvchi o'qitish modeli orqali maqsadga muvofiqdir.

Qisqa trening kurslarini tashkil qilishda Kompetentlar-resurslar modeli (4. rasm) AVIVA ta'lim va o'rganishga kompetensiyaga yo'naltirilgan yondashuv modelini ilmiy yangilik sifatida taklif qilaman (4-rasm).



4. rasm: Kompetentlar-resurslar modeli⁵

Ta'lim sohasi rivojlanishi bilan o'qitish modellari xilma xildir. Bugungi o'quvchilar o'qish jarayonida yoki o'qish davrida egallashlari kutilayotgan kompetensiyalarga yo'naltirilgan. Bular nafaqat professional kompetensiyalarni, balki kasbiy sohadan tashqarida qo'llaniladigan kompetensiyalarni, jumladan, shaxsiy va ijtimoiy kompetensiyalarni ham o'z ichiga oladi. O'quvchilarning ta'lim dargohlaridan tashqari olgan bilim, ko'nikma va xulq-atvorlari singdirilishi, ishlatilishi va aks ettirilishi juda muhimdir. O'qitishning eng yaxshi, eng samarali yo'li tinglovchilar tushunishi, xis qilishlari va jarayon bilan bog'liq bilim va ko'nikmaga ega bo'lishlari hamda o'quvchilarning tajribasi bilan bog'lanishi kerak. Shunda ko'rsatilgan yoki berilgan bilim olish samaradorligiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi.

AVIVA – modeli o'zi nima? Bunda o'quvchilarda uqish jarayonida vaziyatni tushuntirish uchun ko'rsatib, usullardan foydalanib o'rgatish usulidir. Bunda talim oluvchi jarayonni vaziyatli maqsad va mazmunini usullar orqali tushuntirish va o'rganuvchi ham resurslardan to'g'ri foydalanish haqidagi bilim va ko'nikmadan foydalana olishidir.

A – Arriving and engaging (kelish va jalb qilish)

V – Activating prior knowledge (In German “V” for “Vorwissen aktivieren”) (bilimlar haqida axborot berish)

I – Informing In German “I” for “Informieren” ((I)oldingi bilimlarni faollashtirish)

V – Processing In German “V” for “Vertiefen” (V “qayta ishlash”)

A – Evaluating In German “A” for “Auswerten” (A”baholash”)

Har qaysi sohani o'rganish, birinchi navbatda, ma'lum bir asosiy kayfiyatni, yangi narsalar bilan shug'ullanishga tayyorlikni (A «kelish va jalb qilish») talab qiladi. Haqiqiy ta'lim («V axborot berish») mavjud bo'lgan narsalardan (I)oldingi bilimlarni faollashtirish yangi ma'lumotga ega bo'lish») boshlanadi va bunga asoslanadi. Yangi material o'zlashtirilishi (V «qayta ishlash») uchun uni amalda qo'llash imkoniyati bo'lishi kerak⁶. Olingan bilimlarni amaliyotda qo'llay olishi muhimdir. O'quvchi o'zi tanlagan yo'l uchun javob beradi va keyingi qadamni qo'yishdan oldin vaziyatni (A»baholash») hisobga olishi kerak.

Agroturizm sohasida tashrif buyuruvchi sayyohlarga ekskursiyalarni tashkil qilish jarayoni AVIVA modeli orqali tashkil etilganida. Sayyohlarning ekskursiya jarayonidan ko'rishlari, oldingi bilimlari bilan ma'lumotlarni bog'lay olishlari, agroturizmdagi jarayonni tushunishlari va o'zlari ham jarayonda qatnashishlari mumkin bo'ladi. Bunday model orqali turistlarga ekskursiya tashkil etilishi ularning

⁵ Ghisla, Bausch, & Boldrini, 2008, p. 441

⁶ Christoph Städeli, Markus Maurer, The AVIVA model A competence-oriented approach to teaching and learning, With a foreword by John Hattie.p 21, 2022 y



agroturizm obyekti haqida ma'lumotga ega bo'lishi, ularni qo'llay olish bilan bir qatorda agrar sohaga qiziqishlarini oshirishga imkon yaratadi. Agroturizm sohasini rivojlantirishdan yana bir muhim jihati yosh avlodni qishloq xo'jaligi tarmoqlari bilan bog'liq bilim va ko'nikmalarga ega bo'lishi va yoshlarni sohaga qiziqishlarini oshirishga qaratilgan.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'xati:

1. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 396-sonli qarori, "2021–2023-yillarda Toshkent viloyatining Bo'ka tumanini kompleks ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi qarori. 29.06.2021 y.
2. "2021-2022-yillarda Toshkent viloyatining Bo'stonliq tumanini kompleks ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi qaror.
3. Christoph Städeli, Markus Maurer, The AVIVA model A competence-oriented approach to teaching and learning, With a foreword by John Hattie.p 21, 2022 y.
4. Safaeva, S. R., Ishankhodjaeva, D. A., Juraeva, N. A., & Matyunina, O. E. (2019). Economic and Legal Aspects of Tourism Regulation in the New Economy: International Practice. Journal of Environmental Management and Tourism, 2(34), 460-5.
5. Нурфайзиева, М. (2021). АНАЛИЗ И ПУТИ РЕШЕНИЕ ПРОБЛЕМ ВЛИЯНИЯ ПАНДЕМИИ COVID 19 НА ЭКОНОМИКУ ТУРИЗМА. Экономика и образование, (2), 231-234.
6. Oppokkhonov, N., & Bakhromov, A. (2022). THE ISSUES OF THE MICE INDUSTRY IN THE STRUCTURE OF REGIONAL MARKET FOR TOURIST SERVICES. Архив научных исследований, 2(1).
7. Бахромов, А. А. ў., & Шониёзов, Ф. И. (2022). МІСЕ ТУРИЗМ ІНДУСТРІЯСИДА ХІЗМАТ ТАШКИЛ ЭТУВЧИЛАР ВА ІСТЕЪМОЛЧИЛАР УЧУН СУҒУРТА ХІЗМАТЛАРИНИНГ АҲАМИЯТИ. Архив научных исследований, 2(1). извлечено от <https://journal.tsue.uz/index.php/archive/article/view/915>
8. Oppokkhonov, N., & Bakhromov, A. (2022). THE ISSUES OF THE MICE INDUSTRY IN THE STRUCTURE OF REGIONAL MARKET FOR TOURIST SERVICES. Архив научных исследований, 2(1).
9. <https://www.agro.uz/agroklasterlar-va-ooperatsiyalar/#1640552766868-c3a57ddd-5ad3>
10. <https://www.toshvilstat.uz/uz/rasmiy-statistika/labor-market-2>



SMART-TURIZM FAOLIYATINI BOSHQARISH JARAYONIGA YONDASHUVLAR

Mirzayev Abdullajon Topilovich

Farg'ona davlat universiteti "Iqtisodiyot va servis" kafedrasini mudiri i.f.d., dotsent

Annotatsiya: Maqolada so'nggi yillarda milliy iqtisodiyotning tez sur'atlar bilan rivojlanish imkoniyatiga ega bo'lgan Smart-turizm faoliyatini boshqarish mexanizmlari tadqiq etilgan. Tadqiqot jarayonida Smart-turizm faoliyatini shakllantirish va faoliyatni rivojlantirish jarayonlarining tarkibiy tuzilmasi tahlil qilingan va amaliyotda foydalanish yo'llari asoslangan.

Kalit so'zlar: turizm, turistik-rekreatsiya, turistik-rekreatsiya xizmatlari, turistik-rekreatsiya faoliyatini boshqarish, boshqarish, qaror qabul qilish, kognitiv model.

Abstract: The article examines the management mechanisms of intellectual tourism activities that have been able to develop rapidly in the national economy in recent years. In the course of the research, the structural processes of formation and development of Smart tourism activities are analyzed, and ways of using them in practice are substantiated.

Key words: tourism, Smart tourism, tourist destination, Smart tourism activity, management of Smart tourism activity, management.

Аннотация: В статье исследуются механизмы управления интеллектуальной туристической деятельностью, которые смогли быстро развиваться в национальной экономике в последние годы. В процессе исследования анализируются структурные процессы формирования и развития деятельности Smart-туризма, и обосновываются способы использования на практике.

Ключевые слова: туризм, Smart-туризм, туристическое направление, смарт туристическая деятельность, управление Smart туристической деятельностью, менеджмент.

Smart-turizm faoliyati rivojlanishining jahon amaliyoti shuni ko'rsatadiki, faoliyat o'z tarkibiy qismlarining o'zaro aloqadorligi hamda ushbu qismlarni samarali boshqaruvi bilan yetarli darajada rivojlana olmaydi. Mavjud tizimlar faoliyatida yuzaga keluvchi zaif tarkibiy tuzilishga ega bo'lgan aksariyat muammolar (marketing strategiyasini shakllantirishda reklama faoliyatining zamonaviy usul va vositalaridan yetarli darajada foydalanmaslik, ichki tarmoqlararo munosabatlarning rivojlanmaganligi, infratuzilmaning rivojlanmaganligi va boshqalar)ni turistik-rekreatsiya faoliyati ishtirokchilari harakati bilan hal qilish imkoniyati cheklangan. Shu sababli, faoliyat rivojlanishini yuqori Smart-turizm salohiyatiga ega bo'lgan hudud darajasidagi ijtimoiy-iqtisodiy tizimlarning unga bog'liq bo'lgan barcha tuzilmalari doirasida tashkil etish va boshqarish Smart-turizm faoliyati tarkibini tizimli yondashuv asosida o'rganmaslik natijasida yuzaga keluvchi yuqoridagi masalalarni umumiy holda to'laqonli hal etish imkonini kengaytiradi.

Yuqori Smart-turizm salohiyatiga ega bo'lgan hududlardagi ijtimoiy-iqtisodiy tizimlarning Smart-turizm faoliyati bilan bog'liq bo'lgan tuzilmalari faoliyatini mavjud tizimlar faoliyati bilan uyg'unlashtirish Smart-turizm faoliyatini mamlakat (mintaqa yoki hudud) darajasida samarali faoliyat ko'rsatuvchi iqtisodiy tizim birligiga aylantiradi. Mamlakatimizda hududlarni mustaqil iqtisodiy birlik darajasiga aylantirish borasida olib borilayotgan tarkibiy o'zgarishlar natijasida mahalliy (viloyat, tuman, shahar) boshqaruv organlari hududlarning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish yo'nalishlarini mustaqil ravishda belgilash kompetensiyalarining ortib borishini e'tiborga olinadigan bo'lsa, yuqori turistik salohiyatga ega bo'lgan hududlarda sohani taraqqiyotning yetakchi tarmog'iga aylantirish bugungi kundagi mahalliy davlat boshqaruv organlarining asosiy vazifalaridan biriga aylanishi lozim, chunki yaxshi daromad keltiruvchi, rivojlanish uchun yetarli salohiyatga ega Smart-turizm faoliyati qisqa vaqt ichida hududlarda ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotning yetakchi markazlari ko'rinishidagi turistik aglomeratsiyalarni shakllantiradi va bu, o'z navbatida, hududning tabiiy-iqtisodiy salohiyatdan kelib chiqqan holda tor yo'nalishlarda ixtisoslashuvini ta'minlaydi.



Smart-turizm faoliyatini tashkil etish va boshqarish bilan bog'liq jarayonlar bugungi kungacha turli tadqiqotchilar va olimlar tomonidan o'rganilgan bo'lib, faoliyatni tashkil etish va boshqarish jarayonlariga turlicha yondashuvlar shakllangan. Tadqiqotlarning monografik tahlili nazariy jihatdan "turistik destinatsiya", "turizm klasteri", "turizm majmuasi", "turistik zona" va "turizm tizimi" kabi tayanch tuzilmaviy shakllarga turli yondashuvlar (funksional, iqtisodiy-tarmoq, hududiy-tarmoq, hududiy-funksional va infratuzilmaviy yondashuvlar) alohida ajratgan holda ko'rib chiqish imkonini beradi.

Smart-turizm xizmatlarining shakllari, uni tashkil etishning murakkabligi hamda ko'p qirraliligini o'zida aks ettirishi faoliyatni boshqarish hamda boshqaruv samaradorligida o'z aksini topadi. Ichki turizm xizmatlari sohasi va uning tarkibiy qismlariga yondashuvlarda ayrim tadqiqotchilar turistik xizmat korxonalari joylashgan hududning yaxlitligiga alohida e'tibor qaratishgan bo'lsa, ayrim tadqiqotchilar turistik resurslarning hudud bilan bog'liqligiga e'tibor qaratishgan.

Turli darajadagi iqtisodiy tizimlarni boshqarish nazariyasi va amaliyotida tizimli yondashuv ko'plab tadqiqotchilar tomonidan taklif qilingan. Ular orasida turizm sohasining rivojlanish nazariyasiga, tizim jarayonlariga bag'ishlangan Кибальников С.В., Кострюкова О.Н., Кружалин В.И., Фридман В.Б., Яковец Ю.В.larning tadqiqotlari alohida o'rin tutadi[1].

Smart-turizm faoliyatini rivojlantirishda boshqarish jarayonlarini kengroq tavsiflash uchun ularning tarkibiy elementlarini o'zaro bog'liqligi, shuningdek, vaqtinchalik xususiyatlarini aniqlash nuqtai nazaridan ko'rib chiqish kerak. Boshqaruv jarayonlariga tizimli yondashuv, ma'lum vaqt oralig'idagi ma'lumotlar asosida turistik mahsulotning tarkibiy qismlari rivojlanish darajasini nafaqat miqdoriy, balki sifat jihatidan baholashga, turistik korxonalar faoliyatining samaradorligini aniqlashga imkon beradi.

Shu sababli, Smart-turizmni rivojlantirish jarayonlarini tadqiqot obyekti sifatida ko'rib chiqib, ichki munosabatlarni aniqlash uchun uzoq vaqt davomida ko'rsatkichlar yig'indisidagi o'zgarishlarni tahlil qilish asosida mamlakat va mintaqadagi ichki turizmning holatini o'rganish kerak. Ichki turizmning rivojlanish darajasini tegishli mezon va ko'rsatkichlar to'plami bo'yicha baholash tizimning barcha tarkibiy elementlariga optimal ravishda mos kelishi va faoliyat ko'rsatadigan jarayonlarning ichki tuzilishidagi o'zgarishlarning murakkab xususiyatini hisobga olishi kerak (1-rasm).

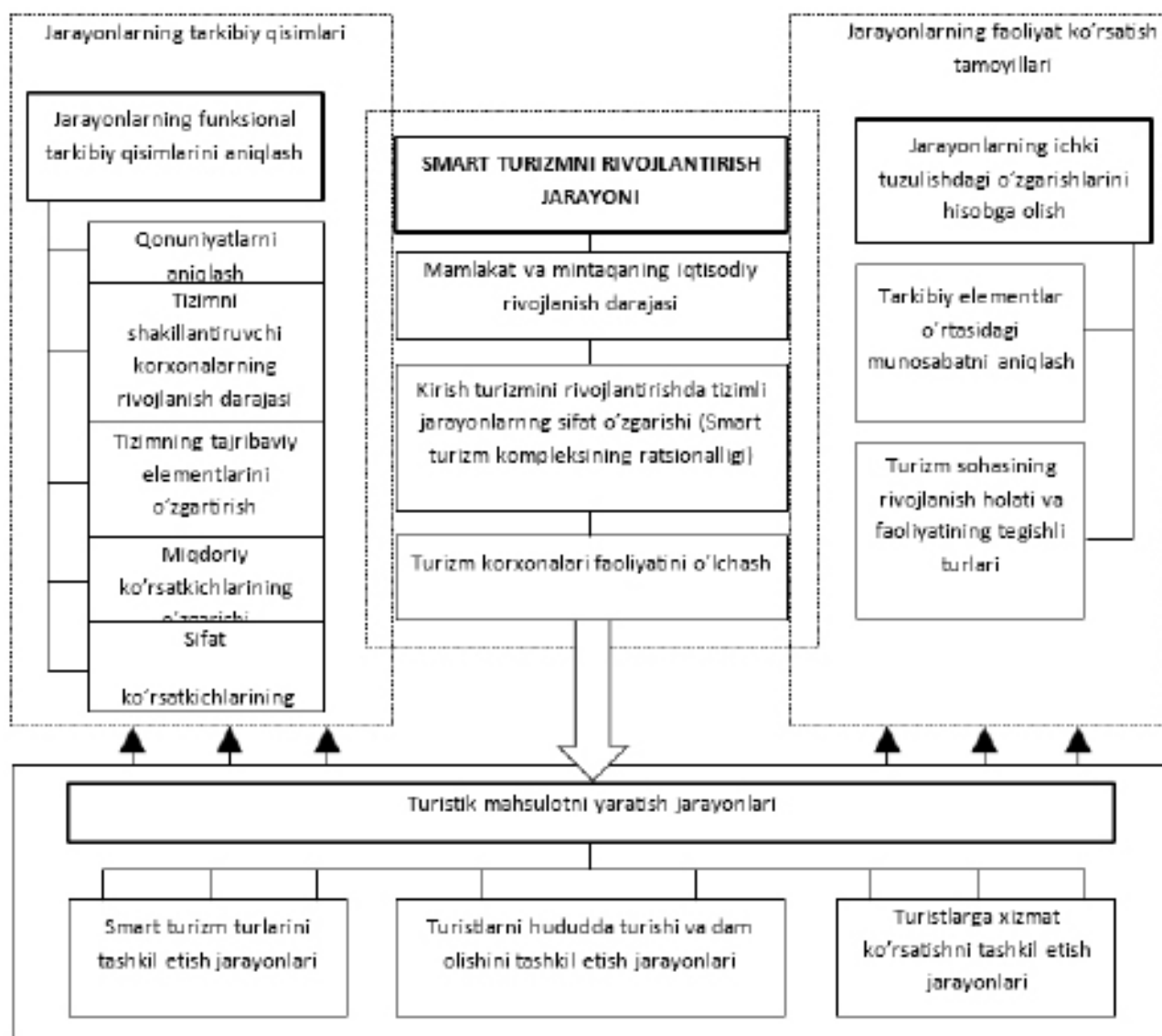
Taklif etilayotgan tarkibiy tuzilma Smart-turizm faoliyatini rivojlantirishning ichki jarayonlarini taklif qilingan tizim yondashuvi nuqtai nazaridan aks ettiradi, shuningdek, tizim aloqalari o'rtasidagi o'zaro bog'liqlikni aniqlashga imkon beradi, ularni tarkibi hamda tuzilishi bilan ajratib turadi va shu bilan tizimdagi jarayonlardagi sifat va miqdoriy o'zgarishlar uchun asos yaratadi.

Smart-turizm faoliyatini rivojlantirish jarayonlarida yuzaga keladigan o'zgarishlarni o'lchash imkoniyati quyidagi holatlarni hisobga olgan holda ommaviy hodisalar va miqdorlarni tavsiflovchi prinsiplar va usullarga asoslangan mezon va ko'rsatkichlar tizimida taqdim etiladi:

- Smart-turizm faoliyatining rivojlanish tendensiyalari va hozirgi holatini aniqlash;
- Smart-turizm oqimlarining harakat yo'nalishlari va xususiyatlarini o'rganish;
- Smart-turizmni rivojlantirishda uning miqdoriy hamda sifat xususiyatlarini farqlash va baholash.

Ya.Kachmarik turizmning rivojlanishiga ko'plab obyektiv va sub'yektiv omillar guruhlarini ta'sir qiladi, deb hisoblashadi. Ularning fikriga ko'ra, zamonaviy dunyoda turizmning jadal o'sishi birinchi navbatda obyektiv omillar guruhlarining harakati bilan bog'liq[2].

Smart-turizm faoliyatini tashkil etish va boshqarish jarayonlariga yondashuvlar ichida M.B.Birjakov va S.G.Demchenkolarning tadqiqotlari alohida o'rin tutadi. Chunki ushbu tadqiqotlarda turistik mahsulotning shakllanishi va rivojlanish bosqichlari chuqur o'rganilgan, turlarni tashkil qilish shart-sharoitlari tizimlashtirilgan, shu bilan birga ichki turizm faoliyati geografiyasi tahlil qilingan[3]. Zamonaviy iqtisodiy makonning shakllanishi sharoitida Smart-turizm faoliyatini rivojlantirish jarayonlarining o'ziga xos xususiyatlarini hisobga olgan holda, bizning fikrimizcha, mutlaq va nisbiy ko'rsatkichlar tizimi, ularning o'zgarishini tavsiflovchi umumlashtiruvchi ko'rsatkichlar tizimiga o'rtacha qiymatlar kiritilishi kerak, bu esa, tasodifiy holatlar tufayli umumlashgan ko'rsatkichning har bir tarkibiy qismi xususiyatlari aks etmagan hodisalarning rivojlanish darajasini aks ettiradi. Ko'rsatkichlarning qisman tahlili Smart-turizm faoliyatini rivojlantirish jarayonlarini ularning tarkibiy qismlarga bo'linishi va ular o'rtasidagi sabab-oqibat munosabatlarini aniqlash asosida tuzishga imkon beradi.



1-rasm: Smart-turizm faoliyatini rivojlantirish jarayonlarining tarkibiy tuzilishi¹

Tizimli yondashuvni amalga oshirishning ustuvor yo'nalishlaridan biri mamlakat hududlarida Smart-turizmni yanada rivojlantirish bo'yicha uzoq muddatli dasturlar va yo'nalishlarni ishlab chiqishga qaratilgan chora-tadbirlar majmui bo'lishi mumkin. Shunday qilib, mamlakatda Smart-turizm faoliyati chuqur tarmoqlararo aloqalar va murakkab munosabatlarga asoslangan bo'lib, o'zgaruvchanlik va uning rivojlanishidagi qarama-qarshi tendensiyalar bilan tavsiflanadi, shuning uchun uni faqat tizimli yondashuv asosida ko'rib chiqish va tahlil qilish kerak.

Smart-turizm faoliyatini tashkil etish va boshqarish jarayonlariga tizimli yondashuv nazariy va amaliy xususiyatlarga ega bo'lgan bir qator tizim samaralarini olish uchun Smart-turizm ning eng muhim segmentlarini optimallashtirishga imkon beradi, shuningdek, ularning rivojlanishini dinamik jihatdan tasavvur qilishga va tarkibiy elementlarni funksional maqsadlarga muvofiq tuzishga imkon beradi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'xati:

1. Кибальников С.В., Кострюкова О.Н., Кружалин В.И., Фридман В.Б., Яковец Ю.В. Цивилизационный туризм. Учебно-методическое пособие для системы дополнительного профессионального образования – М.: МИСК, ИНЭС, 2016. — 332 с.
2. Качмарек, Я. Туристический продукт. Замысел. Организация. Управление: учебное пособие [Электронный ресурс] / Я. Качмарек, А. Стасяк, Б. Влодарчик. – М.: Юнити-Дана, 2012. – 496 с. Режим доступа: <http://biblioclub.ru>

¹ Muallif tomonidan ishlab chiqilgan.



3. Биржаков, М. Б. Экономическая безопасность туристской отрасли. / М. Б. Биржаков. – Москва; Санкт-Петербург : Герда, 2007. – 458 с.; Демченко, С.Г. Проблемы и перспективы развития регионального туризма в России /С.Г.Демченко, И.С.Кабилов.-Казань:Издательство «Познание» Института экономики, управления и права, 2011. – 192 с.
4. Mirzaev, A. T. (2020). Assessment of cluster formation in management of recreational activity. ISJ Theoretical & Applied Science, 04 (84), 605-610. <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2020.04.84.101>
5. Mirzaev, A.T (2018) "The level of use of tourist attractions in the regions and the factors affecting them," Economics and Innovative Technologies: Vol. 2018: No.3,Article19.Available at: <https://uzjournals.edu.uz/iqtisodiyot/ vol2018/iss3/19>
6. Мирзаев А.Т. Совершенствование интегральной оценки механизма рекреационно-туристических объектов // Бюллетень науки и практики. 2019. Т. 5. №2. С. 127-134. <https://doi.org/10.33619/2414-2948/39/17>
7. Мирзаев А.Т. Туристик-рекреация корхоналари фаолиятини бошқаришнинг иқтисодий самарадорлиги таҳлили // Иқтисодиёт ва таълим. -2019, №6. 214-219-б.
8. Mirzaev A.T. Assessment of cluster formation in management of recreational activity. International Scientific Journal "Theoretical & Applied Science", Philadelphia, USA. 04, (84), 2020. – 605-610-pp. -ISSN: 2308-4944. <http://T-Science.org>
9. Mirzaev A.T. Evaluation of innovation capacity resource components in effective management of recreational clusters on the basis of econometric analysis. EPRA International Journal of Research and Development (IJRD). India. Volume: 5 Issue: 7 July 2020. –P.131-137. DOI: <https://doi.org/10.36713/epra4790>
10. Мирзаев А.Т. Совершенствование системы электронного бронирования как часть цифровизации управленческой деятельности туристско-рекреационных предприятий. Бюллетень науки и практики. Нижневартоск, Россия. Т. 6. №8. 2020. – 99-104 б. DOI: <https://doi.org/10.33619/2414-2948/57>
11. Мирзаев А.Т. Ўзбекистонда туристик-рекреация корхоналари фаолиятини бошқаришнинг ташкилий-иқтисодий механизмларини такомиллаштириш. Ишлаб чиқаришнинг кластер усулида ташкил этишининг зарурияти. Бизнес-Daily медиа. -2020, №1. -62-65-б.
12. Мирзаев А. Т. Туристик-рекреация корхоналари фаолиятини бошқаришнинг иқтисодий самарадорлиги таҳлили // Иқтисодиёт ва таълим [Текст]. 2019. №6. 194-199 б.
13. Мирзаев А. Т. Туристик хизматлар бозорида рекреацион туризм хизматларига талабнинг ўзгаришлар таҳлили // Иқтисодиёт ва таълим [Текст]. 2019. №1. 214-219 б.
14. Мирзаев А. Т. Туристик-рекреация объектлари кластерларини шакллантириш механизмларини баҳолаш // Иқтисодиёт ва таълим [Текст]. 2018. №6. 207-213 б.
15. Mirzaev A.T. Туристик-рекреация кластерларини бошқаришда инновацион салоҳиятнинг ресурс компонентини баҳолаш услугиёти "Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar" ilmiy elektron jurnali. № 4, iyul-avgust, 2020-yil. 390-401 б.

ILMIY FAOLIYANI RIVOJLANTIRISHDA TA'LIM TASHKILOTLARIDAN MAQSADLI FOYDALANISH

Mirzaliyev Sanjar Maxamatjon o'g'li

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti mustaqil izlanuvchisi

Annotatsiya: Oliy ta'lim har qanday davlatning muvaffaqiyatli rivojlanishida hal qiluvchi ahamiyatga ega. Intel-lektual resurslarning eng yuqori darajasiga asoslangan texnologiyalarning inqilobiy o'zgarishlari va ular bilan bog'liq holda dunyoning yetakchi davlatlarining bunday resurslar uchun raqobati nafaqat iqtisodiyotni, balki XXI-asrning ijtimoiy-siyosiy rivojlanishini belgilovchi eng muhim omillarga aylanmoqda. Oliy ta'lim tizimi kengayib, nafaqat talabalar va o'qituvchilarning an'anaviy almashinuvini, balki transchegaraviy investitsiyalar va universi-tetlarning jahon ta'lim bozoridagi raqobati masalalarini ham qamrab olganligi sababli, ushbu jarayonning barcha ishtirokchilari o'z qarashlarini qayta ko'rib chiqishlari kerak.

Kalit so'zlar: muvaffaqiyatli rivojlanishida, transchegaraviy investitsiyalar, jahon miqyosidagi universitet, trans-formatsiyalashuv, global ta'lim bozori, mehnat bozori, sifatli kadrlar.

Abstract: Higher education is crucial for the successful development of any country. The revolutionary changes in technologies based on the highest level of intellectual resources and the related competition of the world's leading countries for such resources are becoming the most important factors determining not only the economy, but also the socio-political development of the 21st century. As the higher education system expands and includes not only the traditional exchange of students and teachers, but also the issues of cross-border investments and the competition of universities in the global education market, all participants in this process must reconsider their views.

Key words: successful development, cross-border investments, world-class university, transformation, global education market, labor market, quality personnel.

Аннотация: Высшее образование имеет решающее значение для успешного развития любой страны. Революционные изменения в технологиях, основанные на высочайшем уровне интеллектуальных ресурсов, и связанная с этим конкуренция ведущих стран мира за такие ресурсы становятся важнейшими факторами, определяющими не только экономику, но и социально-политическое развитие XXI века. Поскольку система высшего образования расширяется и включает в себя не только традиционный обмен студентами и преподавателями, но и вопросы трансграничных инвестиций и конкуренции уни-верситетов на мировом рынке образования, все участники этого процесса должны пересмотреть свои взгляды.

Ключевые слова: успешное развитие, трансграничные инвестиции, университет мирового уровня, трансформация, глобальный рынок образования, рынок труда, качественные кадры.

KIRISH

Oliy ta'limning barqaror iqtisodiy rivojlanishga qo'shgan hissasini o'rganuvchi "Bilimlar jamiyatini qurish" Jahon bankining siyosati bo'yicha hisobotiga ko'ra, yuqori samarali oliy ta'lim tizimlari nafaqat tadqiqot universitetlarini, balki keng ko'lamli institutsional modellarni ham qamrab oladi. Shuningdek, mehnat bozorida talab qilinadigan malakali ishchi va xizmatchilarni ishlab chiqaradigan politexnika va san'at maktablari, qisqa muddatli texnik muassasalar, jamoa kollejlari, ochiq universitetlar va bosh-qalarni ham o'z ichiga oladi. Bu tizimda har bir turdagi ta'lim muassasasi muhim o'rin tutadi va davlat-niing asosiy g'amxo'rliqi tizimning turli tarkibiy qismlari o'rtasida mutanosib rivojlanishga erishishdan iborat. Iqtisodiyoti nisbatan rivojlangan mamlakatda ham (masalan, Chili) o'rta kasb-hunar texnik ta'limining obro'-e'tiborining yo'qligi va sifatining pastligi davlatning malakali mutaxassislariga bo'lgan ehtiyojini qondirish imkoniyatini susaytiradi.

Oliy ta'lim tizimida ilmiy-tadqiqot universitetlari mamlakat iqtisodiyotini rivojlantirish uchun zarur bo'lgan, bilim ishlab chiqarishga va milliy innovatsion tizimlarni yaratishga qodir bo'lgan mutaxas-



sislarni, yuqori darajali mutaxassislarni, tadqiqotchi olimlarni tayyorlashda asosiy rol o'ynaydi. Shu nuqtai nazardan, ko'plab hukumatlar o'zlarining eng yaxshi universitetlari haqiqatan ham intellektual va ilmiy rivojlanishda birinchi o'rinda ekanligiga ishonch hosil qilishni xohlashadi.

Hozirgi kunda ko'plab hukumatlarni qamrab olgan jahon darajasidagi universitetlarga intilish ko'plab savollarni tug'diradi. Nima uchun mamlakat oliy ta'lim tizimini yaratishda "jahon miqyosidagi" standartlarga intilmoqda? Hukumat asosiy maqsadi mamlakatning ichki ehtiyojlarini qondirishdan iborat bo'lgan va uning xalqaro miqyosda tan olinishi haqida o'ylamaydigan ta'lim tizimini rivojlantira oladimi? "Jahon miqyosidagi universitet" ta'rifi "elitar G'arb" bilan sinonimmi va bu holda boshqa barcha "g'arbiy bo'lmagan mamlakatlar" oliy ta'limning madaniy an'analariga nisbatan kuchli noto'g'ri qarashni rivojlantirmaydimi? Faqat tadqiqot universitetlari jahon darajasidagi muassasalar hisoblanadimi yoki boshqalar (universitetlar, politexnika, jamoat kollejlari va ochiq universitetlar) bu maqomga da'vo qila oladimi? Bu kitob o'z oldiga yuqorida ko'rsatilgan masalalarni chuqur o'rganish vazifasini qo'ymaydi. Jahon miqyosidagi universitetlar milliy oliy ta'lim tizimining bir qismi ekanligini va ushbu tizim doirasida faoliyat ko'rsatishi kerakligini e'tirof etgan holda, kitob universitetlarning o'z ligalarida eng yaxshisiga aylanish strategiyalarini o'rganishga qaratilgan va shuningdek, mamlakatlar uchun qo'llanma bo'lishi mumkin. Shunday qilib, ushbu kitobning asosiy maqsadi jahon darajasidagi raqobatbardosh universitetlarni (shuningdek, "jahon toifasidagi universitetlar", "elita" yoki "flagman universitetlar" deb ham ataladi) yaratish bilan bog'liq bo'lgan muammolarni aniqlashdir. Jahon darajasiga tezda erishish uchun amal qiladigan biron bir standart yoki shablon bormi? Bu savollarga javob berish uchun biz jahon darajasidagi universitet nima ekanligini aniqlashdan boshlashimiz kerak.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Tadqiqot ishida keyingi yillarda ta'lim tashkilotlarining transformatsiyalashuvi jarayonlari hamda mehnat bozoriga sifatli kadrlar tayyorlayotgan ta'lim tashkilotlariga talabning oshishi mazkur tizimni kompleks rivojlantirish, obyektiv zaruriyati va ahamiyati o'rganilib, mazkur yo'nalish bo'yicha olimlar va mutaxassislarning fikrlariga tayangan holda analiz va sintiz, kuzatish, gupuhlash, qiyosiy tahlil, tizimli yondashuv, rasmiy-mantiqiy, statistika va iqtisodiy tahlil kabi usullari orqali ta'lim tashkilotlarini yanada rivojlanishining o'stuvor yo'nalishlarini belgilash usuli taklif etilgan. Shuningdek, hududlarda ta'lim tashkilotlarining faoliyatini samarali tashkil etish, va sifatli kadrlarni tayyorlash bo'yicha tavsiyalar ishlab chiqilgan.

TAHLIL VA NATIJALAR

So'nggi o'n yillikda "jahon miqyosidagi universitet" atamasi nafaqat o'qitish va tadqiqot sifatini yaxshilash, balki undan ham muhimi, egallash, moslashish, global ta'lim bozorida raqobat qilish qobiliyatini rivojlantirish uchun mo'ljallangan iboraga aylandi. Talabalar hozirda o'zlari uchun mavjud bo'lgan eng yaxshi ta'lim muassasalariga kirishga intilmoqdalar va hukumatlar universitetlarga kiritgan sar-moyalaridan maksimal foyda olishdan manfaatdor. Shu munosabat bilan institutning global miqyosda tan olinishi butun dunyo universitetlarini tashvishga solmoqda. Jahon miqyosidagi universitetning paradoksi, Altbaxning aniq va ixcham kuzatishiga ko'ra, "hamma bunday universitetni yaratishni xohlaydi, ammo bu nima ekanligini hech kim bilmaydi va uni qanday olishni ham bilmaydi".

Universitet jahon darajasidagi universitet deb da'vo qila olmaydi; elita maqomi xalqaro tan olish asosida tashqi dunyo tomonidan tasdiqlanishi kerak. Yaqin vaqtgacha xalqaro maqomni olish jarayoni asosan universitet obro'siga asoslangan subyektiv bahoga asoslanib kelardi. Masalan, Garvard, Yel yoki Kolumbiya universiteti kabi AQShdagi Ivy League universitetlari; Buyuk Britaniyadagi Oksford, Kembrij va Tokio universiteti an'anaviy ravishda elita universitetlarining eksklyuziv guruhidan biri bo'lib kelgan, garchi shu paytgacha ularning ta'lim, tadqiqot va bilimlarni uzatish bo'yicha yuqori mavqeini tasdiqlovchi qat'iy, dalillarga asoslangan baholashlar bo'lmagan. Hatto bitiruvchilarning yuqori maoshlari ham ularning ta'limining haqiqiy qiymatining obyektiv dalili sifatida qabul qilinishi mumkin emas. Biroq, so'nggi bir necha yil ichida nufuzli ligalar ro'yxatiga qo'shimcha ravishda jahon darajasidagi universitetlarni aniqlash va tasniflashning obyektiv usullari paydo bo'ldi. Bu usullardan biri oliy ta'lim muassasalari reytingidir. Eng mashhur reyting usullarining aksariyati bir mamlakatdagi universitetlarga toifalarni belgilashni o'z ichiga olgan bo'lsa-da, xalqaro universitetlar reytingini yarat-



ishga urinishlar ham bo'lgan. Turli mamlakatlardagi universitetlarni taqqoslashga asoslangan ikkita eng to'liq va keng qamrovli xalqaro reytinglar universitetlar reytingidir.

Times Higher Education Supplement (THES) va Shanxay Jiao Tong universiteti (SJTU) jahon universitetlarining akademik reytingi. Turli mamlakatlardagi institutlarni solishtirish uchun ushbu reyting jadvallari universitetlarning o'zidan yoki ommaviy axborot manbalaridan olingan obyektiv va subyektiv ma'lumotlar asosida tuziladi. Times reytingiga dunyoning eng yaxshi 200 ta universiteti kiradi. Birinchi marta bunday ro'yxat 2004 yilda taqdim etilgan. Reyting metodologiyasi, birinchi navbatda, subyektiv ma'lumotlar (hamkasblarni baholash, ish beruvchilarning bitiruv malakasini oshirish sifati bo'yicha so'rovlar), miqdoriy ko'rsatkichlar (hamkasblarni baholash) kombinatsiyasidan tuzilgan xalqaro obro'ga asoslangan. Shu jumladan chet ellik talabalar va o'qituvchilar soni) va professor o'qituvchilarning ishonchliligi (ularning ilmiy ishlarining iqtibos ko'rsatkichi bilan ifoda etadi. Shanxay reytingi ro'yxati (SJTU) 2003-yildan beri tuzilib kelinmoqda. Unda dunyoning eng yaxshi 500 ta universitetlari ko'rsatilgan. Baholash mezonlari faqat o'qituvchilar, bitiruvchilar va xodimlarning o'quv va ilmiy faoliyatining obyektiv ko'rsatkichlari hisoblanadi. Nashrlar soni, ma'lumotnomalar va eng nufuzli xalqaro mukofotlar (masalan, Nobel mukofoti yoki Filds medali) baholanadi.

Jahon miqyosidagi universitetlarning oddiy universitetlardan qanday farq qilishini tushuntirishga harakat qilgan ba'zi olimlar ularning bir qator asosiy xususiyatlarini aniqlashga muvaffaq bo'lishdi:

- yuqori malakali professor-o'qituvchilar tarkibi, ajoyib tadqiqot natijalari, sifatli o'qitish, davlat va nodavlat manbalardan katta miqdorda moliyalashtirish;
- yuqori iqtidorli, shu jumladan, chet ellik talabalarning mavjudligi;
- akademik erkinlik, aniq belgilangan boshqaruv tuzilmalari va o'qitish, tadqiqot, ma'muriy ishlar va (ko'pincha) talabalarning iqtisodiy va ijtimoiy hayoti uchun yaxshi jihozlangan imkoniyatlar.

Buyuk Britaniya va Xitoy universitetlari tomonidan birgalikda olib borilgan so'nggi tadqiqotlar natijalariga ko'ra, ushbu ro'yxat boshqa asosiy xususiyatlar bilan to'ldirildi. Ushbu ro'yxat universitetning xalqaro obro'sidan tortib, obyektiv baholash qiyin bo'lgan mavhumroq tushunchalar, masalan, universitetning jamiyat taraqqiyotiga qo'shgan hissasi kabi keng ko'lamli parametrlarni o'z ichiga oladi.

Dunyo universitetining aniqroq ta'rifini taklif qilishga urinishda, bu kitob, ushbu universitetlarning ajoyib natijalari (bitiruvchilarning yuqori obro'si, zamonaviy tadqiqotlar va uni amalga oshirish) asosida bir-birini mustahkamlovchi uchta omil yotadi, degan xulosaga keladi. Bular:

- a) iqtidorlarning yuqori konsentratsiyasi (o'qituvchilar va talabalar);
- b) o'rganish va ilg'or tadqiqotlar o'tkazish uchun qulay muhit yaratish uchun resurslarning ko'pligi va;
- c) strategik qarashlarni, innovatsiyalarni targ'ib qiluvchi universitet boshqaruv tuzilmasi va moslashuvchanlik, universitetga qarorlar qabul qilish va byurokratik to'siqlarsiz resurslarni boshqarish imkonini beradi.

Transformatsiya yo'llari yangi jahon darajasidagi universitetlarni yaratish yo'llarini ko'rib chiqishda bir-birini mustahkamlovchi ikkita omilni hisobga olish kerak. Birinchisi tashqi xususiyatga ega – davlatning milliy, mintaqaviy va mahalliy darajadagi roli va universitet maqomini oshirish uchun jalb qilingan resurslar. Ikkinchi omil ichki – bu universitetlarning o'z imkoniyatlarini amalga oshirish, zarur o'zgarishlar jarayonlari va jahon andozalari darajasidagi institutlarni yaratish yo'lida amalga oshirilishi kerak bo'lgan qadamlardir.

Davlatning roli o'tmishda jahon andozalari darajasidagi universitetni barpo etishda davlatning roli hal qiluvchi omil bo'lmagan. Qo'shma Shtatlardagi Ivy League universitetlarining tarixi shuni ko'rsatadiki, ular birinchi navbatda o'sish natijasida ajoyib muvaffaqiyatlarga erishgan.

Xuddi shunday, Oksford va Kembrij asrlar davomida o'z-o'zidan takomillashib bordi, yillar davomida davlat mablag'lari miqdori o'zgardi, ammo universitetlarning faoliyatning barcha sohalarida va ayniqsa, boshqaruvda muhim avtonomiyasi, missiya va rivojlanish yo'llarini belgilab berdi. Bugungi kunda jamiyat ko'magisiz va davlatning bevosita moliyaviy ko'magisiz jahon andozalari darajasidagi oliy o'quv yurti yaratilishini kutish qiyin.



1-jadval: Turli xil siyosat yondashuvlarining afzalliklari va kamchiliklari jahon darajasidagi universitetlarni barpo etish yo'lida

Yondashuv			
Shartlar	Mavjud universitetlarni modernizatsiya qilish	Mavjud universitetlarni birlashtirish	Yangi universitetlarni tashkil etish
Iqtidorni jalb qilish qobiliyati	O'qituvchilar tarkibini yangilash va iqtidorli talabalarni jalb qilish uchun brendni o'zgartirishdagi qiyinchiliklar	Menajmentni o'zgartirish va yangi doimiy xodimlarni jalb qilish imkoniyati Oldingi xodimlarning mumkin bo'lgan qarshiligi	Eng yaxshisini tanlash imkoniyati (o'qituvchilar va talabalar). Iqtidorli talabalarni notanish universitetga jalb etishdagi qiyinchiliklar. Akademik va ilmiy an'analarni yaratish zarurati
Xarajatlar	Kamroq yuk	Neytral	Ko'proq mashaqqatli
Boshqaruv	Mavjud boshqaruv stereotipini o'zgartirish qiyin	Mavjud universitetlarga nisbatan boshqa huquqiy maqomga ega bo'lish ehtimoli yuqori	Tegishli boshqaruv tuzilmasi va rag'batlantirish tizimini yaratish qobiliyati
Institutsional madaniyat	Strukturani ichkaridan o'zgartirishdagi qiyinchiliklar	Shaxsiy institutsional madaniyatlarga asoslangan yangi «yuz» ni yaratishda mumkin bo'lgan qiyinchiliklar	Mukammallik madaniyatini yaratish imkoniyati
O'zgarishlarni boshqarish	Asosiy masalalar bo'yicha maslahat va barcha manfaatdor tomonlar bilan muloqot	Barcha manfaatdor tomonlarni kutilayotgan me'yorlar va institutsional madaniyat bilan tanishtirish uchun «normativ yondashuv»	Yangi universitetning atrof-muhitga moslashishi va ta'lim xizmatlari bozorida imidjini shakllantirishi uchun «atrof-muhitga moslashish» yondashuvi

10 ta jahon darajasidagi universitetlar qurish va har bir davlat ushbu modellarning kombinatsiyasi asosida jahon darajasidagi universitet qurish strategiyasini ishlab chiqishi mumkin.

Institutsional darajadagi strategiya Jahon miqyosidagi universitetni yaratish, avvalambor, kuchli yetakchilikni, universitetning missiyasi va maqsadlarini aniq tasavvur qilishni hamda ushbu qarashni aniq maqsad va dasturlarga aylantirish uchun aniq belgilangan strategik rejani talab qiladi. Yuqori natijalarga erishishga yo'naltirilgan universitetlar o'zlarining kuchli va zaif tomonlarini, o'sish imkoniyatlarini obyektiv baholaydilar, ish faoliyatini yaxshilash rejalarini ishlab chiqadilar, amalga oshiradilar va ularning barchasi sifatning sezilarli yaxshilanishiga olib keladi. Aksincha, o'z ishining natijalaridan qoniqish hosil qilgan, o'z ishidan mamnun bo'lgan, o'z ambitsiyaviy ruhini yo'qotib, kelajak haqida o'ylamay, inertsia bilan ishlashda davom etadi, buning natijasida ular raqobatchilardan tobora ortda qolmoqda.

Yakuniy nazorat ro'yxati. Hukumatlar ham, universitetlar ham jahon darajasidagi universitetlarni yaratishga yo'l-yo'riq ko'rsatishda bir nechta asosiy savollarga javob berishlari kerak:

- Nima uchun bu mamlakatga jahon miqyosidagi universitet kerak? Uning yaratilishidan iqtisodiy foyda qanday bo'ladi? Mavjud universitetlarga sarmoya kiritish oqilona emasmi?
- Yangi universitet haqidagi fikringiz? U qanday joyni egallaydi?
- Bir davlatda qancha dunyo miqyosidagi universitetlar mavjud bo'lishi mumkin va qancha davlat mablag'lari mavjud?
- Mamlakatning o'ziga xos sharoitlaridan kelib chiqqan holda qanday strategiyani amalga oshirish kerak: mavjud universitetlarni rivojlantirish, ularni birlashtirish yoki yangi universitetlar tashkil etish?
- Birinchi ikkita yondashuvni tanlashda qanday mezonlarga amal qilish kerak?
- Yangi(lar) va allaqachon mavjud universitetlar o'rtasida qanday aloqalar va muvofiqlashtirish mumkin?
- O'zgarishlar qanday moliyalashtiriladi? Xarajatlarning qaysi qismi davlat budjeti hisobidan qoplanadi? Xususiy sektor qanday xarajatlarni o'z zimmasiga olishi mumkin? Qanday turdagi imtiyozlarni taklif qilish mumkin (masalan, davlat tomonidan yer ajratish, soliq imtiyozlari)?
- Hukumat o'zgarishlarni rag'batlantirish va yangi universitet uchun adekvat boshqaruv tuzilmasini saqlab qolish uchun qanday choralar ko'rishi mumkin? Qaysi darajadagi avtonomiya va javobgarlik shakllari mos keladi?



- Bu jarayonda hukumatning roli qanday?
- Universitet qanday qilib samarali boshqaruv jamoasini shakllantirishi mumkin?
- Yangi muassasa qanday qarash, missiya va aniq maqsadlarga erishmoqchi?
- Qaysi sohalarda ta'lim va tadqiqot mukammallikka erishadi?
- Talabalar qaysi maqsadli guruhdan jalb qilinadi?
- Xalqaro aloqalar nuqtai nazaridan universitetning maqsadlari qanday (o'qituvchilar, talabalar, o'quv rejalari va dasturlari va boshqalar uchun)?
- Taklif etilayotgan sifat o'zgarishlarining taxminiy qiymati qancha va ular qanday moliyalashtiriladi?
- Bu ishning muvaffaqiyatini qanday o'lchash mumkin?
- Qanday monitoring tizimlari, natijalar ko'rsatkichlari va hisobot mexanizmlaridan foydalanish kerak?

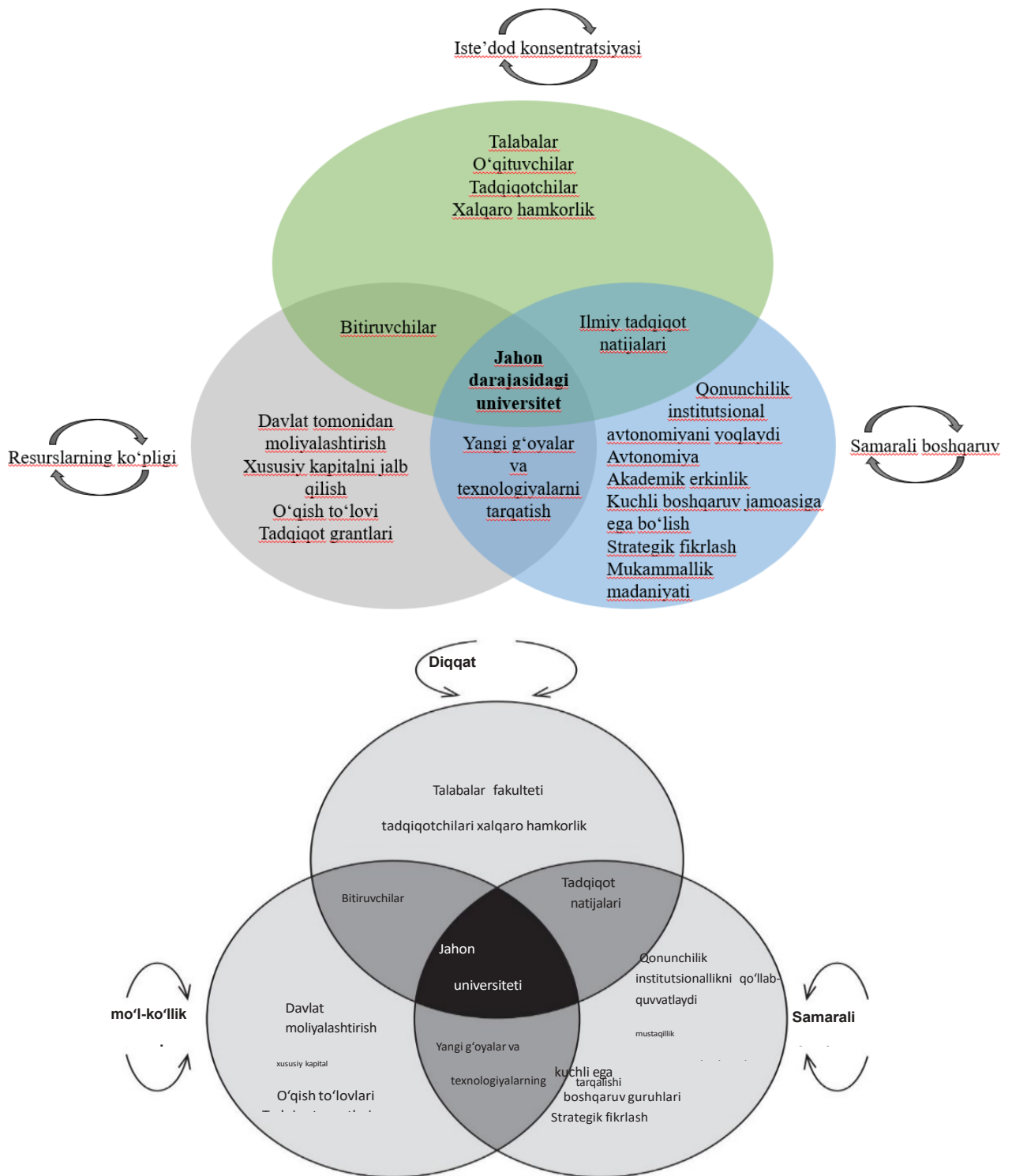
Oliy ta'lim sektorida Jahon bankining rivojlanayotgan va o'tish davridagi iqtisodiyotdagi hukumatlar bilan olib boradigan ishlari asosan butun tizimni isloh qilishga qaratilgan. Bankning yordami siyosiy maslahatlar, tahlillar, texnik yordam va kreditlar orqali moliyaviy yordamning kombinatsiyasi shaklida amalga oshiriladi. Bularning barchasi g'oyalarni ishlab chiqishdan to amaliyotga tatbiq etishgacha bo'lgan yo'lda oliy ta'lim sohasidagi islohotlarni ilgari surish maqsadida amalga oshirilmoqda.

So'nggi yillarda ko'plab mamlakatlar o'z universitetlarining jahon darajasiga ko'tarilishiga to'sqinlik qilayotgan asosiy to'siqlarni va ko'zlangan maqsadga olib kelishi mumkin bo'lgan o'zgarishlarni aniqlashda yordam berish uchun Jahon bankiga murojaat qilmoqda. Ushbu so'rovlarga javoban Jahon banki alohida universitetlarni qo'llab-quvvatlashni an'anaviy tizimli yondashuvdan innovatsiya va islohotlar jarayoniga qanday ajratishni ko'rib chiqishni zarur deb hisobladi. Bugungi kundagi tajriba shuni ko'rsatadiki, ushbu maqsadga uchta qo'shimcha yo'l bilan erishish mumkin, ular turli mamlakatlarda mahalliy xususiyatlarni hisobga olgan holda turli xil kombinatsiyalar va konfiguratsiyalarni olishlari mumkin:

- mumkin bo'lgan va mavjud variantlarni aniqlashda yordam berish uchun texnik yordam;
- elita universitetlarining kerakli sonini baholash, mavjud va rejalashtirilgan moliyalashtirishni ko'rib chiqish orqali tegishli moliyaviy yordam olish;
- har bir alohida holat bo'yicha muassasaning o'ziga xos missiyasi va manzilini belgilash;
- resurslarni taqsimlashda nomutanosibliklarga yo'l qo'ymaslik uchun boshqa oliy ta'lim tizimi bilan muvofiqlashtirishni rivojlantirish;
- xalqaro seminarlar va o'quv safarlarida ishtirok etish orqali yangi elita universitetlariga xorijiy universitetlar bilan aloqa o'rnatishda yordam va vositachilik qilish hamda tegishli tajribani rivojlantirish. Ushbu ish shakllari, shuningdek, xorijiy universitetlar – yangi universitet tashkil etilgan yillarda yoki mavjud ta'lim muassasasini jahon darajasidagi universitetga aylantirish davrida uslubiy va texnik yordam ko'rsatadigan hamkorlar bilan uzoq muddatli aloqalarni o'rnatishni o'z ichiga oladi. Jahon banki, shuningdek, yangi institutni qo'llab-quvvatlashdan manfaatdor bo'lgan turli tomonlar va hamkorlar o'rtasida siyosiy muloqotni rivojlantirishi mumkin;
- loyihani tayyorlashdan tortib, bunday treningni yaratishgacha bo'lgan barcha xarajatlarning dastlabki bahosini o'tkazish uchun moliyaviy yordam muassasa.

Xususiyl oliy ta'limni rivojlantirishga ko'maklashish uchun ijobiy qonunchilik bazasi va umumiy muhitga ega bo'lgan mamlakatlarda Jahon bankining moliyaviy yordamiga qo'shimcha ravishda Xalqaro moliya korporatsiyasi (IFC) kreditlari va kafolatlaridan ham foydalaniladi.

Jahon miqyosidagi universitetni tavsiflovchi uchta omil – iste'dodlar konsentratsiyasi, yuqori darajadagi moliyalashtirish va samarali boshqaruvning kombinatsiyasi aynan ularning asosiy farqlovchi xususiyati ekanligini ta'kidlash muhimdir. Har uch guruh o'rtasidagi dinamik o'zaro ta'sir akademik dunyo elitasiga tegishli bo'lgan universitetlarni ajratib turadi (1-rasmda ko'rsatilganidek). Yaqinda Yevropa universitetlarida o'tkazilgan so'rov natijalari yuqori darajada moliyalashtirish va samarali boshqaruv universitet sifatini umumiy yaxshilashga yordam berishini tasdiqlaydi. Ular eng yaxshi universitetlar avtonomiyadan foyda ko'rishini aniq ko'rsatmoqda, bu esa o'z navbatida xarajatlar samaradorligini oshiradi va kuchli tadqiqot natijalarini beradi.



1.-rasm: Jahon darajasidagi universitetlarning xususiyatlari: asosiy omillarning kombinatsiyasi

Manba: Jamil Salmiy tomonidan yaratilgan.

Universitetlarni boshqarishning samarali tuzilmalari ham yetarli moddiy resurslarni jalb qilmasdan va eng iqtidorli olimlarni jalb qila olmasdan ishlamaydi. Jahon darajasidagi universitet yaratish uchun faqat universitetga sarmoya kiritish yoki abituriyentlarni qabul qilishda tanlab olishning o'zi kifoya emas. Buni Braziliyadagi eng yaxshi universitet San-Paulu universiteti (USP) misolida yaqqol ko'rish mumkin. Aholi soni bo'yicha Braziliya beshinchi o'rinda, yalpi ichki mahsulot ishlab chiqarish bo'yicha esa dunyoda 10-o'rinda. Mamlakat oltita yirik avtomobil ishlab chiqaruvchilardan biri, u Embraer va



Aracruz Celulose kabi jahon miqyosidagi kompaniyalarga ega, ammo dunyodagi eng yaxshi 100 ta universitetlar ro'yxatida Braziliya universitetlari yo'q.

Rivojlanayotgan va o'tish davridagi iqtisodiyoti mamlakatlar hukumatlari bilan oliy ta'lim sohasida hamkorlik qilib, Jahon banki birinchi navbatda uning tizimli islohoti masalalariga e'tibor qaratadi. Jahon bankining yordami konseptual masalalarni ishlab chiqishda ekspert yordami va tahliliy texnik yordam, oliy ta'lim sohasida yirik islohotlarni ishlab chiqish va ularni amaliy amalga oshirish jarayonida kreditlar va kreditlar orqali moliyaviy qo'llab-quvvatlash ko'rinishida amalga oshiriladi.

Biroq, so'nggi yillarda ko'plab mamlakatlar o'z universitetlarining jahon darajasidagi universitetlarga aylanishiga to'sqinlik qilayotgan asosiy to'siqlarni aniqlash va bu maqsadga erishish yo'llarini ishlab chiqishda Jahon bankidan yordam so'ramoqda. O'z navbatida, Jahon banki bu savollarga javob berish uchun birinchi navbatda alohida institutlarni qo'llab-quvvatlashni tizimli innovatsiyalar va islohotlarga an'anaviy yondashuv bilan qanday bog'lashni ko'rib chiqish kerakligini aniqladi. Bugungi kundagi tajriba shuni ko'rsatadiki, bu maqsadga uchta qo'shimcha yo'l bilan erishish mumkin. Turli mamlakatlarda ular turli xil kombinatsiyalarda birlashtirilishi mumkin:

- mamlakatlarga yordam berish uchun texnik yordam va ko'rsatmalar
- mumkin bo'lgan yechimlarni aniqlash;
- mavjud va potentsial imkoniyatlarni hisobga olgan holda qancha elita universitetlarga ega bo'lishni xohlashlarini va saqlab qolishlarini hal qilish;
- missiyani aniqlash va har bir alohida holatda bunday universitetning joylashuvi;
- budjet mablag'larining tarqoq bo'lishiga yo'l qo'ymaslik uchun uning boshqa oliy ta'lim muassasalari bilan o'zaro aloqalarining aniq sxemasini ishlab chiqish;

Xorijdagi elita universitetlari bilan tajriba almashish, jumladan, xalqaro o'quv safarlari va seminarlar o'tkazishda vositachilik va yordam ko'rsatish. Xorijiy hamkor universitetlar bilan aloqalar jahon andozalari darajasidagi universitet maqomiga erishishga qaratilgan yangi ta'lim muassasalarini shakllantirish yoki mavjudlarini modernizatsiya qilishda yordam beradi. Jahon banki hamkorlar va barcha manfaatdor tomonlar o'rtasida muloqot o'tkazishga ko'maklashishi mumkin, uning davomida rivojlantirish konsepsiyasi va yangi universitetni qo'llab-quvvatlash shakllari ishlab chiqiladi;

yangi universitetga budjet investitsiyalarini kiritishdan oldingi davrda moliyaviy yordam. Loyihani ishlab chiqish va uni amalga oshirish xarajatlari smetasini tayyorlash uchun ajratiladi.

Xususi oliy ta'limni rivojlantirishga ko'maklashuvchi va rag'batlantiruvchi qonunchilik bazasi mavjud bo'lgan mamlakatlarda Xalqaro moliya korporatsiyasi (IFC) kreditlari va kafolatlari Jahon bankining moliyaviy yordamini to'ldirishi mumkin. Buning zaruriy sharti davlat-xususi sheriklik shaklida yangi universitet tashkil etish yoki mavjud universitetni modernizatsiya qilishdir.

Bir narsa muhim: barcha variantlar har bir mamlakatning o'ziga xos xususiyatlarini hisobga olishi kerak. Yuqori daromadli mamlakatlar faqat moliyaviy yordamga muhtoj emas, lekin Jahon bankidan maslahat so'rang, chunki u keng xalqaro tajriba va tajribaga ega bo'lgan mutaxassislarning qiyosiy ustunligiga ega. Ushbu maslahatlar konsalting xizmatlari uchun to'lovlar asosida taqdim etilishi mumkin.

Kam daromadli davlatlar, ayniqsa, kichik davlatlar (aholisi besh milliondan kam) yuqori malakali kadrlar va innovatsion texnologiyalarga eng yuqori talablarga javob beradigan yetakchi universitet yaratishga urinayotganlarida qiyinchiliklarga duch kelishadi.

2-jadval: Mamlakatlar guruhlariga bo'yicha Jahon bankining qo'llab-quvvatlash turlari

Qo'llab-quvvatlash turi	Yuqori daromadli mamlakatlar	O'rta daromadli mamlakatlar	Kam daromadli mamlakatlar (katta mamlakatlar)	Kam daromadli mamlakatlar (kichik mamlakatlar)
Texnik yordam	Ha	Ha	Ha	Ha
Konsalting xizmatlari va yordami	Ha	Ha	Ha	Ha
Moliyaviy yordam	Yo'q	Ha (tanlov asosida)	Ha	Ha (mintaqaviy darajada)

Manba: Jamil Salmiy tomonidan yaratilgan.



Kamdan-kam hollarda ular bunday qimmat institutni qurish va doimiy ravishda qo'llab-quvvatlash uchun yetarli resurslarga ega, shuningdek, ularning ilmiy va tadqiqot ishlari xalqaro miqyosda raqobatbardosh darajada amalga oshirilishini ta'minlash uchun zarur bo'lgan malakali o'qituvchilar va olimlar soniga bog'liq.

Shu nuqtai nazardan, moliyaviy kadrlar resurslarini safarbar qilish nuqtai nazaridan eng tejamkor va samarali yondashuv mintaqaviy universitetlarni tashkil etish bo'ladi. Ularni qurishda donorlik yordami mintaqaviy bir martalik pul tushumlari bilan cheklanmasligi kerak.

Bunday universitetga malakali mutaxassislarni jalb qilish va saqlab qolish uchun turli dasturlar va imtiyozlar uchun uzoq muddatli, asta-sekin kamayib boruvchi moliyalashtirish bo'lishi kerak.

XULOSA

Yuqori o'rinli universitetlar tadqiqot yo'li bilan bilimlarni tarqatishga katta hissa qo'shadigan, ushbu jarayonlar uchun qulay muhitda eng yangi o'quv dasturlari va o'qitish usullarini o'rgatadigan universitetlardir. Shu bilan birga, ilmiy tadqiqotlar o'quv jarayonining ajralmas tarkibiy qismiga aylanadi va bitiruvchilar ham o'qish davomida, ham (bundan ham muhimi) o'qishni tugatgandan so'ng muvaffaqiyatga erishadilar.

Jahon darajasidagi universitetni "ishlab chiqarish" uchun yagona retsept yoki sehrli formula yo'q. Milliy kontekst va institutsional modellar ko'p qirrali. Har bir mamlakatning o'zi turli mumkin bo'lgan yondashuvlar orasidan uning imkoniyatlari va resurslariga mos keladigan strategiyani tanlashi kerak. Jahon tajribasi elita universitet qaysi asosiy xususiyatlarga ega bo'lishi kerakligi – iqtidorlarning yuqori konsentratsiyasi, resurslarning ko'pligi va moslashuvchan boshqaruvga ega bo'lishi kerakligiga misollar keltirdi. Muvaffaqiyatli tajribalar ham mavjudlarini takomillashtirish yoki birlashtirishdan butunlay yangi universitetlarni yaratish imkoniyatini beradi.

Qolaversa, universitetlar tizimini o'zgartirishni mamlakat taraqqiyotining boshqa jabhalaridan ajratib bo'lmaydi. Jahon miqyosidagi universitetni barpo etish va uni amalga oshirishning istiqbolli strategiyasi:

- a) mamlakatni iqtisodiy va ijtimoiy rivojlantirishning umumiy strategiyasi;
- b) ta'lim tizimining quyi bo'g'inidagi joriy o'zgarishlar va rejalashtirilgan islohotlar;
- c) boshqa turdagi oliy o'quv yurtlarini rivojlantirish rejalari ta'lim zamonaviy texnologiyalarga yo'naltirilgan ta'lim, ilmiy-tadqiqot muassasalarining yaxlit tizimini yaratish.

Shuni ta'kidlash kerakki, jahon darajasidagi universitetlar ko'pincha eng yaxshi tadqiqot universitetlari bilan tenglashtirilgan bo'lsa-da, ilmiy tadqiqot olib bormaydigan va so'zning qat'iy ma'nosida universitet hisoblanmaydigan jahon darajasidagi oliy o'quv yurtlari ham mavjud. Shu sababli, jahon andozalari darajasidagi universitetlar qurish vazifasini boshlayotgan davlatlar jamiyatning ta'lim va kadrlar tayyorlash sohasidagi eng keng talablariga javob beradigan mukammal muqobil institutlarning mavjudligi zarurligini hisobga olishlari kerak. Oliy ta'lim darajasida ta'lim natijalarini o'lchashga bo'lgan qiziqish ortib borayotgani va bu boradagi bahs-munozaralar a'lochi talabalarning ajoyib natijalarga erishishigina emas, balki, shubhasiz, universitet ega bo'lgan qo'shimcha bilimlar ham ekanligini e'tirof etishdan dalolat beradi. Alohida o'quvchilarning o'quv ehtiyojlariga javob beradigan tarzda taqdim etiladi va ular yildan-yilga xilma-xil bo'lib bormoqda.

Va nihoyat, jahon miqyosidagi universitetlarni yaratish harakati ortidagi barcha bosim yoki inertsiya jarayonlari jahon miqyosidagi universitetlarning ahamiyatini ortiqcha dramatizatsiya qilishning, milliy oliy ta'lim doirasida resurslarning nomutanosib taqsimlanishining oldini olish uchun to'g'ri kontekstda ko'rib chiqilishi kerak. Hatto sanoatlashgan yoki rivojlanayotgan har bir mamlakat iqtisodiy jarayondagi o'z ulushini oshirishga intilayotgan global bilim iqtisodiyotida ham jahon darajasidagi universitetlar qurish haqidagi shov-shuv ko'plab tizimlarning real ehtiyojlari va imkoniyatlaridan ancha yuqori bo'lib hisoblanadi.



TURISTIK XIZMATLARNING REKLAMASINI AMALGA OSHIRISHDA IJTIOMIY TARMOQLARNING AHAMIYATI

O. A. Norbo'tayev
TDIU talabasi

Annotatsiya: Ushbu maqola ijtimoiy tarmoqlarning turizm sohasidagi mustahkam o'rni va turistik mahsulotlarni targ'ib qilishdagi ustunlik jihatlari o'rganishni o'z ichiga oladi.

Kalit so'zlar: ijtimoiy tarmoq, kontent, reklama, algoritim, ma'lumotlar bazasi.

Abstract: This article explores the crucial role of social media in tourism industry and the benefits of social media in promoting tourism products.

Key words: social media, content, advertising, algorithm, database.

Аннотация: Данная статья включает в себя исследование сильной роли социальных сетей в сфере туризма и преимуществ продвижения туристических продуктов.

Ключевые слова: социальная сеть, контент, реклама, алгоритм, база данных.

Dunyo miqyosida texnologiyalarning jadal rivojlanishi, barcha sohalarda internetning keng miqyosda foydalanilishi istemolchilarga mahsulot sotib olishda raqamli marketingdan foyda olish imkoniyatini berdi. Turistik kompaniyalar potentsial sayyohlarni jalb qilish uchun turistik mahsulotlar marketingida reklama maqsadida raqamli platformalar va kanallardan foydalanadilar. Internet, ijtimoiy tarmoqlar, mobil ilovalar va boshqa raqamli aloqa texnologiyalari dunyo bo'ylab milliardlab odamlarning kundalik hayotining bir qismiga aylanmoqda. 2020-yil yanvar oyida e'lon qilingan so'nggi statistik ma'lumotlarga ko'ra, internet aktiv foydalanuvchilari 4,54 milliard kishi, dunyo aholisining 59% ni tashkil qiladi. Shunga qaramay, 2019-yilda dunyo bo'ylab 2,95 milliard kishi faol ijtimoiy tarmoq foydalanuvchilari hisoblanadi. Ijtimoiy tarmoqlardan foydalanish butun dunyodagi ko'pgina odamlar hayotining ajralmas qismga aylanmoqda.

Ijtimoiy tarmoq bu odamlar yoki tashkilotlarga g'oyalarni, kontentlarni, ma'lumotlarni va ma'lumotlar bazasini yaratish, bo'lishish va almashishga imkon beradigan tizim yoki dastur. Ijtimoiy tarmoqlar tashkilotlar, korxonalar, hamjamiyatlar va shaxslar o'rtasidagi muloqotga jiddiy o'zgarishlar kiritadi. Marketologlar va iste'molchilar ijtimoiy axborot vositalarini aloqa vositasi sifatida qabul qilayotgan asosiy jihat – bu "virallik" funktsiyasi yoki o'z auditoriyasini kengaytirish uchun matnli va vizual vositalarni almashish orqali o'z qarashlarini kuchaytirishdir. Hozirgi kunda reklama sohasida muhim ahamiyatga ega bo'lgan ijtimoiy tarmoqlarning auditoriyasi kundan kunga oshib borayotganligi sababli ko'pgina nufuzli kompaniyalar o'z turistik mahsulotlarini aynan ijtimoiy tarmoqlar orqali reklama qilishni afzal ko'radilar. Buning asosiy afzalliklarini ko'rib chiqamiz:

Birinchidan, ko'pgina turistik mahsulotlar faktorlari, joylashuvlar, mehmonxonalar, dam olish faoliyatlari, ko'ngilochar joylar va restoranlar ijtimoiy tarmoq foydalanuvchilari tomonidan ko'p qidiriladi, saqlanadi va yoqtiriladi. Bundan ma'lum bo'lishicha ijtimoiy tarmoqlarda yoqtirishlar yoki qidiruvlarning soni: ta'til uchun boradigan joylar haqida ma'lumot olish haqida 27% ni, mehmonxona xususiyatlari 23% ni, bayram tadbirlari 22% ni, ko'ngilochar mashg'ulotlar 21% ni, va restoranlar 17%ni tashkil qiladi. So'nggi tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, odamlar rejalashtirilgan sayohatlari uchun 55% ijtimoiy tarmoqlardagi sahifalarni afzal ko'rishadi. Facebook odamlar turistik mahsulotlarni sotib olishida eng ko'p foydalaniladigan platforma hisoblanadi. Facebook 29% bilan birinchi o'rinda turadi, Instagram 20% ko'rsatkich bilan ikkinchi o'rinda, Twitter esa bilan oxirgi o'rinda turadi. Bu vaziyatdan kelib chiqqan holda, turistik mahsulot sotuvchilarining 50% Internetdan foydalanadi. Facebook, Instagram va Twitter kabi platformalar samarali hisoblanadi. Jumladan, sayohatni relalashtirishda ijtimoiy tarmoqlarning muhimligini hisobga olgan holda Facebook 2017-yilda foydalanuvchilar va ularning



do'stlari tashrif buyurgan maxalliy diqqatga sazovor joylarni boshqa foydalanuvchilarga ko'rsatuvchi City Guide funksiyasini taqdim etdi. Bu funksiya joriy etilishi bilan foydalanuvchilarning 52% turistik mahsulotlardan foydalanishga muhim yo'nalishga ega ekanligi aniqlandi.

Ikkinchidan, ijtimoiy tarmoqlarning algoritmining ishlash tizimining ta'siri. Ijtimoiy tarmoqlar platformasidagi algoritmlar bu – postlarni joylashtirilgan vaqtiga qarab emas, balki foydalanuvchining qiziqishlari va u eng ko'p kuzatadigan postlarga yaqin bo'lgan kontentlarni tarmoqdagi tasmlarda birinchi bo'lib ko'rinishidir. Masalan, ijtimoiy tarmoqlardagi har bir obunachining o'z qiziqishlariga mos kontentlar ma'lumotlar tasmasida ko'rsatiladi. Bunday tizimda ishlaydigan ijtimoiy tarmoqlarga Facebook, Instagram, Twitter, va hozirda eng omalashgan TikTok platformasini misol qilishimiz mumkin. Ushbu platformalardan foydalanuvchilarning akkauntlari ko'pgina hollarda ma'lumotlar bazasi bir-biriga ulangan bo'ladi. Masalan, siz Facebook tarmog'idagi akkauntingizda turizm sohasiga oid yoki bironbir sohaga oid kanallarga ulangansiz, sizning yangiliklar tasmingizda yoki videolar tasmasida aynan shu sohaga oid videolar va reklamalar, masalan, mehmonhonalar, villalar, turizm sohasida faoliyat yurutuvchi blogerlar, aviakassalar, turistik kompaniyalar va shunga o'xshash kontentlar paydo bo'ladi. Va huddi shu kontentlar sizning boshqa platformadagi akkauntingizda ham ko'rinadi masalan Instagram tarmog'ida. Va bu tizim turistik mahsulotlarni aynan turizm sohasiga qiziqadigan foydalanuvchilarga yoki sayyohlarga to'g'ridan-to'g'ri reklama qilish funksiyasini maksimal darajada bajaradi.

Yuqorida keltirilganlardan xulosalar:

- Turistik mahsulotlarni reklama qilishda ijtimoiy tarmoqlarning global darajada qo'llanilishi turizm sohasining yanada rivojlanishini ta'minlaydi. Aynan ijtimoiy tarmoqlardagi postlar orqali yangi destinatsiyalarga tashriflar soni ko'paymoqda.
- Ijtimoiy tarmoqlar algoritmi turistik mahsulotni aynan turizm sohasiga qiziquvchi foydalanuvchilarga to'g'ridan-to'g'ri reklama qilish imkoniyatini beradi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'xati:

1. Lamberton, C., & Stephen, A. (2016). A thematic exploration of digital, social media, and mobile marketing research's evolution from 2000 to 2015 and an agenda for future research, *Journal of Marketing*, 80(6), 146-172.
2. Bakopoulos, V., Baronello, J., Briggs, R. (2017). How brands can make Smarter decisions in mobile marketing strategies for improved media-mix effectiveness and questions for future, *Research, Journal of Advertising Research*, 57(4), 447-461.
3. Belk, R. W. (2013). Extended self in a digital world. *Journal of Consumer Research*, 40(October), 477-500.
4. Fossen, B. L., & Schweidel, D. A. (2019). Social TV, advertising, and sales: Are social shows good for advertisers? *Marketing Science*, 38(2), 274-295.
5. Safaeva, S.R., Ishankhodjaeva, D.A., and other. 2019. Economic and Legal Aspects of Tourism Regulation in the New Economy: International Practice. *Journal of Environmental Management and Tourism*.



TA'LIM TURIZMINING MOHIYATI VA UNI O'ZBEKISTONDA RIVOJLANTIRISH IMKONIYATLARI

Jiyanov Uktam Panjievich

O'zbekiston xalqaro islom akademiyasi

“Islom iqtisodiyoti va moliyasi, ziyorat turizmi” kafedrası katta o'qituvchisi

Turizm xalqaro iqtisodiy faoliyatning asosiy turlaridan biri bo'lib, uning rivojlanishi savdo, transport, aloqa, qishloq xo'jaligi, qurilish, iste'mol tovarlari ishlab chiqarish kabi iqtisodiyot tarmoqlariga rag'batlantiruvchi ta'sir ko'rsatadi va iqtisodiyotni qayta qurishning eng istiqbolli yo'nalishlaridan hisoblanadi.

Ma'lumki, dunyo xalqlari tabiati, iqlimi turlicha bo'lgan geografik mintaqalarda yashaydilar. Ular qadimgi davrlardan to hozirgi kungacha doimiy yashash joyidan tashqaridagi tabiiy hamda insoniyat tomonidan yaratilgan ajoyibotlarni ko'rishni xohlaganlar. Antik davrdan boshlab sayohatning asosiy motivlaridan biri ta'lim olish bo'lgan. Shunday bo'lsada, “ta'lim turizmi” nisbatan yangi tushuncha hisoblanadi.

Ta'lim turizmini o'rganish va shaxsiy rivojlanishga qaratilgan sayohat turi sifatida ta'riflash mumkin. Bu mahalliy madaniyat, tarix, til, an'analar va atrof-muhit haqida bilim va tushunchaga ega bo'lish uchun turli yo'nalishlarga tashrif buyurishni o'z ichiga oladi. Ta'lim turizmining asosiy maqsadi sayohatchilarni bevosita tajribalar, turli jamoalar bilan uchrashish va ta'lim faoliyatida ishtirok etish orqali o'rgatishdir.

Ta'lim turizmining asosiy afzalliklaridan biri bu shaxslarning turli madaniyatlar va an'analarni chuqurroq tushunishlari, shuningdek, muayyan mavzular yoki ko'nikmalar bo'yicha bilimlarini oshirish imkoniyatidir. Ta'lim turizmi tashrif buyurilgan mamlakatlarning mahalliy iqtisodiyotiga ham hissa qo'shishi va turli madaniyatlar o'rtasida o'zaro tushunish va hurmatni rivojlantirishi mumkin.

Ko'pgina ta'lim muassasalari, sayyohlik kompaniyalari va notijorat tashkilotlar talabalar va kat-talar uchun ta'lim turizmi dasturlarini taklif qiladi. Ushbu dasturlar ishtirokchilarga an'anaviy sinf ta'lim-idan tashqarida bo'lgan har tomonlama chuqur o'rganish tajribasini taqdim etish uchun mo'ljallangan. Oxir oqibat, ta'lim turizmi umrbod ta'lim va madaniyatlararo tushunishni rivojlantirishning kuchli usuli bo'lishi mumkin.

Jahon sayyohlik tashkiloti (UNWTO) tomonidan ishlab chiqilgan Turizm statistikasi bo'yicha xalqaro tavsiyalarga ko'ra, “ta'lim turizmi” atamasi har qanday o'rganishni asosiy maqsad qilib olib, bir yildan kam vaqt davomida odatiy muhitdan tashqaridagi asosiy manzilga tashrif buyurgan sayo-hatchilarning faoliyatini anglatadi. “Ta'lim turizmi” qisqa kurslarga borish va ba'zi o'quv dasturlarida (rasmiy yoki norasmiy) ishtirok etish yoki rasmiy kurslar orqali ma'lum ko'nikmalarni egallash kabi asosiy faoliyatlarni ham o'z ichiga olishi mumkin.

Umumiy holda ta'lim turizmiga quyidagicha ta'rif berish mumkin: ta'lim turizmi bu turistlarning doimiy yashash joyidan tashqarida professional yoki qo'shimcha tahsil olish maqsadida ta'lim hamda turizmining boshqa mahsulotlarini iste'mol qilish bilan bog'liq faoliyat hisoblanib, 24 soatdan bir yil-gacha bo'lgan davrda turistlar bilim, malaka va ko'nikmalarni egallash ehtiyojlarini qondirish uchun zarur bo'lgan xizmatlar majmuasiga ega bo'lishidir.

Hozirgi kunda sayohatchilarning ta'lim olish maqsadlaridan kelib chiqib, ta'lim turizmini quyidagi turlarga ajratish mumkin:

- dam olish elementlari bilan ta'lim (chet el maktablari va universitetlarida o'qitish, til kurslari, ishlaydigan korxonalarga ekskursiyalar, muzeylar va ko'rgazmalarga tashriflar, tarixiy ekskur-siyalar, dala o'quv kurslari, seminarlar va konferentsiyalar);
- ta'lim elementlari bilan dam olish (turizmning barcha turlari – diniy, gastronomik, madaniy va boshqalar, shu jumladan, ta'lim va tarbiya motivlari);
- til safari – bu ta'lim turizmining eng keng tarqalgan turi hisoblanadi.



Yevropa mamlakatlari, xususan, Angliya, Fransiya, Italiya – ta'lim turizmidagi, ayniqsa, til dasturlari jihatidan juda mashhur. Bugungi kunga kelib ularga Finlyandiya, Norvegiya, Polsha, Chexiya va Ispaniya qo'shildi. Ushbu mamlakatlarning tillari va urf-odatlariga qiziqish uchun maktab o'quvchilari va talabalar uchun maxsus (moddiy jihatdan qulay) dasturlar yaratilmoqda.

So'nggi paytlarda Osiyo mamlakatlariga ta'lim sayohatlari tobora ommalashib bormoqda. Jumladan, xalqaro sayyohlar iqtisodiy seminarlar o'tkazish uchun Yaponiya va Singapurga, har xil turdagi "acupressure" va boshqa massaj kurslari uchun Tailandga, buddizm ta'limotlarini o'rganish uchun Hindistonga, jang san'atlarini bilish uchun Xitoyga tashriflarni amalga oshirmoqda.

Ta'kidlash lozimki, ta'lim turizmi bo'sh vaqtni o'qish bilan birlashtiradigan turizmning keng tarqalgan turi bo'lib, u quyidagi sohalarida rivojlanmoqda: tillarni o'qitish, sport mashg'ulotlari, kasbiy ta'lim va boshqalar.

Bugungi kunda AQSH va Yevropa mintaqasi ta'lim turizmining asosiy xalqaro markazi bo'lib hisoblanadi. Ammo Sharqiy Osiyo va Tinch okeani mintaqasidagi yosh turistik sanoatning o'sish sur'atlari va boshqa omillar tufayli Yevropa va Amerikaning ulkan turistik mintaqalari sifatidagi mavqeining pasayish tendensiyasi kuzatilmoqda. Tahlillarga ko'ra, Yevropa va Amerika jahon turizm bozorining 3/4 qismiga egalik qiladi.

Ta'lim turizmi eng istiqbolli va faol rivojlanayotgan turizm sohalaridan biri sifatida dunyo mamlakatlarining iqtisodiyotini taraqqiy ettirmoqda. Mamlakatimizda turizmning bu turini shakllantirish uchun ko'plab imkoniyatlar mavjud, ammo bu iqtisodiy potensialning samarali foydalanilmayotgan qismi hisoblanadi.

Hozirda, mamlakatimizda filiallar bilan qo'shib hisoblaganda jami 214 ta oliy ta'lim muassasalari mavjud bo'lib, ularda O'zbekiston fuqarosi bo'lgan talabalardan tashqari xorijlik talabalar ham tahsil oladi. Bu oliy ta'lim muassasalarining 120 tasi universitetlar, 67 tasi institutlar, 8 tasi akademiyalar, 26 tasi davlat oliy ta'lim muassasalari filiallari, 2 tasi konservatoriya, 26 tasi chet el oliy ta'lim muassasalarini filiallari, 72 tasi nodavlat oliy ta'lim muassasalari hisoblanadi¹.

Ushbu oliy dargohlarda jami 41465 nafar professor-o'qituvchilar ta'lim berib kelmoqdalar, shuningdek, bakalavriat ta'lim yo'nalishlari hamda magistratura mutaxassisliklarining talabalar qamrovi 1301503 nafarni tashkil etadi. Ulardan 1291351 nafari o'z fuqarolarimiz bo'lgan talaba yoshlardir. Respublika oliygohlarida jami necha nafar chet ellik, boshqa millatga mansub talabalar tahsil olishlari haqida aniq statistika mavjud emas. Ko'pchilik tahsil olayotganlar asli millati o'zbek, doimiy O'zbekistonda iste'qomat qilib kelayotgan, chet el fuqaroligiga ega bo'lgan shaxslardir. Lekin ayrim statistik ma'lumotlarga ko'ra 2023/2024-o'quv yilida jami 9827 nafar xorijiy davlat fuqarosi, 324 nafar fuqaroligi yo'q talabalar O'zbekiston Respublikasidagi oliygohlarda tahsil olmoqda².

Birgina tibbiyot oliy ta'lim muassasalari va ularning filiallarida 1500 nafarga yaqin xorijlik talabalar tahsil olmoqda. Ular Rossiya, AQSH, Buyuk Britaniya, Koreya Respublikasi, Ukraina, Hindiston, Eron, Afg'oniston, Pokiston, Bangladesh, Qozog'iston, Qirg'iziston, Tojikiston hamda Turkmaniston kabi 16 ta mamlakatdan kelib tahsil olayotgan xorijlik talabalardir. Tibbiyot sohasida ta'lim turizmini joriy etish loyihasining umumiy qiymati 2020-2021-o'quv yilida qariyb 4 million dollarni tashkil etgan³.

Yurtimiz oliygohlariga xorijiy talabalarni yanada ko'p jalb qilish, ularning ta'lim olishga bo'lgan qiziqishini oshirishda oliygohlarning infratuzilmasi ham muhim omil hisoblanadi. Hozirda, ta'lim turizmi bozorida jahon standartlariga to'laqonli javob bera oladigan, ya'ni ham ilmiy salohiyat jihatdan, ham oliy ta'lim muassasasi infratuzilmasi rivojlanganligi jihatidan yuqori sifat va so'nggi innovatsiyani talab etmoqda. Shu bois, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Oliy ta'lim tizimini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi qarori qabul qilindi. Unga muvofiq kompleks rivojlantirish dasturini amalga oshirish uchun 1,7 trillion so'm mablag' davlat budjetidan ajratildi⁴.

Mamlakatimizning har bir oliy ta'lim muassasasi AQSH, Buyuk Britaniya, Frantsiya, Italiya, Niderlandiya, Rossiya, Yaponiya, Janubiy Koreya, Xitoy va shu kabi boshqa davlatlarning yetakchi ilmiy-ta'lim muassasalari bilan hamkorlik aloqalarini yo'lga qo'ygan. Bu esa ta'lim turizmi sohasida o'ta muhim ahamiyat kasb etadi.

1 <https://stat.edu.uz/universities> (Murojaat qilingan sana: 28.11.2023).

2 <https://stat.edu.uz/> sayti ma'lumotlari asosida tuzildi.

3 <https://kun.uz/news/2020/12/28/ssv-ozbekistonda-16-mamlakat-talabalari-tibbiyot-sohasida-tahsil-olmoqda> (Murojaat qilingan sana: 28.11.2023).

4 <https://sputniknews-uz.com/20170421/5246363.html> (Murojaat qilingan sana: 26.11.2023).



Tahlillar shuni ko'rsatadiki, O'zbekistonda ta'lim sohasida xizmat ko'rsatish va uni sotishda o'sish holati kuzatilmoqda. Shu bilan bir qatorda, ta'lim xizmatlari ham o'sish tendensiyalariga ega bo'lmoqda, ammo bu xorijiy mamlakatlar ta'lim sohasi bilan raqobatlashish uchun yetarli emas. Lekin, ta'kidlash lozimki, mamlakatimizning ta'lim va turizm sohasini rivojlantirishga qaratayotgan e'tibori, shuningdek, bu sohadagi salohiyati va imkoniyatlarining yuqorida keltirilgan barcha davlatlarnikidan qolishmaydigan darajada boyligini inobatga olib aytadigan bo'lsak, kelajakda bu o'z samarasini berishi va ushbu sohani O'zbekistonda yanada rivoj topishi shubhasiz.

Xulosa qilib aytganda, mamlakatimizda ta'lim turizmini rivojlantirish uchun quyidagilarni amalga oshirish muhim hisoblanadi:

- xorijiy talabalarga qulayliklar yaratish va ularni jalb qilish maqsadida grandlar va stipendiyalar tashkil qilish;
- qo'shni respublikalar va xorijiy mamlakatlar oliygohlari bilan o'zaro almashinuv dasturlarini ishlab chiqish orqali chet ellik talabalarni O'zbekistonda ta'lim olishga jalb qilish. Bu hamkorlik talabalar va professor-o'qituvchilarga turli joylarda turli fanlar bo'yicha bevosita bilim olish imkoniyatini taqdim etuvchi o'quv sayohatlari, tilni o'rganish dasturlari va madaniy almashinuvlarni o'z ichiga olishi mumkin.
- turistik yo'nalishlarda ta'lim infratuzilmasini, jumladan, muzeylar, tarjima markazlari va interfaol o'quv maydonlarini rivojlantirishga sarmoya kiritish, bu joylarning ta'lim ahamiyatini oshirish va ta'lim sayohatchilarni jalb qilish, talabalar uchun turar joylar qurishda xususiy sektorlar imkoniyatlaridan foydalanish;
- jahon standartlariga to'la javob bera oladigan zamonaviy qulayliklarga ega hamda bepul kutubxonalarni qurish, mavjudlarini qayta ta'mirlash;
- texnologiyani birlashtirish, ya'ni sayohatchilar uchun ta'lim tajribasini yaxshilash uchun texnologiyadan foydalanish. Bunga virtual reallik sayohatlari, interaktiv o'quv ilovalari va tashrif buyurilgan manzillar haqida chuqur bilim beradigan multimedia resurslari kirishi mumkin;
- sayohatchilarning turli ta'lim qiziqishlari va ta'lim maqsadlariga javob beradigan moslashtirilgan marshrutlarni va moslashuvchan dasturlarni taklif qilish. Bu ishtirokchilarga tarix, ilm-fan yoki til o'rganish kabi muayyan yo'nalishlarni tanlashga va shunga mos ravishda tajribalarni moslashtirishga ruxsat berishni o'z ichiga olishi mumkin;
- "Study in Uzbekistan" deb nomlangan qisqa videoroliklar tayyorlash hamda xorijiy mamlakatlar bilan shartnomalar asosida o'sha davlatlarning televideniyalari orqali qo'yib borish;
- "Travel to Uzbekistan and study" deb nomlangan maxsus va chiroyli stikerlar yaratish hamda xalq amaliy san'ati, hunarmandchilik, ustaxonalar, an'anaviy milliy buyumlar, suvenirlar va turistlar tomonidan talab yuqori bo'lgan mahsulotlarga ushbu stikerlarni yopishtirish orqali ta'lim va sayohatni reklama qilish;
- O'zbekiston xalqaro islom akademiyasi, Imom Buxoriy nomidagi Toshkent islom instituti, Hadis ilmi maktabi, Mir Arab oliy madrasasi kabi oliygohlarda ilohiyot sohasida ta'lim beradigan xalqaro ta'lim yo'nalishlari tashkil etish;
- ta'lim olishda kengroq auditoriyani egallash uchun respublika oliygohlarida xorijiy talabalar uchun ham masofaviy onlayn ta'limni yanada rivojlantirish va mazkur yo'nalish bo'yicha beriladigan diplom, sertifikatning yuridik kuchga ega bo'lishini ta'minlovchi me'yoriy hujjatlarni tasdiqlash choralari ko'rish.

Ushbu tavsiyalarni amalga oshirish orqali mamlakatimizda ta'lim turizmi tajribasini boyitish, kengroq ta'lim oluvchi sayohatchilarni jalb qilish va turizm sanoatining barqaror rivojlanishiga hissa qo'shish mumkin.

Foydalanilgan adabiyaotlar ro'yxati:

1. Шамов Т., Третьяков П.И. Управление образовательными системами. – М., 2011. – 319 с.
2. Коренко Ю.М. Развитие рынка образовательных туристских услуг в России. – М., 2015. – 210 с.
3. Житенёв С.Ю. Образовательный туризм в России. – М.: Юрайт, 2018. – 198 с.
4. Qurolov Q. Bozor munosabatlari sharoitida iqtisodiy ta'lim tizimining takomillashuvi



SMART TOURISM AND EDUCATION: CONDITIONS AND PROSPECTS IN UZBEKISTAN

Gulrukh Yusupova

“Silk Road” International University of Tourism and Cultural Heritage,
Lecturer in the Department of “Languages”

Sabina Turakulova

Student of the “Silk Road” International University of Tourism and Cultural Heritage,
Samarkand, Uzbekistan

Abstract: The current state, obstacles, and future potential of Smart tourism as well as education in the country of Uzbekistan are examined in this article. Uzbekistan, as a Central Asian crossroads country, is acutely aware of the transformational potential of information and communication technologies (ICTs) in altering its tourism and education sectors. The research incorporates Smart technology, government efforts, and upcoming trends to provide a holistic perspective of the landscape.

Uzbekistan confronts the dual challenge of conserving its rich cultural history while embracing technology improvements in the field of Smart tourism. The essay goes into current Smart tourism projects, emphasizing their influence on customer service, efficiency in operation, and sustainability. It investigates the role of technology in crisis management and assurance, which are crucial issues in an era of global uncertainty.

The paper goes on to discuss the obstacles to the seamless incorporation of technologically advanced tourism and education in Uzbekistan, providing practical answers and recommendations. It also discusses the future possibilities, outlining rising trends and potential advantages of international cooperation in improving these industries.

Key words: Smart Tourism, Smart Education, Education System, Augmented Reality, Virtual Reality, Educational Technology, Data-Driven Decision Making, Collaborations.

Annotatsiya: Ushbu maqolada O'zbekistondagi Smart-turizm hamda ta'limning hozirgi holati, to'siqlari va kela-jakdagi salohiyati ko'rib chiqiladi. O'zbekiston Markaziy Osiyoning chorrahasi davlati sifatida turizm va ta'lim sohalarini o'zgartirishda axborot-kommunikatsiya texnologiyalari (AKT)ning transformatsion salohiyatini yaxshi biladi. Tadqiqot aqlli texnologiya, hukumatning sa'y-harakatlari va landshaftning yaxlit istiqbolini ta'minlash uchun yaqinlashib kelayotgan tendensiyalarni o'z ichiga oladi.

O'zbekiston Smart-turizm sohasidagi texnologik takomillashtirishni qo'llagan holda o'zining boy madaniy tarixini asrab-avaylashdek ikki tomonlama muammoga duch kelmoqda. Insho hozirgi Smart-turizm loyihalariga bag'ishlangan bo'lib, ularning mijozlarga xizmat ko'rsatish, ish samaradorligi va barqarorlikka ta'sirini ta'kidlaydi. U global noaniqlik davrida muhim masalalar bo'lgan inqirozlarni boshqarish va kafolatlashda texnologiyaning rolini o'rganadi.

Maqolada O'zbekistonda ilg'or texnologik turizm va ta'limning uzluksiz integratsiyalashuvi yo'lidagi to'siqlar muhokama qilinib, amaliy javob va tavsiyalar berilgan. Shuningdek, ushbu sohalarini takomillashtirishda xalqaro hamkorlikning yuksalish tendensiyalari va potentsial afzalliklari ko'rsatilgan kelajakdagi imkoniyatlar muhokama qilinadi.

Kalit so'zlar: Smart-turizm, aqlli ta'lim, ta'lim tizimi, kengaytirilgan haqiqat, virtual haqiqat, ta'lim texnologiyasi, ma'lumotlarga asoslangan qarorlar qabul qilish, hamkorlik.



Аннотация: В этой статье рассматриваются текущее состояние, препятствия и будущий потенциал умного туризма, а также образования в стране Узбекистан. Узбекистан, как страна на перекрестке центральноазиатских дорог, остро осознает трансформационный потенциал информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) в изменении секторов туризма и образования. Исследование включает в себя интеллектуальные технологии, усилия правительства и предстоящие тенденции, чтобы обеспечить целостное представление о ландшафте.

Перед Узбекистаном стоит двойная задача: сохранить свою богатую культурную историю и одновременно внедрить технологические усовершенствования в области умного туризма. В эссе рассматриваются текущие проекты умного туризма, подчеркивая их влияние на обслуживание клиентов, эффективность работы и устойчивость. В нем исследуется роль технологий в кризисном управлении и обеспечении гарантий, которые являются ключевыми вопросами в эпоху глобальной неопределенности.

Далее в документе обсуждаются препятствия на пути беспрепятственного внедрения высокотехнологичного туризма и образования в Узбекистане, даются практические ответы и рекомендации. В нем также обсуждаются будущие возможности, обрисовываются растущие тенденции и потенциальные преимущества международного сотрудничества в улучшении этих отраслей.

Ключевые слова: Smart-туризм, умное образование, система образования, дополненная реальность, виртуальная реальность, образовательные технологии, принятие решений на основе данных, сотрудничество.

INTRODUCTION

The nexus of technology innovation, tourism, and education is a critical point in the modern landscape of social progress. With its rich historical and cultural tapestry, Uzbekistan is primed to be at the forefront of harnessing Smart technology to enhance both its tourism sector and educational ecosystem. This investigation digs into the circumstances and possibilities of Smart tourism and education in Uzbekistan, revealing the dynamic interplay between these sectors as well as the transformational potential they offer for the country's future.

In recent years, the global paradigm has seen the incorporation of Smart technology across a wide range of industries, encouraging unparalleled connection, efficiency, and sustainability. This technological transformation is taking place in Uzbekistan against the backdrop of a country attempting to maintain its historical legacy while simultaneously propelling its educational sector into a sphere of innovation and adaptation. In Uzbekistan, the synergy between Smart tourism and education offers a strategic alignment with the needs of the digital era, where seamless implementation of technology is not only a dream but a must.

As we begin this journey, it is critical that we grasp the present conditions that shape the landscape of Smart tourism and education in Uzbekistan. Concurrently, looking ahead helps us to see the opportunities and risks that lie ahead, guided by a worldview that sees technical breakthroughs as catalysts for societal enrichment. The narrative that follows weaves its way through Uzbekistan's complicated tapestry of Smart tourism and education, unraveling the threads that connect the country's dedication to technological innovation, educational quality, and a sustainable future.

SMART TOURISM: REVOLUTIONIZING THE TRAVEL EXPERIENCE

Smart tourism makes use of cutting-edge technologies to improve the overall travel experience. Smart tourism projects in Uzbekistan might include augmented reality (AR) tours, Smartphone applications that provide real-time information about historical locations, and Smart transportation solutions. These developments not only meet the demands of modern passengers, but also contribute to the tourism industry's long-term development.

Smart tourism technology adoption need a strong digital infrastructure. Uzbekistan's dedication to technical improvements, as seen by continuing initiatives to improve connection and digital accessibility, equips the country to capitalize on the entire potential of Smart tourism.



DATA-DRIVEN TOURISM MANAGEMENT

The use of data analysis and AI in the tourism industry offers the ability to boost efficiency in resource allocation, enhance crowd control at major tourist destinations, and personalize services to visitor preferences. Uzbekistan is experimenting with data-driven techniques to promote sustainable tourism and preserve its cultural heritage.

The landscape of tourist management within Uzbekistan is changing dramatically, with the introduction of data-driven approaches that promise to reshape the industry's paradigms. Uzbekistan's approach to tourist management exceeds traditional models by leveraging the powers of machine learning, real-time monitoring, and forecasting.

A sophisticated knowledge of visitor behavior, preferences, and trends is made possible by the methodical integration of data analytics, which is at the core of this revolution. Uzbekistan intends to decode the complexities of tourist patterns through extensive data, enabling strategic decision-making for resource allocation, promotional activities, and infrastructure development. This data-driven strategy creates the groundwork for a more responsive and agile tourism sector that can adjust to changing tourist demands and expectations.

Real-time monitoring tools strengthen Uzbekistan's management of tourism strategy by providing a dynamic lens on tourist movement and interactions. Authorities may use this technology to regulate crowd densities, optimize traffic flows, and assure the safety and well-being of both tourists and local populations.

Predictive analysis emerges as a critical tool, enabling Uzbekistan to forecast future patterns in visitor arrivals and behavior. The nation can estimate peak seasons, discover developing markets, and adapt marketing campaigns for optimum impact by pulling insights from previous data. This foresight not only improves operational efficiency, but it also presents Uzbekistan as a forward-thinking leader in the global tourist environment.

With data-driven techniques, crisis management takes on a new level, allowing Uzbekistan to respond quickly and effectively to unanticipated situations. The use of data analytics in emergency planning guarantees that the tourist industry can traverse difficulties like natural disasters or health crises with endurance and adaptation.

The dedication of Uzbekistan to ecological sustainability is shown in its data-driven tourist management. The analysis of ecological effect informs plans for responsible tourism, boosting conservation activities, and reducing travel's carbon footprint. This deliberate approach corresponds with global sustainability goals, establishing Uzbekistan as a custodian of its cultural and ecological legacy.

It is vital to underline that the adoption of data-driven tourist management in Uzbekistan signifies a strategic leap into a future where the business is anticipatory, adaptable, and sustainable rather than reactive. The country's embracing of technological advances as a catalyst for better decision-making demonstrates a dedication to improving the entire visitor experience, preserving cultural assets, and cultivating a resilient and responsible tourism economy in the years ahead.

SMART EDUCATION ECOSYSTEM

In combination with Smart tourism, Uzbekistan's education sector is experiencing a digital transition. Digital classrooms, online education systems, and virtual reality-enhanced learning environments are becoming commonplace in the classroom. The government's dedication to technology-driven education is obvious in efforts targeted at providing students with digital competencies relevant to the changing global context.

Uzbekistan's Smart Education Ecosystem is a comprehensive and integrated framework aimed to harness innovative technology for the improvement of the education sector. This complex system combines digital infrastructure, novel educational methodologies, and strategic policies to enable holistic and adaptable learning experiences.

The ecosystem's main value is the seamless incorporation of digital technology into educational processes. The backbone of this project is a robust digital infrastructure, including high-speed internet connectivity and ubiquitous access to technological gadgets. Smart classrooms with inter-



active whiteboards, audio-visual aids, and digital resources provide an active and dynamic learning environment.

E-learning platforms and Learning Management Systems (LMS) are critical components of online education. These platforms serve as a storehouse for digital materials such as e-books, video lectures, and virtual simulations, allowing students and instructors to access and distribute educational information with more flexibility.

Recognizing the prominence of mobile devices in current life, the ecosystem also accommodates mobile learning initiatives. Mobile educational applications add to the accessibility and ubiquity of learning materials, allowing learners to engage with educational information at any time and from any location.

The Smart education framework includes data analytics and learning analytics. Educators may acquire insights into learning patterns, identify areas for development, and tailor learning experiences by collecting and analyzing student performance data in a methodical manner. Predictive analytics may also help with proactive adaption of teaching methods based on previous data trends.

To increase engagement and understanding, interactive material and gamification tactics are used. Immersive technologies like Virtual Reality (VR) and Augmented Reality (AR) are used to provide enriched learning experiences that allow students to interact with instructional information in three-dimensional and interactive formats.

The ecosystem focuses a heavy emphasis on educator professional development, ensuring that instructors have the skills needed to properly exploit Smart education technology. Regular training programs and seminars seek to improve literacy in digital technologies and keep instructors up to date on developing educational technology trends.

The role of government initiatives and regulations in establishing and supporting the innovative educational ecosystem is critical. Strategic frameworks focus finance, the construction of infrastructure, and the establishment of regulations that promote technology integration in education. Collaborations with technological businesses and public-private partnerships add to the ecosystem's vibrancy and efficacy.

Uzbekistan's Smart Education Ecosystem reflects a dynamic and adaptable paradigm shift in education. It combines technology improvements with pedagogical goals, resulting in a synergistic atmosphere that not only encourages innovations but also fosters a future-ready generation armed with the skills and knowledge required for modern-day needs.

SYNERGY BETWEEN SMART TOURISM AND EDUCATION

In Uzbekistan, the combination between Smart tourism and education is a vital engine for prosperity. Educational institutions may actively contribute to the development of Smart tourist solutions, hence supporting industrial innovation. Similarly, exposing pupils to Smart tourism technology in the educational system prepares them for a career in which digital literacy is a vital ability.

Collaboration within the tourism and education industries has the potential to result in the development of holistic learning experiences. Virtual reality (VR) field excursions and interactive lectures, for example, that use Smart tourism technology may bring historical and cultural treasures to life, improving students' educational journeys.

Smart tourism in Uzbekistan, powered by cutting-edge technology, not only improves visitor experiences but also spurs educational activities. The incorporation of digital platforms, data analytics, and augmented reality into the tourist industry turns historical and cultural places into immersive learning environments. Tourists with Smartphones and augmented reality apps may immerse themselves in rich historical tales and engage with educational information that is seamlessly incorporated into their discovery of cultural assets.

In turn, Uzbekistan's Smart education environment benefits from the symbiotic relationship by exploiting tourism as a dynamic educational resource. Educational institutions work with the tourist industry to give students with hands-on learning experiences by incorporating experiential learning into the curriculum.

In addition, the data-driven methodologies used in Smart tourism provide educational institutions with significant information. Analytics obtained from visitor behavior, preferences, and trends help to



guide curriculum creation, helping educational institutions to better align their offerings with evolving requirements and expectations. This adaptable strategy guarantees that the educational environment responds to the changing dynamics of the tourist business.

The collaboration goes beyond technology and data, encompassing sustainable behaviors. By encouraging responsible tourism and incorporating sustainability into educational curriculum, Smart tourism and education work together to raise environmental awareness. Ecological preservation, waste disposal, and energy efficiency initiatives are smoothly integrated into both sectors, promoting a shared dedication to environmental stewardship.

Government-led initiatives are critical in fostering this synergy. Policy frameworks that encourage collaboration between the tourist and education sectors, as well as investments in technology infrastructure, demonstrate Uzbekistan's dedication to developing a harmonious interaction between these spheres.

In Uzbekistan, the synergy between Smart tourism and education reflects a multidimensional integration that extends beyond the surface of technical applications. It represents a holistic approach to social development in which technical breakthroughs in tourism serve as a conduit for educational enrichment, and educational institutions, in turn, contribute to the tourist sector's long-term success. This mutually beneficial cooperation represents Uzbekistan's strategic vision for a technologically empowered and knowledge-based future.

CHALLENGES IN IMPLEMENTING SMART TOURISM

The adoption of Smart tourism in Uzbekistan has several hurdles due to a complex interaction of technological, sociocultural, and infrastructural elements. Several significant hurdles have surfaced as the government attempts to utilize Information and Communication Technologies (ICTs) for the progress of its tourist sector.

The present digital infrastructure, in particular, poses a significant difficulty. There is a lack of solid connection and consistent internet access in some areas, preventing the seamless integration of Smart technology. This infrastructure deficit impedes the implementation of real-time information systems, interactive apps, and other creative solutions required for a better visitor experience.

Cultural factors also play a significant role in delaying the commencement of Smart tourism. The protection of Uzbekistan's rich cultural legacy is critical, and the introduction of technology must be carefully managed in order to prevent jeopardizing the authenticity of historical places and traditional traditions. To achieve this balance, Smart tourism efforts must be carefully planned and culturally sensitive in order to match with the cultural values and conventions of the local community.

Furthermore, the lack of digital literacy among many stakeholders, including local companies and citizens, is a significant impediment. To properly benefit on Smart tourism, extensive digital literacy initiatives that empower both the workers and the community are required.

Smart tourism implementation in Uzbekistan confronts a variety of hurdles, ranging from infrastructure limits and cultural concerns to digital literacy gaps and budgetary constraints. Addressing these difficulties necessitates a multifaceted strategy that balances technological innovation with cultural preservation, promotes digital inclusiveness, and encourages stakeholder collaboration. Only by implementing such a comprehensive approach will Uzbekistan be able to overcome these challenges and fulfill the potential for change of Smart tourism for sustainable and culturally competent growth.

FUTURE PROSPECTS

Uzbekistan's future in Smart tourism and education offers enormous promise. It takes place against a backdrop of technical advancement, strategic planning, and a dedication to long-term growth. The merger of these two areas emerges as a fundamental factor altering the terrain of societal growth as the nation sees its trajectory in the digital era.

Uzbekistan predicts a further progress in Smart tourism distinguished by enhanced guest experiences and sustainable destination management. Technological innovations like as augmented reality apps, data analytics, and interactive platforms are set to reshape how tourists interact with the coun-



try's rich cultural and historical tapestry. Smart technology integration into cultural sites and tourism attractions is intended to result in immersive, customized journeys. As a result, the attraction of Uzbekistan as a preferred location grows.

Uzbekistan's Smart tourism future also includes improved crisis management skills. The country hopes to strengthen its resilience against unanticipated occurrences by leveraging real-time monitoring technologies and data-driven techniques. This readiness not only assures tourist safety, but also helps to the country's reputation as a safe and responsive destination, supporting long-term tourism growth.

Simultaneously, Uzbekistan's Smart education trajectory is primed for a dramatic ascension. The incorporation of modern technology into the school environment is expected to alter established educational approaches. Virtual and augmented reality experiences, individualized learning paths, and data-driven analytics are expected to become standard features, providing students with a dynamic and adaptable educational journey.

In Uzbekistan's future vision, sustainability is built into the fabric of both Smart tourism and education. The country predicts further adoption of eco-friendly practices, including the use of technology to monitor and control the environmental effect of tourism, as well as the incorporation of sustainability ideas into school curriculum. This dual commitment indicates Uzbekistan's commitment to achieving a healthy balance between progress and environmental care.

Smart tourism and education in Uzbekistan have a dynamic synergy that is positioned to develop a technologically advanced and socially responsible society. As the country follows this path, it will enter a revolutionary period in which Smart technologies will serve as catalysts for enhancing experiences, developing knowledge, and ensuring a sustainable future for future generations.

CONCLUSIONS

To conclude, the investigation of Smart tourism and education in Uzbekistan reveals a diverse ecosystem ready for transformational expansion. The assessed conditions highlight the country's aggressive efforts to incorporate sophisticated technology into its cultural, educational, and tourist sectors. Strategic efforts such as the construction of digital infrastructure, the adoption of data-driven methodologies, and the emphasis on sustainable practices highlight Uzbekistan's commitment to using technology for holistic development.

Looking ahead, the possibilities are bright, portraying the image of an Uzbekistan that recognizes the power of Smart tourism and education to determine its destiny. The symbiotic interaction between these areas, typified by seamless technological integration, not only improves the visitor experience but also drives instructional techniques into a dynamic and adaptable world. The integration of immersive technology, data analytics, and environmentally friendly procedures provides the key to unlocking fresh avenues of growth and international competitiveness as the country anticipates further breakthroughs.

Smart tourism is envisioned as a stimulus for economic growth and preservation of cultural heritage, with technology improving both the attractiveness of tourist locations and the efficiency of management systems. Simultaneously, Smart education develops as a transformational force, offering inclusive and individualized learning experiences that break down traditional barriers.

Uzbekistan's dedication to international collaboration and the implementation of best practices places it on a path where the circumstances and possibilities of Smart tourism and education convergence toward peaceful coexistence. The country's commitment to green stewardship, crisis management, and promoting equitable growth represents a comprehensive perspective that takes into account the complex interplay between technical innovation and societal well-being.

In essence, Uzbekistan lies at the crossroads of tradition and innovation, utilizing Smart tourism and education as growth engines. As it navigates this volatile terrain, the country welcomes the emerging digital era with a vision that extends beyond technical integration, hoping to create a future in which culture, education, and technology combine seamlessly for the benefit of its people and the global community.

**Reference:**

1. Barbera, E., Garcia, I. and Fuertes-Alpiste, M. (2017), "A co-design process microanalysis: Stages and facilitators of an inquiry-based and technology-enhanced learning scenario", *The International Review of Research in Open and Distributed Learning*, Vol. 18, No. 6,
2. Chen, L., & Wang, H. (2021). *Smart Education: Transforming Teaching and Learning*. Routledge.
3. EduTechHub. (2021). *Smart Education Technologies: A Comprehensive Guide*. Retrieved from <https://www.edutechhub.org/smart-education-guide>
4. Garcia, R. S. (2018). *Smart Destinations: Innovations in Tourism Management*. Springer.
5. Johnson, P. K. (2022). *Smart Tourism: Trends and Challenges*. *Smart Insights Magazine*. Retrieved from <https://www.smartinsights.com/tourism-trends>
6. Liu, Q., & Kim, S. (2020). *Smart Learning Environments: A Review of Technological Applications in Education*. *International Journal of Smart Education*, 14(3), 89-108. doi:xxxxxx
7. Ministry of Education and Tourism. (2019). *National Strategy for Smart Education and Tourism*. Government Printing Office.
8. Rodriguez, C. D., & Martinez, E. F. (2017). *Smart Tourism: A Case Study of Technological Integration in a Tourist Destination*. In *Proceedings of the International Conference on Smart Technologies in Tourism* (pp. 123-136). Springer.
9. Smith, J. A., & Johnson, M. B. (2019). *Integrating Smart Technologies in Cultural Heritage Tourism*. *Journal of Smart Tourism*, 7(2), 45-67. doi:xxxxxx
10. UNESCO. (2020). *Smart Tourism for Sustainable Development: Policy Guidelines*. Retrieved from <https://www.unesco.org/smart-tourism-policy>



UZBEKISTAN: THEORY AND PRACTICE OF PERSONNEL TRAINING FOR TOURISM

Ochilova Hilola Farmonovna

Candidate of Economics, Associate Professor of the Department of "Tourism" of Tashkent State University of Economics

Abstract: This article analyzes the republic's need for tourist personnel. It is convenient to combine these data with the prospects for the development of the tourism industry through state and regional programs. At the same time, these plans should be an integral part of the employment policy of the population within the framework of the state program of socio-economic development of the regions of the republic. Such a systematic approach makes it possible to accurately and rationally implement forecasts of the needs of professional subjects of tourism activity.

Key words: the need for tourist personnel, tourism education, industry, Uzbekistan, quality of education, quantitative indicators, methodology, assessment, modernization, education system, tourism.

Annotatsiya: Ushbu maqolada respublikaning turistik kadrlarga bo'lgan ehtiyoji tahlil qilinadi. Bu ma'lumotlarni davlat va hududiy dasturlar orqali turizm industriyasini rivojlantirish istiqbollari bilan birlashtirish qulay. Shu bilan birga, mazkur rejalar Respublika hududlarini ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish davlat dasturi doirasida aholini ish bilan ta'minlash siyosatining tarkibiy qismi bo'lishi kerak. Bunday tizimli yondashuv turizm faoliyatining professional sub'ektlarining ehtiyojlari prognozlarini to'g'ri va oqilona amalga oshirish imkonini beradi.

Kalit so'zlar: turistik kadrlarga bo'lgan ehtiyoj, turizm ta'limi, sanoat, O'zbekiston, ta'lim sifati, miqdoriy ko'rsatkichlar, metodologiya, baholash, modernizatsiya, ta'lim tizimi, turizm.

Аннотация: В данной статье анализируется потребность республики в туристических кадрах. Эти данные удобно объединить с перспективами развития туристической отрасли посредством государственных и региональных программ. В то же время эти планы должны стать неотъемлемой частью политики занятости населения в рамках государственной программы социально-экономического развития регионов республики. Такой системный подход позволяет точно и рационально реализовывать прогнозы потребностей профессиональных субъектов туристской деятельности.

Ключевые слова: потребность в туристских кадрах, туристское образование, промышленность, Узбекистан, качество образования, количественные показатели, методология, оценка, модернизация, система образования, туризм.

Currently, there is no unified concept of continuous training of personnel in Uzbekistan, covering all levels of training of specialists in the field of tourism. The relevance of improving the efficiency of the sectoral system of tourism education is due to the important role of this system in the state policy in the field of human resources development, taking into account the real situation on the labor market, the growing needs of the tourism industry. The traditional design of tourist education systems in the process of diversification through the development of social experience related to the tourism sector is currently unproductive. Professional tourism education in Uzbekistan has not yet accumulated enough experience to train the best specialists. Blind copying of foreign experience is impractical, since tourist education systems in developed countries are aimed at solving the problems of developing the world tourism market, in which Uzbekistan plays the role of a consumer.

Modernization of the modern education system, due to the pace of development of the modern economy, science and information technology, has brought to the fore the issue of reorganization and development of personnel training systems, including for the tourism sector [1].

The purpose of modernization of the sectoral system of human resources development is to create a sustainable system of training competitive, highly specialized specialists who meet individual, public and national needs.

To achieve the above goal, it is necessary to solve the following tasks presented in Fig. 1.

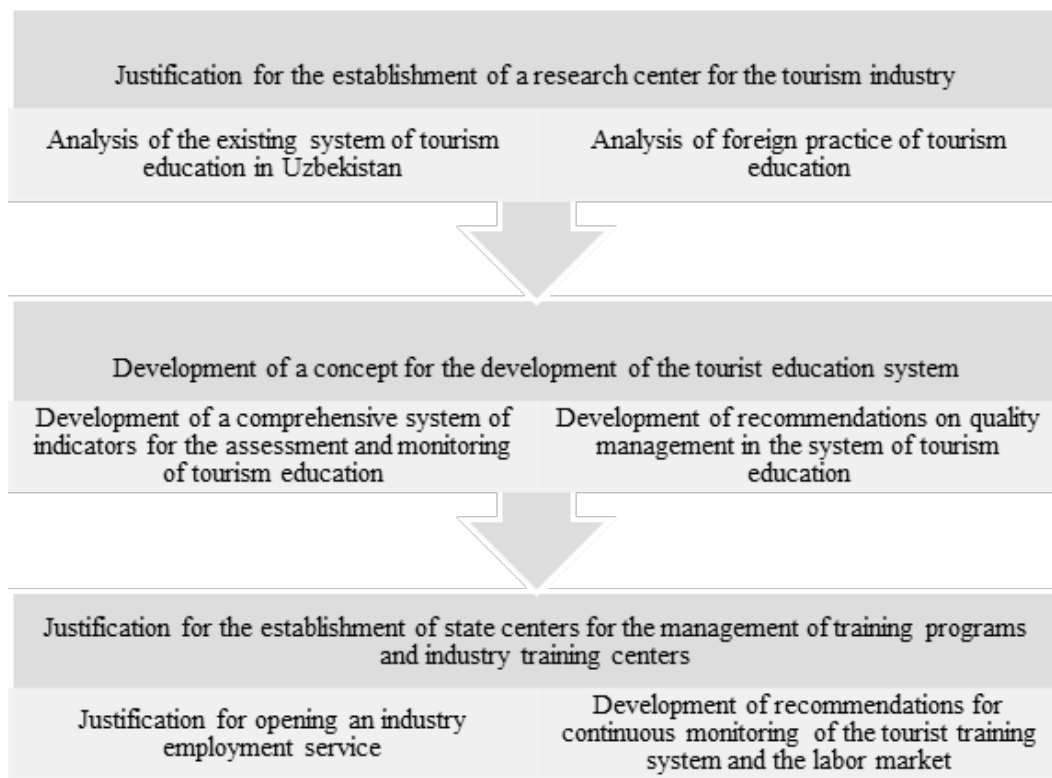


Fig. 1: Aspects to be taken into account when modernizing education in the field of tourism

1. To identify the most significant contradictions in the domestic system of personnel training for the tourism industry, contradictions at the present stage affect all functional areas of professional training:
 - in the economic sphere, this is the relationship between the demand of the labor market for qualified specialists of different skill levels and the number of people those receiving primary, secondary and higher professional education for the tourism industry.
 - in the field of social pedagogy, it is located between the growing demand for tourism professionals in today's complex human life and the quality of training.
 - in the field of education and methodology: between the need to improve the process of professional training of specialists in the tourism industry to ensure their competitiveness in the labor market and the level of educational and methodological support for the implementation of this process.
 - in the scientific and methodological direction: between the need for comprehensive professional education of specialists in the tourism industry and the existing scientific basis of the theory and methodology of vocational education.
2. It is necessary to determine the advantages and disadvantages of the most common foreign training models for use in the process of modernization of the training system in the domestic tourism industry. Europe and the USA are the most recognized models of training in the tourism industry in the world [3]. However, each model has its advantages and disadvantages, which cannot be blindly imitated due to various socio-economic and psychological aspects.
3. To substantiate the structure and organization of the industry training system for the tourism industry. The system of personnel training for the tourism industry should be a dynamic adaptive socio-economic system based on the interrelation of the following subsystems: the tourism industry, the sectoral education system, as well as factors affecting the first two subsystems together and separately.
4. To develop the most important elements of the concept of the development of an industry training system for the tourism industry. The purpose of the concept of development of the



system of industrial training is the formation of a unified system of continuous training, taking into account the conditions of socio-economic development of the Republic of Uzbekistan and based on the directions and trends of modern education.

5. Develop a comprehensive system of indicators for analyzing the current state of the industry training system and forecasting future changes. A system of indicators is needed to monitor the sectoral system of human resource development and determine the direction of modernization. The criteria for including indicators in this system are at the level of belonging to two interrelated sets: indicators of the labor market and indicators of the state of the learning environment in the tourism industry.

Quantitative and qualitative indicators should be used, which can be volumetric, structural or dynamic.

- the ratio of the volume of graduates of industry specialties to the total number of industry labor force [4].
 - the ratio of the number of students at different levels of training (secondary, higher and post-graduate) to the total number of students.
 - dynamics of satisfaction of demand in the labor market.
 - change in the number of graduates of secondary and higher professional education who got a job in the specialty during the first year after the end of training, etc.
6. Analyze existing and develop new mathematical models for assessing and forecasting the resource provision of the personnel training system, the needs of the tourism industry in human resources and the impact of various socio-economic factors on the activities of the industry training system, etc.
 7. To develop recommendations for improving socio-economic mechanisms aimed at achieving quality education in industry training systems. These mechanisms may include: scientific, legal, educational and methodological, informational and analytical, organizational support of personnel training for tourism.
 8. Develop recommendations on the quality management of education in the tourism industry based on an expanded and adapted system of indicators for assessing professional readiness in the tourism industry. In particular, in our opinion, the most important areas for the development of recommendations are:
 - development of an effective system of quality education management, and mechanisms for managing the quality of education in the tourism industry;
 - development of a set of indicators (functional and personal competencies) to assess the readiness of personnel in a single monitoring system;
 - formation of a unified system for monitoring the quality of specialists' work;
 - creation of a professional passport of a specialist and the documents included in it.
 9. Formulate recommendations on monitoring the sectoral system of education and the labor market in order to form an information base for determining the future demand for human resources based on the socio-economic potential of each region, as well as studying the patterns of processes occurring in the system of tourist education, the degree of risk and typology of problems.
 10. To increase the level of coordination in additional vocational education by creating an extensive network of state and independent training centers for the coordination of training programs. One of the functions of these centers is to issue certificates and diplomas on retraining and advanced training, uniform for the whole republic. It is proposed to create a unified system of continuing professional education on the basis of the centers, on the one hand, to standardize all retraining and advanced training programs for the tourism industry, and on the other – to implement them in various educational institutions based on the use of innovative technologies and distance learning opportunities. Some key elements of the program are listed below. Each center should ensure the development and functioning of a unified system of training of teaching staff for higher educational institutions in the field of tourism.
 11. Develop recommendations on the concentration of scientific and practical potential of the tourism industry in key innovation centers. It is advisable to create research centers of the



tourism industry. The creation of the centers is conditioned by the need to conduct fundamental and applied scientific research in the field of forecasting the future and current activities of tourism enterprises. The Center's activities will allow forecasting trends in the international and national tourism market, conducting a more effective investment policy in the field of tourism, forming and updating professional industry orders, developing the material and technical base and infrastructure, and forming a professional labor market.

12. Create sectoral employment services as an element of the labor market infrastructure [2]. The purpose of creating an industry employment service is to organize multi-level monitoring of the labor market and the vocational education system, as well as to ensure modern requirements for qualified specialists, on the one hand, and specialists of the tourism industry, on the other. On the basis of monitoring the movement of specialists, industry banks of vacancies should be formed.

The object of improvement is the system of tourist education. The subject of modernization is the content of education, processes and forms of the personnel training system for the tourism industry.

The subjects of modernization of the tourist education system are educational institutions of various levels, tourist enterprises, government agencies, research centers, public professional associations and local communities.

The process of modernization of the education system in the field of tourism corresponds to the general concept of the education system of the Republic of Uzbekistan at the present stage, the main purpose of which is to achieve modern quality of education, its adaptation to the present and future needs of the individual, society and the state.

List of literature:

1. Vorontsova M.G. Development of management education in the field of tourism. // Travel companies. – St. Petersburg, OLBIS, (issue 25), 2001.
2. Ochilova H.F. Professional tourism education in the Republic of Uzbekistan. Journal "Scientific news". M. 2022. No.29. 248-250 p.
3. Richards, G.(ed). European Tourism and Leisure Education: trends and prospects. – N1: Tilburg University, 1995. – pp.2936) 2009. p.107.
4. Official website of the Agency for Statistics under the President of the Republic of Uzbekistan [Electronic resource]: <https://stat.uz/> – (accessed 08.10.2023).

MARKETING STRATEGIYALARINI QO'LLASH ORQALI MAMLAKAT TURIZM BOZORINI RIVOJLANITIRISH ISTIQBOLLARI

Nurfayzieva Moxinur Zayniddinovna
Phd, TDIU Turizm kafedrasida dotsenti

Annotatsiya: Ushbu maqolada turizmning iqtisodiyotdagi rolini oshirish hamda turistik marketing sohasi qamrab olgan chora-tadbirlarni mamlakat turizm bozorida barqaror rivojlanishni ta'minlash maqsadida amalga tadbiq etish usullari yoritilgan. Shuningdek, O'zbekiston turizm bozorining ma'lum tarmog'ida yuzaga kelgan muvozanatsizlik tahlili ko'rib chiqilib ularni bartaraf etish ya'ni maqsadli auditoriyani topish, uni kengaytirish hamda turizm sanoatida iste'molchilarni jalb qilish va ularning talab darajasida ehtiyojlarini qondirishda marketing strategiyalaridan maqsadli foydalanish samarasi ochib berilgan.

Kalit so'zlar: marketing strategiyasi, turistik marketing, turizm bozori, tashrif maqsadlari, sayyohlar, turistik xizmatlar, maqsadli auditoriya.

Abstract: This article describes ways to increase the role of tourism in the economy and to implement the measures covered by the field of tourism marketing in order to ensure sustainable development in the country's tourism market. In addition, the analysis of the imbalances that have occurred in a certain sector of the tourism market of Uzbekistan is considered and their elimination, that is, finding the target audience, expanding it, and attracting consumers in the tourism industry and meeting their needs at the level of demand from marketing strategies. the effect of use is revealed.

Key words: marketing strategy, tourist marketing, tourism market, visit goals, tourists, tourist services, target audience.

Аннотация: В данной статье описаны пути повышения роли туризма в экономике и реализации мер, охватываемых сферой туристического маркетинга, с целью обеспечения устойчивого развития туристического рынка страны. Кроме того, рассматривается анализ дисбалансов, возникших в определенном секторе туристического рынка Узбекистана, и их устранение, то есть поиск целевой аудитории, ее расширение, привлечение потребителей в туристическую отрасль и удовлетворение их потребностей на высоком уровне. уровень спроса на маркетинговые стратегии, выявлен эффект от их использования.

Ключевые слова: маркетинговая стратегия, туристический маркетинг, туристический рынок, цели посещения, туристы, туристические услуги, целевая аудитория.

KIRISH

Bugungi kunda mamlakatimizda amalga oshirilayotgan ijtimoiy-iqtisodiy islohotlarda ham turizmni iqtisodiyotning strategik tarmog'iga aylantirish, turizm xizmatlari bozori faoliyatini kengaytirish, hududiy sayyohlik tizimlarini rivojlantirish masalalariga alohida e'tibor berilmoqda. 2022–2026-yil-larga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasida "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 maqsadi belgilangan bo'lib¹, unda Turizm, transport, axborot-kommunikatsiya, jumladan dasturiy ta'minotlar va boshqa xizmatlar eksportini 1,7 baravarga oshirish yoki 4,3 milliard AQSh dollariga yetkazish, belgilangan maqsadli rejalar asosida tanlab olingan hududlar, jumladan Samarqand, Xorazm, Buxoro, Navoy, Toshkent viloyati va Toshkent shahri, Qoraqalpog'iston Respublikasi Orol bo'yi hududida turizm industriyasini jadal rivojlantirish, iqtisodiyotda uning roli va ulushini oshirish, turistik xizmatlarni diversifikatsiya qilish va sifatini yaxshilash, turizm infratuzilmasini kengaytirish, to'siqsiz turizm infratuzilmasini mamlakatning asosiy turizm shaharlarida keng joriy qilish, 2026-yilgacha turizm sohasida band bo'lgan aholi sonini 2 baravar oshirib, 520 ming nafarga yetkazish kabi vazifalar belgilangan. Ushbu maqsadlarga

¹ "2022 — 2026-Yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida"gi O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Farmoni. <https://lex.uz/uz/docs/-5841063>



erishish uchun bozor iqtisodiyotiga asoslangan marketing xizmatlari strategiyasini qo'llash muhim sanaladi.

Turizm bozorida muvozanatga erishishda tanlab olingan "O'zbekiston bo'ylab sayohat qiling" dasturi doirasida mahalliy sayyohlar sonini 12 mln nafardan oshirish hamda respublikaga tashrif buyuradigan xorijiy turistlar sonini 9 mln nafarga yetkazish maqsadida belgilangan chora tadbirlarni aniqlash asosida ko'zlangan maqsadga erishish imkoni oshadi. Xususan, marketing strategiyasini aniqlash muhimligi qo'yilarda ko'rindi:

- Xorijiy turizm bozorlarida mamlakat turizm salohiyatini targ'ib qilish,
- Yangi turizm yo'nalishlari va mahsulotlarini taqdim qilish,
- Hududlarning turizm salohiyatiga oid targ'ibot materiallarini tayyorlagan holda ommaviy axborot vositalarida yoritish va infoturlar tashkil qilish,
- Nomavsumiy oylarda chegirmalar taqdim etgan holda "Ichki turizm oyligi"ni tashkil qilish hamda "Ichki turizm haftaligi", "Ichki turizm kunlari" dasturlarini madaniy, ko'ngilochar, milliy hamda diniy bayramlar, katta sport tadbirlari doirasida amalga oshirish.
- Hududlar kesimida ichki turizm oqimini tashkil qilishga oid asosiy prognoz ko'rsatkichlarini tasdiqlash.
- Mehnat jamoalari orasida mamlakat bo'ylab sayohatlarni rag'batlantiruvchi turizm xizmatlarini taqdim etish.
- Mehmonxona, umumiy ovqatlanish punktlari, madaniy ko'ngilochar obyektlar, Turizm va sport vazirligi, "Uzbekistan Airways" AJ va "O'zbekiston temir yo'llari" AJ ixtiyoriy chegirmalar qilish.
- Tadbirkorlik subyektlari orasida to'siqsiz turizm va uning afzalliklari yuzasidan tushuntirish ishlarini UNWTO bilan hamkorlikda tashkil qilish kabi chora-tadbirlarni aniq belgilash orqali mamlakat iqtisodiyotida muhim o'rin tutadigan turizm bozorida marketing strategiyasi qanchalik muhim ekanini bilish mumkin.

Hozirgi zamonaviy sharoitlarda turizm xizmatlari bozori faoliyatini kengaytirish, hududiy sayyohlik tizimlari, jumladan turistik klasterlar, turizmga ixtisoslashgan erkin hududlar faoliyatini yo'lga qo'yish va rivojlantirish ob'ektiv ahamiyat kasb etgan masalalar qatoriga kirdi. Zero, O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.Mirziyoev ta'kidlaganlaridek: "Turizmni iqtisodiyotning strategik tarmog'iga aylantirish biz uchun ustuvor vazifa bo'lib qoladi"². Turizm xizmatlari bozori faoliyatini kengaytirishda hududiy sayyohlik tizimlari, jumladan turistik klasterlar va erkin turistik hududlar faoliyatini samarali tashkil etish uchun xorijiy mamlakatlar tajribasini o'rganish va atroflicha tahlil etish zarur.

TAHLIL VA NATIJALAR

Belgilangan vaqtda va belgilangan joyda turistik mahsulot oldi-sotdi jarayonini ta'minlash uchun talab va taklifni birlashtiruvchi ijtimoiy-iqtisodiy hodisa – Turizm bozori hisoblanadi va unda oldi-sot-dining asosiy predmeti xizmatlar sanaladi. Turizm bozorida ham marketing tamoyillaridan keng foydalaniladi. Turistik marketing asosida nafaqat yirik kompaniya va tashkilotlar balki, davlat darajasida raqobat vujudga keltirish mumkin. Ular mamlakat brendini yaratish uchun turizm marketingidan foydalanishadi. Albatta, bu ko'proq sayyohlarning bir mamlakatni boshqasidan ko'ra tanlashiga olib keladi. Butun bir mamlakat uchun brend yaratish, albatta, bir nechta institutlarning hamkorligini va hukumatlar tomonidan ajratilgan budjetni talab qiladigan missiyadir. Bu potensial tashrif buyuruvchilar uchun mamlakatning brend imidjini yaratadigan ommaviy axborot vositalaridan boshlanadi, bu esa sayyohlarning mamlakatga tashrifi davomida boshdan kechiradigan eng mayda tafsilotlarigacha yoritib beruvchi vositadir.

2 Shavkat Mirziyoyevning "Turizmni rivojlantirish, jismoniy tarbiya va sportni yanada ommalashtirish masalalari bo'yicha yig'ilish" maruzasidan. 2020-yil 28-yanvar. <https://uzreport.news/politics/shavkat-mirziyoyev-turizmni-rivojlantirish-jismoniy-tarbiya-va-sportni-yanada-ommalashtiri>



Maqsadli auditoriyaga ega bo'lish uchun quyidagi jihatlarga e'tibor qaratish ko'zda tutiladi:

- Tadqiqot orqali mijozlar ehtiyojlarini to'liq o'rganish va shu asnosida xizmatlarni maksimal tashkillashtirish;
- Web-saytlar yaratish yoki mavjud tarmoqlar ustida ishlash orqali online xizmat ko'rsatishni takomillashtirish. Bunda mobilga alohida e'tibor qaratish, chunki ko'plab mijozlar bron qilish yoki sotib olish xizmatlarini mobil qurilmalari orqali amalga oshiradilar.
- Ijtimoiy tarmoqlarda doimiy faollik va video marketing uslubidan foydalanish orqali brand xabar-dorligini oshirish;
- E-mail marketing tizimidan samarali foydalanish va bu orqali potensial mijozlarni jalb qilish;
- Harakat samaradorligini oshirishda reklama ustida professional darajada ishlash. Bunda reklama matni va sarlavhasi e'tiborga loyiq va kreativ ekaniga ishonch hosil qilish.

Turistik marketing korxona faoliyat yuritayotgan bozor talablariga qanchalik mos kelishini doimiy tadqiq etishdir. Biroq, bunda turizm sohasida faoliyat yuritayotgan 56 turdan ortiq (restoran, meh-monxona tarmoqlari, sayohat bozorlari, transport tashkilotlari va boshqalar) tarmoqlarda marketing maqsadlari farqlarini hisobga olish lozim. Hozirda turizmning turli turlarini bilish maqsadli sayo-hatchilarni hisobga olgan holda biznes qurishga yordam beradi. Bu har bir sayohatchi uchun tajribani moslashtirishga undaydigan omildir. Turizm sanoatining keng tarqalgan tarmoqlari sifatida:

- Rekreatsion(dam olish) turizmi: oziq-ovqat, plyaj turizmi;
- Madaniy turizm: ekologik, qishloq, diniy, urush, sport, ochiq tabiat, ziyorat turizmi;
- Tibbiyot va biznes turizmlari.

Turizm boshqa sohalarga nisbatan tez taraqqiy etadigan tarmoqdir, chunki bu soha mamlakatimiz uchun unchalik katta investitsiyani talab qilmasdan rivojlanishi mumkin bo'lgan sohadir. Boshqa sohalarda, jumladan, havo, temiryo'l avtomobil, ovqatlanish va savdo shahobchalari, mehmonxonalar rivoj topsa o'sha joyda turistik obyektlar mavjud bo'lsa bimalol turizm rivojlanishi mumkin.

Turizm sohasidagi mutaxassislarning fikricha, u XXI asrda dunyo miqyosida eng ustuvor foyda keltiruvchi sohaga aylanadi. Hozir u dunyo bo'yicha avtomobilsozlik va neftni qayta ishlash sohasidan keyin uchinchi o'rinni egallab turibdi³.

AQShda XIX asrning oxirlarida vujudga kelgan marketing konsepsiyasi Yevropada o'tgan asrning 50-yillariga kelib, turizm sohasi professionallari tomonidan foydalanila boshlandi. Bu harakat mustaqil O'zbekiston tarixida 1992-yil 27-iyulida O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Farmoni bilan "O'zbekturizm" milliy kompaniyasi tashkil topishi bilan boshlandi. Kompaniyaning asosiy vazifasi turizm sohasida davlat siyosatini amalga oshirish va turizmni rivojlantirishning milliy modelini yaratishdan iborat edi.

Gap shundaki, marketing nuqtayi nazaridan, har bir bozor bir-biridan ta'bi, istaklari, ehtiyojlari bilan farq qiladigan va turistik xizmatlarning turli motivlaridan kelib chiqib, xarid qiladigan iste'molchilardan iborat. Shu sababli muvaffaqiyatli marketing faoliyatining amalga oshirilishi iste'molchilarning turli guruhlarining o'zlariga xos afzalliklarini hisobga olishni ko'zda tutadi. Aynan shu bozorni segmentlashning asosini tashkil etadi. O'zbekiston turizm sanoatida eng keng tarqalgan madaniy turizm bozori hisoblanadi. Turistik bozorni segmentlash — potensial xaridorlar talablarining sifatii va miqdoriy o'ziga xosliklariga mos ravishda turkumlash sifatida ta'riflanadi. Segmentlashning asosiy maqsadi — turistik mahsulotga yo'nalish berish bo'lib, u barcha iste'molchilarning talablariga javob bera olmaydi. Uning vositasida marketingning asosiy tamoyili — iste'molchiga mo'ljallanish amalga oshiriladi. Bunda turistik korxona o'z kuchlanishlarini to'rt tarafga tarqatmay, balki «asosiy zarba yo'nalishida» (u uchun eng istiqbolli bo'lgan bozor segmentlariga) markazlashtiradi. Shuning bilan savdo, reklama, sotuvlarni rag'batlantirishning boshqa shakl va uslublari qo'llanilish samaradorli-gining oshirilishiga olib keladi.

3 Mirzayev M. A., Aliyeva M. T. Turizm asoslari. O'quv qo'llanma.-T.: O'zbekiston faylasuflar jamiyati, 2011.

Eng keng tarqalgan turistik bozor mijozlarini undovchi motivlarga sayohat mahsulotlari va tavsiylanishi bo'yicha segmentlash kiradi. Turizm turlari ham sayohat mahsulotlariga qarab tavsiflanadi. Shunday jihatni inobatga olib sayohatlarning quyidagi asosiy maqsadlarini aniqlab olishimiz mumkin (1-rasm).



1-rasm: Tashrif buyuruvchi sayyohlarning maqsad turlari⁴

2021-yilda turizm sohasidagi asosiy ko'rsatkichlarni tahlil qiladigan bo'lsak, mamlakatga xorijiy turistlardan jami 1881,3 ming nafar sayyoh tashrif buyurgan bo'lib bu rejadaga nisbatan 181,3 ming nafar (10.7%) ko'pligini kuzatishimiz mumkin (1-jadval).

1-jadval: Turizm sohasidagi 2021-yildagi asosiy ko'rsatkichlari to'g'risida ma'lumot⁵

1	Xorijiy turistlar jami	reja	ming nafar	1700,0
		amalda		1881,3
		bajarilishi	foiz	110,7
1.2.	shundan safar maqsadlari bo'yicha:			ming nafar
	xizmat			60,7
	o'qish			6,4
	bo'sh vaqtni mazmunli o'tkazish, rekreatsiya va dam olish			155,1
	tanish va qarindoshlarni ziyorat qilish			1613,1
	tibbiyot, davolanish			32,4
	tijorat			13,6

Jadval ma'lumotlaridan anglaniladiki qarindoshlarni yo'qlash maqsadida turistlar oqimining eng kata qismini ko'rishimiz mumkin va buning asosiy sababi bizning malakatimiz ko'pmillatli bo'lgani uchun qardosh mamlakatlar jumladan, qo'shni davlatlardan keluvchi sayyohlar oqimi yuqori hisoblanadi. Mamlakatga dam olish maqsadida keluvchi sayyohlar soni bo'yicha ikkinchi o'rinda ekanini ko'rishimiz mumkin, hamda qolgan turizm maqsadlari ham sezilarli darajada mamlakat turizmiga ta'siri borligini anglash mumkin.

Tahlildan kelib chiqadiki mamlakatga xorijlik sayyohlar oqimini yanada yaxshilash maqsadida marketing strategiyasini tanlashda asosan turizm bozorining dam olish hamda ziyorat turizmi qis-miga e'tiborni qaratish muhim va samaraliroq hisoblanadi. Ammo bozor muvozanatini saqlash uchun

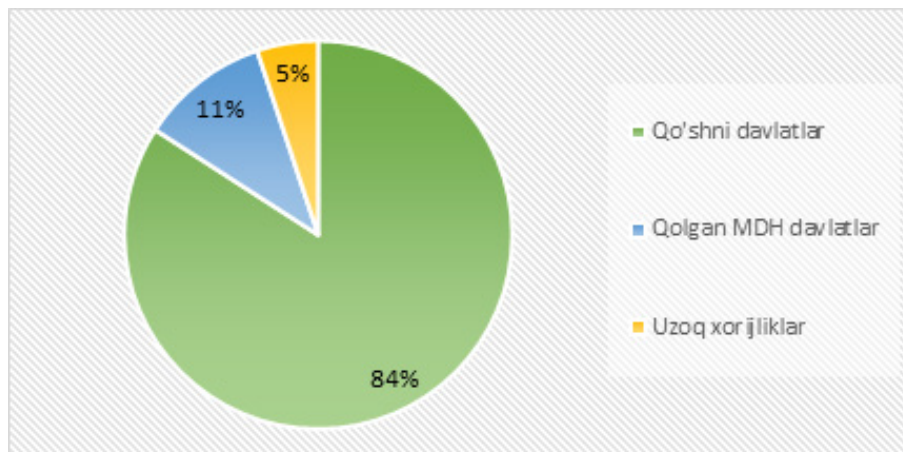
⁴ Turistik tashkilotlar va statistik ma'lumotlarga asosan muallif tomonidan tayyorlandi.

⁵ Turizm va madaniy me'ros vazirligi ochiq ma'lumolariga asosan muallif tomonidan tayyorlandi



xizmat, tibbiyot, tijorat maqsadlarida tashrif buyuruvchi sayyohlar oqimin oshirish uchun alohida uzoq muddatli maqsadli strategiya tanlash maqsadga muvofiq.

Turizm yaqqol namoyon bo'luvchi mavsumiy tavsifga ega. Bu turistik oqimlarni asosiy mavsum, mavsumlar oralig'i, oylar va fasllar bo'yicha tahlil qilishni ko'zda tutadi. O'zbekiston Respublikasi turizm va madaniy me'ros vazirligi hisobotlariga ko'ra joriy 2022-yilning yarim yillik ko'rsatkichlari 1876232 nafar xorijiy turistlar tashrifi qayd etilganini ko'rsatmoqda.



2-rasm: 2022-yil birinchi yarmida mamlakatga kelgan turistlarning solishtirma nisbati⁶

Bundan 84% sayyohlar qo'shni davlatlar aholisi ekanligini ko'rish mumkin. Uzoq xorijlik sayyohlar esa 5% qismini tashkil etmoqda. Bu ma'lumotlar shuni ko'rsatadiki, turizm sohasida xorijlik tashrifchilarning qiziqishlarini yuzaga keltirish darajasini uzoq masofalarga yetib borishini ta'minlash maqsadga muvofiq. Bunda chora-tadbirlarni qo'llashda strategik marketing uslublaridan to'g'ri va samarali foydalanish hamda bu orqali potensial va maqsadli mijozlarni jalb qilish mumkin. O'zbekiston hududida mavjud shart-sharoitlarni va e'tiborga molik xizmatlar sohasini ochiq ko'rsatib bera olish vazifasi ma'lum darajada quyidagi omillarga muhtoj:

- **Tarixiy turizm ziyoratini reallik bilan bog'lash.** Ya'ni restavratsiya va reklama bilan cheklanib qolmay, odamlar ongida qiziqish uyg'otuvchi manbalar, masalan tarixiy filmlarni xalqaro darajada va hamkorlik asosida real tarix asosida ko'rsatib bera olish. Qiziqishlarga hududlar kesimida oshirishga e'tibor qaratish.
- **Tajribali marketing momentlarini yaratish.** Tashrif buyuruvchilar e'tiborini tortishda takror talab qilinuvchi vaziyatlar yaratish, masalan, tarixiy muzeylar qoshida eksponatlar ruhini gavdalandiruvchi bo'lim tashkil etish, ularning tarixini effektiv ravishda ochib berish (teatr sohasi bundan mustasno, yuqoridagi vazifa zerikarlik darajasini kamaytirishga yo'naltirilgan)
- **Diqqatga sazovor bo'lmagan hududlarni diqqatga sazovor etishga yo'naltirilgan chora tadbirlar.** Marketingning oltin qoidasi: "Ishlab chiqarilgan mahsulotni sotish emas, balki sotiladigan mahsulot ishlab chiqarish.
- **Yillik tadbirlar va festivallar sonini oshirish.** Kimlargadir qiziqish yuzasidan sayohat qilish bo'lsa, yana boshqa turdagi odamlarga adrenalin beruvchi auditoriya muhim. Bu maqsadli auditoriyadir, va ularning ehtiyojlarini qondiruvchi tadbirlar e'tibordan chetda qolmaydi.
- **Muhrlash.** Jalb qiluvchi va ko'z kamerasida qoluvchi kreativ foto va videolarni odamlar ongida muhrlash. Mashhur saytlar va reklama orqali keng qamrovli tarqatish.
- **Demarketing uslublarini qo'llash.** Meros turizmining eng katta jumbog'i shundaki, ko'plab tarixiy joylar mo'rt. Mo'rt eksponatlar ko'p odamlar to'dasiga bardosh bera olmaydi. Demarketingni yo'lga qo'yishning samarali usullaridan biri kirish to'lovlarini oshirishdir, bu usul ba'zi hollarda yaxshi ishlashi isbotlangan. Ko'proq to'lov olish kirish ulushini oshiradi, ammo qiziqarlisi, tadqiqotlar shuni ko'rsatdiki, muzeylarga tashrif buyurish uchun pul to'laydigan (yoki ko'proq pul to'laydigan) tashrif buyuruvchilar ham sayt ichidagi do'kon va kafelarda pul sarflashlari mumkin.

6 Turizm va madaniy me'ros vazirligi ochiq ma'lumolariga asosan muallif tomonidan tayyorlandi.



Tadqiqot natijalaridan ma'lum bo'ladiki turizm sohasi sayyohlarning ehtiyojlarini qondirishga yo'naltirilgan ko'p qirrali funksional tuzilmaga ega murakkab tizim hisoblanadi, shuningdek, xizmat ko'rsatishda foydalaniladigan o'ziga xos shakl va usullarni qamrab oladi;

- Turizm bozorida turistlar uchun o'ziga xos bo'lgan turistik mahsulot taklif etiladi. Turistik mahsulot kompleks tavsifga ega bo'lib, sayoochat davomida vujudga keladigan talabni qondirish uchun zaruriy xizmatlarning "paketi" shaklida namoyon milliy qadriyatlarni saqlash va rivojlantirish, aholi bandligini ta'minlash, daromadlarini oshirish, ta'lim va kadrlar tayyorlash tizimini yuqori darajaga ko'tarish, aholi salomatligini mustahkamlash, aholi madaniyatini oshirish, o'rta sinfni shakllanishi va mustahkamlanishi, aholini turistik xizmatlarga bo'lgan talabini qondirish, mavjud tabiiy-tarixiy yodgorliklarni saqlash, o'rganish, hududlar o'rtasidagi ijtimoiy rivojlanishdagi farqlarni kamaytirish, yangi ijtimoiy infratuzilma obyektlarini barpo etish bo'ladi;
- Turizm sohasining moddiy ishlab chiqarishdan asosiy farqi, turistik xizmatlarni ko'rsatish bo'yicha pirovard natijalarga erishish bevosita iste'molchining ishtirokida yuzaga kelishi hamda iste'mol jarayonining bevosita turistik resurslar mavjud joyda amalga oshirilishi hisoblanadi;
- Turistik xizmatlarga bo'lgan talabning bozor kon'yunkturasiga nisbatan ijtimoiy-iqtisodiy muhit o'zgarishiga yuqori ta'sirchanlikka ega ekanligi. Bunda turizm sohasida ko'rsatiladigan xizmatlar xavfsizligi o'ziga xos ahamiyatga ega bo'ladi.

Turizm industriyasi subektlari faoliyati uchun qulay shart-sharoitlarni shakllantirishga yo'naltirilgan turizm faoliyati sohasidagi qonun hujjatlarini va normativ-huquqiy baza shakllanmoqda. Turizmning rivojlanishidagi barcha to'siq va g'ovlarga barham berish, viza va ro'yxatdan o'tkazish tartib-taomillarini, pasport va bojxona nazoratini soddalashtirish, turizm sohasini davlat tomonidan boshqarish va bozorga xos tarzda tartibga solish mexanizmini maqbullashtirilmoqda. (хулосага ёзганиз яхши)

XULOSA VA TAKLIFLAR

Hozirgi zamonaviy sharoitlarda turizm xizmatlari bozori faoliyatini kengaytirish, hududiy sayyohlik tizimlari, jumladan turistik klasterlar, turizmga ixtisoslashgan erkin hududlar faoliyatini yo'lga qo'yish va rivojlantirish obyektiv ahamiyat kasb etgan masalalar qatoriga kirdi. Xorijiy turizm bozorlarida mamlakat turizm salohiyatini targ'ib qilish uchun bazi bir asosiy chora-tadbirlarni belgilab olish zarur hisoblanadi, va ularni quyidagicha ifodalash mumkin:

1. Mamlakatni sayohat uchun xavfsiz mamlakat sifatida e'lon qilish;
2. Maqsadli bozorlarda marketing tadqiqotlarini olib borish va pandemiyadan so'ng, davlatlar kesimida turizm marketing strategiyasini ishlab chiqish;
3. Xorijiy mamlakatlarda xalqaro turizm ko'rgazma va yarmakalarda milliy stend bilan ishtirok etish;
4. Mamlakatning diplomatik vakolatxonalari va vatandoshlar ko'magida dunyo miqyosida "O'zbekiston kunlari" promo aksiyasini muntazam tashkil qilish;
5. Tomoshabinlar qamrovi keng bo'lgan ommabop blogger, vloggerlar hamda inflyuenserlar uchun mamlakat bo'ylab infoturlar tashkil qilish;
6. Mamlakat hududlarida tematik turistik zonalar va klasterlarni yaratish;
7. Yangi turizm yo'nalishlari va mahsulotlarini taqdim qilish.
8. Hududlarning turizm salohiyatiga oid targ'ibot materiallarini tayyorlagan holda ommaviy axborot vositalarida yoritish va infoturlar tashkil qilish.
9. Turistik tashkilotlar tomonidan mazkur yo'nalishdagi xorijlik va mahalliy sayyohlar sayohatini tashkil qilganlik uchun rag'batlantirish choralari hamda uning mexanizmlarini ishlab chiqish.

Mamlakatda turizmni barqaror rivojlantirish milliy iqtisodiyotni mustahkamlashga, turizmning zamonaviy yo'nalishlarini yaratishga, turizm infratuzilmasiga davlat ta'sirining boshqaruvini kuchay-



tirishga, aholining turmush darajasi va farovonligini oshirishga, ekologik xavfsizlikni ta'minlashga, tarixiy hamda madaniy yodgorliklarni saqlab qolishga, tabiatni muhofaza qilish faoliyatining darajasini oshirishga, jamiyatning ma'naviy salohiyatini oshirishga xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'xati:

1. 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 Farmoni. <https://lex.uz/uz/docs/-5841063>
2. Shavkat Mirziyoyevning 2020-yil 28-yanvardagi "Turizmni rivojlantirish, jismoniy tarbiya va sportni yanada ommalash-tirish masalalari bo'yicha yig'ilish" maruzasi.
3. Ergashxodjayeva Sh. D., Samadov A. N., Sharipov I. B. Marketing. Darslik. –Toshkent-Iqtisodiyot, 2013.–346 b.
4. Ergashxodjayeva Sh. D., Qosimova M. S., Yusupov M. A. Marketing. Darslik.–Toshkent-Iqtisodiyot 2018–314 b.
5. Mirzayev M. A., Aliyeva M. T. Turizm asoslari. O'quv qo'llanma.–T.: O'zbekiston faylasuflar jamiyati, 2011.
6. Tourism marketing: 12 strategies for success with examples. ProfileTree.com.
7. www.uzbektourism.uz – O'zbekiston Respublikasi turizm va madaniy me'ros vazirligi rasmiy sayti.



TURISTIK MAHSULOTLAR SHAKLLANISHI BO'YICHA NAZARIY YONDASHUVLAR VA NARXLAR TAHLILI

Imomov Sanjar Muxammadievich

“Ipak yo‘li” xalqaro turizm va madaniy meros universiteti Tayanch doktoranti

Annotatsiya: Ushbu maqolada turistik mahsulotlar bo'yicha nazariy yondashuvlar va turli olimlarning ilmiy qarashlari tahlil qilingan. Shu bilan birga, maqolada O'zbekiston, Eron, Hindiston, Misr va shu kabi davlarda turistik mahsulotlar narxlari solishtirma tahlili o'tkazilgan.

Kalit so'zlar: Turistik mahsulot, narxlar, nazariya, xulq-atvor modellari, raqobat.

Abstract: This article analyzes the theoretical approaches to tourist products and the scientific views of various scientists. At the same time, the article compares the prices of tourist products in Uzbekistan, Iran, India, Egypt and similar countries.

Key words: Tourist product, prices, theory, behavioral models, competition.

Аннотация: В данной статье анализируются теоретические подходы к туристскому продукту и научные взгляды различных ученых. При этом в статье сравниваются цены на туристические продукты в Узбекистане, Иране, Индии, Египте и аналогичных странах.

Ключевые слова: Туристский продукт, цены, теория, поведенческие модели, конкуренция.

KIRISH

Turistlarning xulq-atvorini o'rganishning dastlabki modellari Vahab, Krompton va Rotfild (1976) lar¹ tomonidan tuzilgan bo'lib, ratsional qaror qabul qiluvchilarning o'z nafililiklarini oshirishga qaratilgan jarayonlarni tavsiflagan. Turistlar odatda o'z harakatlarini natijadan kelib chiqadigan xarajatlar va nafni hisoblash orqali baholaydilar. Oxir oqibat turistlar o'zlari uchun eng jozibali va arzon qiymatga ega mahsulotlarni tanlaydi.

Ammo turli mahsulotlar haqida ma'lumotlarni baholashda, turistlar ko'p hollarda boshqa odamlarning (oila a'zolari, qarindoshlar, hamkasblar va tengdoshlari) fikrlaridan namuna sifatida foydalanishlari mumkin. Shu boisdan, ko'plab korxonalarda aynan mahsulotning foydalaligi va ahamiyatini yetkazishda keng omma uchun moslashtirish maqsadi muhim hisoblanadi. Insonlar atrofidagi odamlarning didi, dunyoqarashidan ta'sirlangani uchun ham mahsulotlarni tanishtirishda jamiyatga universal ta'sir qiluvchi vositalardan, madaniyat, til va boshqa omillardan foydalanish muhim ahamiyatga ega.

Bizning fikrimizcha, turistik mahsulotlar – bu yangi moddiy ne'mat yaratmaydigan turistik korxonalar tomonidan amalga oshiriladigan va iste'molchilarning dam olish, tiklanish, ta'lim va boshqa rivojlanish ehtiyojlarini qondiradigan va iqtisodiyotga hissa qo'shadigan faoliyat turi deb aytilish mumkin.

Turistik mahsulotlarni turistlar ehtiyojlariga moslashtirish va kutilganidan ko'ra yaxshiroq xizmat ko'rsatish korxonalarga jahon bozorida ham raqobat ustunligini berishi mumkin. Shu boisdan, ushbu yo'nalishda tadqiqotlar olib borish bugungi kunda muhim ahamiyat kasb etadi.

¹ Wahab, S., Crompton, L. J., & Rothfield, L. M. (1976). Tourism marketing. London: Tourism International.



ADABIYOTLAR TAHLILI

Rossiyalik iqtisodchi A.P. Durovichning² fikriga ko'ra, turistik mahsulotni ishlab chiqish va joriy etishning quyidagi bosqichlari mavjud:

- G'oyalarni yig'ish va tanlab olish.
- Turistik mahsulotning maqsadini ishlab chiqish va uni tekshirish.
- Marketing strategiyasini ishlab chiqish.
- Bozor sharoitida turistik mahsulotni ishlab chiqish va sinab ko'rish.

Yangi turistik mahsulotni ishlab chiqishning birinchi bosqichida g'oyalarni izlash va tanlab olish amalga oshiriladi. Bu bosqichdagi ishlar doimiy ravishda amalga oshishi lozim, chunki iste'molchilarning xohish istaklari turistik bozorlarda juda tez o'zgarishlarga uchraydi, bu esa ko'p hollarda g'oyalarni tanlab olishda va yechimlarni ishlab chiqishda qiyinchiliklar tug'diradi. Yangi tur mahsulot g'oyasi ishlab chiqilgandan so'ng, turoperator resurslar va imkoniyatlarni hayotga joriy etish imkoniyatlari tahlilini o'tkazadi. Odatda bu bosqichda bir nechta g'oyalar o'rganilib, ularning orasida eng yaxshilari tanlab olinadi.

Van Raij va Franken³ (1984)lar ham shaxsiyat, hayot tarzi, yoki qaror qabul qilishi, turistlarning qaror qabul qilishiga ta'sir qilishini o'z tadqiqotlarida o'rganishgan. Ammo Moutino⁴ (1987) kabilar turistlarning qarorlariga faqatgina tashqi omillar ta'sir qilishini ta'kidlaydi. Uning fikricha, turistlar, avvalambor, destinatsiyani tanlaydi keyin esa joylashtirish xizmatlari, rekreatsiya va boshqalarni tanlashadi.

Moutinoga⁵ ko'ra turistlarning qarorlari ko'pincha sayohati davomida tez-tez o'zgaradi, shu bois, turistik korxonalar ham shunga moslashishi talab etiladi. Vudsayd va Lisnoski⁶ (1989)lar ham barcha mavjud modellarni o'rganib, turistlarning bir nechta destinatsiyalarni taqqoslash jarayoniga diqqatini qaratishdi. Ular ko'pchilik turistlar odatda 3-5 ta destinatsiyadan tanlov qilishlarini aniqlashgan. Shunday qilib turistlarning destinatsiya haqida ma'lumotlarga ega bo'lishi, ma'lumotlarning xotirada saqlanib qolishi va boshqalarga tavsiya qilinishi ehtimolini oshiradi. Yana bir omillardan biri bu turistlarning aqliy va emotsional omillar ta'siri deyish mumkin.

Turistlarning yakuniy qarorlari odatda tashrif maqsadi va joriy davrdagi aniq holatga bog'liq bo'ladi. Um va Krompton⁷ (1990)lar turistlarning munosabati turistik destinatsiya tanlash jarayoniga ta'sirini baholashgan. Shu bilan birga, ular destinatsiya imidjining aniq turistlar munosabatlariga ta'sirini baholashgan.

TAHLIL VA NATIJALAR

Korxonalar o'rtasida raqobat faqatgina mahalliy bozor emas, balki xalqaro bozor darajasida ham sodir bo'ladi. Chunki xorijda faoliyat olib boruvchi yirik tur firmalar ham O'zbekiston turistik bozoriga sezilarli darajada ta'sir etadi. Shuni inobatga olib, O'rta Osiyoga geografik jihatdan nisbatan yaqin joylashgan va tarixiy obidalar turizmi rivojlangan davlatlarda taklif etilayotgan turistik paketlar narxlarini o'rganib chiqdik. Biz Eron, Hindiston, Vetnam, Misr, Malayziya, Singapur, Qozog'iston va Rossiya turistik korxonalari taklif etayotgan turistik paketlarning bir kunlik narxlarini O'zbekiston tur firmalari taklif etayotgan narxlar bilan solishtirganimizda, bizda nisbatan yuqori narxlar taklif etilayotganligiga guvoh bo'ldik (1-rasm).

2 Durovich, A.P. Маркетинг в туризме : учебное пособие / А.П. Дурович. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2012. – 316 с.

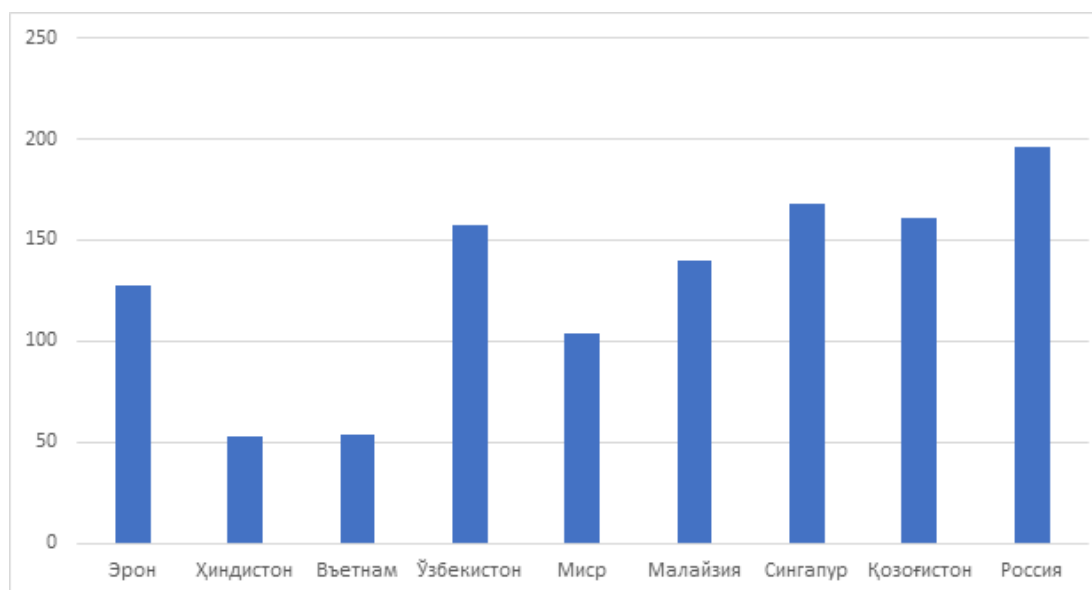
3 Van Raaij, W. F., & Francken, D. A. (1984). Vacation decisions, activities, and satisfactions. *Annals of Tourism Research*, 11(1), 101-112.

4 Moutinho, L. (1987). Consumer behaviour in tourism. *European Journal of Marketing*, 21(10), 344.

5 Moutinho, L. (1987). Consumer behaviour in tourism. *European Journal of Marketing*, 21(10), 344.

6 Woodside, A. G., & Lysonski, S. (1989). A general model of traveller destination choice. *Journal of Travel Research*, 27(1), 814.

7 Um, S., & Crompton, J. L. (1990). Attitude determinants in tourism destination choice. *Annals of Tourism Research*, 17(3), 432-448.



1-rasm: Turistik paketlarning o'rtacha bir kunlik narxi, AQSh dollarida

Manba: www.bookmundi.com ma'lumotlari asosida muallif ishlanmasi

Masalan, Vetnam, Hindiston davlatlari bor yo'g'i o'rtacha 50 AQSh dollarlik paketlar taklif qilsa, O'zbekiston, Qozog'iston, Singapur va Malayziya davlatlarida tur paketlarning bir kunlik narxi 153 dollar atrofida ekanligi, xalqaro darajada narx bo'yicha raqobatbardoshlikka erishishda hali talay ishlar qilinishi kerakligini anglatadi. Albatta, narxlarning turlicha belgilanishi infratuzilmaning rivojlanganligi, transport xarajatlari, ovqatlanish xizmatlari va hokazolarga bog'liq hisoblanadi. Shu sababli, turistik paket tannarxini tushirishda kompleks yondashuv talab etiladi. Turistik korxonalar va davlat tomonidan bir vaqtning o'zida transport xarajatlari (aviatashuv), ovqatlanish, transfert xarajatlarini tushirish bo'yicha chora tadbirlar ishlab chiqilishi lozim.

XULOSA VA TAKLIFLAR

- turistik mahsulotlarning tan narxini pasaytirish uchun transport xarajatlarini kamaytirish choralari ko'rish;
- veb-saytlar va mobil ilovalarni yaratish: turistlarga veb-sayt yoki mobil ilova orqali mazmunli va qulay tarzda xizmat ko'rsatish;
- tegishli tashkilotlar bilan hamkorlik qilib, turizm tizimi ichidagi barcha xizmatlarni integratsiyalash orqali turoperatorlar, turagentlar va turistik firmalar faoliyati samaradorligini oshirish;
- texnologik innovatsiyalar va yangilanishlarni ishlab chiqish orqali turistik tarmoqlarning raqobatbardoshligini oshirish mumkin. Masalan, virtual realistik turlar yoki onlayn muzeylar va atraksionlar yaratish;
- katta ma'lumotlar oqimi (Big data) asosida tahlillar o'tkazish orqali turoperatorlarga tavsiyalar ishlab chiqish, turistlarning talablarini o'rganish
- turizm sohasida ishchi kuchini yangilash uchun, ishchilarning ta'lim va mehnat sharoitlarini yaxshilash, ularning malakasini va qobiliyatini rivojlantirishni qo'llab quvvatlash;
- tur operator, turagentlar va turistik firmalarga moliyaviy yordam berish: tur operatorlarni kreditlar, ijara pullari, umuman, moliyaviy yordam bo'yicha ko'mak berish va boshqa shu kabi chora tadbirlarni oshirish respublikamizda turizm xizmatlar bozorini rivojlantirish muhim ahamiyat kasb etadi.

**Foydalanilgan adabiyotlar ro'xati:**

1. Wahab, S., Crompton, L. J., & Rothfield, L. M. (1976). Tourism marketing. London: Tourism International.
2. Durovich, A.P. Marketing v turizme : uchebnoe posobie / A.P. Durovich. – M.: NIS INFRA– M, 2012. – 316 c.
3. Van Raaij, W. F., & Francken, D. A. (1984). Vacation decisions, activities, and satisfactions. Annals of Tourism Research, 11(1), 101-112.
4. Moutinho, L. (1987). Consumer behaviour in tourism. European Journal of Marketing, 21(10), 3-44.
5. Woodside, A. G., & Lysonski, S. (1989). A general model of traveller destination choice. Journal of Travel Research, 27(1), 8-14.
6. Um, S., & Crompton, J. L. (1990). Attitude determinants in tourism destination choice. Annals of Tourism Research, 17(3), 432-448.



MEHMONXONA SOHASIDA BIG DATA TEKNOLOGIYALARINI QO'LLASH

Shermakhmadova Zarina Shavkat qizi

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti Xalqaro turizm fakulteti magistranti

Annotatsiya: Hozirda jadallik bilan rivojlanib kelayotgan zamonda raqamli texnologiyalarning o'zni juda katta, shuningdek, raqamli texnologiyalar nafaqat turizm sohasiga balki barcha sohalarga o'z muhimlik darajasi bilan kirib kelmoqda. Qolaversa, texnologiyalar mehmondo'stlik sanoatiga ham ko'p foyda keltirishi mumkin. Masalan, sun'iy intellekt (AI) chatbotlari kabi texnologiyalar mehmonlar tajribasini oshirishi, mobil buyurtma berish samaradorligini yaxshilashi, robotlar esa xodimlarning ishlarini kamaytirishi va xarajatlarni kamaytirishi mumkin. Bugungi ma'lumotlarga asoslangan landshaftda Big Data tahlili mehmondo'stlik sektorida hal qiluvchi rol o'ynaydi. U qimmatli tushunchalarni olish va strategik qarorlar qabul qilish uchun ko'pincha sanoatdagi turli manbalardan to'plangan keng va xilma-xil ma'lumotlar to'plamini tizimli tahlil qilishni o'z ichiga oladi. Shu bilan birga, Big Data tahlili mijozlarning so'rovlari, shikoyatlari va sharhlarini tahlil qilish imkonini beradi. Uning yordami bilan siz mehmonlarning nimalarni afzal ko'rishlari va sizdan nimalarni kutayotganlarini tushunib olishingiz oson bo'ladi.

Kalit so'zlar: Big Data, mehmonxona sanoati, raqamli texnologiyalar, tahlillar, turizm, sun'iy intellekt.

Abstract: In today's rapidly developing era, the role of digital technologies is very large, and digital technologies are entering not only the tourism sector, but also all sectors with their level of importance. In addition, technology can bring many benefits to the hospitality industry. For example, technologies such as artificial intelligence (AI) chatbots can enhance the guest experience, improve mobile ordering efficiency, and robots can reduce employee workloads and reduce costs. In today's data-driven landscape, Big Data analytics plays a crucial role in the hospitality sector. It involves the systematic analysis of large and varied data sets, often collected from various sources in the industry, to derive valuable insights and make strategic decisions. At the same time, Big Data analysis makes it possible to analyze customer requests, complaints and comments. With its help, it will be easy for you to understand what the guests prefer and what they expect from you.

Key words: Big Data, hotel industry, digital technologies, analytics, tourism, artificial intelligence.

Аннотация: В современную стремительно развивающуюся эпоху роль цифровых технологий очень велика, и цифровые технологии проникают не только в туристический сектор, но и во все отрасли с их уровнем значимости. Кроме того, технологии могут принести много пользы индустрии гостеприимства. Например, такие технологии, как чат-боты с искусственным интеллектом (ИИ), могут улучшить качество обслуживания гостей, повысить эффективность мобильных заказов, а роботы могут снизить рабочую нагрузку сотрудников и сократить расходы. В современном мире, основанном на данных, аналитика больших данных играет решающую роль в гостиничном секторе. Он включает систематический анализ больших и разнообразных наборов данных, часто собранных из различных источников в отрасли, для получения ценной информации и принятия стратегических решений. В то же время анализ больших данных позволяет анализировать запросы, жалобы и комментарии клиентов. С его помощью вам будет легко понять, что предпочитают гости и чего они от вас ожидают.

Ключевые слова: Большие данные, гостиничная индустрия, цифровые технологии, аналитика, туризм, искусственный интеллект.

ADABIYOTLAR TAHLILI

Global turizm sanoati texnologiya ta'siri ostida tub o'zgarishlarni boshdan kechirmoqda. So'nggi o'n yillikda texnologiyaning rivojlanishi turizm xizmatlari sifatini tubdan o'zgartirdi. Ma'lumki, turistlarni jalb qilishda axborot muhim rol o'ynaydi. Shu munosabat bilan O'zbekiston turizm sohasini rivojlantirishda raqamli texnologiyalardan foydalanish ushbu muhim vazifani ijobiy hal etishning asosiy omillaridan biri sifatida qaralmoqda. Raqamli texnologiyalarni joriy etish sohaning raqobatbardoshligini oshirish va potensial sayyohlarni O'zbekistonning turizm salohiyati bilan tanishtirishda muhim ahamiyat kasb etmoqda [1]. Shunga binoan O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 5-oktabrdagi PF-6079-son Farmoniga 18-ilova tarzida "Raqamli O'zbekiston – 2030" strategiyasi



doirasida 2020–2022-yillarda sport va turizm sohalarini raqamli transformatsiya qilish dasturi ishlab chiqildi [2]. Ko‘rinib turibdiki, mamlakatimizda raqamli iqtisodiyotni faol rivojlantirish, barcha tarmoqlar va sohalarida zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini keng joriy etish bo‘yicha kompleks chora-tadbirlar amalga oshirilmoqda. Shu o‘rinda Big Data texnologiyalarining mohiyati, afzalliklari va mehmondo‘stlik sanoatida tutgan o‘rni haqida batafsil to‘xtalib o‘tsak.

Mehmonxona sanoatida Big Data imkoniyatlari juda keng. Bu texnologiya mehmonxonachilar va boshqa mehmondo‘stlik industriyasi bilan bog‘liq korxonalarga biznes jarayonlarini yaxshilashga yordam beradi [3]. Big data har kuni qidiruv va bron qilish tizimlari, ijtimoiy tarmoqlar, mobil internet saytlari orqali to‘planadi va mehmonxonalarga qiymat keltirishi mumkin bo‘lgan barcha turdagi ma‘lumotlarni ochib beradi [4]. Ushbu ma‘lumotlardan qanday foydalanishni bilish har qanday mehmondo‘stlik mutaxassisi uchun muhim tushunchalarni ochishi mumkin. Masalan: Google ma‘lumotlariga ko‘ra, “sayohatlarni bron qilish uchun eng yaxshi kun dushanba, eng yomoni esa shanba; 2018-yilda 148 million onlayn sayohat bronlarining 82 foizi mobil ilova yoki veb-sayt orqali odamlarning aloqasiz amalga oshirilgan; So‘nggi daqiqalarda mehmonxonani bron qilish va sayohat bilan bog‘liq qidiruvlar so‘nggi besh yil ichida 519% dan ko‘proqqa o‘tdi.” Bu kabi ma‘lumotlar, qachonki to‘g‘ri tahlil qilinganda va undan samarali foydalanilganda mehmonxonalarga mijozlarni tushunish, xonalarni to‘g‘ri baholash, maqsadli reklama, yangi daromad manbalarini topish va tendensiyalarni bashorat qilishda yordam berishi mumkin. Sanoat bo‘ylab mehmonxonalar ma‘lumotlar tahlilini daromadlarni boshqarishdan tortib bron qilish platformalarigacha biznesning turli sohalariga integratsiyalashni boshladilar va ko‘plab ajoyib natijalarga erishdilar [4]. Bugungi kunda mehmonxonalarda Big Datadan foydalanishning muhim usullaridan biri daromadlarni boshqarish platformalari.

Daromadlarni boshqarish an‘anaviy ravishda mavsumiy talabni taxmin qilish va uchta asosiy yo‘nalish bo‘yicha to‘g‘ri tanlov qilish uchun foydali bo‘ladi:

1. Xonangizni to‘g‘ri narxda sotish
2. To‘g‘ri vaqtda xonangizni sotish
3. Xonangizni to‘g‘ri mijozga sotish

Big Dataning mehmonxonalar va bronlash platformalariga kirishi daromadlarni boshqarishda katta yutuqlarni taqdim etdi. Atomize va Ideas kabi ma‘lumotlar tahliliga asoslangan daromadlarni boshqarish dasturlari Best Western, Hilton, Radisson va Fairmont Hotels va boshqa taniqli mehmonxonalar tomonidan muvaffaqiyatli qabul qilingan. Big Data dasturlari mehmonxonaga aniq prognoz va narxlarning moslashuvchanligi uchun zarur bo‘lgan barcha tegishli iste‘molchi va mavsumiy bronlash ma‘lumotlarini doimiy va ishonchli kuzatish imkonini beradi [4].

Ko‘pgina sohalarida asosan mehmondo‘stlik sanoatida ham tahliliy ishlarning aksariyati marketingga qaratilgan. Umumiy maqsad ko‘pincha elektron pochta yoki maqsadli ijtimoiy media reklama shaklida shaxsiylashtirilgan marketing kampaniyalarini boshlashdir. Bu mijozlarning fikr-mulohazalarini, tranzaksiya faoliyati, sodiqlik dasturlaridan foydalanish va uchinchi tomondan sotib olingan demografik ma‘lumotlarni to‘plash orqali tashrif buyurgan mijozlar haqida mavjud bo‘lgan barcha ma‘lumotlarni tahlil qilishni o‘z ichiga oladi. Biroq, Marriottda Big Data marketing bilan chegaralanib qolmaydi va mehmonxonalar tarmog‘i faoliyatida qo‘llaniladi. Ob-havo hisobotlari va mahalliy voqealar jadvali kabi tuzilmagan va yarim tizimli ma‘lumotlar to‘plamlari talabni prognoz qilish va har bir alohida xona uchun yil davomida qiymatni aniqlash uchun ishlatiladi. Bu zanjir mehmonxonaga narxlarni optimal samaradorlik bilan belgilash imkonini beradi – mijozlar eng yaxshi takliflar uchun narxlarni taqqoslash xizmatlarini skanerlash orqali xatto tiyinlarni tejashga odatlangan davrda juda muhimdir [5]. Shuningdek, Big Data texnologiyalarining sohamizda qo‘llashning yana bir afzalligi bu – raqobat tahlili.

RAQOBAT TAHLILI

Iste‘molchilarning fikr-mulohazalari butun internetda mavjud va bu ma‘lumotlar raqobat tahlili nuqtai nazaridan mehmonxonalar uchun juda ko‘p imkoniyatlarni taqdim etadi. Ijtimoiy tarmoqlar, sharhlar, forumlar va sayohat nashrlari raqobatchilar haqida muhim tushuncha va iste‘molchilarning o‘z mahsulotlari yoki xizmatlariga bo‘lgan javoblarini taqdim eta oladigan ma‘lumotlarga boy. Misol uchun, mehmonxonalar real vaqt rejimida iste‘molchilar raqobatchilar, shuningdek, o‘z brendlari



haqida nima deyishini aniqlash uchun suhbatni monitoring qilish bo'yicha tahlil dasturidan foydalanadilar [4].

Raqamli texnologiyalarning turizm industriyasidagi yana bir muvaffaqiyatli topilmasidan biri bu Raqamli konsyerjlar, ushbu turdagi virtual konsyerjlar ro'yxatdan o'tish, xonaga xizmat ko'rsatish, uyg'otish qo'ng'iroqlari, narxlar va mehmonlar so'rovlaridan bir qator xizmatlarni taklif qiladi. Virtual konsyerj tizimi mehmonlarga moslashtirilgan tavsiyalar va sotish imkoniyatlarini taklif qilish uchun sun'iy intellekt va chatbotlarni birlashtiradi. Konsyerj ilovasi mehmonlarga mehmonxona haqida, qolaversa, mahalliy diqqatga sazovor joylar va tadbirlar haqida ham ma'lumot olish imkonini beradi. Hozirda virtual konsyerjlar tobora ommalashib bormoqda, chunki joylarda jonli konsyerjlarga ehtiyoj yo'q, shu sababli ham mehmonxona egalari mijozlar tajribasini yaxshilash, sotish imkoniyatlarini oshirish va mehmonlarning qoniqishini oshirish uchun raqamli konsyerj tizimlariga sarmoya kiritishlari kerak. Real vaqtdagi bildirishnomalar, sun'iy intellekt va chatbotlarning integratsiyasi mehmonxona operatsiyalari uchun qimmatli ko'rsatkichlarni taklif qilish bilan birga mehmonlar uchun uzluksiz tajribani ta'minlaydi [6]. Big data innovatsiyalari haqida gap ketar ekan quyidagi omilni ta'kidlash joiz, ya'ni,

Operatsion optimallashtirish: kengroq yoritgada, kamroq harakat bilan ko'proq natijaga erishish deb atash mumkin. Bunda sensorlar va real vaqtda ma'lumotlar tahlili orqali mehmonxonalar energiya sarfini optimallashtirishi mumkin, bu esa elektr va isitishning faqat kerak bo'lganda ishlatilishini ta'minlaydi. Bu shunchaki sayyora uchun yaxshi bo'libgina qolmay, mehmonxona menejerlari uchun tejamkorlik demakdir [7].

XULOSA

Katta ma'lumotlar asri mehmonxonachilar uchun imkoniyatlarning yangi davrini boshlab berdi, bu ularga mijozlar tajribasini yaxshilaydigan, operatsiyalarni optimallashtiradigan ma'lumotlarga asoslangan qarorlar qabul qilish imkonini berdi. Ilg'or algoritmlar, mashinalarni o'rganish, biznes tahlillari, ma'lumotlarni vizualizatsiya qilish vositalari va geografik axborot tizimlarining integratsiyasi mehmondo'stlik sanoatining ish uslubini o'zgartirdi.

Big datalarning kuchidan foydalangan holda, tijorat jamoasi tendensiyalarni oldindan bilishi, mehmonlar tajribasini shaxsiylashtirishi va o'z korxonalarini tobora kuchayib borayotgan raqobat sharoitida muvaffaqiyatga undaydigan qarorlar qabul qilishi mumkin. Biroq, sanoat rivojlanishda davom etar ekan, marketerlar axborot dengizida adashib qolmasdan Big Datani talqin qilish uchun birgalikda ishlashi juda muhimdir [8].

Foydalanilgan adabiyotlar ro'xati:

1. M. I. Azizova, "TURIZMDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALARDAN FOYDALANISH XUSUSIYATLARI," journal.tsue.uz, Apr 12, 2022.
2. "lex.uz," 5 October 2020. [Online]. Available: <https://lex.uz/docs/-5030957#-5032375>.
3. S. Lypchenko, "Go Wombat," 5 May 2022. [Online]. Available: <https://gowombat.team/blog/posts/big-data-in-the-hospitality-industry>.
4. D. Thum, "Torrens University Australia," 16 August 2022. [Online]. Available: <https://www.torrens.edu.au/blog/4-important-ways-big-data-is-used-in-the-hotel-industry>.
5. B. Marr, "Forbes," 26 January 2016. [Online]. Available: <https://www.forbes.com/sites/bernardmarr/2016/01/26/how-big-data-and-analytics-changing-hotels-and-the-hospitality-industry/?sh=6bae97261c22>.
6. J. Hollander, "Hotel tech report," 1 November 2023. [Online]. Available: <https://hoteltechreport.com/news/hotel-digital-concierge#:~:text=The%20virtual%20concierge%20system%20integrates,%2C%20local%20attractions%2C%20and%20events..>
7. A. H. Systems, "Linkedin," 27 September 2023. [Online]. Available: <https://www.linkedin.com/pulse/impact-big-data-analytics-hotel-management-systems/>.
8. H. Carr, "Hospitality Net," 12 October 2023. [Online]. Available: <https://www.hospitalitynet.org/opinion/4118594.html>.



PROMOTING ENVIRONMENTAL ENTREPRENEURSHIP AND INNOVATION IN A GREEN ECONOMY

Embergenova Anjim Aydosbaevna

Berdakh Karakalpak State University, Faculty of Economics

The modern world is facing many global crises and the resulting problems, and one of the key ones is the lack of infrastructure to support green technologies and practices, as well as its financing. This includes a lack of charging stations for electric vehicles, insufficient grid infrastructure for renewable energy sources and others, as well as projects and innovations often requiring significant investment, and access to finance can be a challenge. However, in recent years, there has been an increase in investor interest in sustainability-related projects.

When making economic decisions, both by Governments and private companies, special attention should be paid to ensuring that these decisions contribute to strengthening, rather than impairing, environmental sustainability. In this context, the “green” economy is put forward as a key concept that symbolizes a new development paradigm. This paradigm promises to preserve the Earth’s ecosystem as it transitions to new models of economic growth while helping to reduce poverty.

According to global trends, the “green economy” should be considered as a short-term perspective for the development of society, and the introduction of green technologies can be defined as an actual trend and a promising direction for the development of the scientific and technical sphere. Green technologies represent a chance to move the economy to a more resource-efficient path that is safe for the planet’s ecosystem, and they do this at all levels – from regional to global. Green technologies encompass technical solutions that reduce resource consumption and increase resource efficiency, ultimately leading to better people’s lives and ensuring social justice and stability. At the same time, they significantly reduce the risks to the environment and the prospects for its degradation.

As for the essence of the green economy, it can be described as a new value system that focuses on the long-term well-being of society and future generations. This value system takes into account the experience and heritage of our ancestor, and builds a comfortable and harmonious environment based on the richness of the Earth's natural resources. The green economy is a sustainable socio-economic model that ensures the spiritual and material well-being of citizens. Its formation is a long-term and strategically oriented process based on an effective environmental policy and strategic planning for the development of regions and the country as a whole.

Based on the principles of resource conservation, energy efficiency, and cost savings, green technologies should be integrated into the needs of the regions. Their implementation should help to smooth out the contradictions between production and the environment, finding a balance between economic development and environmental protection.

The main characteristics of green technologies include efficient use of natural resources, conservation and increase of natural capital, reduction of environmental pollution, preservation of ecosystems and biodiversity, and promotion of income growth and employment. Promoting green technologies contributes to achieving regional sustainability, including improving economic efficiency. All these factors have a positive impact on social stability in the society.

In accordance with the Decree of the President of the Republic of Uzbekistan, the Ministries of Energy, together with the Ministry of Economic Development and Poverty Reduction, and the Ministry of Finance, have developed and submitted to the Cabinet of Ministers, in accordance with the established procedure, a practical Action Plan ("Road Map") for saving fuel and energy resources in the sectors of the economy in 2022-2026, aimed at parameters.



Supporting innovation in the green economy enables the development and implementation of new technologies and methods aimed at reducing carbon emissions, efficient use of resources, and ensuring environmental sustainability. To support investment projects implemented in the sectors of the economy, at the planning stages and before their implementation, they are evaluated for the possibility of reducing the amount of greenhouse gases they emit, and according to the results of the projects, the amount of reduced greenhouse gases is certified and sent to foreign markets;

e) starting from January 1, 2024, within the framework of investment projects for the construction of new solar and wind power plants with a capacity of more than 1 MW, a system for storing electric energy with a capacity of at least 25 percent of the installed capacity of these stations is introduced without fail;

Global impact on the green economy: The development of green entrepreneurship and innovation not only strengthens national economies, but also contributes to solving global environmental problems, such as climate change, creating favorable conditions for the transition to a sustainable and green economy on a global scale. According to the above-mentioned decree, starting from June 1, 2023, a system of "green certificates" is being introduced based on requirements for limiting the impact on the environment and the environment in the production of products. The infrastructure of state regulation of greenhouse gas emissions in 2022-2026 is being gradually created, which provides for:

It also developed a strategy for the transition of the Republic of Uzbekistan to a "green" economy for the period 2019-2030 (hereinafter referred to as the Strategy), aimed at integrating climate change issues into the sustainable development of the national economy. According to this strategy specified in the Decree of the President of the Republic of Uzbekistan. To achieve sustainable development and improve the environment, the following measures should be carefully considered:

Improving energy efficiency and Smart management of natural resources through technological modernization and development of financial instruments. Implementation of "green" criteria in priority areas of public investment and expenditure based on international standards. Support of pilot projects for the transition to a green economy using state incentives, public-private partnerships, and enhanced cooperation with international financial institutions. Development of the system of personnel training in the "green" economy, including investments in education and cooperation with leading foreign educational institutions and research centers. Taking measures to combat the environmental crisis in the Aral Sea region, including mitigating its negative consequences.

Strengthening international cooperation in the field of green economy, including through the conclusion of bilateral and multilateral agreements. These measures will allow us to move towards sustainable and environmentally responsible development.

List of used literature:

1. Resolution of the President of the Republic of Uzbekistan "On approval of the strategy for the transition of the Republic of Uzbekistan to a green economy for the period 2019–2030" dated October 4, 2019 No. –PP-4477.
2. Resolution of the President of the Republic of Uzbekistan "On approval of the strategy for the transition of the Republic of Uzbekistan to a green economy for the period 2019–2030" dated October 4, 2019 No. –PP-4477.
3. Porfiriyev Boris Nikolaevich "green" factor of economic growth in the world and in Russia // Problems of forecasting. 2018. No. 5 (170). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zelenyy-faktor-ekonomicheskogo-rosta-v-mire-i-v-rossii> (date of access: 12/30/2021).
4. The Swiss Re Institute (2021). World economy set to lose up to 18% GDP from climate change if no action taken, reveals Swiss Re Institute's stress-test analysis 5. Transforming our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development. United Nations, –2015.
6. Ansatbaevna, Arzuova Shargul, Embergenova Anzhim Aidosbaevna, and Urazbayeva Lola Mambetkarimovna. "Development of Innovative Processes in the Conditions of Modernization of the National Economy in the Aic." European Journal of Humanities and Educational Advancements 1.1 (2020): –27-29.



TURIZM XIZMATLARI EKSPORTINI OSHIRISHDA INNOVATSION MARKETING VA RAQAMLI TEXNOLOGILAYAR TA'SIRI

Bakhromov Akmal Abduvahid o'g'li
ТДИУ Turizm kafedrası katta o'qituvchisi

Annotatsiya: Turizm xizmati global miqyosda iqtisodiy o'sishni rag'batlantirishning muhim vositasiga aylanib bormoqda. Maqolada raqamli marketingning turizm biznes ko'rsatkichlariga ta'sirini o'rganish uchun olib boriladi. Shu bilan birga, maqolada raqamli marketing va turizmning biznes samaradorligi o'rtasidagi munosabatlarda texnologik innovatsiyalarning vositachilik rolini o'rganib chiqiladi. Raqamli marketing tadbirkorlarga o'z bizneslarini samarali kuzatib borish imkoniyatini berish orqali an'anaviy marketingdan afzal hisoblanadi. O'z maqsadiga erishish uchun mo'ljallangan har qanday harakat yo'nalishi boshlanganda uning kengayish, birlashish va o'zgarishlarini qayd etishi mumkin. Bu biznes egalariga mijozlarning ehtiyojlari va istaklarini mazmunli va innovatsion tarzda o'rganishga imkon berdi. Ushbu dalillar shuni ko'rsatadiki, innovatsion marketing va raqamli texnologiyalar tadbirkorlarni mijozlar tanlovi haqida chuqurroq tushunchaga ega bo'lish va ularga bu borada yaxshiroq xizmat ko'rsatish qobiliyatiga erishish orqali biznes maqsadlariga samarali erishishga katta hissa qo'shadi.

Kalit so'zlar: Turizm, innovatsion marketing, raqamli texnologiyalar, VR sayohat, ijtimoiy medeia marketing, turistik maxsulot.

Abstract: Tourism services are becoming an important means of stimulating economic growth on a global scale. The article examines the impact of digital marketing on tourism business performance. At the same time, the article examines the mediating role of technological innovation in the relationship between digital marketing and tourism business performance. Digital marketing is superior to traditional marketing by enabling entrepreneurs to effectively monitor their business. Any course of action designed to achieve its goal can record expansions, mergers, and changes as it begins. This allowed business owners to learn about customer needs and wants in a meaningful and innovative way. This evidence shows that innovative marketing and digital technologies can significantly contribute to the effective achievement of business goals by enabling entrepreneurs to gain a deeper understanding of customer preferences and the ability to better serve them.

Key words: Tourism, innovative marketing, digital technologies, VR travel, social media marketing, tourism product.

Аннотация: Туристические услуги становятся важным средством стимулирования экономического роста в глобальном масштабе. В статье рассматривается влияние цифрового маркетинга на эффективность туристического бизнеса. При этом в статье рассматривается опосредующая роль технологических инноваций во взаимосвязи цифрового маркетинга и эффективности туристического бизнеса. Цифровой маркетинг превосходит традиционный маркетинг, позволяя предпринимателям эффективно контролировать свой бизнес. Любой курс действий, направленный на достижение своей цели, может фиксировать расширения, слияния и изменения в самом начале. Это позволило владельцам бизнеса узнать о потребностях и желаниях клиентов осмысленным и инновационным способом. Эти данные показывают, что инновационные маркетинговые и цифровые технологии могут существенно способствовать эффективному достижению бизнес-целей, позволяя предпринимателям глубже понять предпочтения клиентов и способность лучше их обслуживать.

Ключевые слова: Туризм, инновационный маркетинг, цифровые технологии, VR-путешествия, маркетинг в социальных сетях, туристический продукт.

KIRISH

Iqtisodiy taraqqiyotda globallashuv va texnologik innovatsiyalar muhim o'rin tutayotgan bugungi dunyoda turizm sohasi marketing va xizmatlar ko'rsatishga yondashuvlarni doimiy ravishda takomillashtirish zarurati bilan yuzma-yuz turibdi. Shu nuqtai nazardan, innovatsion marketing va raqamli texnologiyalardan keng foydalanish turizm xizmatlari eksportini muvaffaqiyatli oshirishning hal qiluv-



chi omillariga aylanmoqda. Texnologik o'zgarishlar va turizm ehtiyojlari o'rtasidagi bu dinamik, simbiotik munosabatlar o'ziga xos muammo tug'diradi va shu bilan birga sanoat uchun yangi istiqbollarni ochadi, innovatsion marketing usullarini, shaxsiylashtirilgan xizmatlarni va ma'lumotlardan samarali foydalanishni rag'batlantiradi. Shu nuqtai nazardan, innovatsion marketing strategiyalari va raqamli texnologiyalar turizm xizmatlari eksportini oshirishga qanday ta'sir ko'rsatishi, raqamli taraqqiyot davrida soha rivojlanishi uchun yangi ufqlar ochishini ko'rib chiqish taklif etiladi.

Innovatsion marketing bozorda mahsulot va xizmatlarni ilgari surish jarayonlarida yangi g'oyalar, tushunchalar va amaliyotlarni ishlab chiqish va amalga oshirishga qaratilgan marketingga strategik yondashuv. U innovatsion mahsulotlar, xizmatlar, boshqaruv tizimlarini yaratishga, shuningdek, reklama va mijozlar bilan muloqotning yangi usullaridan foydalanishga tayanadi.

Innovatsion marketingning turizm bilan bog'liqligi shundaki, u ushbu sohada biznesni rivojlantirishning samarali usuli bo'lishi mumkin.¹ Marketingda innovatsion usullardan foydalanish sayyohlik korxonalariga brend xabardorligi va jozibadorligini oshirish, savdo bozorini kengaytirish, mijozlarning sodiqligini oshirish va takroriy sotuvlar, foydani oshirish va shu kabi afzalliklarni berishi mumkin.

TAHLIL

Turizmدا innovatsion marketingga misollar: yangi texnologiyalardan foydalanish (masalan, VR-turlar), mijozlarga xizmat ko'rsatishning yangi formatlarini ishlab chiqish (masalan, shaxsiy gid bilan shaxsiy sayohat), ekologik toza va noyob turistik marshrutlarni yaratish, raqamli marketingdan foydalanish kabilardir.²

Innovatsion turizm marketingi kompaniyalarga mijozlar ehtiyojlarini qondiradigan va ko'proq tashrif buyuruvchilarni jalb qila oladigan yangi mahsulot va xizmatlarni yaratish, shuningdek, xizmat ko'rsatish sifatini yaxshilash va marketing jarayonlarini tartibga solish imkonini beradi. Umuman olganda, innovatsion marketing turizm sohasida raqobatdosh ustunliklarga erishish va biznesni rivojlantirishning samarali vositasi hisoblanadi.

Marketingda innovatsion usullardan foydalanish turizm korxonalariga quyidagi imtiyozlarni berishi mumkin:

- **Biznes jarayonlari samaradorligini oshirish.** Innovatsion usullar biznesga turizm bozorida xizmatlarni ilgari surish bilan bog'liq barcha bo'limlar va jarayonlar ishini yaxshilashga yordam beradi.
- **Raqobatbardoshlikni oshirish.** Innovatsion usullar korxonalarga ko'proq mijozlarni jalb qiladigan va bozorning boshqa o'yinchilaridan ajralib turadigan yangi mahsulot va xizmatlarni yaratishga yordam beradi.
- **Mahsulot assortimentini kengaytirish.** Marketingga innovatsion yondashuv turizm bozorida ilgari mavjud bo'lmagan yangi mahsulot va xizmatlarni yaratishga imkon beradi, bu esa xaridorlar sonining ko'payishiga va foyda oshishiga olib kelishi mumkin.
- **Mijozlarga xizmat ko'rsatish sifatini oshirish.** Innovatsion usullardan foydalanish turizm industriyasidagi korxonalarga mijozlar bilan ishlash tajribasini yaxshilashga yordam beradi, bu esa mijozlarning qoniqishini va takroriy sotuvlar ehtimolini oshiradi.
- **Sotish geografiyasini kengaytirish.** Innovatsion marketing usullari korxonalarga raqamli marketing va onlayn bron qilish kabi geografik kengayish orqali yangi mijozlarga erishishga yordam beradi.³
- **Foydani oshirish.** Innovatsion usullarni joriy etish savdo hajmini oshirish, mijozlarning sodiqligini oshirish va biznes jarayonlarini optimallashtirish orqali kompaniya foydasining oshishiga olib kelishi mumkin.
- **Bozorda reklama jarayonlarini optimallashtirish.** Innovatsion marketing turistik kompaniyalarga xizmatlarni ilgari surishning yangi formatlarini ishlab chiqish imkonini beradi, bu esa sotish samaradorligini oshirish va marketing kampaniyalari xarajatlarini kamaytirish imkonini beradi.

1 ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ИННОВАЦИОННЫХ НАПРАВЛЕНИЙ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ. <http://elibrary.ru/item.asp?id=26694387>

2 ИННОВАЦИИ В ИНДУСТРИИ ПУТЕШЕСТВИЙ. <http://elibrary.ru/item.asp?id=22951543>

3 ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ИННОВАЦИОННЫХ НАПРАВЛЕНИЙ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ. <http://elibrary.ru/item.asp?id=26694387>



Umuman olganda, marketingda innovatsion usullardan foydalanish raqobatdosh ustunlikni ta'minlashi va turizm korxonalariga o'z faoliyatida yaxshi natijalarga erishishga yordam berishi mumkin.

Turizmda innovatsion marketingning har xil turlaridan foydalanish mumkin. Ulardan ba'zilari:

- **Raqamli marketing.** Bu Internetda xizmatlarni ilgari surish uchun zamonaviy raqamli texnologiyalardan (veb-saytlar, ijtimoiy tarmoqlar, qidiruv tizimlari, messenjerlar va boshqalar) foydalanish. Bu brend yaratish, ko'proq mijozlarni jalb qilish va sodiqlik darajasini oshirish imkoniyatini beradi.
- **VR sayohatlari va 360 daraja fotosayohatlar.** Bu sayyohlik xizmatlarini sotishning yangi usuli bo'lib, potentsial mijozlarga tashrif buyuradigan joy haqida real tasavvurga ega bo'lish imkonini beradi. Natijada, ular bron qilish haqida ko'proq ma'lumotga ega bo'lishlari mumkin, bu esa sakrashlar sonini kamaytiradi.
- **Noyob turistik marshrutlar va turizmning yangi turlarini ishlab chiqish.** Asl sayohat yo'nalishlari va turizmning noodatiy turlari (sarguzashtli turizm, chet elga sayohat, noodatiy turar joy turlari va boshqalar) ko'proq mijozlarni jalb qilishi, takroriy sotuvlar sonini ko'paytirishi va foyda o'sishini rag'batlantirishi mumkin.
- **Shaxsiy mijozlarga xizmat ko'rsatish.** Turizm sohasida har bir mijozga individual yondashuv, shaxsiy sayohatlar, eng yaxshi marshrutni tanlash bo'yicha mutaxassislar bilan maslahatlashuvlar va boshqalarni o'z ichiga olgan mijozlarga xizmat ko'rsatishning samarali strategiyasi bo'lishi mumkin.
- **Sayyohlar uchun mobil ilovalar.** Sayyohlarga turistik diqqatga sazovor joylar, mehmonxonalarni bron qilish, transport chiptalarini bron qilish, oziq-ovqatga buyurtma berish va hokazolar haqida dolzarb ma'lumotlarni olish imkonini beruvchi mobil ilovalarni ishlab chiqish tobora keng tarqalgan amaliyotga aylanib bormoqda.
- **Ekologik toza turistik marshrutlar va majmualarni rivojlantirish.** Bu raqobatdosh ustunlik sifatida ishlatilishi mumkin, chunki ko'plab sayyohlar ekologik jihatdan ko'proq ongli bo'lib, ekologik toza joylarga sayohat qilishdan manfaatdor bo'lishadi.

Noyob sayohat marshrutlari va turizmning yangi turlarini ishlab chiqish sayyohlik kompaniyalariga ko'proq mijozlarni jalb qilish va foydani oshirishga yordam beradigan muhim strategiya hisoblanadi.

Noyob turistik marshrutlar va turizmning yangi turlarini rivojlantirishning asosiy afzalliklari:

- **Yangi mijozlarni jalb qilish.** G'ayrioddiy sayohat marshrutlari va turizm turlari g'ayrioddiy va unutilmas tajriba izlayotgan yangi mijozlarni jalb qilishi mumkin.
- **Takroriy savdoni oshiring.** Agar mijozlar noyob tajribaga ega bo'lsa, ular qaytib kelishni va boshqa yangi narsani sinab ko'rishni xohlashadi.
- **Foyda o'sishi.** Noyob sayyohlik marshrutlari va turizm turlari standartga qaraganda qimmatroq bo'lishi mumkin, bu esa kompaniya foydasining oshishiga olib kelishi mumkin.

Noyob turistik marshrutlar va turizmning yangi turlarini ishlab chiqish uchun nima qiziqarli va talabga ega bo'lishi mumkinligini tushunish uchun bozor tadqiqotlari va mijozlar ehtiyojlarini o'rganish kerak. Bundan tashqari, xavfsizlik omillarini hisobga olish va agar kerak bo'lsa, mijozlarga treninglar o'tish muhimdir.

Noyob sayohat marshrutlari va turizm turlarining ba'zi misollari ekstremal turizm, chet elga sayohat (notaniq joylarga ekskursiyalar), noodatiy turar joylar (masalan, daraxt chodirlari yoki muzli mehmonxonalar), madaniy turizm (mahalliy festivallar va bayramlarga tashrif buyurish)ni o'z ichiga olishi mumkin.

Turizm industriyasida mijozlarga moslashtirilgan xizmat ko'rsatish – bu kompaniyalarga har bir mijoz uchun uning ehtiyojlari va istaklarini inobatga olgan holda shaxsiylashtirilgan xizmatlarni taqdim etish imkonini beruvchi strategiya.

Turizmda mijozlarga individual xizmat ko'rsatishning asosiy afzalliklari:

- **Mijozlarning qoniqishi.** Individual yondashuv har bir mijozning ehtiyojlarini hisobga olish va unga eng munosib xizmatlarni taqdim etish imkonini beradi.
- **Noyob tajriba yaratish.** Shaxsiylashtirilgan mijozlarga xizmat ko'rsatish har bir mijoz uchun noyob tajriba yaratish imkonini beradi, bu sayyohlik kompaniyasini tanlashda muhim omil bo'lishi mumkin.



- **Mijozlarning sodiqligini oshirish.** Shaxsiy e'tibor va moslashtirilgan xizmatlar mijozlarning sodiqligini oshirishga yordam beradi, bu esa takroriy buyurtmalar va boshqa odamlarga tavsiyalarga olib kelishi mumkin.

Foydani oshirish. Shaxsiylashtirilgan mijozlarga xizmat ko'rsatish kompaniyaning daromadini oshirishga yordam beradi, chunki shaxsiylashtirilgan xizmatlar standart xizmatlardan qimmatroq bo'lishi mumkin.

Shuningdek, har bir mijozning ehtiyojlarini inobatga olgan holda shaxsiylashtirilgan ekskursiya va boshqa xizmatlarni taqdim etadigan mutaxassislar bilan maslahatlashish zarur. Shuningdek, xizmatlar sifatini doimiy ravishda yaxshilash va mijozlar ehtiyojini qondirishni oshirish uchun mijozlarning fikr-mulohazasiga e'tibor qaratish lozim.

XULOSA

Shuni ta'kidlash joizki, innovatsion marketing va raqamli texnologiyalarning turizm xizmatlari eksportini oshirishga ta'siri zamonaviy turizm industriyasini o'zgartirishning asosiy yo'nalishi hisoblanadi. Innovatsion raqamli marketing yondashuvlarining integratsiyasi nafaqat sayyohlik tajribasini boyitadi va xizmatlar ko'rsatish samaradorligini oshiradi, balki jahon bozorlariga yanada muvaffaqiyatli kirib borishga yordam beradi.

Elektron tijorat, mobil ilovalar, virtual reallik va ma'lumotlar tahlili sayyohlik kompaniyalari strategiyalarining ajralmas qismiga aylanib, ularga o'zgaruvchan iste'molchilar talablariga moslashish va raqobatbardoshlikni oshirish imkonini bermoqda. Fikr-mulohaza tizimlari va ijtimoiy media obro'sini oshirish va yangi mijozlarni jalb qilishda muhim rol o'ynaydi.

Biroq, barcha afzalliklarga qaramay, innovatsiyalar kiberxavfsizlikni ta'minlash va texnologik o'zgarishlarning tez sur'atlariga moslashish zarurati kabi muammolar bilan birga keladi. Umuman olganda, innovatsion marketing strategiyalari va raqamli texnologiyalar orqali turizm eksportini oshirish istiqbollari istiqbolli ko'rinadi, bu esa sanoatdan bozor dinamikasi va zamonaviy turistlar ehtiyojlariga e'tiborli bo'lishni talab qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'xati:

1. EGAMNAZAROV, KHUSNIDDIN & AMONBOEV, MAHAMMADSIDIQ. (2022). DEVELOPMENT OF THE AREA IS AN ATTRACTIVE PLACE FOR ADVENTURE AND TOURISM LOVERS: A CASE OF CHIMGAN, UZBEKISTAN. "Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar" (Economics and Innovative Technologies) ilmiy elektron jurnali. Retrieved from https://iqtisodiyot.tsue.uz/sites/default/files/maqolalar/Article_44_0.pdf.
2. Akmal Abduvakhid Ugli Bakhromov (2023). IMPLEMENTATION OF INTERNATIONAL STANDARDS AND BEST PRACTICES IN CORPORATE GOVERNANCE TO DEVELOP TOURISM IN UZBEKISTAN. Academic research in educational sciences, 4 (6), 207-211.
3. Yu, X., & Qiu, H. (2021). Artificial Intelligence and the Future of Travel. Tourism Review, 76(2), 345-358. <https://doi.org/10.1108/TR-11-2019-0321>.
4. Xiang, Z., & Tang, L. R. (2019). Artificial Intelligence in Tourism and Hospitality: A Review of Current Status, Future Prospects, and Recommendations for Hospitality Researchers and Educators. International Journal of Hospitality Management, 81, 91-104. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.03.016>
5. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ИННОВАЦИОННЫХ НАПРАВЛЕНИЙ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ. <http://elibrary.ru/item.asp?id=26694387>.
6. ИННОВАЦИИ В ИНДУСТРИИ ПУТЕШЕСТВИЙ. <http://elibrary.ru/item.asp?id=22951543>
7. Safaeva, S. R., Ishankhodjaeva, D. A., Juraeva, N. A., & Matyunina, O. E. (2019). Economic and Legal Aspects of Tourism Regulation in the New Economy: International Practice. Journal of Environmental Management and Tourism, 2(34), 460-5.
8. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ИННОВАЦИОННЫХ НАПРАВЛЕНИЙ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ. <http://elibrary.ru/item.asp?id=26694387>.



SAMARALI MARKETING STRATEGIYALARI ORQALI O'ZBEKISTONNI RAQOBATBARDOSH TURIZM YO'NALISHI SIFATIDA JONLANTIRISH

Xusniddinova Munavvar Sur'at qizi

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti magistranti

Annotatsiya: Ushbu maqola samarali marketing strategiyalari orqali O'zbekistonning raqobatbardosh turizm destinatsiyasi sifatida jonlanishini o'rganadi. O'zbekiston boy madaniy merosi va hayratlanarli landshaftlariga qaramay, cheklangan marketing harakatlari va xabardorlik yo'qligi sababli tashrif buyuruvchilarni jalb qilishda qiyinchiliklarga duch kelmoqda. Maqsadli reklama kampaniyalarini ishlab chiqish, ijtimoiy tarmoqlardan foydalanish va turizm infratuzilmasini yaxshilash orqali O'zbekiston o'zini kerakli yo'nalish sifatida ko'rsatishi mumkin. Ushbu maqola muvaffaqiyat uchun samarali marketing va infratuzilmaga sarmoya kiritish muhimligini ta'kidlab, O'zbekistonning turizm sanoatini jonlantirish bo'yicha tushuncha va tavsiyalarni taqdim etadi.

Kalit so'zlar: Turizm destinatsiyasi, marketing strategiyalari, O'zbekiston, tiklanish, raqobatbardosh, madaniy meros, turizm infratuzilmasi, iqtisodiy o'sish.

Abstract: This article examines the revival of Uzbekistan as a competitive tourism destination through effective marketing strategies. Despite its rich cultural heritage and stunning landscapes, Uzbekistan faces difficulties in attracting visitors due to limited marketing efforts and lack of awareness. By developing targeted advertising campaigns, using social networks and improving tourism infrastructure, Uzbekistan can establish itself as a desirable destination. This article provides insights and recommendations for revitalizing Uzbekistan's tourism industry, emphasizing the importance of effective marketing and investment in infrastructure for success.

Key words: Tourism destination, marketing strategies, Uzbekistan, revival, competitiveness, cultural heritage, tourism infrastructure, economic growth.

Аннотация: В данной статье исследуется возрождение Узбекистана как конкурентоспособного туристического направления посредством эффективных маркетинговых стратегий. Несмотря на свое богатое культурное наследие и потрясающие пейзажи, Узбекистан сталкивается с трудностями в привлечении посетителей из-за ограниченных маркетинговых усилий и недостаточной осведомленности. Разрабатывая таргетированные рекламные кампании, используя социальные сети и улучшая туристическую инфраструктуру, Узбекистан может зарекомендовать себя как желанное направление. В этой статье представлены идеи и рекомендации по оживлению туристической индустрии Узбекистана, подчеркивая важность эффективного маркетинга и инвестиций в инфраструктуру для достижения успеха.

Ключевые слова: Туристическая дестинация, маркетинговые стратегии, Узбекистан, возрождение, конкурентоспособность, культурное наследие, туристическая инфраструктура, экономический рост.

KIRISH

Turizm ko'plab mamlakatlar uchun muhim iqtisodiy sohaga aylandi, har yili millionlab odamlar butun dunyo bo'ylab sayohat qilishadi. So'nggi yillarda O'zbekiston boy madaniy merosi va hayratlanarli manzaralari bilan Markaziy Osiyoda sayyohlik yo'nalishi sifatida namoyon bo'ldi [1]. Biroq, o'z imkoniyatlariga qaramay, mamlakat tashrif buyuruvchilar soni bo'yicha hamon mintaqadagi boshqa yo'nalishlardan ortda qolmoqda. Ushbu muammoni hal qilish uchun samarali marketing strategiyalari O'zbekistonni raqobatbardosh turizm yo'nalishi sifatida jonlantirishi mumkinligini o'rganib chiqildi.

Marketing biznes va turistik yo'nalishlarning barqarorligini ta'minlashda hal qiluvchi rol o'ynaydi. Malakali marketing menejeri manzilga tashrif buyuradigan sayyohlar soni va turlari uchun mas'ul bo'lib, pirovardida uning iqtisodiy rivojlanishi va o'sishiga hissa qo'shadi [2]. Turizm iqtisodiy o'sish va rivojlanish, ish o'rinlarini yaratish, madaniy almashinuvni rag'batlantirish va daromad olishning samarali omilidir. O'zbekiston turizm iqtisodiyotni diversifikatsiya qilish va tabiiy resurslarga qaramlikni kamaytirish salohiyatiga ega. Biroq, mamlakat hali ham tashrif buyuruvchilarni jalb qilishda



bir qator muammolarga duch kelmoqda, jumladan cheklangan marketing harakatlari va qiziquvchi sayohatchilarning xabari yo'qligi. Samarali marketing strategiyalarini ko'rib chiqish orqali ushbu tezis O'zbekiston qanday qilib o'zini kerakli turizm yo'nalishi sifatida yaxshiroq joylashtirishi mumkinligi haqida tushuncha berishga qaratilgan.

Raqamli asrda, jozibali onlayn mavjudligi sayohatchilarni jalb qilish uchun juda muhimdir. Ijtimoiy media platformalari muhim rol o'ynaydi, bunda vizual jozibador kontent va foydalanuvchilar tomonidan yaratilgan hikoyalar hamjamiyat tuyg'usini yaratadi va potentsial sayohatchilarni O'zbekiston go'zalligini kashf etishga ilhomlantiradi.

Jahon sayyohlik sanoati juda raqobatbardosh bo'lib, butun dunyo bo'ylab sayyohlar e'tiborini tortish uchun kurashmoqda. Ushbu gavjum bozorda ajralib turish uchun destinatsiyalar ularni raqobatchilardan ajratib turadigan samarali marketing strategiyalarini ishlab chiqishlari kerak. O'zbekiston misolida, mamlakat o'ziga xos madaniy meros va tabiiy go'zallikka ega bo'lib, undan tashrif buyuruvchilarni jalb qilish mumkin. O'zbekiston tarixiy obidalarining qadr-qimmatini anglagan holda, merosni asrab-avaylashga katta e'tibor qaratmoqda. Davom etilayotgan restavratsiya loyihalariga sodiqlik nafaqat qadimiy obidalarining aslligini saqlab qoladi, balki mamlakatning madaniy o'ziga xosligini saqlab qolishga bag'ishlanadi. Shu bilan birga, infratuzilmani rivojlantirishga investitsiyalar, jumladan, aeroportlar, yo'llar va turar joylar umumiy sayyohlik tajribasini oshiradi. Biroq, aniq va maqsadli marketing strategiyasi bo'lmasa, O'zbekiston potentsial sayohatchilar tomonidan e'tibordan chetda qolishi mumkin.

Sayyohlik tadqiqotlarida narx strategiyalarini qo'llash sayyohlarning muayyan yo'nalishlarni tanlashga bo'lgan qiziqishlariga sezilarli ta'sir ko'rsatishi kuzatilgan [3]. Xizmatlarning nomoddiy xususiyati tufayli narx boshqa ma'lumotlar yetishmayotganda hal qiluvchi sifat ko'rsatkichi bo'lib xizmat qiladi [4]. Shu sababli, raqobatbardosh narxlar xizmat ko'rsatishga yo'naltirilgan kompaniyalar uchun juda muhimdir. Ushbu tadqiqot asosiy e'tibor qiymat yoki qabul qilingan qiymatga asoslangan narx belgilashga qaratilgan, chunki pastroq narx mijozning e'tiboriga ta'sir qiluvchi asosiy omillardan biridir [5].

O'zbekiston turizm sanoati oldida turgan asosiy muammo samarali marketing strategiyalarining yo'qligidir. Mamlakat potentsial sayohatchilar orasida unchalik mashhur emas, ular ko'pincha mintaqada ko'proq belgilangan destinatsiyalarni tanlaydilar. Bundan tashqari, O'zbekiston bir qator muammolarga duch kelmoqda, jumladan cheklangan resurslar va cheklangan turizm infratuzilmasi uning tashrif buyuruvchilarni jalb qilish qobiliyatiga yanada to'sqinlik qilmoqda. Bu masalalarni hal qilmasa, O'zbekiston turizmning iqtisodiy foydasidan mahrum bo'lib qolaveradi.

Marketing kampaniyalarini aniq maqsadli bozorlarga moslashtirish sayohatchilarning turli guruhlarini jalb qilishda muhim ahamiyatga ega. Mamlakat potentsial tashrif buyuruvchilarni jalb qilish uchun SEO, PPC reklamasi va maqsadli ijtimoiy media reklamalari kabi raqamli marketing vositalaridan foydalanadi. Xalqaro sayyohlik tadbirlari va ko'rgazmalarida ishtirok etish O'zbekiston takliflarini jahon miqyosida namoyish etish uchun zamin yaratadi.

Ushbu muammolarni hal qilish uchun O'zbekiston o'zining noyob madaniy va tabiiy boyliklarini potentsial tashrif buyuruvchilarga samarali namoyish eta oladigan keng qamrovli marketing strategiyasini ishlab chiqishi kerak. Ushbu strategiya maqsadli reklama kampaniyalarini, ijtimoiy tarmoqlardan foydalanishni va mamlakatni targ'ib qilish uchun turoperatorlar va sayyohlik agentliklari bilan hamkorlikni o'z ichiga olishi kerak. Bundan tashqari, O'zbekiston sayyohlik infratuzilmasini yaxshilashga sarmoya kiritishi kerak, masalan, ko'proq mehmonxonalar va transport aloqalarini qurish, tashrif buyuruvchilar uchun yaxshi tajriba yaratish. Ushbu chora-tadbirlarni amalga oshirish orqali O'zbekiston o'zining turizm industriyasini jonlantirishi va mintaqada raqobatbardosh davlat sifatida o'zini namoyon qilishi mumkin.

XULOSA

Xulosa qilib aytganda, O'zbekiston Markaziy Osiyoda raqobatbardosh turizm destinatsiyasiga aylanish uchun salmoqli salohiyatga ega. O'zbekistonning samarali marketing strategiyalari orqali raqobatbardosh turizm yo'nalishiga aylanish yo'lidagi sayohati mamlakatning madaniy va tarixiy boyliklarini namoyish etishga intilishidan dalolatdir. Biroq, ushbu maqsadga erishish uchun mamlakat potentsial tashrif buyuruvchilarga o'zining noyob madaniy merosi va tabiiy go'zalligini namoyish eta-



digan samarali marketing strategiyalarini ishlab chiqishi kerak. Keng qamrovli marketing strategiyasini ishlab chiqish, jumladan, maqsadli reklama kampaniyalari hamda turoperatorlar va sayyohlik agentliklari bilan hamkorlik qilish O'zbekistonni destinatsiya sifatida tanishtirishga yordam beradi. Bundan tashqari, transport aloqalarini yaxshilash va ko'proq mehmonxonalar qurish kabi turizm infratuzilmasiga investitsiyalar tashrif buyuruvchilar tajribasini oshirishi va takroriy tashriflarni rag'batlantirishi mumkin. Bu chora-tadbirlarni amalga oshirish orqali O'zbekiston o'zining turizm yo'nalishi sifatidagi salohiyatiga erishishi, iqtisodiyotini diversifikatsiya qilishi, mamlakatning har tomonlama rivojlanishiga hissa qo'shishi mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'xati:

1. Ali, M. S., & Kaldeen, M. (2017). Impact of marketing mix strategies on performance of tourist hotels in the eastern province. *Journal of Tourism Economics and Applied Research* (Vol. 1, No. 1).
2. Cristobal-Fransi, E., Daries, N., Ferrer-Rosell, B., Marine-Roig, E., & Martin-Fuentes, E. (2020). Sustainable Tourism Marketing. *Sustainability* (Vol. 12, No. 5). doi: 10.3390/su12051865.
3. Hirankitti, P., Mechinda, P., & Manjing, S. (2009). Marketing strategies of thai spa operators in bangkok metropolitan. *The International Conference on Applied Business Research (ICABR)*.
4. Nouri, B. A., & Soltani, M. (2015). Evaluating the Effect of Tourism Marketing Mix on Buying Holiday Homes in Cyprus. *International Journal of Business Administration* (Vol. 6, No. 5.). doi:10.5430/ijba.v6n5p63
5. Xie, Y. (2020). The relationship among marketing mix, customer satisfaction and customer loyalty of Chinese tourists to budget hotel of central Bangkok. University of the Thai Chamber of Commerce.



O'ZBEKISTONDA SMART-TURIZMNI ZAMONAVIY PRINSIPLARI ASOSIDA RIVOJLANTIRISH VA BUNDA XORIJ TAJRIBASIDAN FOYDALANISH

Tojiboyev Toxirjon Zoxirjon o'g'li

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti "Xalqaro Turizm" fakulteti tadqiqotchisi

Annotatsiya: Ushbu tezisda Smart-turizm(Smart-turizm) tushunchasi va uning mohiyati, shuningdek, uning afzalliklari va imkoniyatlari to'grisida ma'lumotlar berilgan. Shu bilan birga, siz O'zbekistonda amalda mavjud bo'lgan aqlli innovatsiyalar va Yevropadagi Smart shaharlarning nega bu nomga sazovor bo'lganlariga doir ma'lumotlarga ega bo'lasiz.

Kalit so'zlar: Smart-turizm(Smart-turizm), Innovatsiya, texnologiya, Smart shahar, AKT(Axborot va kommunikatsiya texnologiyalari), sun'iy intellekt, Uzbekistan Pass, E-mehmon.

Abstract: This thesis provides information on the concept of Smart tourism (smart tourism) and its essence, as well as its advantages and opportunities. At the same time, you will get information about Smart innovations that actually exist in Uzbekistan and why Smart cities in Europe have earned this name.

Key words: Smart tourism (smart tourism), Innovation, technology, Smart city, ICT (Information and communication technologies), artificial intelligence, Uzbekistan Pass, E-guest.

Аннотация: В данной дипломной работе представлена информация о понятии Смарт-туризма (Смарт-туризм) и его сущности, а также его преимуществах и возможностях. В то же время вы получите информацию об умных инновациях, которые на самом деле существуют в Узбекистане, и о том, почему умные города в Европе заслужили это название.

Ключевые слова: Смарт-туризм (сма́рт-туризм), Инновации, технологии, умный город, ИКТ (Информационно-коммуникационные технологии), искусственный интеллект, Узбекистан Пасс, Электронный гость.

Smart-turizm deganda turizmni yaxshilash uchun vositalar va yondashuvlarni yangilash uchun aqlli shaharlar kabi axborot-kommunikatsiya texnologiyalaridan foydalanish tushuniladi. Smart-turizm konsepsiyasi Yevropa Ittifoqi tomonidan turizm va mehmondo'stlik mahsulotlari, xizmatlari, makonlari va tajribalariga AKTga asoslangan (Axborot va kommunikatsiya texnologiyalari) vositalari orqali kirishni osonlashtiruvchi yo'nalish sifatida belgilangan. Shuningdek, Smart-turizm mobil aloqa, bulutli hisoblash, sun'iy intellekt va virtual reallik kabi asosiy texnologiyalarga asoslangan. U jismoniy infratuzilma, ijtimoiy ulanish va tashkiliy manbalar (davlat va nodavlat) hamda foydalanuvchilar tomonidan ilg'or texnologiyalar bilan birgalikda samaradorlik, barqarorlik va tajribani oshirish uchun ma'lumotlarni to'plash va ulardan foydalanishning yangi usullarini topishga qaratilgan kompleks harakatlarni qo'llab-quvvatlaydi. Smart-turizm uchun axborot va texnologiya vositalariga IoT, mobil aloqa, bulutli hisoblash va sun'iy intellekt kiradi. U Smart-turizm uchun imkoniyatlarni taqdim etish uchun jismoniy, axborot, ijtimoiy va tijorat turizm infratuzilmalarini shunday vositalar bilan ta'minlaydi. Smart-turizm tamoyillari turizm tajribasini takomillashtirish, resurslarni boshqarish samaradorligini oshirish va barqaror jihatlarga e'tibor qaratgan holda yo'nalishlarning raqobatbardoshligini oshirishdan iborat. Shuningdek, u turizm resurslarini samarali taqsimlashni osonlashtirish uchun ma'lumotlarni to'plashi va tarqatishi, foydaning yaxshi taqsimlanishi uchun mikro va makro darajada integratsiyalashgan turizmni ta'minlashi kerak. Ular aqlli shaharlar kabi texnologik jihatdan rivojlangan yo'nalishlarda samarali ekanligi isbotlangan.

So'nggi yillarda O'zbekistonda ham turizm sohasida internet qurilmalari va har xil gadjetlardan foydalanishga o'tilyapti. Bunga Prezident Shavkat Mirziyoyevning turizmni rivojlantirish to'g'risidagi farmon va qarorlari, vazirlik farmoyishlari sababli yangi bosqichga ko'tarilindi. O'zbekistonda Turizm sohasida qo'llanilgan "Tourism Pass" ilovasi bu sa'y-harakatlarning yaqqol natijasi bo'ldi. O'zbekiston



Respublikasi Prezidentining 3217-sonli “2018-2019-yillarda turizm sohasini rivojlantirishga doir dashtabki chora-tadbirlar to’g’risida”gi va 3514-sonli “Ichki turizmni jadal rivojlantirishni ta’minlashga doir chora-tadbirlar to’g’risida”gi qarorlari asosida bu ilova yaratilindi. Uzbekistan Pass – sayyohlar va umuman O’zbekiston bo’ylab sayohat qilishni istaganlar uchun keng xizmatlar spektrini taqdim etuvchi servis. Mazkur servisning yo’lga qo’yilishi turistik xizmatlarni yangi bosqichga olib chiqadi va mamlakatda smart-turizm rivoji uchun jiddiy platforma bo’ladi. Uzbekistan Pass va UMS mobil xizmati bilan uzviy bog’liq mahsulotlar va servislarni taqdim qilindi. Xususan, UMS O’zbekiston operatorlari orasida birinchi bo’lib turistik sim-kartalar va ikki maxsus tarif-rejasini joriy qildi – Uzbekistan Pass 2000 va Uzbekistan Pass 5000. Ular O’zbekistonga tashrif buyurgan sayyohlarga mobil aloqa va Internetdan foydalanish imkonini beradi. UMS shuningdek, Uzbekistan Pass navigatoriga mobil Internet trafigi uchun xarajat qilmay, imtiyozli kirish imkonini taqdim etadi. Sayyohlar uchun ikki xil – 5 va 10 dollarlik tariflar taklif etiladi. Uzbekistan Pass o’z sayti va mobil ilovasiga ega, uni market yoki, App store’dan yuklab olish mumkin. Kompaniya O’zbekistonga keluvchilar uchun cho’ntak formatidagi ko’p tilli qo’llanmalarni tayyorlagan, tizimga ulangan foydalanuvchilar ularni mutlaqo bepul qo’lga kiritishlari mumkin. Unda O’zbekistonning har bir viloyati, diqqatga sazovor maskanlari, tarixiy qadamlari, oshxonasi, bayramlari va sayyohlar uchun foydali boshqa ma’lumotlar bor.

Bundan tashqari, ilova orqali turpakot sotib olish yoki gid xizmatiga buyurtma berish mumkin. Sayyohlarning to’liq xavfsizligi uchun SOS tugmasi ishlab chiqildi. Favqulodda vaziyatlarda sayyoh Uzbekistan Pass servisi mobil ilovasidagi SOS tugmasini bosib, yordam olishi mumkin. Diskont karta egasi bo’lgan sayyohuni faollashtirgan taqdirda avtomatik ravishda tibbiy sug’urtaga ega bo’ladi.

Shuningdek, ilovada “Mobil navigator” mavjud. Uning o’ziga xosligi shundaki, turist borishi kerak bo’lgan joyni belgilab, avtomatik ravishda yo’nalish va yetib olish vaqti hamda yaqin oradagi inshootlarga doir to’liq ma’lumotni oladi. Yangi tizim sayyohga ijaraga mashina olishni yoki taksiga buyurtma berishni taklif qiladi. Xizmatlar orasida mehmonxonalarda nomerlarni band qilish, aeroportdan va aeroportgacha transfer, aviachiptalar xarid qilish va ko’plab boshqa servislarni taqdim etilgan. Tejamkorlik maqsadlarida foydalanuvchilarga Uzbekistan Pass diskont kartalari taklif etiladi. Uning egalari mehmonxonalar, kafe va restoranlar, madaniy-tarixiy inshootlarda, shuningdek, o’zbekistonlik hunarmandlarning suvenirlerini xarid qilish va avtomobil xizmatlarida chegirmalar taqdim etiladi. Mazkur diskont karta chegirmalari umumiy miqdorda 70 foizgacha bo’lishi mumkin.

E-mehmon tizimi turizmga qo’llanilayotgan yangi innovatsiyalardan bir hisoblanadi. E-mehmon tizimida mehmonxonalar, sanatoriyalar, dam olish maskanlari va boshqa shu kabi muassasalar xizmatlaridan foydalangan barcha fuqarolarning joylashishidan boshlab, qancha muddat bo’lishidan qat’i nazar avtomatik tarzda ro’yxatdan o’tkaziladi. Shuningdek, tizimga O’zbekiston Respublikasi fuqarolari, chet el fuqarolari va fuqarolari bo’lmagan shaxslarning mehmonxonaga ular kelib joylashgan vaqt, ularning bu yerda bo’lish muddati va ularning mehmonxonani tark etgan vaqtlari to’g’risidagi ma’lumotlar kirgiziladi. Ushbu tartiblarning joriy qilinishi mahalliy va xorijiy sayyohlarning sog’lig’i va mulki xavfsizligini ta’minlash, qonuniy manfaatlarini himoya qilish, kafolatlangan xizmatlar ko’rsatilishini ta’minlashga yordam beradi.

Frantsiyaning o’zining qadimiyligi va 2000 yildan ortiq tarixiga ega bo’lgan shahri Lion nafaqat, Frantsiyada, balki, Yevropada ham o’zining turizmdagi yangiliklari va texnologiyalari bilan mahshurdir. O’zining sa’y-harakatlari va ilg’or rivojlanishi tufayli yigirma yil ichida Yevropaning muhim sayyohlik maskaniga aylandi. YUNESKO ro’yxatida ajralams o’ringa ega bo’lgan Lion shahri o’zining gastronomiyasi, ipak va kinosi bilan turistlarni o’ziga jalb etib kelmoqda. Ayniqsa, har yili o’tkaziladigan to’rt kunlik “Chiroqlar festivali” 3 millionga yaqin turislar tashrif buyuradi. Bu turizm sohasida deyarli 1 milliardlik sanoatga aylangan. Lion o’z rejasini shahar hayotining markaziga qo’ygan holda, qulaylik uchun bir nechta mukofotlarga sazovor bo’ldi. Jumladan, 2017-yilda “Assess Sity” mukofoti. Nogiron va harakatchanligi cheklangan mehmonlar butunlay moslashtirilgan transport tarmog’i bilan harakatlanishlari mumkin. Lion muzeylari moslashtirilgan ekskursiyalarni taklif qiladi – eshitish qobiliyati past bo’lganlarga san’at asarlariga tegishi mumkin – va ko’plab restoranlar so’zlovchi menyularni taqdim etadi. Bunday aqlli yangiliklarni turizm sohasida keng qo’llagani uchun 2019-yilda Lion “Yevropaning Smart-turizm poytaxtlari” tanlovida g’olib bo’ldi.

1 https://smart-tourism-capital.ec.europa.eu/lyon-winner-2019-european-capitals-smart-tourism_en



Lion yevropada “Smart City” maqomiga ega bo‘lgan yagona shahar emas. Finlandiya davlatining poytaxti bo‘lgan Xelsinki shahri o‘zining turizm uchun bo‘lgan keng imkoniyatlari tufayli butun dunyoga mashhur. 460 yillik tarixga ega Xelsinki, shuningdek, Smart-turizm sanoati rivojlanayotgan zamonaviy shahardir. 2009 yildan beri hamma uchun bepul foydalanish mumkin bo‘lgan ommaviy ma’lumotlarga ochiq yondashuv asosida Xelsinki dasturiy innovatsiyalar o‘chog‘iga aylandi. Xelsinki Smart-turizm sanoati rivojlanayotgan zamonaviy shahardir. 2017-yilda Finlandiya poytaxtiga tashrif buyuruvchilar soni rekord darajaga yetdi, 4,5 milliondan ortiq odam ixcham va jo‘shqin shaharda yuqori texnologiyali va barqaror dizaynni ajoyib san’at va madaniyat bilan uyg‘unlashtirgan joydan foydalanishdi. So‘nggi ikki yil ichida shaharning aqlli jamoat transporti tizimi foydalanuvchilarning qoniqish darajasi o‘sd. “Uber qayiq” tizimi ko‘rib chiqilmoqda va haydovchisiz avtobuslar ochiq ko‘chalarda sinovdan o‘tkazilmoqda. Xelsinki 2015 yilda “Assessible Sity Awards” tanlovida ikkinchi o‘rinni egalladi. Agar sayyohlarga qo‘shimcha yordam kerak bo‘lsa, asosiy diqqatga sazovor joylarda joylashgan ko‘p tilli “Xelsinki Helpers” nomli gidlardan foydalanishlari mumkin. Tashrif buyuruvchilar Xelsinki 2035 yilga borib uglerod gazidan neytral bo‘lishiga yordam beradigan 143 ta chora-tadbirlarni ko‘rishayapti. Xelsinki yo‘l xaritasi aholi gavjumligining oldini oladi va mahalliy biznesni qo‘llab-quvvatlaydi, chunki u shahar bo‘ylab sayyohlarga yo‘l ko‘rsatadi, mehmonxona xonalarining 75 foizi esa ekologik xavfsiz sertifikatga ega. Xelsinki, shuningdek, velosiped, piyoda, elektromobil va poyezdlar qatnovi ulushini oshirmoqda. Xelsinki yana bir innovatsion g‘oyasi bu MyHelsinki.fi veb-sayti bo‘lib, shaharni eng yaxshi biladigan odamlar – mahalliy aholining tavsiyalarini o‘z ichiga olgan reklamasiz xizmat ko‘rsatish platformasidir. Bu platformadan har yili minglab turistlar sayohatlar davomida keng foydalanib kelishadi².

Smart-turizm atamasi bugungi kunda bejiz qo‘llanilmayapti. Turizm mavjud bo‘lgan davlat borki uni zamonaviylashtirishda, yangi innovatsiya va texnologiyalar bilan ta‘minlashda davom etyapti. Turistlarni o‘ziga jalb etadigan jihatlardan biri qulaylik va yangiliklar hisoblanadi. O‘zbekistonda ham Smart-turizmni yuksaltirish, uni yana-da kengroq qo‘llab quvvatlash uchun ko‘plab chora-tadbirlar ko‘rilayotganinni guvohi bo‘lyapmiz. “Uzbekistan Pass” va “E-mehmon” ilovasi va sayti bunga yaqqol dalildir. “Uzbekistan Pass” ilovasi turistlarga mehmonxona, turistik xizmatlar, ovqatlanish joylarini va boshqa xizmatlarni ta‘minlashda muhim rol o‘ynayotgan bo‘lsa, “E-mehmon” orqali turistlar statistikasi va raqamlari shakllantirilyapti. O‘zbekistonda ham yuqoridagi Lion, Xelsinki shaharlardagi aqlli innovatsiyalarni qo‘llash turizmga ijobiy natija ko‘rsatishi mumkin. Gapiruvchi menyularni O‘zbekistonda joriy etilinishi imkoniyati cheklangan insonlar uchun qulaylik olib keladi, yoki, Xelsinki aqlli jamoat transporti tizimidan foydalanish yo‘ldagi vujudga keladigan tirbandliklarni yechishda samarali usul bo‘lishi mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘xati:

1. https://en.wikipedia.org/wiki/Smart_tourism.
2. <https://www.hlp.city/what-is-smart-tourism-and-why-does-it-matter>.
3. <https://kun.uz/uz/93174858>.
4. <https://lex.uz/docs/-3311817>.
5. <https://lex.uz/docs/3551112>.
6. <https://www.gazeta.uz/oz/2020/09/16/e-mehmon/>.
7. https://smart-tourism-capital.ec.europa.eu/helsinki-winner-2019-european-capitals-smart-tourism_en.
8. https://smart-tourism-capital.ec.europa.eu/lyon-winner-2019-european-capitals-smart-tourism_en.

² https://smart-tourism-capital.ec.europa.eu/helsinki-winner-2019-european-capitals-smart-tourism_en

MEHMONXONA VA XIZMATLAR BOZORINI TAKOMILLASHTIRISH, MEHMONXONALARDA SMART MEHMONXONA XIZMATLARNING TIZIMINI JORIY QILISH

Mansurov Zokir Xusanovich

Madaniy meros obyektlari muammolarini o'rganishva turizmni rivojlantirish
ilmiy-tadqiqot instituti mustaqil tadqiqotchisi

Smart mehmonxonalar yangi mehmonxonalar toifasiga kiradi, ular kelgusi yillarda, albatta, o'sib boradi va mehmonxona xizmatlarining spetsifikatsiyasi va taqdim etilishi bo'yicha yangi model yaratadi. Bunday mehmonxonalar innovatsion qulayliklar, tartib-qoidalarini soddalashtirish, shuningdek, mehmonlarga yangi texnologiyalardan foydalanish imkoniyatini yaratadi.

Las-Vegasdagi Wynn Resort o'z mehmonlariga quyidagi qulayliklar taqdim qilgan. Brend do'konlari va savdo markazlari, ko'ngilochar maskanlar, klublar, kazinolar, ajoyib manzaralar, teatr va konsertlar uchun kichik shaharcha, mehmonlar uchun mutlaq qulaylik yaratuvchi mobil ilova yaratib amaliyotga joriy qilgan. Ushbu ilovada, do'konlar, tadbirlar, konsertlar haqida ma'lumotlar, restoranlarni band qilish, kurortlarda dam olish hududlarini bron qilish va dam olish maskanida qo'shimcha tadbirlarga buyurtma berish imkoniyati mavjud. Shu bilan birga, mehmonxonani raqobatchilardan ajratib turish maqsadida, Amazon¹ bilan hamkorlikda Alexa² tizimi joriy qilingan. Bunda, 2000 dan ortiq xonalarga ovozli yordamchi tizimi o'rnatilgan. Alexa sizning ehtiyojlaringizni ovozli buyruqlar orqali tinglaydi va ularni bir zumda va tez bajaradi. Ushbu Smart xonalarda televizorni yoqish va kanallarni tanlash, xona chiroqlarni sozlash, to'g'ri musiqa tanlash, xona haroratini sozlash va maromida ishlatish, ob-havo va shahardagi tirbandliklar to'g'risidagi ma'lumotlar, kundalik yangiliklar va boshqalar haqida axborot berib boradi³. 2023-yildagi Forbes Travel Guide jurnalida "Wynn Hotel" dunyodagi eng yuqori kurortlar 3 ligida qayd etilgan⁴.

"Yotel" mehmonxonalar tarmog'i innovatsion mijozlarga qulayliklar yaratish bilan mehmonlar e'tirofiga sazovor bo'lib, sohadagi raqobatchilar orasida muhim o'ringa ega bo'lgan. "Yotel Singapore Orchard Road" mehmonxonasida sun'iy intellektga asoslangan ro'yxatdan o'tkazish qobliyatiga ega bo'lgan avtomatik sistema joriy etilgan. Bu esa, mehmonlarga bir qator qulayliklarni yaratgan. Mehmonxona kabinalari sozlanishi oson bo'lgan SmartBed⁵ aqlli sistemasi ishga tushirilgan. Mehmonxonalarga turgan xonasida xizmat ko'rsatish, robotlar yordamida buyurtmalarni to'g'ridan-to'g'ri xonagacha yetkazish xizmati tadbiriq etilgan. Ushbu texnologiyalardan foydalangan birinchi mehmonxona sifatida, "Technology Excellence Awards 2019"⁶ tanlovida "Mehmondo'stlik va hordiq chiqarish uchun robototexnika" nominatsiyasida birinchi o'rinni egallagan⁷.

1 [https://uz.wikipedia.org/wiki/Amazon_\(shirkat\)](https://uz.wikipedia.org/wiki/Amazon_(shirkat)) Amazon.com, Inc. Jahondagi eng yirik transmilliy kompaniyalardan biridir. Kompaniyaga 1994-yilning 5-iyulida Jeff Bezos tomonidan Vashington shtatining Bellevue shahrida asos solingan.

2 https://ru.wikipedia.org/wiki/Amazon_Alexa Amazon Alexa — Википедия (wikipedia.org) Amazon Alexa yoki Alexa — bu Amazon tomonidan ishlab chiqilgan virtual yordamchi bo'lib, birinchi marta Amazon Echo va Amazon Echo Dot aqlli dinamiklarida taqdim etilgan.

3 <https://www.hotelieracademy.org/5-smart-hotels-that-confirm-the-potentials-of-this-new-hotel-trend/> Sbounias, J. (2019, October 1). 5 Smart Hotels around the world that highlight this new global trend – Hotelier Academy. Hotelier Academy – Useful Information & Tips for Hoteliers.

4 <https://www.prnewswire.com/news-releases/wynn-resorts-receives-24-five-star-awards-from-forbes-travel-guide-on-2023-list-301747208.html>

5 SmartBed – bu qanday uxlayotganingiz haqida ma'lumot to'plash uchun sensorlar va boshqa texnologiyalardan foydalanadigan to'shak. U o'z-o'zini sozlash va uyquni yaxshilash uchun mazkur ma'lumotlardan foydalanadi.

6 <https://techawards.techcentral.ie> Technology Excellence Awards- texnologiya sohasidagi eng nufuzli yutuqlarni ifodalaydigan tanlov. Texnologiya biznesi va uning xodimlarining yutuqlarini va innovatsiyalari rag'batlantirishga mo'ljallangan.

7 <https://sbr.com.sg/co-written-partner/more-news/yotel-singapore-orchard-clinches-robotics-award-hospitality-and-leisure>



Yevropa va Yaponiyadagi avtomatlashtirilgan Smart mehmonxonalar. “Koncept Hotels” avtomatlashtirilgan Smart mehmonxonalar tizimi Germaniya, Avstriya, Shveysariya kabi mamlakatlarda joriy etilgan birinchi mehmonxona tarmoqlaridan biri hisoblanadi. Bular, 20 tadan 70 tagacha xonali, shinam uch-to‘rt yulduzli mehmonxonalar bo‘lib, Smart texnologiyalar yordamida mehmonlar uchun qulayliklar yaratgan. “KViHOTEL BUDAPEST” mehmonxonasi oxirgi yillarda Budapeshtda eng ko‘p tashrif buyurilayotgan mehmonxonalaridan biri sifatida e’tirof etilgan. Buning asosiy sababi, mehmonxonalar xizmatiga Smart tizimi joriy etilganligi bo‘lib, bunda, xonalardagi sensorlik boshqaruv tizimi sun’iy intellektga asoslangan. Yaponiyada “Xenn-na mehmonxonasi” mehmonlarga yordam berish uchun robotlardan foydalanish orqali yanada progressiv qadam tashlangan. Avtomatlashtirilgan mehmonxonalar har doim ham zamonaviy ko‘rinishga ega bo‘lmasligi mumkin. XIX-asr yoki XX-asr binosi, ya’ni, standart xonalarida ham Smart texnologiyalarni joriy etish mumkin. Bu xizmat ko‘rsatishning past darajasini anglatmaydi va bu kabi mehmonxonalarda ham mehmonlarga yuqori darajada xizmat ko‘rsatish imkoniyati mavjud. Bunday mehmonxonalarga mehmonlarda qiziqish baland bo‘lib qolmoqda⁸.

Mehmonxonalar va mehmonlarga va foyda keltiradigan Smart mehmonxona modeliga o‘tish uchun bir qator sabablar mavjud. Smart mehmonxonalarning afzalliklari. Betakror qulaylik, Ovozi buyruqlar va aqlli xona funksiyalari mehmonlarga qulaylik va virtual xizmatlarini taqdim etadi. Mijoz profilining saqlanib qolishi, mijoz ma’lumotlarining tahlili va sun’iy intellekt asosida mehmonxonada avval istiqomat qilgan mehmon ma’lumotlari va unga manzur bo‘lgan qulayliklar saqlanib qoladi. Xavfsizlik, barmoq izi va yuzni tanish orqali ochiladigan eshiklar mehmonlarga o‘zlarini xavfsizroq his qilishlariga, masofaviy monitoring ham muammolarni yuzaga kelgan paytda hal qilishga yordam beradi. Jarayonlarni avtomatlashtirish, yoritish, elektr rozetkalari, isitish, konditsioner, elektr jihozlari, eshiklar, derazalar kabi tizimlarni boshqarish va avtomatlashtirish imkoniyatini yaratadi. Samaradorlik, integratsiyalashgan tizimlar xodimlarga nima qilish kerakligini ko‘rsatadi, chunki barcha ishlar ma’lum sistema asosida bajariladi va aqlli tizim bronlar va xonalarni boshqarish kabi vazifalarni avtomatlashtiradi. Mehmonlarning qoniqishi, mijoz profili xizmati tufayli mehmonlar ko‘proq qoniqish hosil qiladi, ya’ni mehmonlar soni va mijozlarning qayta tashrif buyurish potensialini oshiradi. Diversifikasiya⁹langan daromad oqimlari, Aqlli mehmonxonalar qo‘shimcha qulayliklar uchun ilovalarga asoslangan xaridlarni taklif qilishlari mumkin, shuningdek, mehmonxonalar mahalliy biznes va xizmat ko‘rsatuvchi provayderlar bilan hamkorlik qilishlari mumkin. Ma’lumotlar olishda qulaylik, “Cloud” boshqaruv platformalaridan foydalanib, ma’lumotlarni istalgan vaqtda va istalgan joyda mijozlarga yetkazish mumkin¹⁰. Samaradorlik va ta’minotni barqarorlashtirish, ta’minotni aqlli sistema yordamida nazorat qilish xarajatlarni optimallashtirishga imkon beradi, bu esa o‘z navbatida xarajatlarni tejashga va atrof-muhitga ta’sirni kamaytirishga olib keladi. Aqlli mehmonxona – bu atrof-dagi muhit bilan integratsiyalashgan samarali mehmonxona.

Yangi avtomatlashtirilgan konsepsiya ayniqsa yosh avlodlar orasida mamnuniyat bilan qarshi olinmoqda. Tadqiqotlarga ko‘ra 14 yoshdan 29 yoshgacha bo‘lgan ishtirokchilarning taxminan 30 foizi avtomatlashtirilgan mehmonxonani tanlaydi. Keksa avlod vakillari orasida esa 65 va undan katta yoshdagilarning atigi 8 foizi bunday mehmonxonani bron qilishni o‘ylaydi. Bu kekse odamlar hayotining barcha sohalarida yangi texnologiyalardan foydalanishga odatlanmaganligi va ko‘proq klassik mehmonxonalarni afzal ko‘rishi bilan izohlanadi¹¹.

Smart mehmonlari tizimini O‘zbekistonda takomillashtirish istiqbollari. O‘zbekiston hududida Smart mehmonxonalar tizimini zamon talablariga mos takomillashtirish quyidagi imkoniyatlarni yaratadi. Bular, infratuzilmani modernizatsiya qilish, mehmonlar uchun qulaylik yaratish, sun’iy intellekt yordamida ovozi buyruqlar va buyurtmalar qabil qilish, ko‘proq xorijiy mehmonlarni jalb qilish, raqobatdosh xizmatlar yaratish, online xizmatlar sonini oshirish, ishchilar sonini kamaytirish va daromadni oshirish imkoniyatini yaratadi.

8 <https://hightech.fm/2020/08/04/smart-hotels> Donchenko, I., & Donchenko, I. (2020, August 4). Beskontaktniy chekin: kak rabotayut Smart-oteli i pochemu personal bolshe ne nujen. Xaytek.

9 <https://uz.wikipedia.org/wiki/Diversifikatsiya>

10 <https://nexusintegra.io/smart-hotels> NexusAdmistraltIntegra. (2022, January 5). Smart Hotels, what is it and what advantages do it offer? Nexus Integra EN

11 <https://hightech.fm/2020/08/04/smart-hotels> Donchenko, I., & Donchenko, I. (2020, August 4). Beskontaktniy chekin: kak rabotayut Smart-oteli i pochemu personal bolshe ne nujen. Xaytek.



Shuningdek, bunday tizim, mehmonlarda ishonch ortishiga xizmat qiladi, xonalarga “FACE ID” va “FINGER LOCK” tizimlari mehmonlarning xonaga kirib chiqish xavfsizligini ta’minlaydi. Mehmonning yoshi va holatiga ko’ra xona sharoiti va haroratini ta’minlash ularga qo’shimcha qulaylik yaratadi. Bundan tashqari, “mehmonlar milliy brendi”ni ko’tarish va zamonga mos texnologiyalar bilan integratsiyasiga egaligini hamda uning potensialini ko’tarishga xizmat qiladi.

Shu bilan birga, turistlarga masofadan turib mehmonxona bilan tanishish, agar ma’qul bo’lsa masofadan turib oldindan bron qilish imkoniyatini yaratadi. Smart mehmonxona tizimiga boshqa turistik xizmatlar ham integratsiya qilingan taqdirda, boshqa xizmat turlarining rivojlanishi va xorijiy turistlar oqimini ortishiga olib keladi. Smart mehmonxonalar soning oshishi o’z navbatida mehmonxona sohasida raqobatni o’sishiga olib kelib, O’zbekistonda turizm xizmatlar sohasini rivojlanishiga xizmat qiladi.



ТУРИЗМНИ ҚЎЛЛАБ-ҚУВВАТЛАШ ЖАМҒАРМАСИНИНГ СОҶА РИВОЖИНИ МОЛИЯЛАШТИРИШДАГИ АҲАМИЯТИ

Примова Нигора Икром қизи

ТДИУ Молия кафедраси доценти в.б. PhD

Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М. Мирзиёевнинг 2016 йил 2 декабрдаги “Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПФ-4861-сонли Фармони тарихий аҳамиятга эга бўлиб, иқтисодиётда биринчи марта туризм соҳасига стратегик сектор мақоми берилди, натижада Ўзбекистонда туризмнинг хорижий ҳамда ички туристларга хизмат кўрсатувчи ёндош соҳалари ва тармоқларининг ривожланишини таъминлашда миллий туризм соҳасининг янги босқичи бошланди [1].

Ўзбекистонда туризм соҳасига стратегик тармоқ мақомининг берилиши билан ушбу соҳани жадал ривожлантиришда уни етакчи кучга айлантиришга, иқтисодиётни таркибий ўзгартириш ва диверсификациялашга, иш билан бандликни таъминлашга, аҳолининг турмуш даражаси ва сифатини оширишга эътибор қаратилди [2].

Натижада Ўзбекистонда 2016-2022 йилларда туризм соҳасида жуда кўп янгиликлар кузатилди: туризмни ривожлантиришга йўналтирилган янги Фармон ва қарорлар, халқаро ва маҳаллий тадбирлар, янги таълим муассасалари фаолиятининг йўлга қўйилиши, туристлар оқимининг ошиши, янги туризм маҳсулотлари, янгича йўналишларни ривожлантириш, инфраструктура такомиллаштиришга оид саъи-ҳаракатлар, хорижий инвесторларни жалб қилиш, ОАВ вакилларининг ташрифи ҳамда Ўзбекистоннинг кўплаб халқаро рейтингларда юқори ўринларни эгалаши амалга оширилди.

Юқорида санаб ўтилганларнинг амалга оширилишида Туризмни қўллаб-қувватлаш жамғармасининг ҳам маълум аҳамияти мавжуд.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2022 йил 18 февралдаги “Туризм, маданий мерос ва спорт соҳаларида давлат бошқарувини такомиллаштиришга доир ташкилий чора-тадбирлар тўғрисида”ги ПФ-75-сон Фармонига мувофиқ [3]:

Туризм ва спортни қўллаб-қувватлаш жамғармаси Туризмни қўллаб-қувватлаш жамғармаси этиб қайта номланади. Қуйидагилар Жамғарма маблағларини шакллантиришнинг қўшимча манбалари этиб белгиланди:

- муассиси Туризм қўмитаси ҳисобланган корхоналар ва ташкилотлар (кейинги ўринларда – тизим ташкилотлари) ихтиёрида солиқлар ва йиғимлар тўланганидан кейин қоладиган соф фойданинг бир қисми;
- хусусийлаштириш тўғрисидаги қарорларга мувофиқ давлат мулки объектларини реализация қилишдан тушадиган тегишли маблағлар;
- тизим ташкилотларининг мол-мулкни (бундан кўчмас мулк мустасно) сотишдан тушган маблағларнинг 50 фоизи;
- тизим ташкилотларининг мол-мулкни ижарага беришдан тушган бюджетга йўналтирилаётган маблағларнинг 50 фоизи;
- тизим ташкилотлари фаолиятини текшириш натижалари бўйича Туризм қўмитасининг ички аудит хизматлари томонидан аниқланган Давлат бюджети маблағларининг, шунингдек, талон-тарож, растраталар, камомадлар суммаларининг 50 фоизи;
- тизим ташкилотлари фаолиятини текшириш натижалари бўйича Туризм қўмитасининг ички аудит хизматлари томонидан аниқланган ҳамда давлат мақсадли жамғармалари ва бюджетдан ташқари жамғармалар даромадига ундирилган ноқонуний сарфланган бюджет маблағлари, талон-тарож, растраталар, камомадлар суммалари;
- тизим ташкилотларининг бюджетдан ташқари жамғармаларига тушадиган маблағларнинг 10 фоизи;



- Жамғарманинг вақтинча бўш турган маблағларини жойлаштиришдан олинадиган даромадлар;
- туризм соҳасидаги давлат-хусусий шериклик лойиҳаларини амалга оширишдан тушадиган маблағлар;
- жисмоний ва юридик шахсларнинг, шу жумладан, Ўзбекистон Республикаси норезидентларининг ҳомийлик хайриялари;
- халқаро молия ташкилотлари ва хорижий давлатларнинг грантлари ва техник кўмаклашиш маблағлари;
- қонунчилик ҳужжатларида тақиқланмаган бошқа манбалар.

Республикаимиз иқтисодиётида туризмни стратегик даражага кўтариш, ички туризм хизматларини диверсификация қилиш ва ҳажмини кескин кўпайтириш муҳим вазифалардандир. Соҳада тақдим этилаётган туризм хизматлари сифатини яхшилаш ва жаҳон бозорларида рақобатбардошлигини ошириш, туризм соҳасида фаолият юритаётган тадбиркорлик субъектлари учун қўшимча имкониятлар яратиш, замонавий хизматлар инфратузилмасини жадал ривожлантириш муҳим аҳамият касб этади.

Ана шуларни инобатга олган ҳолда Туризм қўмитаси томонидан Туризмни қўллаб-қувватлаш жамғармаси маблағлари асосида бир қатор мақсадли ишлар амалга оширилмоқда.

Хусусан, жорий йилнинг ортида қолган даври мобайнида мамлакат туризми салоҳиятини хорижда кенг тарғиб этиш ва ички туризм оқимини ошириш мақсадида хорижий ва маҳаллий телекомпаниялар ва интернет платформалари билан ҳамкорликда қатор лойиҳаларга қўл урилди.

Жумладан, дунё бўйлаб умумий аудиторияси 2,5 млрд.дан ортиқ бўлган Британиянинг “BBC”, Европанинг “Euronews”, АҚШнинг «Amadeus» рақамли онлайн платформаси ва Хитойнинг “Trip.com” йирик онлайн-саёҳат платформаси билан қўшма лойиҳалар амалга оширилмоқда.

Шунингдек, Бирлашган Араб Амирликларининг “Holiday factory” сайёҳлик компанияси ва “Visa Facilitation Services Global” маъмурияти билан, шунингдек, “Numa GmbH” компанияси билан Ўзбекистоннинг туризм салоҳияти ва жозибадорлигини марказий Европанинг уч давлати Германия, Австрия ва Швейцарияга тегишли сайёҳлик йўналиши сифатида тарғиб қилиш, “Lonely Planet” халқаро нашриёт компанияси томонидан “Best in Travel 2024” лойиҳаси орқали Ўзбекистонда туризм соҳасини янада ривожлантириш ва туризм салоҳиятини кенг тарғиб қилиш, “EVERCOM” хизматидан фойдаланган ҳолда Испаниядаги туризм соҳасидаги профессионал харидорларни жалб қилиш, Россия туроператорлари уюшмасининг рақамли онлайн платформаси орқали ҳар ой мақолалар ва баннерларни ишлаб чиқиш ва Ўзбекистоннинг туризм салоҳияти ва жозибадорлигини тарғиб қилишга доир лойиҳалар амалга ошириш юзасидан келишувга эришилди.

2023 йилда элчихоналаримизнинг лойиҳалари учун ажратилган 20 миллиард сўм маблағлари доирасида ПР кампаниялар ҳам ўтказилмоқда. Мазкур дастур доирасида Ўзбекистоннинг хориждаги 34 та дипломатик ваколатхоналари томонидан 196 та лойиҳа амалга оширилмоқда.

Республиканинг туристик салоҳиятини тарғиб қилиш ва туристлар оқимини янада ошириш мақсадида Ўзбекистон Республикасининг 28 та хорижий давлатлардаги дипломатик ваколатхоналарига маблағ ажратилди.

Бундан ташқари жорий йилнинг 10 ойи давомида 16 та халқаро туризм ярмаркаларида миллий туризм стенди ва тадбиркорлик субъектлари иштироки таъминланди. Буюк Британия, Малайзия ва Тожикистон давлатларида Қўмита томонидан маданий тадбирлар ташкил этилиб, мамлакатимизнинг гастрономик туризм имкониятларига доир тақдиротлар ўтказилди.

2023 йилда хорижий ОАВ вакиллари ва таниқли блогерлар учун мамлакатимиз бўйлаб пресс-турларни ташкил этиш мақсадида 10 миллиард сўм ажратилган бўлиб, йил бошидан бугунги кунга қадар Ўзбекистон бўйлаб 26 тадан ортиқ инфо ва пресс турлар ташкил қилинди.

11-17 май кунлари Германия туристик ассоциацияси 80 нафардан иборат делегацияси ташрифи ҳудудлар бўйлаб ташкил қилинди ва 16 майда Тошкент шаҳрида Туризм форуми, Б2Б учрашувлар ўтказилди. Ушбу лойиҳа Германия туризм индустрияси айланмасининг қарийб 90 фоизини бирлаштирган Германия туризм ассоциацияси билан ҳамкорликда амалга оширилмоқда. Мазкур лойиҳа натижасига кўра қўшимча 500 минг европалик сайёҳлар жалб қилинади.



2023 йилнинг 26 апрель куни Президент Шавкат Мирзиёевнинг «Республиканинг туризм салоҳиятини жадал ривожлантириш ҳамда маҳаллий ва хорижий туристлар сонини янада оширишга доир қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида»ги қарори қабул қилинганди [4].

Ушбу ҳужжатнинг мақсади мамлакатнинг туризм салоҳиятидан тўлиқ ва самарали фойдаланиш, биринчи навбатда, транспорт-логистика ва туризм инфратузилмасидаги муаммоларни тезкор ҳал этиш, шунингдек, мавжуд ресурслар ва имкониятлардан ҳар томонлама фойдаланиш ҳисобига туризм соҳасида фаолият юритаётган тадбиркорлик субъектлари учун қўшимча шароитлар яратишдир.

Қарорга кўра, Иқтисодиёт ва молия вазирлиги 2023 йил учун Давлат бюджетидан маҳаллий авиақатнов йўналишларини субсидиялаш учун қўшимча 30 миллиард сўм миқдорида маблағ ажратишни назарда тутувчи қонун лойиҳасини Вазирлар Маҳкамасига киритган. Шунингдек, қарорда рейсларни уларнинг бандлигидан келиб чиқиб субсидиялаш механизмларини аниқлаш белгилаб берилган.

Қолаверса, 2024 йил 1 июлга қадар тажриба тариқасида туроператор хизматларини кўрсатувчи тадбиркорлик субъектларига улар томонидан 5 нафар ва ундан ортиқ норезидентларга хизматлар кўрсатишни назарда тутувчи турпакетлар (жойлаштириш, автомобиль ёки темир йўл транспорти, экскурсия ва овқатланиш бўйича хизматлар қамраб олинган) бўйича чет эллик ҳамкорларига тақдим этилган ҳисобварақ-фактурада кўрсатилган қўшилган қиймат солиғининг 20 фоиз миқдоридаги маблағлар республика бюджетидан субсидия сифатида қайтарилади.

2026 йил 1 майга қадар маҳаллий туроператорлар, туризм соҳасида жойлаштириш хизматларини кўрсатувчи ёки автомобил транспортида йўловчиларни ташиш билан шуғулланувчи тадбиркорлик субъектларига ўз фаолиятида йўловчиларни ташишда фойдаланиладиган ва ҳайдовчи билан бирга ўн ва ўндан ортиқ ўриндиққа эга бўлган ҳамда ишлаб чиқарилганига 5 йилдан ортиқ бўлмаган транспорт воситаларини Ўзбекистон ҳудудига олиб киришда қўшилган қиймат солиғини фоизлар ҳисобланмаган ва уларнинг тўланишини таъминлаш талаб этилмаган ҳолда 12 ой муддатга бўлиб-бўлиб тўлаш ҳуқуқи берилади.

Бундан ташқари, 2023 йил 1 сентябрга қадар UNWTO шафелигида Халқаро туризм академияси Самарқанд кампусини яратиш мақсадида «Ипак йўли» туризм ва маданий мерос халқаро университетига қарашли бино ва иншоотларнинг капитал реконструкция қилиниши ва тўлиқ жиҳозланиши ҳамда унга туташ ҳудуднинг ободонлаштирилиши белгиланган.

Ўзбекистон Президенти қарорига кўра, Бутунжаҳон туризм ташкилоти шафелигида Халқаро туризм академияси Самарқанд кампуси қурилиши пудратчи ташкилот томонидан жалб қилинган кредит маблағлари, Туризмни қўллаб-қувватлаш жамғармаси ва Экология жамғармаси ҳисобидан молиялаштирилади.

Бунда, Иқтисодиёт ва молия вазирлиги томонидан мазкур кампус қурилишини молиялаштириш учун сарфланган маблағлар 2024 йилги Ўзбекистон Давлат бюджети параметрларида назарда тутган ҳолда 2024 йил 1 майга қадар қоплаб берилади.

Хулоса қилиб айтганда, давлатнинг туризм соҳасига оид иқтисодий сиёсатида кутилмаган форс-мажор ҳолатлар оқибатида соҳада юзага келган вазиятни юмшатиш, имкон қадар тез фурсатларда соҳанинг олдинги ривожланиш суръатларини ва миллий иқтисодиётдаги мавқеини тиклаш муаммолари энг асосий ўринлардан бирини эгаллаши лозим. Бу жараён давлат томонидан вазиятга қараб мослашиш, зарурат тақозо этганда соҳага нисбатан ўзининг стратегиясига тегишли ўзгартиришлар киритишни, янгидан янги меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатлар қабул қилишни тақозо этади. Албатта бу қўйилган масаларни ижобий ҳал қилишда Туризмни қўллаб-қувватлаш жамғармаси муҳим роль уйнайди.

Фойдаланилган адабиётлар рўхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2016 йил 2 декабрдаги “Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПФ-4861-сонли Фармони // <https://lex.uz/docs/3077025>.
2. Эштаев А. Ўзбекистоннинг турзм салоҳияти ва уни ривожлантириш истиқболлари. (Монография) – Самарқанд: “Ипак йўли” туризм ва маданий мерос халқаро университети нашриёти 2023. 288 бет.
3. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2022 йил 18 февралдаги “Туризм, маданий мерос ва спорт соҳаларида давлат бошқарувини такомиллаштиришга доир ташкилий чора-тадбирлар тўғрисида”ги ПФ-75-сон Фармони // <https://lex.uz/docs/5868604>.
4. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2023 йилнинг 26 апрелдаги “Республиканинг туризм салоҳиятини жадал ривожлантириш ҳамда маҳаллий ва хорижий туристлар сонини янада оширишга доир қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги ПҚ-135-сон қарори // <https://lex.uz/ru/docs/6456786>.



TURIZM – DUNYO MADANIYATIGA KO'PRIK

Abdullayeva Nilufar Sultanbayevna

Toshkent menejment va iqtisodiyot instituti katta o'qituvchisi

Annotatsiya: Tezisdagi O'zbekistonda turizm sanoatini rivojlantirishda chet tilining, xususan, ingliz tilining o'rni va ahamiyati, xorijiy tilarni o'rganishdagi muammolar va ularning yechimlari tahlil qilinadi, malakali gid-tarjimonlarni tayyorlash bo'yicha tavsiyalar beriladi.

Kalit so'zlar: turizm, turizm sanoati, xalqaro turizm, xalqaro til, turizm sohasida malakali kadrlar, gid hamrohligi, gid-tarjimonlar.

Abstract: The thesis analyzes the role and importance of a foreign language, especially English, in the development of the tourism industry in Uzbekistan, problems in learning foreign languages and their solutions, recommendations are given for the training of qualified guide-interpreters.

Key words: tourism, tourism industry, international tourism, international language, qualified personnel in the field of tourism, guide accompaniment, guide-interpreters.

Аннотация: В диссертации анализируются роль и значение иностранного языка, особенно английского, в развитии туристической отрасли Узбекистана, проблемы изучения иностранных языков и их решения, даются рекомендации по подготовке квалифицированных гидов-переводчиков.

Ключевые слова: туризм, туристическая индустрия, международный туризм, международный язык, квалифицированные кадры в сфере туризма, гид-сопровождение, гиды-переводчики.

Bugun O'zbekiston Yevropa va jahon makoniga integratsiyalashuv jarayonini boshdan kechiryapti. Har yili ichki iqtisodiyotning yangi tarmoqlari jahon bozorlarini zabt etyapti. So'nggi o'n yillikda turizm va mehmondo'stlik sanoati, ayniqsa, tez sur'atlar bilan rivojlanmoqda. Turizm nafaqat insonning dunyoni bilish yo'li, balki iqtisodiyotning eng istiqbolli tarmog'i bo'lib, xalqaro aloqalarni faollashtirish va madaniyatlararo aloqalarni kengaytirishga xizmat qiladi. Biroq, bu sohada mehnat bozorida malakali kadrlarni tayyorlashda anchagina kamchiliklar ko'zga tashlanayapti: ilmiy salohiyatning past darajasi, moddiy-texnik imkoniyatlarning cheklanganligi, o'quv adabiyotlari va professional kadrlarning yetishmasligi va hokazo, bu esa hukumat tomonidan sohaga oid qator chora-tadbirlar ishlab chiqilishiga turtki bo'lyapti, chunki sayyohlik kompaniyalari ham, mehmondo'stlik sanoati ham yaxshi bilimga ega, professional o'qitilgan, yuqori malakali turizm menejrlari va mehmonxona va restoran biznesidagi boshqa mutaxassislarga juda muhtoj. Nafaqat menejment, turizm va iqtisod, balki bir yoki hatto ikkita chet tilini mukammal bilgan mutaxassislarga mehnat bozorida talab yuqori. Aynan chet tilini bilish – har sohada xalqaro aloqalarni mustahkamlashga, yangi istiqbollarni ochishga xizmat qiladi. "Til inson ongining ajralmas qismidir va shuning uchun faqat barcha psixik tuzilmalar va jarayonlarning (idrok, tushunish, xotira) o'zaro ta'siri uning ishlashini ta'minlaydi" [1]. Bu haqiqat, ayniqsa, turizm qanchalik ahamiyatligini tushunish qiyin emas.

Chet tili boshqa dunyo madaniyatlarini o'rganish vositasiga aylanishi kerak. Chet tilini o'rganish orqali talabalar o'rganilayotgan til mamlakatining tarixi, madaniyati, urf-odatlar va an'analari haqida bilimga ega bo'ladi. Chet tilini o'qitish metodikasining turli jihatlari doimo ko'plab olimlar va tadqiqotchilarning diqqat-e'tiborida bo'lgan va shunday bo'lib qolmoqda. Biroq, turizm menejrlarining kasbiy faoliyatida chet tilining ma'nosi va maqsadlari masalasi yetarlicha yoritilmaganligicha qolmoqda.

Hozirgi kunda chet tili, ayniqsa, dunyo tillaridan biri deb tan olingan ingliz tili inson faoliyatining barcha jabhalarida, ijtimoiy-iqtisodiy, ilmiy-texnikaviy agrar sohadan tortib, badiiy-madaniy sohalarida ham zarur elementga aylandi. Turizm menejeri, birinchi navbatda, nafaqat boshqa xodimlarning ishini nazorat qiladigan, balki xorijiy kompaniyalar vakillari bilan kommunikativ aloqaga ega bo'lgan rahbardir. U uchun muloqot asosiy faoliyat hisoblanadi. Shuni inobatga olgan holda, chet tillarini o'qitishga professional yo'naltirilgan yondashuv alohida ahamiyatga ega bo'lib, bu til bo'lmagan oliy o'quv yurtlarida talabalarning chet tilidagi muloqot qobiliyatlarini rivojlantirishni ta'minlaydi. Turizm sohasi mutaxassislari uchun muvaffaqiyatli kasbiy faoliyat uchun zarur shart-sharoitlar bu aloqa



jarayonining xususiyatlarini bilish, ogʻzaki va ogʻzaki boʻlmagan muloqot usullariga ega boʻlish, kommunikativ strategiyalar va kommunikativ kompetensiyadir, bularning barchasi, kasbiy jihatdan muhim maqsadlarga erishish esa chet tilidan foydalanish qobiliyatini oʻz ichiga oladi. Hech shubha yoʻqki, XXI asrda mamlakatimiz iqtisodiyotining istalgan tarmogʻidagi yuqori malakali mutaxassis Internet axborot resurslari bilan ishlash qobiliyatiga ega boʻlishi kerak va bu, oʻz navbatida, chet tilini, ayniqsa, ingliz tilini majburiy bilishni nazarda tutadi.

Chet tilini oʻqitish maqsadlarini hisobga olgan holda shuni taʼkidlash kerakki, bu pedagogik faoliyatning oldindan rejalashtirilgan natijasi boʻlib, unga taʼlimning boshqa tarkibiy qismlari, masalan: mazmun, usullar, shartlar, oʻquv qoʻllanmalari va boshqalar yordamida erishish mumkin. Ular jamiyat tartibi taʼsirida shakllanadi va boshqa taʼlim komponentlariga taʼsir qiladi.

Chet tili boʻyicha oʻquv jarayonining asosiy maqsadlari oʻquv, rivojlantiruvchi va amaliydir. Taʼlim maqsadi chet ellik hamkorlar bilan erkin muloqot qila oladigan madaniy, bagʻrikeng shaxsni shakllantirishni oʻz ichiga oladi.

Rivojlanish maqsadi kelajakdagi mutaxassisning eʼtiborini, xotirasini, mantiqiy tafakkurini va ish-bilarmonlik fazilatlarini rivojlantirishga qaratilgan. Amaliy maqsad talaba xorijiy sayyohlik kompaniyalari va mehmonxona majmualari vakillari bilan toʻgʻridan-toʻgʻri yoki telefon orqali muloqot qilishda chet tili va kasbiy terminologiya boʻyicha olingan nazariy va amaliy bilimlarini amaliyotda moxir ona qoʻllashga oʻrgatishdan iborat. Boshqacha qilib aytganda, "...chet tilini oʻrganish – bu faqat maʼlum leksik, grammatik va sintaktik materialni oʻzlashtirish emas, balki oʻqitishda til elementlarini madaniyat elementlari bilan bir vaqtda uygʻunlashtirishdir" [1].

Chet tilini oʻrganish fonetik qoidalar, grammatik shakllar, morfologik va leksik birliklar, atamalar birikmasidan iborat boʻlgan oʻziga xos xususiyatlarga ega ekanligi, oʻz navbatida, murakkab koʻnikmalarning ajralmas qismi ekanligini aylanib oʻtish mumkin emas: gapirish, tinglash, oʻqish va yozish. Chet tilining muhim xususiyati shundaki, chet tilini oʻzlashtirish ona tili taraqqiyotiga qarama-qarshi yoʻldan boradi. Bola oʻz ona tilini tushunmasdan, tasodifan oʻrganadi, chet tilini oʻrganish esa – niyatni anglash va tushunishdan boshlanadi.

Yana bir xususiyat shundaki, til oʻrganishning ham vositasi, ham maqsadidir. Yaʼni, boshlangʻich bosqichda tilni oʻrganish maqsad boʻlib, keyinchalik oʻzlashtirilgan bilimlarni murakkabroq til sharoitida qoʻllash uni oʻrganish vositasiga aylantiradi.

Yuqorida aytilganlarning barchasidan xulosa qilishimiz mumkinki, turizm inson faoliyatining bir sohasi boʻlib, unda muloqot eng muhim hisoblanadi, shuning uchun boʻlajak turizm sohasi mutaxassislarning kasbiy faoliyatida chet tilini amaliy bilish juda muhimdir.

Foydalanilgan adabiyotlar roʻxati:

1. Левитская Е. Роль иностранного языка в подготовке бакалавров в сфере туризма и гостеприимства./Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса — 2013.№3. —С. 41-44.
2. <http://tourfaq.net/travel-business>.
3. <https://cyberleninka.ru/article>.



KEY FEATURES OF DIGITAL ADVERTISING DEVELOPMENT IN TOURISM IN UZBEKISTAN

Mirziyo Sodikov Odiljon ogli

Master at Cesar Ritz Colleges Switzerland, Independent researcher,
Senior lecturer at Tashkent State University of Economics and at Branch
of Plekhanov Russian University of Economics in Tashkent

Abstract: The article discusses the potential for tourism growth in Uzbekistan, as well as several kinds of digital tourist promotion to lure visitors to Uzbekistan. The issue with the flow of visitors to Uzbekistan is examined, and there is a literature analysis on digital marketing. Analyzed static data, outlined different methods of digital advertising, and made key recommendations on how to use digital advertising to improve the number of visitors visiting Uzbekistan.

Key words: tourism, digital marketing, digital advertising, types of advertising, global tourism.

Annotatsiya: Ушбу мақолада Ўзбекистонда туризмни ривожлантириш салоҳияти, шунингдек, Ўзбекистонга сайёҳларни жалб қилишда фойдаланиладиган сайёҳларни рақамли реклама қилишнинг кўплаб усуллари муҳокама қилинди. Мақолада статик маълумотлар таҳлил қилинди, рақамли рекламанинг турли шакллари кўриб чиқилди ва Ўзбекистонга ташриф буюрадиган сайёҳлар сонини ошириш учун рақамли рекламадан фойдаланиш бўйича асосий тавсиялар берилди.

Kalit so'zlar: туризм, рақамли маркетинг, рақамли реклама, реклама турлари, глобал туризм.

Аннотация: В статье обсуждается потенциал роста туризма в Узбекистане, а также несколько видов цифрового туристического продвижения для привлечения посетителей в Узбекистан. Рассмотрен вопрос с потоком посетителей в Узбекистан, а также проведен анализ литературы по цифровому маркетингу. Проанализировали статические данные, обрисовали различные методы цифровой рекламы и дали ключевые рекомендации по использованию цифровой рекламы для увеличения количества посетителей, посещающих Узбекистан.

Ключевые слова: туризм, цифровой маркетинг, цифровая реклама, виды рекламы, глобальный туризм.

INTRODUCTION

In the modern era, digital marketing has emerged as a powerful tool for businesses worldwide, enabling them to reach and engage with their target audience more effectively than ever before. The Republic of Uzbekistan, with its rich history, stunning architecture, and diverse cultural heritage, has become an increasingly popular destination for tourists worldwide. In recent years, the Uzbek government has made significant efforts to boost tourism as a key driver of economic growth. One of the pivotal strategies in this endeavor has been the development of digital advertising campaigns tailored to attract tourists. This article explores the evolution of digital advertising in Uzbekistan's tourism industry, focusing on its relevance, quantitative analysis, results, recommendations, and implications for the country's future in tourism.

The Rise of Uzbekistan's Tourism Sector:

Uzbekistan's tourism sector has experienced remarkable growth in recent years, evolving into a prominent destination for travelers seeking a blend of rich history, culture, and natural beauty. Several factors have contributed to this rise, including political reforms, improved infrastructure, and a concerted effort to promote the country's unique attractions. According to the World Tourism Organization (UNWTO), Uzbekistan saw a substantial increase in international tourist arrivals, with a record-breaking 6.7 million visitors in 2019 (UNWTO, 2019). As a result of the global crisis due to the coronavirus pandemic, tourism has become one of the hardest hit industries. In 2020, according to UNWTO, a total of 1.6 million people visited by foreign tourists, while in 2021 there were 1.9 million (UNWTO, 2022). According to the State Statistics Agency of Uzbekistan, the number of tourists arriving in the country from abroad in 2022 increased 2.8 times compared to the previous year and



reached 5 million 200 thousand people (Stat.uz, 2023). The creation of a new tourist center in Samarkand has attracted an additional 2 million tourists. Large-scale preparations are being carried out for the forthcoming General Assembly of the World Tourism Organization in Uzbekistan this year. One of the high results of activities in this direction is that Uzbekistan's historic city of Samarkand was chosen as the 2023 World Tourism Capital at the 24th General Assembly of the UN World Tourism Organization (UNWTO) in Spain (UzA.uz, 2023). According to Kursiv.uz, 10 million foreign and 20 million domestic tourists are expected to visit Uzbekistan during the year. As part of pilgrimage trips, 1.2 million residents of Turkey, India, Indonesia, Malaysia, Israel, Pakistan, Japan, Bangladesh and CIS countries will visit local shrines (Kursiv.uz, 2023).

LITERATURE REVIEW

Digital marketing and tourism

Digital marketing is a broad word that encompasses both internet marketing and online marketing. The use of digital media by marketers to market products or services with the primary objective of attracting customers and connecting them with the brand through digital media is called digital marketing (Yasmin et al., 2015). Social media marketing is one of the most important methods of digital marketing (Chaffey, 2011). Digital marketing is also known as online marketing, and it may be accomplished through websites, online adverts, opt-in emails, interactive kiosks, interactive TV, or mobile devices (Chaffey and Smith, 2008). Other researchers describe digital marketing as brand promotion that takes advantage of all accessible digital advertising platforms to reach the target audience (Mandal et al. (2016). Digital marketing refers to the promotion of goods and services using digital advertising channels such as social media platforms Facebook, Instagram, and Tiktok for the purposes of this study. Efficient communication is crucial in the hospitality and tourist industries to successfully exhibit a facility's or destination's people, services, and physical setting. When there is structured engagement, the concrete offers of these companies elicit a good response. In order to attract visitors and provide a great experience, it is also critical to promote the product, pricing, location, and promotional activities. (Kumar, 2021).

The Republic of Uzbekistan, with its rich cultural history and various landscapes, has enormous tourist potential. A solid digital marketing and advertising plan is required to fully realize this potential. The following are the five most well-known categories of tourism in Uzbekistan (Uzbekistan.travel, 2023):

1. **Pilgrimage tourism:** Centers around visiting religious sites, pilgrimage destinations, and participating in religious ceremonies;
2. **Cultural and historical tourism:** Centered around experiencing the local culture, traditions, art, and history of a destination. This may include visits to museums, historical sites, and participation in cultural events. Historical tourism revolves around visiting historical sites, monuments, and landmarks to learn about the past of a particular destination;
3. **Ecotourism and wellness tourism:** A sustainable form of tourism that aims to minimize the impact on the environment and promote conservation. It often involves visiting natural areas to appreciate and preserve biodiversity. Wellness tourism: Emphasizes activities and experiences that promote health and well-being, including spa retreats, yoga retreats, and wellness resorts;
4. **Adventure and sport tourism:** Involves exploration of remote or exotic areas, often with a focus on physical activities such as hiking, trekking, and water sports;
5. **Culinary Tourism:** Focuses on exploring and experiencing the local cuisine and culinary traditions of a region.

Digital Marketing in Uzbekistan

The growth of digital marketing in Uzbekistan's tourism sector is indicative of its commitment to modernization and economic development. By harnessing the power of digital platforms, the country has expanded its reach, attracted a diverse range of tourists, and positioned itself as a must-visit des-



tion in Central Asia. In conclusion, the rise of Uzbekistan's tourism sector is intrinsically linked to its savvy use of digital marketing strategies. This approach has not only elevated the country's global profile but has also contributed significantly to its economic development and cultural exchange.

Uzbekistan's digital marketing strategies for tourism growth include a mix of promotional tactics:

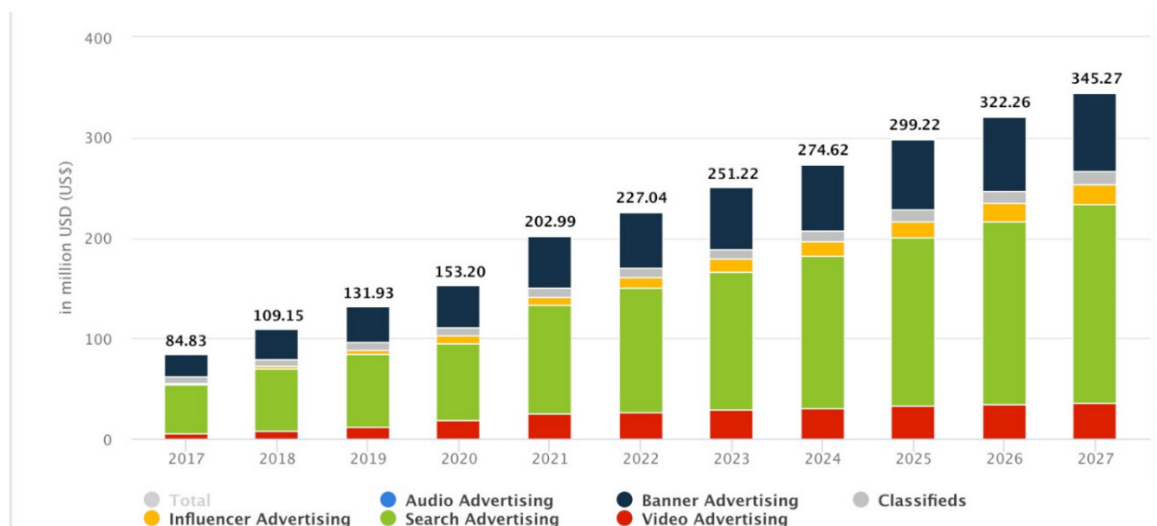
1. **Content Marketing:** High-quality, informative content, such as travel guides, articles, and videos, is created to showcase the country's attractions and cultural heritage (Kumar, 2021).
2. **User-Generated Content:** Encouraging tourists to share their experiences on social media using specific hashtags fosters authentic and compelling content that resonates with potential travelers (Yasmin et. al., 2015).
3. **Partnerships:** Collaborations with travel influencers and bloggers have been effective in reaching niche audiences and generating buzz about Uzbekistan as a destination (Chaffey and Smith, 2008).
4. **Data Analytics:** The use of data analytics tools helps in tracking the effectiveness of digital marketing efforts and making data-driven decisions for optimization (Yasmin et al., 2015).

METHODOLOGY

A quantitative method was used to evaluate the effectiveness of digital advertising in promoting tourism in Uzbekistan. This method involves analyzing various key performance indicators (KPIs), statistical data, including spending on different types of advertising, activity in social networks, number of tourists before and after digital advertising campaigns.

ANALYSIS AND RESULTS

As we all know, Uzbekistan is a very promising country with a rich cultural heritage that can attract tourists in a variety of directions. Today, the aforementioned tourism directions are developed and still developing in Uzbekistan, and in order to fully realize this potential, an effective digital marketing and advertising strategy is required. Let's look at the statistical data on digital advertising to see which is the most effective.



Source: Statista Market Insights Aug. 2023

According to a forecast by Statista.com for 2023, the digital advertising industry is projected to reach a total advertising spend of USD 251.20 million. Among the major segments, search advertising is expected to have the largest market size, amounting to USD 137.60 million in 2023. In terms of global comparison, the United States is anticipated to dominate advertising expenditures, with an estimated \$271.20 billion in 2023. Looking specifically at the search advertising industry, the average ad spend per user is expected to be \$4.72 in 2023. Furthermore, by 2027, mobile advertising is pre-



dicted to account for 43% of all ad spending in the digital advertising market. Additionally, programmatic advertising is projected to contribute 83% of digital advertising income in 2027. (Statista.com, 2023). It should be highlighted that search and banner advertising are expected to rise until 2027, with a greater emphasis on income distribution for items or services.

RECOMMENDATIONS

Based on the analysis, several recommendations can be made to further enhance the impact of digital advertising on Uzbekistan's tourism industry:

Travel content developers have particular abilities in creating compelling content for travel and tourism businesses. Their media experience includes blog writing, video production, social media content generation, and influencer partnerships. These creators help businesses captivate the interest of visitors and develop brand loyalty by using their storytelling ability and generating intriguing content.

- **Data-Driven Decision-Making:** Leverage data analytics to fine-tune advertising strategies continually, adapting to changing market dynamics and consumer behavior.
- **Mobile optimization:** In light of the increasing reliance on mobile devices for travel-related inquiries, it is imperative to prioritize mobile optimization in search advertising efforts. This means ensuring that landing pages and ad content load quickly and efficiently on mobile devices (Shanahan et al., 2019).
- **Multilingual and localized campaigns** are essential in recognizing the global appeal of Uzbekistan's tourist sector and catering to a diverse range of clients. It is crucial to create customized variations of search advertising campaigns that target key source markets in multiple languages. By developing ads that are culturally and linguistically appropriate, there is a significant potential to enhance engagement and conversion rates (Tarnovskaya and Biedenbach, 2018).

By incorporating these recommendations into the search advertising strategy for tourism in Uzbekistan, the destination can reach a wider and more diverse audience, provide an exceptional user experience, and continuously refine its approach to attract more tourists to explore the wonders of Uzbekistan.

CONCLUSION

The growth of digital advertising in Uzbekistan's tourist business is progressing steadily and successfully. Uzbekistan is fully utilizing the Internet's capacity to expose its cultural and historical assets to the globe, which has resulted in a significant growth in the number of tourists. Uzbekistan will take the lead as a tourism destination in Central Asia by implementing digital marketing tactics. Finally, the quantitative research shows that internet advertising has an evident influence on luring tourists to Uzbekistan. To increase the flow of tourists to Uzbekistan, it is necessary to develop various types of tourism, and which already exist, provide new conditions, and then already sell tourist locations through digital marketing and advertising, and pay more attention to new tourism destinations that can be developed in Uzbekistan. Through ongoing innovation and strategic planning, the country is excellently positioned to further build a tourist sector that fosters economic growth and cultural interaction.

List of references:

1. Chaffey, D. and Smith, P. (2008), *Emarketing Excellence: Planning and Optimizing Your Digital Marketing*, Routledge, London and New York, NY
2. Hanaysha, J. R. (2018). Customer retention and the mediating role of perceived value in retail industry. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 14(1), 2-24.
3. Kumar, P. (2021). Digital marketing in hospitality and tourism. In C. Cobanoglu, S. Dogan, K. Berezina, & G. Collins (Eds.), *Hospitality & tourism information technology* (pp. 1–23). USF M3 Publishing. <https://www.doi.org/10.5038/9781732127593>
4. Kumar, M.M. and Jincy, K.B. (2017), "Digital marketing: challenges and opportunities", *Paripex-Indian Journal of Research*, Vol. 6 No. 11, pp. 117-119.



5. Lies, H.J. (2019), "Marketing intelligence and big data: digital marketing techniques on their way to becoming social engineering techniques in marketing", Inter.
6. Mandal, P., Joshi, N. and Sheela., K. (2016), "Understanding digital marketing-theories and strategies", International Research Journal of Management Science and Technology, Vol. 7 No. —9, pp. 50-60.
7. Shanahan, T., Tran, T. P., & Taylor, E. C. (2019). Getting to know you: Social media personalization as a means of enhancing brand loyalty and perceived quality. Journal of Retailing and Consumer Services, —47, 57-65.
8. Tarnovskaya, V., & Biedenbach, G. (2018). Corporate rebranding failure and brand meanings in the digital environment. Marketing Intelligence & Planning, 36(4), 455-469.
9. UNWTO, "UNWTO World Tourism Barometer: Uzbekistan," <https://www.unwto.org/barometer>
10. Waghmare, G.T. (2012), "E-commerce: A business review and future prospects in Indian business internet marketing in India", Indian Stream Research Journal, Vol. 2 No. IV, pp. —1-4, available at: [www.scirp.org/\(S\(i43dyn45teexjx-455qlt3d2q\)\)/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID= 1787356](http://www.scirp.org/(S(i43dyn45teexjx-455qlt3d2q))/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID= 1787356) (accessed August 10, 2019).
11. Yasmin, A., Tasneem, S. and Fatem, K. (2015), "Effectiveness of digital marketing in the challenging age: an empirical study", International Journal of Management Science and Business Administration, Vol. 1 No. 5, pp. 69-80.
12. "Uzbekistan Tourism," <https://uzbekistan.travel/en/>
13. "Uzbekistan wants to increase tourism exports to \$2 billion in 2023" <https://uz.kursiv.media/2023-07-05/uzbekistan-hochet-narastit-eksport-turisticheskikh-uslug-do-2-mlrd-v-2023-godu/>
14. "How many tourists visited Uzbekistan in 2022" <https://stat.uz/ru/press-tsentr/novosti-goskomstata/33638-o-zbekiston-ga-2022-yilda-qancha-turist-kelgan-2>
15. "The number of foreign tourists visiting Uzbekistan has tripled in 2022" https://uza.uz/en/posts/the-number-of-foreign-tourists-visiting-uzbekistan-has-tripled-in-2022_467761.
16. "Digital Advertising – Uzbekistan".
17. <https://www.statista.com/outlook/dmo/digital-advertising/uzbekistan#ad-spending>.



XIZMAT KO'RSATISH TARMOQLARIDA TURIZM VA BANK XIZMATLARINI BOG'LIQLIKLARI

Xakimov Zoxid Norbo'tayevich

TDIU Mustaqil tadqiqotchisi

Xizmat ko'rsatish sohalarida bank ishi va turizm o'rtasidagi o'zaro bog'liqlik har ikki sohaning uzluksiz ishlashi va rivojlanishi uchun hal qiluvchi ahamiyatga ega. Turizm industriyasini moliyaviy qo'llab-quvvatlash va xizmatlar ko'rsatishda banklar katta rol o'ynaydi, bu esa o'z navbatida iqtisodiy rivojlanish va o'sishga hissa qo'shadi. Xizmat ko'rsatish sohasidagi bank xizmatlari turizmga bog'liqliklarga izoh berish ikki sektorning turli jihatlari o'rtasidagi o'zaro bog'liqlik va o'zaro bog'liqlikni aniqlash va hujjatlashtirishni o'z ichiga olishi mumkin. Bu bank xizmatlarining mavjudligi va turistik biznesning moliyaviy operatsiyalari qanday ta'sir qilishini, shuningdek, turizm tendensiyalari va faoliyati muayyan bank xizmatlariga bo'lgan talabga qanday ta'sir qilishi mumkinligini tushunishni o'z ichiga olishi mumkin. Izohlangan bog'liqliklar ikkala sanoat uchun ham ularning o'zaro bog'liqligini yaxshiroq tushunish va oqilona qarorlar va strategiyalarni qabul qilish uchun qimmatli tushunchalarni berishi mumkin. Misol uchun:

1. **Moliyalashtirish va investitsiyalar:** Banklar turizm sohasiga kreditlar, kredit liniyalari va ventur kapitali kabi turli xil moliyaviy mahsulotlar va xizmatlarni taqdim etadilar. Ushbu mablag'lar yangi turizm infratuzilmasini rivojlantirish, mehmonxonalar va dam olish maskanlarini qurish, transport vositalarini modernizatsiya qilish va turizm bilan bog'liq bizneslarga sarmoya kiritish uchun sarflanadi.
2. **To'lovni qayta ishlash:** Bank institutlari ham turizm biznesi uchun xavfsiz to'lovlarni qayta ishlashni ta'minlashda muhim rol o'ynaydi. Bunga turizm sektoridagi tranzaksiyalarni osonlashtirish uchun zarur bo'lgan kredit kartalarini qayta ishlash, elektron tijorat to'lov shlyuzlari va mobil to'lov echimlari kiradi.
3. **Valyuta xizmatlari:** Turizm ko'pincha xalqaro operatsiyalarni o'z ichiga olganligi sababli, banklar valyuta konvertatsiyasini osonlashtirish uchun valyuta xizmatlarini taklif qiladilar, bu sayyohlar va biznes uchun transchegaraviy operatsiyalarni amalga oshirishni osonlashtiradi.
4. **Risklarni boshqarish va sug'urtalash:** Turizm sanoatida tabiiy ofatlar, siyosiy beqarorlik va kutilmagan hodisalar kabi tashqi omillar bilan bog'liq o'ziga xos xavflar mavjud. Banklar turizm biznesiga ushbu xatarlarni yumshatish, biznes barqarorligini ta'minlashga yordam beradigan risklarni boshqarish yechimlari va sug'urta mahsulotlarini taqdim etadi.
5. **Iqtisodiy rivojlanish va infratuzilmani moliyalashtirish:** Yirik sayyohlik loyihalarini moliyalashtirish orqali banklar infratuzilma va qulayliklar rivojlanishiga hissa qo'shadi, bu esa sayyohlar uchun jozibadorlikni oshiradi. Bu mahalliy jamoalar va iqtisodiyotlar uchun uzoq muddatli iqtisodiy foyda keltiradi.

Umuman olganda, xizmat ko'rsatish sohalarida bank va turizm o'rtasidagi munosabatlar turizm sektorining barqaror o'sishi va muvaffaqiyati uchun juda muhimdir. Bank sektorining moliyaviy yordami va xizmatlari turistik biznesni kengaytirish, innovatsiyalar yaratish va sayohatchilarning o'zgaruvchan ehtiyojlarini qondirish imkonini beradi, bu esa pirovardida umumiy turizm tajribasi va iqtisodiy ta'sirini oshiradi.

Bog'liqliklarni izohlash tizim yoki jarayon ichidagi turli elementlar o'rtasidagi munosabatlar va o'zaro bog'lanishlarni aniqlash va hujjatlashtirish jarayonini anglatadi. Turizmga xizmat ko'rsatish sohasidagi bank xizmatlari kontekstida bog'liqliklarni izohlash bank xizmatlarining turizm sanoatiga



ta'sir qilishining turli usullarini o'rganishni o'z ichiga oladi va aksincha. Bu turizm sektori faoliyati uchun zarur bo'lgan moliyaviy operatsiyalar, valyuta ayirboshlash, sug'urta xizmatlari va boshqa moliyaviy jihatlarni tahlil qilishni o'z ichiga olishi mumkin. Ushbu bog'liqliklarni izohlash orqali siz xulosalar chiqarishingiz va sinergiyani kuchaytirish va har qanday potni hal qilish bo'yicha strategiyalarni taklif qilishingiz mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar va internet resurslari:

1. <https://nbu.uz/news/ozbekiston-respublikasi-bank-moliya-akademiyasida-xalqaro-ilmiy-amaliy-konferensiya-tashkil-etildi>.
2. <https://cyberleninka.ru/article/n/moliya-bozori-orqali-banklar-moliyaviy-resurslarini-oshirish-imkoniyatlari/viewer>.
3. <https://www.spot.uz/oz/tag/bank>.
4. https://cbu.uz/uz/press_center/articles-and-interviews.
5. <http://maqola.tfi.uz/?cat=568>.



INNOVATIVE MANAGEMENT IN SMART TOURISM: A DIGITAL ECONOMY IMPERATIVE FOR TOURIST ENTERPRISES

Mamanov Mukhammadamin

Master student, International Islamic Academy of Uzbekistan

Abstract: This article explores how innovative management practices are essential for tourist enterprises in the era of Smart tourism and the digital economy. It emphasizes the use of cutting-edge technologies and data-driven decision-making to enhance operational efficiency and elevate the overall tourist experience. The article provides actionable insights for enterprises aiming to thrive at the intersection of innovative management, Smart tourism, and the digital economy.

Key words: Innovative Management, Smart Tourism, Digital Economy, Tourist Enterprises, Cutting-edge Technologies, Data-driven Decision-making, Operational Efficiency, Customer Experience, Strategic Imperative, Tourism Industry.

Annotatsiya: Ushbu maqola Smart-turizm va raqamli iqtisodiyot davrida sayyohlik korxonalari uchun innovatsion boshqaruv amaliyotlari qanchalik muhimligini o'rganadi. Bu operatsion samaradorlikni oshirish va umumiy sayyohlik tajribasini oshirish uchun ilg'or texnologiyalar va ma'lumotlarga asoslangan qarorlar qabul qilishdan foydalanishga urg'u beradi. Maqolada innovatsion menejment, Smart-turizm va raqamli iqtisodiyot chorrahasida rivojlanishga intilayotgan korxonalar uchun amaliy tushunchalar berilgan.

Kalit so'zlar: Innovatsion menejment, Smart-turizm, raqamli iqtisodiyot, sayyohlik korxonalari, ilg'or texnologiyalar, ma'lumotlarga asoslangan qarorlar qabul qilish, operatsion samaradorlik, mijozlar tajribasi, strategik imperativ, turizm sanoati.

Аннотация: В этой статье исследуется, насколько инновационные методы управления важны для туристических предприятий в эпоху умного туризма и цифровой экономики. В нем особое внимание уделяется использованию передовых технологий и принятию решений на основе данных для повышения операционной эффективности и общего туристического опыта. В статье представлены практические идеи для предприятий, стремящихся к процветанию на стыке инновационного менеджмента, умного туризма и цифровой экономики.

Ключевые слова: инновационный менеджмент, Смарт-туризм, цифровая экономика, туристические предприятия, передовые технологии, принятие решений на основе данных, операционная эффективность, клиентский опыт, стратегический императив, индустрия туризма.

Tourism stands as a cornerstone of Uzbekistan's economic and cultural vitality, contributing significantly to the nation's growth and global recognition. Nestled at the crossroads of the Silk Road, Uzbekistan boasts a rich tapestry of cultural heritage, historical marvels, and breathtaking landscapes. As the world becomes increasingly interconnected, the role of tourism transcends mere economic gains; it becomes a powerful instrument for fostering understanding, cultural exchange, and national identity.

Uzbekistan's allure lies in its ancient cities, each narrating tales of empires, conquerors, and thriving civilizations. Samarkand, Bukhara, Khiva, and Tashkent are not just cities; they are living museums, testament to a vibrant past that continues to shape the present. [1] The intricate tilework of Registan Square, the grandeur of the Ark Citadel, the winding streets of Khiva's Old Town – these are not just landmarks but portals through which visitors embark on a journey through time and culture.

Beyond the aesthetic appeal, tourism fuels economic prosperity and job creation in Uzbekistan. Over the past eight months, the country has welcomed 4.3 million tourists, injecting \$1.4 billion into the economy. Domestic tourism, spurred by strategic initiatives and discounts, has seen an impressive twofold increase, reaching 15 million tourists. The systematic development of tourist infrastructure, including new accommodations, recreational facilities, and tourist routes, positions Uzbekistan as a competitive and appealing destination.



Moreover, tourism is a catalyst for cultural diplomacy. It bridges gaps, fosters cross-cultural understanding, and creates lasting impressions. The recent collaboration between the Ministry of Tourism and Cultural Heritage and Orpheo exemplifies Uzbekistan's commitment to enhancing the tourist experience through innovative means. The introduction of a Progressive Web App (PWA), offering digital audio guides to historical sites, not only demonstrates technological prowess but also makes cultural exploration accessible to a global audience. [2]

As Uzbekistan charts its course towards Smart tourism, the concept of integrating cutting-edge technologies at cultural heritage sites and state museums signals a forward-looking vision. The dissemination of experiences from historic Bukhara to all regions of the country underlines a commitment to preserving traditions while embracing modernity.

The PWA's unique feature lies in its effortless accessibility. Users can access the guide directly through any mobile browser, bypassing the need for downloads from traditional platforms. The PWA's ability to load cached data instantly eliminates waiting times, ensuring that users receive the most up-to-date information every time they access the app. The optimization of media file storage in the browser, coupled with a highly rated PWA search engine, further contributes to an unparalleled user experience.

The initial launch coincided with the SCO summit in Samarkand, where the digital audio guide in Russian and English became available on the Ministry's website, at cultural and historical sites via QR codes, and on Orpheo's platform. A similar initiative in Bukhara involves equipping around 50 historical monuments with QR codes under the Verum QR Smart tourism development project. These QR codes provide tourists with instant access to comprehensive information, fostering a deeper understanding of historical sites and enhancing their overall experience.

Sources from the State Committee for Tourism Development reveal ongoing efforts to develop a comprehensive concept of Smart technologies at cultural heritage sites and state museums. This ambitious plan aims to disseminate the successful experiences of Bukhara throughout the country. The proposed concept includes a unified ticketing system, an electronic visitor registration system, virtual tours, audio guides, electronic catalogs of historical monuments in foreign languages, and the creation of mobile applications that facilitate translation, commentary on classical texts, and detailed information on cultural and historical heritage.

Uzbekistan's tourism sector, a crucial driver of its economy, has witnessed remarkable growth. In the past eight months, the country has welcomed 4.3 million tourists, generating \$1.4 billion in revenue. Initiatives such as additional days off and discounts have propelled domestic tourism, with 15 million domestic tourists, twice the previous year's numbers. Significant developments in tourist infrastructure include the creation of 15,000 new guest accommodations, 540 recreational and entertainment facilities, and the opening of 70 new tourist routes. [3]

The meeting highlighted new opportunities for increasing tourist flows, with a focus on attracting tourists from nearby countries, Russia, and China. Partnership connections with Chinese provinces and the potential to attract one million Chinese tourists annually were emphasized. The influx of tourists from distant countries, including India, Japan, the United States, and Italy, has risen significantly. Direct flights and increased collaboration with ambassadors abroad were identified as key measures to further expand the geography of air routes and attract a broader international tourist base.

The Progressive Web App (PWA) for digital audio guides is a testament to the nation's embrace of innovation. By leveraging technology to make cultural exploration seamless and accessible, Uzbekistan not only enriches the experience of its visitors but also ensures the preservation of its historical treasures for generations to come. [4] The Verum QR Smart tourism development project, particularly the integration of QR codes in Bukhara's historical monuments, showcases Uzbekistan's dedication to embracing modernity while staying true to its roots. The planned expansion of this technology to encompass diverse aspects of the tourism industry promises a future where information is not just conveyed but experienced in a dynamic and interactive manner.

In order to implement the Decree of the President of the Republic of Uzbekistan "On measures for the accelerated development of e-commerce" No. 3724 dated May 14, 2019 in the HoReCa services segment, the State Committee of the Republic of Uzbekistan for Tourism Development, together with



the Ministry for the Development of Information Technologies and Communications, developed the international information system Silkroad.uz. It allows guests to quickly make reservations, speeds up the check-in process, and makes payment for services fast and comfortable for both guests and hotel staff. The State Committee for Tourism contributes to the development of business activities by launching a unified reservation system in pilot mode. [5]

The ongoing conceptualization of Smart technologies at cultural heritage sites and state museums reveals a forward-thinking strategy. The proposed introduction of a unified ticketing system, an electronic visitor registration system, virtual tours, audio guides, multilingual electronic catalogs, and 3D models exemplifies Uzbekistan's commitment to creating an immersive and inclusive tourist experience.

Beyond the technological advancements, the economic impact of tourism in Uzbekistan cannot be overstated. The impressive influx of tourists and the revenue generated over the past eight months underscore the sector's pivotal role in driving economic growth. The strategic development of tourist infrastructure, the increase in accommodations, and the opening of new tourist routes all contribute to positioning Uzbekistan as a global destination.

As Uzbekistan continues to explore opportunities to expand its tourist horizons, the collaboration between government bodies, private enterprises, and international partners remains a linchpin for success. The strategic vision outlined in the Smart technologies concept aligns with a broader narrative of sustainable tourism that respects cultural authenticity and contributes to the well-being of local communities.

In conclusion, Uzbekistan's Smart tourism revolution is not merely about adopting the latest technologies; it is a holistic endeavor to enrich the present and lay the foundations for a sustainable and culturally vibrant future. By pioneering innovation, Uzbekistan not only drives economic growth but also becomes a beacon for countries seeking to harmonize tradition and innovation in the ever-evolving landscape of global tourism. The journey continues, and Uzbekistan beckons the world to explore its treasures with a blend of rich history and cutting-edge technology.

References:

1. G. Khasanov, E. Uktamova, U. Akramov. Development of Smart tourism in Uzbekistan. Scientific progress, 2(8), p. 614-617, (2021).
2. Brueghel, P. 2010. Entrepreneurship, Innovation and Economic Growth: Past Experiences, Current Knowledge and Policy Implications. Research Network Debate Swedish Entrepreneurship Forum, Working Paper, 02:1-76.
3. Discussion on Tourism Development and Implementation of Yashil Makon Project Takes Place. // <https://president.uz/en/lists/view/6746>
4. Smart-туризм в Узбекистане. // <https://ictnews.uz/28/01/2019/smart-tourism>.
5. <http://turizm.kasaba.uz/en/news/350>.



THE ROLE OF THE CAPACITY OF SERVICE PERSONNEL IN THE ORGANIZATION OF THE QUALITY SERVICE PROCESS IN HOTEL ENTERPRISES

Rakhmonova Nigina Anvarovna

Tashkent State University of Economics Doctoral student of "Tourism and service"

Abstract: In this article, the impact of the capacity, knowledge and skills of hotel service employees on improving the quality of service in hotels and the experience of having a high level of service by improving the qualifications of employees in the enterprise are studied. In addition, solutions to existing problems in training and retraining of employees are offered.

Key words: hotel services, quality of service, personnel potential, customer satisfaction.

Annotatsiya: Ushbu maqolada mehmonxonalarda servis sifatini oshirishda mehmonxonada xizmat ko'rsatuvchi xodimlarning salohiyati, bilim va ko'nikmasining ta'siri va korxonada xodimlar malakasini oshirish orqali yuqori darajadagi servisga ega bo'lish tajribasi o'rganilgan. Bundan tashqari xodimlarni tayyorlash va qayta tayyorlashda mavjud muammolarga yechimlar taklif qilingan.

Kalit so'zlar: mehmonxona xizmatlari, servis sifati, kadrlar salohiyati, iste'molchilar mamnuniyati.

Аннотация: В данной статье изучено влияние потенциала, знаний и навыков работников гостиничной службы на повышение качества обслуживания в гостиницах и опыт наличия высокого уровня обслуживания за счет повышения квалификации работников на предприятии. Кроме того, предлагаются решения существующих проблем в обучении и переподготовке сотрудников.

Ключевые слова: гостиничные услуги, качество обслуживания, кадровый потенциал, удовлетворенность потребителей.

INTRODUCTION

The reason why the assessment of the quality of services is more complicated than the assessment of the quality of products is its internal nature (such as the inseparability of service and consumption, uneven distribution of demand in the process of service provision, non-preservability and immateriality).¹

Similarly, quality measurement is understood from two different perspectives: firstly, objective, based on measurement characteristics, and secondly, from a subjective perspective, taking into the account customer satisfaction.²

Today, analyzing the state of the hotel industry we can see that researchers have studied the impact of service quality on customer satisfaction with the services provided.

Satisfaction with service quality creates positive feelings about the brand, which increases the likelihood of repurchasing the same brand. Dissatisfaction with the quality of service creates negative impressions about the brand and, in turn, reduces the probability of repurchasing this brand.³

1 Atilla Akbaba. (2006). Measuring service quality in the hotel industry: A study in a business hotel in Turkey. International Journal of Hospitality Management. Volume 25, Issue 2, June 2006, Pages 170-192

2 Núñez-Serrano, J. A., Turrión, J., & Velázquez, F. J. (2014). Are stars a good indicator of hotel quality? Asymmetric information and regulatory heterogeneity in Spain. Tourism Management, 42, 77e87

3 Pizam, V. Shapoval, and T. Ellis, "Customer satisfaction and its measurement in hospitality enterprises: a revisit and update," Int. J. Contemp. Hosp. Manag., vol. 28, no. 1, pp. 2–35, 2016, doi: 10.1108/IJCHM-04-2015-0167.

RESEARCH METHODOLOGY

Methods such as observation, systematic, comparative analysis and expert evaluation were used during the research work. In order to determine the potential of employees in hotel facilities and to determine the factors affecting the choice of customers, by organizing interviews, the demands and offers of both sides were analyzed, and ways to achieve efficiency through high-quality service in hotels were determined.

ANALYSIS AND RESULTS

At a time when service in hotel enterprises is rapidly developing, many factors influence the choice of customers in the creation of quality service in competitive conditions: the availability of comfortable conditions for the guest; employees; the location of the hotel enterprise; service quality; the year the hotel enterprise was founded; service price; by organizations on the basis of cooperation on the basis of agreements with various hotel enterprises; booking tickets to entertainment centers; Customer opinions about the hotel in advertisements, hotel websites, booking platforms are also a decisive factor in hotel selection.

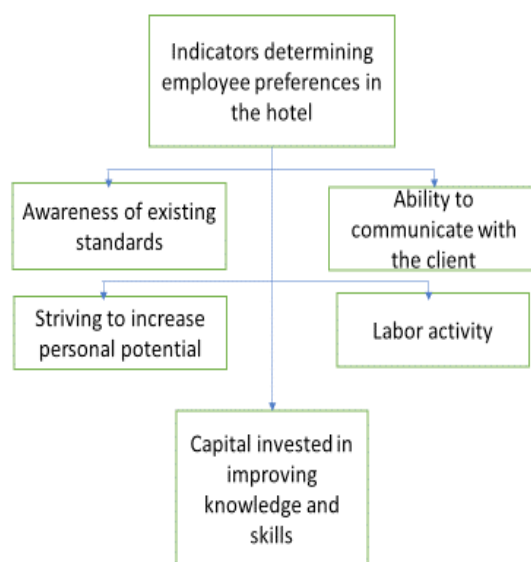
That's why the task of ensuring revenue and its growth starts with employees who are responsible for being customer-focused.⁴

Therefore, the fact that employees who provide quality services in hotel enterprises have sufficient knowledge and skills in this field automatically improves the quality of work, and the root of the problems lies in the potential of personnel.

Due to the fact that the training of personnel in the hotel sector is one of the important tasks, and finding a solution to the problems in the process is one of the urgent problems, world scientists have been conducting many researches on this topic.

The current global problems in the hotel industry are caused by two groups of factors: global – which cannot be solved in the case of a single hotel, and local, widespread, but which oppose the systematic policy of hotel management.⁵

In order to be a competitive staff in a hotel enterprise, employees should be aware of the existing standards in the service, develop the ability to communicate with the client, be hardworking, pay attention to increasing personal potential, and of course invest in improving knowledge and skills (Fig. 1).



1-figure: Indicators determining employee preferences in the hotel⁶

4 Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг Гостеприимство Туризм: учебник. –М.: «Юнити-Дана», 2002. Стр-52

5 П.П. Чуваткин, С.А. Горбатов "Управление персоналом гостиничных предприятий": учебник для среднего профессионального образования / Москва : Издательство Юрайт, 2020. 185-198-193-стр.

6 Author's development based on the results of the analysis



The gap between theory and practice in the training of employees in the hotel industry Christou E. proved in his research that Greek Tourism graduates have problems in applying their knowledge in practice, 20 years later, Staton-Reynolds "Hospitality" A study titled "A Comparison of Skills Considered Critical to Success as an Entry-Level Manager in the Hospitality Industry" examined whether there is still a gap between practice and theory, and when practice calls for an emphasis on emotional intelligence, education in the hospitality industry and found out that in educational institutions, the attention of personnel is being focused on technical skills. Scientists such as Tsai, F. C., Goh, B. K., Huffman, L., & Wu, C. K. have proven in their research that there are some shortcomings in the training program of hotel employees, and the importance of forming customer communication skills in employees for practice.

The next problems that arise in the process of organizing services in the hotel sector include:

- seasonality,
- lack of personnel,
- low position of employees of departments such as housekeeping and laundry in the labor market,
- sensitive issues that arise in working with customers.

If we study the factors that cause the lack of personnel, due to seasonality, the hotel enterprise needs additional labor in addition to its permanent employees during the season.

CONCLUSION

In addition, along with the problems listed above, there are some things that need to be done in the training of personnel and improving their qualifications. In the training of personnel in the hotel sector, it would be appropriate not only to focus on general subjects, but also to include courses that develop the ability to communicate with customers into the curriculum.

In a time when technology is advancing day by day, it is the demand of the time for employees to constantly improve their skills. Therefore, hotel enterprises should organize seminars and trainings of various types to improve the qualifications of their personnel, and if necessary, invest in the training of their employees.

References:

1. Atilla Akbaba. (2006). Measuring service quality in the hotel industry: A study in a business hotel in Turkey. *International Journal of Hospitality Management*. Volume 25, Issue 2, June 2006, Pages 170-192.
2. Núñez-Serrano, J. A., Turri ~ on, J., & Vel azquez, F. J. (2014). Are stars a good indicator of hotel quality? Assymetric information and regulatory heterogeneity in Spain. *Tourism Management*, 42, 77e87.
4. Pizam, V. Shapoval, and T. Ellis, "Customer satisfaction and its measurement in hospitality enterprises: a A revisit and update," *Int. J. Contemp. Hosp. Manag.*, vol. 28, no. 1, pp. 2–35, 2016, doi: 10.1108/IJCHM-04-2015-0167.
5. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг Гостеприимство Туризм: учебник. –М.: «Юнити-Дана», 2002. Стр-52.
6. П.П. Чуваткин, С.А. Горбатов "Управление персоналом гостиничных предприятий": учебник для среднего профессионального образования / Москва : Издательство Юрайт, 2020. 185-198-193-стр.



РАЗВИТИЕ УМНОГО ТУРИЗМА – ПЕРСПЕКТИВА КАДРОВ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Бухарова Нигора Газиевна

НИИ развития туризма Начальник отдела

международного сотрудничества и привлечения грантов

Аннотация: В статье автор описывает современные тенденции в развитии сферы туризма. Роль цифровых технологий, применение последних технологических достижений отмечаются как факторы, обуславливающие развитие сферы. Также, автор отмечает ведущую роль процесса подготовки кадров, пересмотр существующих и создание новых образовательных программ, введение инновационных методов образования в целях улучшения качества выпускаемых специалистов отрасли.

Ключевые слова: Смарт-туризм, технологии, цифровизация, сфера туризма, сфера услуг, подготовка кадров, учебные программы, инновации, потребности, специалист будущего.

Annotatsiya: Maqolada muallif turizm sohasini rivojlantirishning hozirgi tendensiyalarini tavsiflaydi. Soha rivojini belgilab beruvchi omillar sifatida raqamli texnologiyalarning o'zni va eng so'nggi texnologik yutuqlardan foydalanish qayd etilgan. Shuningdek, muallif ishlab chiqarishda bitiruvchilar sifatini oshirish maqsadida kadrlar tayyorlash jarayoni, mavjud ta'lim dasturlarini qayta ko'rib chiqish va yangilarini yaratish, innovatsion ta'lim usullarini joriy etishning yetakchi rolini qayd etadi.

Kalit so'zlar: Smart-turizm, texnologiya, raqamlashtirish, turizm, xizmat ko'rsatish sohasi, kadrlar tayyorlash, ta'lim dasturlari, innovatsiyalar, ehtiyojlar, kelajak mutaxassisi.

Abstract: In the article the author describes current trends in the development of the tourism sector. The role of digital technologies and the use of the latest technological advances are noted as factors determining the development of the sphere. Also, the author notes the leading role of the personnel training process, the revision of existing and creation of new educational programs, the introduction of innovative educational methods in order to improve the quality of graduates in the industry.

Key words: Smart tourism, technology, digitalization, tourism, service sector, personnel training, educational programs, innovation, needs, specialist of the future.

Туристская индустрия в мире и в Узбекистане на современном этапе формировалась под воздействием внешних и внутренних факторов, вызванных широким применением цифровых технологий. Тенденции в свою очередь обязывают участников туристского рынка трансформирования и быстрого реагирования, путем внедрения инновационных способов общения, сотрудничества, обмена информацией. Цифровые технологии радикально изменили досуг, методы общения, выбор путешествия и туризм во всех его формах. На современном этапе развития руководство страны особое внимание уделяет повышению роли информационных и цифровых технологий не только в изучении истории нашей Родины, но и в способах оказания услуг туристам, посещающим просторы Узбекистана. [1]

Термин «Смарт-туризм» подразумевает технологически опосредованный симбиоз технологии/люди для получения научно обоснованных знаний с целью принятия решений в сфере туризма [2]. Его популярность, о чем свидетельствует развивающаяся совокупность туристической литературы можно отнести к сочетанию технологических достижений и потребительских тенденций, взаимодействие таких инструментов на различных платформах, таких как веб-сайты, социальные сети, искусственный интеллект и база данных. [3].

С точки зрения предложения, Смарт-туризм требуется для разумного управления дестинациями (DMO) лидерство, в результате чего DMO требует сотрудничества, адаптивный и создающий ценность [4]. Направления стремятся использовать возможности умного туризма, чтобы повысить эффективность и развивать конкурентные преимущества перед другими направлениями [5]. Именно по этой причине в нынешней литературе предпринимались попытки раскрыть Смарт-туризм по целому ряду направлений. Если говорить о цифровых услугах в



туризме, нужно отметить, что первые цифровые сервисы для туристов появились в начале 2000-х и были ориентированы на онлайн-бронирование жилья и покупку билетов. Booking.com –гостиничный агрегат дал возможность потенциальным клиентам увидеть небольшие гостиницы по всему миру. Одна из современных форм цифровизации туризма – мобильные приложения для сотовых телефонов. Данные приложения являются не только полезными, но и необходимыми для осуществления туристических путешествий. Применение умного туризма расширяет свой диапазон. На сколько готовы наши кадры для сферы сегодня с точки зрения профессионализма; теории, практики, каков контент осваиваемых ими наук. Обучаем ли мы их по современным требованиям, ведь будущее сферы за ними.

Вопиющим упущением в процессе подготовки кадров, владеющих навыками по умному туризму, является отсутствие образовательных программ. По расчетам Департамента инноваций, образования и инвестиций ЮНВТО, 80% лучших академических программ в области туризма ориентированы на гостиничный менеджмент. Это призывает в обязательном порядке начать диверсификацию учебных программ на основе более чем 100 подсекторов, которые приносят прямую и косвенную выгоду туристскому сектору [6].

Учебная программа по туризму в большинстве университетов мира теперь разделена на теоретическую и практическую в которых, компоненты практики имеют наибольшее значение. Поездки на места, кейсы, анализы и стажировки являются экспериментальными элементами туристического образования. Впоследствии оба компонента стали значимыми, поскольку служат связующим звеном между академическими кругами и туристской индустрией.

Учебные программы по туризму должны быть более разнообразными, в настоящее время гостиничный менеджмент занимает видное место, гастрономия, в то время как мероприятия туризм, бизнес туризм являются одними из подсекторов, требующих внимания.

Учебная программа по умному туризму должна быть спроектирована и разработана таким образом, чтобы удовлетворить потребности промышленности равно как, потребительские потребности и оправдать ожидания. Диверсификация учебных программ по туризму требует принятия во внимание внедрение компонентов обучения, касающихся системы Организации Объединенных Наций и международные отношения, поскольку туризм в значительной степени многосторонний и многообразен, включая человеческие отношения.

В настоящее время университеты уделяют особое внимание расширению масштабов курсов, чтобы реагировать на быстрый рост смена сектора. Компетенции на курсах, включая устойчивое развитие, доступный туризм, языковые навыки, инновации, управленческие навыки, дизайнерское мышление и лидерство среди других навыков грамотности требует интеграции. Кроме того, в эпоху пост-COVID, такие темы, как здоровье, безопасность, управление рисками и бизнес должны быть включены в образовательный контент. В настоящее время студенты, изучающие туризм, осознают, что им необходимо более практическое обучение с тематическим исследованием и практическими навыками. Образование должно включать предложения, требующие их практического решения, изучение сложных проблемы в широком диапазоне обстоятельств. Например, может быть представлен анализ данных, и студенты могут научиться применять и проверять свои способности управлять социальными и экологическими показателями в ряде полевых сценариев без затрат на путешествия. Глобальная онлайн-программа также позволит студентам обмениваться методологиями в различных дисциплинах, на рабочих местах и в различных регионах.

Администраторов и преподавателей следует обязать к пересмотру и разработке учебных программы, чтобы реагировать на быстро меняющийся сектор туризма – сектор, который также требует акцента на предпринимательстве и инновациях.

Типичные учебные программы по туризму должны включать наиболее актуальные цифровые навыки, которые необходимо развивать. Такие как навыки цифровой грамотности, онлайн-маркетинг и коммуникативные навыки, устойчивость, предпринимательство, языковые навыки, культурное и социальное общение, инновации и творчество, в дополнение к темам, упомянутым выше в области охраны труда и техники безопасности. Образовательные программы в туризме должны демонстрировать международные бизнес характеристики, и важно



вооружить студентов, изучающих туризм навыкам бизнес-стратегии, навыкам управления международным бизнесом, навыки управления человеческими ресурсами в многокультурной среде, навыки общения с мульти культурными клиентами плюс ИТ и сетевое взаимодействие в межкультурном контексте.

Поэтому необходимо разработать обновленную учебную программу туристического образования.

Учебная программа по туризму должна отражать эти отраслевые требования, чтобы обеспечить, будущих специалистов, которые будут обладать знаниями умного туризма, необходимыми навыками и знаниями для последующего процветания туризма.

Это несколько удивительно, поскольку Смарт-туризм не предназначен для вытеснения человеческого фактора внутри отрасли, а вместо этого сосуществовать и использовать человеческие и технологические возможности для достижения желаемых целей.

По этой причине важно подвести итоги того, что в настоящее время существует, по крайней мере, в англоязычной среде, то, что представляет собой учебную программу по умному туризму и поставить задачу перед ведущими учеными, профессорами университетов, занятыми в сфере бизнесменами и соответствующими министерствами создать обновлённую программу, направленную на подготовку специалистов будущего.

Библиография:

1. Указ Президента Республики Узбекистан от 06.04.2021 г. № УП-6199 О мерах по дальнейшему совершенствованию системы государственного управления в сферах туризма, спорта и культурного наследия.
2. Gretzel, U., Werthner, H., Koo, C., & Lamsfus, C. (2015). Conceptual foundations for understanding Smart tourism ecosystems. *Computers in Human Behavior*, 50, 558–563.
3. Ardito, L., Cerchione, R., Del Vecchio, P., & Raguseo, E. (2019). Big data in Smart tourism: Challenges, issues and opportunities. *Current Issues in Tourism*, 22(15), –1805–1809.
4. Gretzel, U. (2022). The Smart DMO: A new step in the digital transformation of destination management organizations. *European*
5. *Journal of Tourism Research*, 30, 1–12. Kontogianni, A., & Alepis, E. (2020). Smart tourism: State of the art and literature review for the last six years. –*Array*, 6, 100020.
6. Tourism education guidelines Published by the World Tourism Organization (UNWTO), Madrid, Spain. –First printing: 2022.



СОСТОЯНИЕ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА В САМАРКАНДЕ И ВАЖНОСТЬ ЕГО РАЗВИТИЯ

Мардонова Дилрабо Ширинбоевна

«Шелковый Путь» Международный Университет
туризма и культурного наследия докторант

Аннотация: Данная статья рассматривает текущее состояние гостиничного бизнеса в Самарканде и важность его развития. Анализируется спрос на гостиничные услуги, уровень загрузки гостиниц и качество предоставляемых услуг. Также рассматриваются факторы, влияющие на развитие гостиничного бизнеса, такие как рост туристического потока, инфраструктурное развитие и международное сотрудничество. В статье подчеркивается важность развития гостиничного бизнеса для улучшения туристической индустрии и экономики Самарканда. Автор также предлагает ряд мер и рекомендаций для развития гостиничного бизнеса, включая модернизацию существующих гостиниц, повышение качества обслуживания и привлечение инвестиций для строительства новых гостиниц.

Ключевые слова: Гостиничный бизнес, состояние гостиничного бизнеса, развитие гостиничного бизнеса, Самарканд, туризм в Самарканде, туристическая индустрия, спрос на гостиничные услуги, уровень загрузки гостиниц, качество гостиничных услуг, рост туристического потока, инфраструктурное развитие, международное сотрудничество, экономика Самарканда, модернизация гостиниц, качество обслуживания, инвестиции в гостиничный бизнес, строительство новых гостиниц.

Annotatsiya: Ushbu maqolada Samarqand shahridagi mehmonxona biznesining bugungi holati va uni rivojlantirishning ahamiyati ko'rib chiqiladi. Mehmonxona xizmatlariga bo'lgan talab, mehmonxonalarning bandlik darajasi va ko'rsatilayotgan xizmatlar sifati tahlil qilinadi. Mehmonxona biznesining rivojlanishiga turistlar oqimining o'sishi, infratuzilmaning rivojlanishi va xalqaro hamkorlik kabi omillar ham ko'rib chiqiladi. Maqolada Samarqand shahrining turizm sanoati va iqtisodiyotini yaxshilash uchun mehmonxona biznesini rivojlantirish muhimligi ta'kidlangan. Shuningdek, muallif mehmonxona biznesini rivojlantirish, jumladan, mavjud mehmonxonalarni modernizatsiya qilish, xizmat ko'rsatish sifati oshirish va yangi mehmonxonalar qurish uchun investitsiyalarni jalb qilish bo'yicha qator chora-tadbirlar va tavsiyalarni taklif etadi.

Kalit so'zlar: Mehmonxona biznesi, mehmonxona xo'jaligining ahvoli, mehmonxona biznesining rivojlanishi, Samarqand, Samarqandda turizm, turizm sanoati, mehmonxona xizmatlariga talab, mehmonxonalar bilan bandlik darajasi, mehmonxona xizmatlari sifati, turistlar oqimining o'sishi, infratuzilma rivojlanishi, xalqaro hamkorlik, Samarqand iqtisodiyoti, mehmonxonalarni modernizatsiya qilish, xizmat ko'rsatish sifati, mehmonxona biznesiga sarmoya kiritish, yangi mehmonxonalar qurish.

Abstract: This article examines the current state of the hotel business in Samarkand and the importance of its development. The demand for hotel services, the occupancy level of hotels and the quality of services provided are analyzed. Factors influencing the development of the hotel business, such as the growth of tourist flows, infrastructure development and international cooperation, are also considered. The article emphasizes the importance of developing the hotel business to improve the tourism industry and economy of Samarkand. The author also proposes a number of measures and recommendations for the development of the hotel business, including modernizing existing hotels, improving the quality of service and attracting investment for the construction of new hotels.

Key words: Hotel business, state of the hotel business, development of the hotel business, Samarkand, tourism in Samarkand, tourism industry, demand for hotel services, occupancy level of hotels, quality of hotel services, growth of tourist flow, infrastructure development, international cooperation, economy of Samarkand, modernization hotels, quality of service, investment in the hotel business, construction of new hotels.

Туризм – одна из наиболее перспективных и быстро развивающихся отраслей экономики. Туризм является основным видом деятельности, оказывающим существенное влияние на экономический рост и занятость в стране, так как затрагивает транспорт, гостиничное и ресторанное обслуживание, торговлю, строительство, производство потребительских товаров и ряд отраслей экономики.

Также сфера туризма является одной из отраслей, которая положительно способствует укреплению престижа Узбекистана в мире, знакомит Узбекистан с народами всего мира, формирует наши ценности и повышает привлекательность страны, что является результатом многовекового культурного обмена, языкового разнообразия и творчества.



На долю туризма приходится 10% мирового валового внутреннего продукта (ВВП) и 7% общего объема экспорта.¹ По данным Всемирной туристской организации (ВТО), туризм занимает четвертое место по объему экспорта товаров и услуг (после экспорта автомобилей, химикатов и топливных продуктов) и третье место по рентабельности (нефти после экспорта). Производство и автомобилестроение) занимает.²

Бурное развитие туристической отрасли, ее роль в экономике, согласно цели Указа №ПФ-60 от 28 января 2022 года Президента Республики Узбекистан «Новая стратегия развития Узбекистана на 2022-2026 годы» а в качестве приоритетной задачи определен вопрос увеличения доли, диверсификации и повышения качества туристических услуг, расширения туристической инфраструктуры.³ 76,2% общего турпотока Узбекистана приходится на города Самарканд, Бухара, Ташкент и Хива, 24,6% иностранных туристов интересуются Ферганским оазисом. 40% туристского потенциала приходится на город Ташкент и Ташкентскую область, 37% на Самаркандскую, Бухарскую и Хорезмскую области, 16% на Ферганский оазис и Сурхандарьинскую область. Остальные регионы, занимающие 50% территории, имеют 7% туристического потенциала.⁴ Такая ситуация требует развития туризма во всех регионах и строительства для этого современных отелей.

Отели, несомненно, являются одним из наиболее быстрорастущих секторов туристического сектора. Потому что размещение – это основная часть развития туризма любой страны или региона. Туризм и гостиничный бизнес всегда работают бок о бок, а наличие отелей также приносит большую пользу экономике региона и обуславливается многими факторами.

Решение «О дополнительных мерах по опережающему развитию гостиничного бизнеса в Республике Узбекистан» является примером внимания, уделяемого отрасли.

По данным статистики, по состоянию на ноябрь 2022 года в нашей стране действовало 4879 объектов размещения, из них 3384 — гостевые дома и хостелы, 939 отелей и 66 баз отдыха. В Ташкенте зарегистрировано 352 гостиницы, номерной фонд – 12562, местный номер – 24771. В городе Самарканде зарегистрировано 140 гостиниц, номерной фонд – 3562, мест – 7319. В городе Бухаре зарегистрировано 186 гостиниц, номерной фонд – 4038, мест – 8369.

Из приведенной информации видно, что развитие этого сектора имеет большое значение в экономической и социальной жизни нашей страны. В связи с этим исследование данной области становится объективной необходимостью и, соответственно, одной из актуальных тем.

Теоретическая основа гостиничного бизнеса представляет собой набор принципов, концепций и теорий, которые определяют работу и управление отелями. Эти принципы неразрывно связаны с различными областями исследований, такими как экономика, менеджмент, социология и психология.

Одной из основных теорий, используемых в гостиничном бизнесе, является теория спроса и предложения, согласно которой цена и количество предлагаемого на рынке продукта или услуги определяются взаимодействием спроса и предложения. В гостиничном бизнесе эта теория помогает менеджерам определить правильную стратегию ценообразования и оптимизировать использование своих ресурсов.

Таблица 1: Целевые индикаторы концепции развития туризма в Республике Узбекистан на 2022-2026 годы⁵

№	Индикаторы	2022	2023	2024	2025	2026
1	Количество средств размещения(кроме семейных гостевых домов и общежитий)	1210	1331	1464	1610	1771
2	Количество номеров средств размещения (тыс)	31,9	35,1	38,6	42,4	46,7
3	Количество мест в транспортных средствах (тыс)	64,2	70,4	77,4	85,2	93,7

1 www. UNWTO.

2 Концепция развития туристской отрасли Республики Узбекистана среднесрочную перспективу.

3 Указ Президента Республики Узбекистан от 28 января 2022 года № ПФ-60 «О новой стратегии развития Узбекистана на 2022-2026 годы», цель 35

4 Комилова Н.А., Усманова Л.И. Развитие туризма в Узбекистане: проблемы и реальность. СамИЦИ, Узбекистан: туризм, экономика и экология. Научный сборник. – Самарканд, 2019, – стр. 26-30.

5 investment@uzbektourism.uz www.uzbektourism.uz



Из таблицы 1 видно, что качество услуг, предоставляемых в гостиницах, оказывает большое влияние на гостиничный бизнес. При этом важными считаются анализ и результаты стратегий развития гостиничного бизнеса, что означает анализ и результаты различных стратегий и инициатив, направленных на развитие или улучшение гостиничного бизнеса. В этом случае анализ и результаты могут охватывать различные аспекты гостиничной индустрии, такие как рыночные тенденции, предпочтения клиентов, конкуренция, ценообразование, маркетинг, брендинг, качество обслуживания, устойчивость, технологии и инновации. В зависимости от конкретной направленности и масштаба анализа результаты могут выявить возможности, проблемы, угрозы, лучшие практики, ориентиры и рекомендации для менеджеров отелей, инвесторов, политиков и других заинтересованных сторон. Например, такой анализ может показать, что инвестиции в практику и снижение эксплуатационных расходов в долгосрочной перспективе или внедрение удобных мобильных приложений могут повысить удовлетворенность гостей и сократить время ожидания.

ПРЕДЛОЖЕНИЯ И ВЫВОДЫ

С учетом растущего туристического потока в регионе, стоит обратить особое внимание на развитие и модернизацию существующих гостиниц, чтобы повысить уровень комфорта и удовлетворить потребности различных категорий туристов.

Развитие инфраструктуры также играет важную роль в привлечении туристов. Необходимо инвестировать в развитие транспортной сети, достопримечательностей и других туристических объектов, чтобы создать благоприятную среду для пребывания гостей.

Международное сотрудничество в области гостиничного бизнеса может способствовать привлечению иностранных инвестиций и экспертизы. В этом контексте, необходимо установить партнерство с мировыми гостиничными компаниями для развития совместных проектов и обмена лучшими практиками.

Важность развития гостиничного бизнеса заключается не только в создании комфортного проживания для туристов, но и в положительном вкладе в экономику Самарканда. Рост гостиничного сектора способствует созданию новых рабочих мест, приносит доход городу и способствует развитию других отраслей, связанных с туризмом.

Для успешного развития гостиничного бизнеса в Самарканде необходимо обратить внимание на обучение и повышение квалификации персонала, чтобы гарантировать высокий уровень обслуживания, что будет способствовать привлечению повторных посетителей.

Необходимо активно привлекать инвестиции в гостиничный сектор Самарканда, предоставляя выгодные условия для инвесторов и создавая благоприятный инвестиционный климат.

Развитие гостиничного бизнеса в Самарканде имеет долгосрочную перспективу и важно учесть потенциал роста туризма в регионе. Регулярный мониторинг и анализ состояния отрасли позволит принимать своевременные меры для стимулирования развития гостиничного бизнеса в Самарканде и создания конкурентоспособного туристического назначения.

Список использованной литературы:

1. Конституция Республики Узбекистан.
2. Закон Республики Узбекистан «О туризме» от 18 июля 2019 года № О'РQ-549.
3. Постановление Президента Республики Узбекистан PQ-3836 от 4 июля 2018 года «О дополнительных мерах по оптимизации порядка въезда иностранных граждан в Республику Узбекистан».
4. Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан от 06.05.2017 № 355 «Об утверждении Положения о порядке сертификации туроператорских и гостиничных услуг»
5. Постановление №631 Кабинета Министров Республики Узбекистан «Об организации семейных гостевых домов».
6. Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан №661 «О мерах по привлечению дополнительных инвестиций в гостиничный бизнес».
7. Эштаев А. «Маркетинговая стратегия рационального использования трудового потенциала в сфере туризма» сборник тезисов республиканской научно-практической конференции на тему «Трудовой потенциал Узбекистана: современное состояние и перспективы его использования» Ташкентский государственный университет кандидат экономических наук 20 декабря 2011 г.
8. Тухлиев И.С., Полатов М.Е., Бердымуродов А.Ш. Толковый словарь туристических терминов, Самарканд 2021
9. Маматкулов Х.М. организация обслуживания в гостиницах и туристических комплексах, Самарканд-2011.



ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ КОМПЛЕКСОВ

Хомидов Қаххорали Қурбонали ўғли

Независимый исследователь Ферганского государственного университета

Аннотация: В данной статье предложена необходимость формирования туристских комплексов в регионах, возможность изучения организационно-экономического механизма туристских комплексов путем разделения порядка в макро-, микро- и монодараже на уровни.

Ключевые слова: Туристический комплекс, организационно-экономический механизм, структурные элементы туристских комплексов, организационно-экономический механизм макро, микроорганизационно-экономический механизм, моно организационно-экономический механизм.

Annotatsiya: Ushbu maqolada hududlarda turistik komplekslarni shakllantirish zarurati, makro, mikro va monotumanlardagi tartibni darajalarga bo'lish orqali turistik komplekslarning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmini o'rganish imkoniyatlari taklif etiladi.

Kalit so'zlar: Turistik kompleks, tashkiliy-xo'jalik mexanizmi, turistik komplekslarning tarkibiy elementlari, Maroning tashkiliy-xo'jalik mexanizmi, mikrotashkiliy va xo'jalik mexanizmi, monotashkiliy va xo'jalik mexanizmi.

Abstract: This article proposes the need to form tourist complexes in the regions, the possibility of studying the organizational and economic mechanism of tourist complexes by dividing the order in macro-, micro- and mono-districts into levels.

Key words: Tourist complex, organizational and economic mechanism, structural elements of tourist complexes, organizational and economic mechanism of Maro, micro-organizational and economic mechanism, mono-organizational and economic mechanism.

В стремительном развитии индустрии туризма в регионах важную роль играет состояние функционирования организационно-экономического механизма туристических комплексов. Организационно-экономический механизм туристских комплексов относится к совокупности структурных элементов в масштабе туристских комплексов с точки зрения организационной (нормативно-правовые акты, решения и законы), территориальной (развитое состояние территорий) и экономической (финансирование, ценообразование, налогообложение, имущественные отношения) неразрывно связанных.

Туристические комплексы комплекс элементов, формирующих организационно-экономический механизм, может состоять из следующих компонентов[1].

1. Субъекты рынка услуг туристических комплексов.
2. Организационно-правовая структура туристических комплексов.
3. Структура управления туристическими комплексами.
4. Факторы, определяющие эффективность туристических комплексов
5. Туризм – это инфраструктура регионов.

Организационно-экономический механизм туристических комплексов может быть исследован путем разделения порядка в макро-, микро- и монодарадже на уровни. Если компоненты организационно-экономического механизма туристических комплексов в макродарадже включают поддерживающие государство нормы, рычаги, инструменты, то факторы действенности этого механизма в макродарадже заключаются в механизмах, связанных с организацией туристической деятельности в туристических матмуасах..



Следует отметить, что вопрос внедрения организационно-экономического механизма туристических комплексов в монодарадже рассматривался как проблема, которая еще не изучена в теории туризма. Отличительной особенностью организационно-экономического механизма на этом уровне является то, что он основан на учете интересов туристов, посещающих туристические комплексы. Мы считаем целесообразным выделить следующие составляющие организационно-экономического механизма туристических комплексов в монодарадже:

- Индивидуальные особенности посещающих туристов;
- Цели их путешествия; – Финансовые источники поездок;
- Объем туристической зоны, которая образует;
- Средства посещения туристического комплекса;
- Результат осуществления его поездки в туристических комплексах и т.д.

Формирование организационно-экономического механизма туристских комплексов в регионах основано на том факте, что потребители туристических услуг пользуются услугами, предоставляемыми турфирмой в туристических местах, и остаются довольны. Способность сформировать такой механизм в туристических комплексах зависит от компетентности персонала туристической отрасли[2]. Чем выше качество туристических услуг, предоставляемых в этих местах, тем эффективнее будут удовлетворяться потребности туристов, посещающих это место. Турист, который действительно удовлетворен услугами, по возвращении в свою страну делится своими положительными впечатлениями с другими близкими и друзьями, и, в конечном счете, туристические комплексы вызывают увеличение числа потенциальных туристов. Поэтому, исследуя организационно-экономический механизм развития туристических комплексов, наряду с макро- и микроуровнями, вновь применяемый в монодарадже, мы убеждаемся, что, по нашему мнению, количество туристов в нашей стране резко увеличивается, повышая конкурентоспособность туристических комплексов.

Основная характеристика конкуренции в туризме и ее резкое отличие от промышленности и сельского хозяйства заключается в том, что конкуренция требует рассмотрения и анализа сразу на нескольких взаимосвязанных уровнях, включая макро-, мезо-, микро- и монодараджи. Только в том случае, если конкуренция на этих уровнях способна обеспечить преимущества, проявляется синергетический эффект конкурентоспособности в туристических комплексах и формируются новые системные особенности туристической индустрии.

Также в настоящее время в туристической индустрии нашей страны часто уделяется внимание анализу конкурентоспособности на уровне макро (государство), микро (туристический бизнес) и моно (туристические услуги), а также ее мезоуровня, то есть туристической зоны («туристическое место, которое реализует цели туризма различных туристских сегментов»), остается за пределами объекта научного исследования. Такая ситуация не может обеспечить конкурентоспособность туризма. Поэтому сфера современного туризма устроена таким образом, что основной точкой туристической системы являются создаваемые туристическими комплексами или местами, посещаемыми туристами[3]. Именно туристические комплексы также рассматриваются как средство формирования конкурентных преимуществ туристических комплексов. Необходимо развивать поддержку в нашей стране «маркетинговой концепции, основанной на туристических комплексах», которая поможет создать положительный имидж туристических комплексов и повысить международный престиж. В частности, главной целью маркетинга туристических комплексов является повышение позиций этого туристического комплекса в борьбе за международную конкуренцию. Потому что в рыночной экономике туристические комплексы приобретают новое значение: регионы становятся специфическим продуктом (услугой), который обладает географическим, пространственным единством, ценностью и потребительской ценностью. В таких условиях будет уместно перейти от «основанного на ресурсах (или сравнительных преимуществах) подхода к развитию туризма в сети» к «клиентоориентированному подходу на целевом рынке (или конкурентному преимуществу)».

**Использованная литература:**

1. Алимова М.Т. Худудий туризм бозорининг ривожланиш хусусиятлари ва тенденциялари (Самарқанд вилояти мисолида) // И.ф.д. дисс. – Самарқанд: СамИСИ, 2017. –25-26-б.
2. Мирзаев А.Т. Совершенствование системы электронного бронирования как часть цифрования управленческой деятельности туристско-рекреационных предприятий. Бюллетень науки и практики. Нижневартоск, Россия. Т. 6. №8. 2020. – 99-104 б. DOI: <https://doi.org/10.33619/2414-2948/57>.
3. Мирзаев А.Т. Ўзбекистонда туристик-рекреация корхоналари фаолиятини бошқаришнинг ташкилий-иқтисодий механизмларини такомиллаштириш. Ишлаб чиқаришни кластер усулида ташкил этишнинг зарурияти. Бизнес-Daily медиа. –2020, №1. –62-65-б.
4. Мирзаев А.Т. Ўзбекистонда туристик-рекреация хизматларини бошқариш жараёнига омиллар таъсирини баҳолаш. Хитойда саноатлашувни жадаллаштиришда кластерлаш модели хусусиятлари. Бизнес-Daily медиа. –2020, №6. –57-61-б.
5. Мирзаев А.Т. Туристтик-рекреация кластерларини бошқаришда инновацион салоҳиятнинг ресурс компонентини баҳолаш услубиёти // Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар. -2020, №4. 4/2020 (№ 00048). 390-401 б. <http://iqtisodiyot.tsue.uz>
6. Мирзаев А.Т. Туристтик-рекреация хизматлар бозорида бошқарув тизимини ривожлантириш истиқболлари// Иқтисодиёт ва таълим. –2020, №4. 247-252-б.



5-ШУЪБА

ҚОРАҚАЛПОҒИСТОН РЕСПУБЛИКАСИДА ТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ТЕНДЕНЦИЯЛАРИ





ҚОРАҚАЛПОҒИСТОН РЕСПУБЛИКАСИДА ТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ИМКОНИАТЛАРИ

Эштаев Алишер Абдуғаниевич
ТДИУ профессори, и.ф.д.

Маткаримов Жаҳонгир
ТДИУ мустақил изланувчиси

Ўзбекистон Республикасида туризм иқтисодиётнинг етакчи тармоқларидан бирига айланмоқда, қолаверса, Янги Ўзбекистонни барпо этишда туризм соҳасини ривожлантириш мақсадида давлат томонидан бир қатор устувор вазифалар белгиланган. Хусусан, Давлатимиз раҳбари жорий йилнинг 16 октябрь куни Самарқандда бўлиб ўтган Бутунжаҳон туризм ташкилотининг 25-сессиясида жорий йилда мамлакатимизга жами 7 миллион сайёҳ ташриф буюриши, ушбу кўрсаткични 2030 йилга бориб 15 миллионга, ички туризм оқимини эса 25 миллионга етказиш режа қилинганлигини, туризмни 2030 йилгача комплекс ривожлантириш бўйича ишлаб чиқилаётган стратегияда замонавий туризм ва транспорт инфратузилмасини яратишга устувор аҳамият қаратилишини, юқори тезликда ҳаракатланишга мўлжалланган янги автомобиль ва темир йўллар қурилиши, авиатранспорт парки 2 баробар кенгайтирилиши, авиақатновлар сони тўрт баробар оширилиши, катта шаҳар ва сайёҳлар кўп борадиган манзилларда 30 та йирик туризм кластерлари ташкил этилишини алоҳида таъкидлаб ўтган эди.

Албатта, бу топшириқларнинг ижросини таъминлашда ҳудудларнинг туризм салоҳиятидан ҳам кенг фойдаланиш мақсадга мувофиқ ҳисобланади. Хусусан, Қорақалпоғистон Республикасида туризм ресурсларидан самарали фойдаланиш ҳам муҳим аҳамиятга эга ҳисобланади. Қорақалпоғистон Республикасида туризм борасида амалга оширилган ишларга эътибор қарадиган бўлсак, 2022 йилда 50,1 минг нафар хорижий туристлар, 600,8 минг маҳаллий туристлар ташриф буюриб, туризм экспорти 138 млн. долларни ташкил қилиб, 57 та туроператор ва турагентлар фаолият олиб борганлигини кўриш мумкин. Хориждан ташриф буюрган туристларни давлатлар кесимида таҳлил қиладиган бўлсак, асосан Россия, Қозоғистон, Франция, Туркия, Германия, Италия, Испания, Буюк Британия, АҚШ ва Хитойдан келганлигини кузатиш мумкин. Қорақалпоғистон Республикасига туристларни кенг жалб қилиш учун барча имкониятлардан тўлиқ фойдаланилиш учун нималарга эътибор қаратиш лозим?

Тошкент давлат иқтисодиёт университетининг профессор-ўқитувчилари, тадқиқотчилари ва талабалари томонидан Қорақалпоғистон Республикасининг Тахтакўпир, Хўжайли ва Эллиққалъа туманларида изчил ҳаракатлар олиб борилмоқда.

Энг аввало университетга бириктирилган туманлардаги туристик объектлар, яъни Эллиққалъа туманида 21 та, Хўжайли туманида 13 та ва Тахтакўпир туманидаги 14 та туристик объектнинг контенти яратилди, соҳани ривожлантиришга таъсир қиладиган омиллар таҳлил қилинди. Ўрганилаётган туристик объектлар бўйича tsuetravel.com платформаси ишга туширилиб, Тахтакўпир, Хўжайли ва Эллиққалъа туманларининг туризм контентлари жойлаштирилмоқда.

Ушбу туманларга туристларни кенг жалб қилиш ва уларни ҳудудда 4-5 кун мобайнида олиб қоладиган маҳаллий туризм ташкилотлари билан ҳамкорликда жозибадор ва қизиқарли бўлган 12 та туризм пакетлари ишлаб чиқилди. Албатта, улар илмий-тадқиқотлар асосида назарий жиҳатдан ишлаб чиқилди ва уларни энди амалиётга татбиқ этиш мақсадга мувофиқ. Шу билан биргаликда, қуйидаги ишларни ҳам амалга ошириш лозим.

Қорақалпоғистон Республикасининг чўл ҳудудларининг ўзига хос хусусиятларини ҳисобга олган ҳолда, туристик маршрутларини амалга ошириш мақсадга мувофиқ. Масалан, Хўжайли туманига деярли хорижлик туристлар ташриф буюрмайди. Ташриф буюрганлари ҳам фақат



Миздахкан Ўрта аср шаҳри харобаси, Мазлумхон-сулу мақбараси, “Ережеп Халифа” мақбараси, Шамун-наби Мақбарасига ташриф буюради.

Тахтакўпир туманидаги туристик объектларнинг инфратузилмаси Қаратеран кўли, Айдос қалъа (Ақ жағыс), Барактам-1, Барактам-2, Жаман қалъа, Қорғанча қала, Қос минар, Қылыш қалъа, Мехтерқалъа, Тақ минарнинг деярли талабга жавоб бермаслиги ва Нукусдан йироқлиги сабабли хорижлик туристлар ташрифи деярли амалга оширилмайди.

Бу туманларда хорижлик туристларни ҳозирда энг оммалашиб бораётган Чўл ландшафти, экологик, рекреацион туризм йўналишлари бўйича жалб қилиш чораларини кўриш лозим.

Қуйи Амударё давлат биосфера резервати (олдинги “Бадай-тўқай” давлат қўриқхонаси) – Султон Увайс тоғ тизмаси этаги ва Қоратов тоғининг ўнг тарафида, Амударёнинг ўнг соҳилида жойлашган ҳудудда хорижий ва маҳаллий туристлар учун экотурларни ташкил этиш лозим.

Хўжайли туманида 1 та «Хўжайли» меҳмонхонаси (26та ўрин) фаолият олиб боради. Бу меҳмонхонадаги хизматлар сифати ҳам талаб даражасида эмас. Сабаби туманга ташриф буюраётган хорижлик туристлар Нукус шаҳридаги меҳмонхоналарга жойлашаётганлиги туфайли деярли бу меҳмонхонага хорижлик ва маҳаллий туристлар ташриф буюрмайди. Фақат туманга шахсий масалалар билан келган фуқаролар ташриф буюради. Туманда кичик меҳмон уйларни кўпайтириш лозим.

Тахтакўпир туманида 1 та оилавий меҳмон уйи фаолият олиб боради. Туманда бундан бошқа жойлаштириш воситаси йўқ. Сабаби тумандаги туристик объектлар турмаршрутларга киритилмаганлиги учун ташрифлар деярли йўқ, деса ҳам бўлади.

Кўриб ўтилган туманлардаги меҳмонхоналар ва жойлаштириш воситалари фаолияти талаб даражасида эмас. Бу туманларда меҳмонхона ва жойлаштириш воситалари фаолиятини йўлга қўйиш учун тадбиркорларни кенг жалб қилиш лозим.

Қорақалпоғистон Республикасининг Элликқалъа, Хўжайли ва Тахтакўпир туманлардаги ноёб туризм ресурслари рўйхатини қимматлилик даражаси бўйича шакллантириш ва UNESCO рўйхатига киритиш босқичлари бўйича дастурни шакллантириш лозим.

Элликқалъа туманига туристлар ташрифи таҳлили кўрсатишича туманга йилига ўртача 25-30 мингта хорижлик туристлар ташриф буюради. Бу туристларнинг аксарият қисми Аёзқалъа ва Тупроққалъага ташриф буюради. Шу билан биргаликда қисман хорижлик туристлар Буран қалъа, Бурли Қалъа, Думанқалъа, Жельдикқалъа – майин шамолли қалъа, Кичик Қирққиз қалъа, Қаватқалъага ҳам ташриф буюради. Аммо, туманга келаётган хорижлик туристларнинг 90 фоизи Хоразм вилояти орқали ташриф буюрмоқда, улар туманда бор-йўғи 4-5 соатгина бўлмоқда. Шунинг учун туристлар оқимини Нукус шаҳри орқали амалга ошириш мақсадга мувофиқ.

“Ақчақўл” туристик рекреацион зонасини ташкил этиш Қорақалпоғистон Республикасига ташриф буюрувчи меҳмонлар учун кўрсатиладиган туризм хизматлари диверсификацияси кенгайтирилишига эришилади.

Таҳлилларимизга кўра, ушбу ҳудудда экотуризм масканлари, сиҳатгоҳ, турли хизмат кўрсатиш ва маданий кўнғил очар объектларини ташкил этиш ҳамда гастронимик ва ов (балиқ ови) туризмни ривожлантириш учун инфратузилманинг имкониятлари етарли эканлигини кўрсатди. Охирги изланишлар натижасида ушбу ҳудудда юқоридаги каби инфратузилма объектларини жойлаштириш мумкин бўлган 72 та нуқталар топилди. Ушбу нуқталар ҳар томонлама – жойлашув, бошқарув ва қулайлик нуқтайи назаридан ҳам маъқуллиги аниқланди.

Шунингдек, ҳудудда амфитеатр ва меҳмонхона хизматлари ташкил қилиш имкониятлари юқори. Бундан ташқари, “Ақчақўл” бўйида ҳозиргача 1,5 км кўл соҳилини қамишлардан тозалаш, соҳил бўйида чўмилиш пляжини ташкил қилиш учун 1,2 км тоза қум ётқизиш, 1,5 км пиёдалар ва вело йўлакчани қуриш, 8 км. масофадан ичимлик суви қувурларини тортиш, ишлари амалга оширилган.

Туманда кластерни ривожлантиришнинг асоси қилиб олинаётган рекреацион-соғломлаштириш йўналиши бўйича имкониятларни кўриб чиқадиган бўлсак, бу борада санаторий ва соғломлаштириш объектларининг нисбатан ривожланган инфратузилмаси борлигини кўрамыз.

Бундан ташқари бизга устунлик бериши мумкин бўлган омиллардан бири бу ерда бугунга қадар фаолият юритиб келган санаториялар ва бошқа рекреацион марказлар мавжудлиги. Бу бизга меҳмонлар ҳабардорлигини оширишга ёрдам беради.



Ақчақўл туристик рекреацион-соғломлаштириш кластерини ташкил қилишда халқаро тажриба кўрсатишича давлат-хусусий ҳамкорлик тамойиллари асосида ташкил этиш унинг тезроқ ривожланишига ёрдам беради. Амалиётда самарадорликни намоён этувчи давлат ва хусусий секторлар ўртасидаги алоқаларнинг турли шакллари, моделлари ва механизмлари мавжуд. Бунда кластер тузилмасидаги бошқарув компанияси зиммасига давлат-хусусий шериклик муносабатларини ҳам ривожлантириш юклатилади.

Бошқарув компанияси кластернинг ривожлантириш лойиҳаларини ҳам бир вақтда назорат қилиб бориши керак. Бунда Элликқалъа туманида давлат-хусусий шерикчилиги асосида мавжуд ресурслардан фойдаланиш бўйича қуйидагиларни келтириш мумкин:

- соғломлаштириш туризмини ривожлантириш учун асос бўлиб хизмат қиладиган санаторий-курорт муассасаларининг ривожланган тизими мавжудлиги;
- соғломлаштириш туризми, спа-хизматлар, маданий, сув ва саргузаштли туризмни ривожлантириш учун инфратузилма элементларининг мавжудлиги;
- республикаимизнинг бошқа ҳудудларга қараганда етарли даражада ривожланган турар жой тизимининг мавжудлиги (қўл бўйидаги меҳмонхоналар, миллий уйларида ташкил қилинган меҳмон уйлари). Бу каби имкониятлардан ҳамкорликда фойдаланиш орқали рақобатбардош турмаҳсулотларни ишлаб чиқариш ва инфратузилмани такомиллаштириш мумкин.

Кластер тизимини ташкил этишда курорт ва соҳилбўйига эга давлатлар тажрибасидан фойдаланилади. Бунга мисол қилиб, Туркия, Дубай, Грузия ва бир неча давлатларни мисол қилиб олишимиз мумкин ва айнан ушбу давлатлардан етакчи мутахассисларни жалб қилиш зарур. Шу билан биргаликда кластер тузилмасига унинг барча иштирокчилари учун умумий бўлган мувофиқлаштирувчи кенгашининг ва кластернинг тизим интеграторлари сифатида фаолият юритувчи етакчи компанияларнинг киритилиши инновацияларнинг самарали кластерларaro трансферини, кенг миқёсли инвестицион лойиҳаларни амалга ошириш ҳисобига янги бозорларни ўзлаштириш ҳамда диверсификацияланган туристик маҳсулотни яратишни таъминлайди.

Кластер минтақанинг ўз рақобатбардошлигини таъминлаш учун, яъни ўн, йигирма йил ва ундан кўпроқ даврда туристик корхоналарни ривожлантириш бўйича узоқ муддатли стратегияни яратиш учун ҳақиқий имкониятдир. Бу ерда муваффақиятга эришишнинг асосий омиллари бизнес раҳбарларининг фаол позицияси ва минтақадаги турли ташкилий гуруҳларнинг манфаатлари орасидаги ижобий ҳамкорликдир. Шундай экан, кластернинг муваффақият калити бўлиб, тараққий этган рақобат, самарали бошқарувга йўналтирилганлик ва минтақа маъмурияти томонидан кўрсатиладиган кўмак ҳисобланади.

Умуман олиб қараганда, мамлакатимизнинг бошқа ҳудудлари каби Қорақалпоғистон Республикасининг ҳам туризм салоҳиятидан тўлиқ фойдаланилиш мақсадида ижобий ишларни амалга ошириш, туризмнинг янги турларини қўллаш, инновацияларни амалиётга кенг қўллаш соҳада юқори натижаларига олиб келади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2023 йил 26 апрелдаги “Республиканинг туризм салоҳиятини жадал ривожлантириш ҳамда маҳаллий ва хорижий туристлар сонини янада оширишга доир қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги ПҚ-135 сонли қарори.
2. 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 сонли қарори.
3. Норчаев А.Н. Замонавий туризм инфратузилмасининг шаклланиш ва ривожланиш тенденциялари//Doctor of science диссертацияси. –Тошкент. –2021 й.
4. М.П.Эшов, А.А.Эштаев, А.Н.Норчаев Ўзбекистоннинг туризм салоҳияти ва уни ривожлантириш истиқболлари. (Монография) –Тошкент: Тошкент давлат иқтисодиёт университети нашриёти – 2023. –257 бет.
5. Эштаев А. “Factors for the development of tourism in Uzbekistan” International journal of advanced science and technology Qz vol.29 NO.9S (2020) Special ISSUE Published 2020-05-18 Indexed by Scopus.
6. <http://www.stat.uz>
7. <http://www.uzbektourism.uz>
8. <http://www.unwto.org>



ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ SMART-ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ КАРАКАЛПАКИСТАН

Абдувахидов Абдумалик Махкамович

Д.э.н., профессор кафедры «Туризм»

Ташкентского государственного экономического университета

Аннотация: В данной статье рассматривается вопрос о развитии узкого направления туризма в Республике Каракалпакистан – Smart-туризм. Анализируются возможности туристов заниматься таким видом туризма. Основная задача исследования – показать, какие возможности и услуги существуют у туристов для занятия такого рода путешествиями.

Ключевые слова: цифровые технологии, Smart-туризм.

Annotatsiya: Ushbu maqolada Qoraqalpog'iston Respublikasida turizmning tor yo'nalishi – Smart-turizmni rivojlantirish masalalari muhokama qilinadi. Turistlarning turizmning ushbu turi bilan shug'ullanish imkoniyatlari tahlil qilinadi. Tadqiqotning asosiy maqsadi turistlarning ushbu turdagi sayohat bilan shug'ullanishi uchun qanday imkoniyatlar va xizmatlar mavjudligini ko'rsatishdir.

Kalit so'zlar: raqamli texnologiyalar, Smart-turizm.

Abstract: This article discusses the development of a narrow direction of tourism in the Republic of Karakalpakstan – Smart-tourism. The possibilities of tourists to do this type of tourism are analyzed. The main objective of the study is to show what opportunities and services tourists have for doing this kind of travel.

Key words: digital technologies, Smart-tourism.

В век цифровых технологий, развития различных смартфонов и других, доступных для каждого человека гаджетов, открываются огромные возможности в путешествии по самым чудесным уголкам нашей планеты. Используя обычный смартфон, вы можете найти путь туда, куда будет угодно вашей душе. Концепция Smart используется для описания современных процессов в обществе и во многих сферах деятельности. В последнее время ее применяют и к туристской области под названием Smart-туризм. Термин стал применяться совсем недавно. В промышленности, производстве товаров и услуг концепция получила широкое распространение, примером может служить смартфон, Smart-телевизор, умный дом. Сейчас появилась необходимость связать и туризм с информационно-коммуникационными технологиями. Это вызвано, прежде всего, изменениями в потребительском поведении туриста.

В Республике Каракалпакистан в последние годы довольно активно развиваются различные виды туризма. Среди них можно выделить культурный, деловой, гастрономический, событийный и другие. Событийный туризм приобрел в последнее время особую популярность в связи с уже отмеченным ранее проведением самых различных мероприятий общероссийского и международного уровней.

Задумываясь о том, как провести отпуск или отдохнуть на выходных, современный человек в первую очередь откроет браузер на компьютере или смартфоне. Как ни странно, найдёт там огромное количество предложений от самых различных туристических компаний. Здесь для вас и, статьи о полезном отдыхе дома, блоги и мнения огромного количества людей. И, конечно же, одним из первых вопросов встанет вопрос о том, как дешевле всего провести свой уикенд. На мой взгляд, лучшим решением станет заняться Smart-туризмом. Smart-туризм — туризм, в котором постоянное и систематическое использование Smart-элементов приводит к созданию дополнительной ценности путешествия для туриста. В предложенном определении Smart-туризма сделан акцент на приобретении дополнительной ценности туристской услуги для потребителя за счет использования Smart-технологий. С точки зрения маркетинга это основное достоинство Smart-туризма.

На страницах AppStore или PlayMarket можно найти различные приложения для исследований мест проведения отдыха как, для вашего или соседнего региона, так и для более



глобальных путешествий. В этих приложениях вы можете найти массу ресторанов, достопримечательностей, клубов, мест для активного отдыха, проведения выставок и тому подобных, интересных для туриста мест. В Республике Каракалпакистан так же есть возможности использования Smart-туризма, скачав приложение, например, в городе Нукус, и используя сервис карт местности, можно легко составить свой маршрут по достопримечательностям столицы. Приложение подскажет, где можно попробовать национальную кухню или увлечься просмотром выставок современного искусства.

Так, в кармане каждого из нас присутствует свой мини-гид для исследования, например, Самаркандского Регистана, Каракалпакского музея искусств им. И.В. Савицкого, или Крепости Топрок кала». Карманный туристический помощник подскажет, где найти наикрасивейший панорамный вид или расскажет о легендах и мифах кладбище кораблей. Надо отметить, что сегодня концепция Smart-туризма быстрыми темпами развивается во всем мире и сейчас существует технология использования туристами QR-кодов. На памятники Самаркандского региона нанесли штрих-коды. Достаточно навести на них камеру мобильного телефона, чтобы получить в интернете информацию о достопримечательности. Для этого есть специальные бесплатные приложения в сервисах смартфонов. После того как штрих-код отсканирован, на экране загружается соответствующий раздел сайта Каракалпакистана. Называется эта технология QR-код – quick response, что переводится с английского как «быстрый отклик». Разработала ее японская компания еще в 1994 году, и за рубежом она пользуется большой популярностью.

Отвечая на вопрос, о том, как развивается туризм, а Smart-туризм в наше время неотъемлемая его часть, стоит отметить, что за последние годы приток туристов в столицу Республики Каракалпакистан заметно увеличился. С января по август 2023 года, город Нукус посетили более 300 тыс. туристов, что на 10% больше, чем за аналогичный период прошлого года. А на 2024 год планируются все ставшие традиционными мероприятия. И конечно масса новых задумок. И, конечно же, Smart-турист города Нукус сможет организовать свой отдых легко и просто, проложив свой маршрут так, чтобы исследовать каждый уголок столицы.

Разнообразие рекреационных ресурсов, уникальность ландшафтов и природных явлений, богатство культурно-исторического наследия, гармоничное сосуществование различных культур и народов – все это предпосылки для эффективного и устойчивого развития сферы туризма. Наша страна обладает всеми ресурсами для успешного развития этой сферы, однако, как мы видим, не во всех субъектах Республики Узбекистана туристский потенциал используется в полной мере.

QORAQALPOG'ISTONNING O'ZIGA XOS MADANIY VA TARIXIY MEROSI

Xoshimov Baxrom Baxadirovich

TDIU mustaqil tadqiqotchisi

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "2022—2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida" 2022-yil 28-yanvardagi PF-60-son Farmonida belgilangan ko'rsatkichlarga erishish hamda Qoraqalpog'iston Respublikasining turizm salohiyatidan samarali foydalanish, ichki va xorijiy turizm bozorlari uchun hududning jozibadorligini oshirish, turizm, madaniy meros, madaniyat va san'at sohalari infratuzilmasini yaxshilash, yangi turizm xizmatlarini joriy qilish, milliy hunarmandchilik mahsulotlari turlarini ko'paytirish, sohada yangi ish o'rinlarini yaratish maqsadida bir qancha dasturlar qabul qildi. Maqsad Qoraqalpog'iston hududida xalqaro va ichki turizmni rivojlantirish.

O'zbekistonning oziga xos turistik hududi bo'lgan Qoraqalpog'iston madaniy va tarixiy merosga ega bo'lib, uni istiqbolli sayyohlik salohiyati butun dunyo turistlarini o'ziga jalb qilib kelmoqda. Qoraqalpog'iston turizmining ayrim istiqbollari:

1. **Boy madaniy meros:** Qoraqalpog'iston o'ziga xos madaniyat va tilga ega bo'lgan turizm markazi hisoblanadi. Mintaqada ko'plab tarixiy joylar, jumladan, qadimiy qal'alar, maqbaralar va arxeologik joylar mavjud. Nukusdagi Savitskiy muzeyida rus avangard san'atining dunyodagi eng yirik kolleksiyalaridan biri joylashgan.
2. **Tabiat go'zalligi:** Qoraqalpog'iston rang-barang tabiiy landshaftlarga boy. Ustyurt platosi kanyonlar, qoyalar va noyob qoya shakllarining hayratlanarli manzaralarini taqdim etadi. Orol dengizi, garchi atrof-muhit muammolari tufayli hajmi sezilarli darajada qisqargan bo'lsa ham, uning ekologik o'zgarishlariga guvoh bo'lishga qiziquvchilarni o'ziga jalb qiladi.
3. **Ekoturizm salohiyati:** Qoraqalpog'iston o'zining keng cho'l hududlari va Barsa-Kelmes qo'riqxonasi va Sudochie ko'li qo'riqxonasi kabi tabiat qo'riqxonalari bilan ekoturizm uchun katta imkoniyatlarga ega. Mehmonlar qushlarni kuzatish, yovvoyi tabiatni kuzatish va tegmagan tabiiy yashash joylarini o'rganishdan zavqlanishlari mumkin.
4. **Sarguzasht turizmi imkoniyatlari:** Mintaqaning landshafti yurish, trekking, kemping va off-road ekspeditsiyalari kabi sarguzasht turizmi faoliyati uchun keng imkoniyatlar yaratadi. Ustyurt platosi, ayniqsa, sarguzasht ishqibozlari orasida mashhur.
5. **Madaniy tadbirlar va festivallar:** Qoraqalpog'istonda yil davomida turli madaniy tadbirlar va festivallar o'tkaziladi, ularda mintaqaning an'anaviy musiqasi, "Lazgi" kabi raqs turlari, folklor tomoshalari va hunarmandchilik buyumlari namoyish etiladi. Ushbu tadbirlar tashrif buyuruvchilarga mahalliy madaniyatga chuqur taassurot qoldirish imkonini beradi.
6. **An'anaviy taomlar:** Qoraqalpoq oshxonasida mintaqaning ko'chmanchi merosini aks ettiruvchi turli xil an'anaviy taomlar taklif etiladi. Tashrif buyuruvchilar "beshbarmak" (makaron bilan qaynatilgan go'sht), "qurt" (quritilgan pishloq sharlari) va "chalpachak" (an'anaviy non turi) kabi taomlardan tatib ko'rishlari mumkin.
7. **Foydalanish imkoniyati:** Qoraqalpog'istonga havo orqali oson yetib borish mumkin, uning poytaxti Nukusni O'zbekistonning yirik shaharlari va qo'shni davlatlar bilan bog'laydigan reyslar mavjud. So'nggi yillarda mintaqaning transport infratuzilmasi ham yaxshilandi, bu sayyohlarning diqqatga sazovor joylari bilan tanishishini osonlashtirdi.
8. **Turizmni barqaror rivojlantirish salohiyati:** Qoraqalpog'istonning turizm sanoati mintaqada barqaror rivojlanishga hissa qo'shish imkoniyatiga ega. Mas'uliyatli turizm amaliyotlarini targ'ib qilish va uning madaniy va tabiiy merosini saqlash orqali mahalliy jamoalar o'zlarining noyob o'ziga xosligini uzoq muddatli saqlashni ta'minlagan holda iqtisodiy foyda olishlari mumkin.



Xulosa qilib Qoraqalpog'istonning boy madaniy merosi, tabiiy go'zalligi, sarguzashtli turizm salohiyati, barqaror rivojlanish imkoniyatlari tufayli turizm istiqbollari istiqbolli. Infratuzilma va xizmatlarga to'g'ri targ'ibot va sarmoya kiritilsa, Qoraqalpog'iston noyob madaniy tajribalar va sarguzashtlarni izlayotgan sayohatchilar uchun eng mashhur manzilga aylanishi mumkin.

Foydalanilga adabiyotlar va internet resurslari:

1. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining qarori 2022—2026-yillarda Qoraqalpog'iston Respublikasining turizm salohiyatini rivojlantirish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida.
2. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining qarori 2022—2026-yillarda Qoraqalpog'iston Respublikasining turizm salohiyatini rivojlantirish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risidagi Vazirlar Mahkamasining 2022-yil 28-sentabrdagi 545-son qaroriga 1-ilova.
3. Rustamovich, Dehkonov Burhon. "Analysis of the Development of Tourism in Uzbekistan." Journal of International Business Research and Marketing 5.6 (2020): 28-33.

O'ZBEKISTONDA ZIYORAT TURIZMINI RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI

Matkabulova Dilorom

PhD, ТДИУ “Turizm va servis” kafedrası katta oqituvchisi

Abdug'aniyev Toxirjon

Xalqaro Turizm fakulteti talabasi

Annotatsiya: Ushbu maqolada mamlakatimizda ziyorat turizmini rivojlantirish jarayonida, pandemiyaning turizm salohiyatiga ta'sir ko'rsatish omillari, shuningdek, ichki turizmning roli va o'rni, ichki turizmni rivojlantirish yo'nalishlari va mintaqalarda turistik resurslardan samarali foydalanishni rivojlantirishga ta'sir etuvchi omillar bayon etilgan.

Kalit so'zlar: Ziyorat turizm, ichki va tashqi turizm, tarix, ziyoratgoh joylar, madaniy joylar, pandemiya, madaniyat, sivilizatsiya, iqtisod, ekalogiya, gastronomik turizm, etnografika, muhaddis, din.

Abstract: In the process of developing pilgrimage tourism in our country, the factors affecting the tourism potential of the pandemic, as well as the role and place of domestic tourism, directions for the development of domestic tourism, and factors affecting the development of effective use of tourist resources in the regions are described in this article. done.

Key words: pilgrimage tourism, internal and external tourism, history, pilgrimage sites, cultural sites, pandemic, culture, civilization, economy, ecology, gastronomic tourism, ethnography, muhaddis, religion.

Аннотация: В процессе развития паломнического туризма в нашей стране выявлены факторы, влияющие на туристический потенциал пандемии, а также роль и место внутреннего туризма, направления развития внутреннего туризма, факторы, влияющие на развитие эффективного использования туристических ресурсов в регионах описаны в этой статье сделано.

Ключевые слова: Паломнический туризм, внутренний и внешний туризм, история, места паломничества, культурные объекты, пандемия, культура, цивилизация, экономика, экология, гастрономический туризм, этнография, мухадди, религия.

KIRISH

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. Ushbu islohotlarni bir asosiy markazida turizm sohasi ham alohida o'rin egallab bormoqda. Shu jumaladan, O'zbekistonning iqtisodiy rivojlanishi va o'sishida muhim o'rin tutib kelayotgan ziyorat turizmi keyingi yillarda Turizm sohasining boshqa tarmoqlari kabi ham mamlakatda ziyorat turizmini rivojlantirishga katta e'tibor berilmoqda. Hozirgi kunga kelib, dunyoda ibodatxona va ziyoratgohlarni o'rganishga qiziqish kuchayib bormoqda, chunki muqaddas joylar insonlar kundalik hayotining ajralmas qismi bo'lib kelmoqda. Jahon brendlari-ning faol ishtiroki bilan ushbu sektorda biz turizm, ekologik ma'rifiy, etnografik, gastronomik, turizm va boshqa sohalarni rivojlantirishga alohida e'tibor qaratishimiz kerak. Shu munosabat bilan biz Davlat va xususiy sheriklik munosabatlarini qo'llash sohani rivojlantirish uchun keng imkoniyatlar ochishini hisobga olishimiz kerak. Mamlakatimizning qadirimiy va tarixiy shaharlari bo'lmish Samarqand, Buxoro, Xorazm, Surxondaryo va Toshkentdagi muqaddas qadamjolarni va yodgorliklarni ziyorat qilishdan iborat bo'lgan "Kichik sayohat" dasturini ishlab chiqish orqali ushbu sohani rivojlanishiga keng yo'l ochib berish ham mumkin. Shuningdek, ichki turizm sohasida keng ko'lamli imkoniyatlarni to'liq ishga tushirish zarur. Xususan biz, quyida e'tiboringizga jonajon yurtimizdagi eng mashhur va bir-biridan go'zal ziyoratgohlarni qisqacha tarixi va madaniyati haqida havola etishni joiz deb topdik.



Jumladan:

1. Zangi ota maqbarasi

Toshkent yaqinidagi shaharchada joylashgan bu maqbara Amir Temurning buyrug'iga ko'ra qurilgan. Zangi ota Turk-Islom olamidagi ulug' mutafakkir hamda mutasavvif donishmandlardan biri bo'lgan. Zangi ota Himmatiy laqabi bilan ham mashhur edi. U qora tanli, ushturlab (tuya lab), baquvvat, barvasta gavdali odam bo'lgan. Bu yerda uning rafiqasi Anbar ona ham dafn etilgan. Maqbara majmuasi bir necha zonalaridan iborat: katta bog' va XIV—XIX asrlarda qurilgan hamda masjid, madrasa, minora va Anbar ona maqbarasi. 1914—1915 yillarda masjid oldida minora qurilgan. 2013 yilda esa bog' va Namozgoh masjidini kengaytirish bo'yicha ishlar amalga oshirilib ziyoratgohni jozibadorligini oshirgan.

2. "Zirkmozor" ziyoratgohi

Zirkmozor ziyoratgohi Namangan viloyatining Chortoq tumanidagi Arbag'ish qishlog'ida joylashgan bo'lib, muqaddas qadamjolaridan biri hisoblanadi. Xalq orasida boshqa ziyoratgohlar kabi bu joy haqida ham turli rivoyatlar mavjud. Aytishlaricha, Payg'ambarimiz Muhammad Mustafo Sol-lalohu Alayhi Vasallam vafotlaridan oldin O'zlarining qimmatbaho to'nlarini Sulton Voizga meros qilib qoldirganlar. Uni egasiga topshirishni o'z yaqinlariga vasiyat qilgan ekanlar. Ularning vafotlaridan keyin bu to'nni Sulton Voizga topshirish vazifasi Payg'ambarimizning kuyovlari Xazrati Aliga yuklatilibdi. Xazrati Ali Sulton Voizni axtarib Zirkmozorga kelibdilar va o'sha yerda namoz o'qibdilar. Xazrati Ali namoz o'qiyotganda boshlarini qo'ygan joydan daraxt, hassalarini sanchib qo'ygan joydan esa buloq chiqqan emish. Shuning uchun bu joy Xazrati Alining qadamlari yetgan aziz joy hisoblanarmish degan rivoyatlar asosida ziyoratgohga aylantirilgan.

3. Qirq qiz qal'a

Qirq qiz qal'a Xorazm hududida 1938 yilda o'tkazilgan arxeologik qazilma ishlari vaqtida, Beruniy shahridan 30 km shimolroqda aniqlangan. Olimlarning fikricha, qal'a eramizning I-VI asrlariga tegishli. Qazilma ishlari davomida zardushtiylar qabrlari topilgan. Afsonalardan biriga ko'ra, bu qal'ada Guloyim ismli malika yashagan bo'lib, u o'zining qirq nafar safdoshi bilan chegarani mustahkam saqlab, raqiblari hujumlaridan himoyalangan. Bugungi kungacha istehkom tuyuklari bo'lgan tashqi devorlar saqlanib qolgan.

4. Rishtondagi kulolchilik ustaxonalari

Farg'ona vodiysidagi Rishton azaldan ajoyib kulolchilik mahsuloti vatani sanaladi. Rishtonda kulolchilik mahsulotlari yaratishning maxsus texnologiyasi, ularni pishirish va sirlash ishlab chiqilgan. Ayni damda Rishtonda 1000 dan ortiq kulolchilar ishlamoqda, ulardan 100 ga yaqini kulolchilik san'atining barcha texnologiyalarini bilishadi. Rishton ustalarining yaratgan mahsulotlari dunyodagi ko'plab muzeylar kolleksiyasidan joy olgan.

5. Varaxsha ziyoratgohi

Buxoroga borsangiz, Varaxsha – Buxoroda arablar istilosiga qadar hukmronlik qilgan Buxorx-udotlar qarorgohi joylashgan qadimiy shaharni albatta borib ko'ring. Varaxsha Buxoro g'arbida, yarim soatlik yo'lda joylashgan bo'lib, 100 gektar maydonni egallaydi. Varaxsha saroyi freskalarini tadqiq qilish shahar eramizning V asridan XI asriga qadar bor bo'lganini ko'rsatdi. Olimlarning taxminicha, Varaxshadagi hayot mintaqada suvning yetishmasligi tufayli to'xtab qolgan. Qachonlardir esa bu yer Buxoroga barobar joy bo'lgan. Bugungi kunda Varaxsha – bu xarobalar, ularni ko'rib uzoq o'tmish haqida fikrlar uyg'onishi tabiiy.

6. Buxoro. Yetti pir yo'nalishi

Buxoro – Naqshbandiya tariqati yettita buyuk so'fiylarining vatanidir. Tasavvufning buyuk vakillari bu yerda yashab, diniy va ijtimoiy faoliyat olib borib, muborak Buxoroning vujudga kelishi, gul-lab-yashnashi, ma'naviy tarbiya va hissiy ruhni yuksaltirishga o'z hissalarini qo'shganlar. Bu yerda muqaddas so'fiylarning dafn etilgan joylari – pirlar, islomiy ziyoratgohlar saqlanib qolgan. Buxoroga ziyoratga kelganlarning ko'pchiligi o'z safarlarini Naqshbandiya ta'limotiga asos solgan ma'naviy ustoz Xo'ja Abduxoliq G'ijduvoniylar maqbarasini ziyorat qilishdan boshlaydilar. Abduxoliq G'ijduvoniylar Payg'ambarimizning o'ninchi avlodi bilan ma'nan bog'liq. Maqbara ayvonining o'nta ustun va tayanchi o'ninchi avlodga ishora. Xo'ja Abduxoliq G'ijduvoniylar davrida maqbara chillaxona vazifasini o'tagan bo'lib, u yerda qirq kunlik jazirama issiq davrda odamlar ibodat qilish uchun kelgan. Vaqt o'tishi bilan muqaddas ibodat joyi ardoqli ziyoratgohga aylanadi.



7. Samarqand. Buxoriy majmuasi

Musulmon olamining taniqli muhaddislaridan biri Imom al-Buxoriy 810 yil

21-iyulda Buxoroda tavallud topgan, 870 yilda Samarqanddan 25 km uzoqda joylashgan Xartang qishlog'ida (Samarqand viloyatining hozirgi Chelak tumani) vafot etgan va o'sha yerda dafn etilgan. Biroq, bu joy asrlar davomida qarovsiz holatda qolgan edi. O'zbekiston mustaqillikka erishganidan so'ng, majmua qayta tiklandi. 1997- yilning 29-apelida O'zbekiston Respublikasi hukumatining "Imom al-Buxoriy tug'ilgan kunining hijriy-oy taqvimini bo'yicha 1225 yilligini nishonlash" to'g'risidagi qarori qabul qilindi. Shu yilning noyabr oyida, YUNESKOning bosh konferensiyasi 1998- yilda muhim sana olim Ismoil al-Buxoriy tavalludining 1225 yilligining nishonlanishida qatnashish to'g'risida qaror qabul qiladi. Shu munosabat bilan, Imom al-Buxoriyning maqbarasida O'rta Osiyonong me'moriy an'analariga ko'ra bajarilgan yodgorlik majmuasi barpo etilgan edi. Yodgorlik uchun ajratilgan yerning umumiy maydoni 10 gektarni tashkil etadi. Majmua, Samarqand Imom al-Buxoriy avtotrassasiga tutashib ketadi.

8. Ochiq osmon ostidagi muzey

Xiva shahri nafaqat O'zbekistonda, balki butun Markaziy Osiyoda eng qadimiy va tarixiy obidalariga boy shaharlardan biridir. Shaharga oid ma'lumotlar miloddan avvalgi VI asrdan boshlab uchraydi. 1920-yilga qadar Xiva xonligi markazi bo'lgan. Tarixan ikki qal'aga bo'lingan shaharning me'moriy obidalarini asosiy qismi Ichan qal'ada joylashgan. Muhammad Aminxon madrasasi, Kaltaminor, Tosh-hovli saroyi, Olloqulixon madrasasi va boshqa inshootlar e'tiborga sazovordir.

9. Nurota chashmasi

Nurota O'zbekistonning qadimgi shaharlaridan biri. Shahar dastlab X asrda Narshaxiyning Buxoro tarixi asarida Nur shaklida (shu yerdagi mashhur Nur chashmasi nomidan) tilga olingan. Mahalliy rivoyatlarda shaharning paydo bo'lishi Iskandar Maqduniy davriga borib taqaladi. Keyinchalik shahar bu yerda yashab o'tgan mashhur Shayx Abulhasan Nuriy (XII asr) sharafiga Nurota deb atala boshlagan. Nurota ustidan Buyuk ipak yo'lining bir tarmog'i o'tgan. U o'tmishda harbiy-strategik ahamiyatga ega bo'lib, yirik savdo markazi hisoblangan.

Xulosa o'rnida shuni takidlashimiz lozimki, O'zbekiston nafaqat Islom dini balki boshqa ko'plab dinlarning ziyoratgohlari joylashgan maskandir. Shundan kelib chiqqan holda aytish mumkinki yurtimizda turizm sohalarini rivojlantirish hamda ziyorat turizmining kelajak istiqbollarini belgilashning ahamiyati juda yuqoridir. O'zbekiston hamda dunyo mamlakatlari birlashgan holda nafaqat hozirgi insonlarning ehtiyojlari balki kelasi avlodlarning turizm madaniyati xususan, ziyorat turizmga bo'lgan munosabatini yanada kuchaytirish uchun yaxlid va yakdil holda umumiy turizm loyihalarini ishlab chiqish orqali ommalashtirishga ehtiyoj mavjuddir.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'xati:

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 5-yanvardagi PF- 5611-sonli Farmoni.
2. Mirzayev M.A., Aliyeva M.T. Turizm asoslari. Darslik. – T.: TDIU nashriyoti, 2011.
3. Amonboyev M., Abidova D.I., Jurayeva N.A. Turizm iqtisodiyoti va menejmenti. Darslik. – T.: TDIU nashriyoti, 2011.
4. Charles A. Goeldner, J.R. Brent Ritchie. Tourism PRINCIPLES, PRACTICES, PHILOSOPHIES, New Jersey, John Wiley & Sons, 2012. – 514 p.

Internet saytlari:

1. <http://www.world-tourism.org> – Butunjahon turizm tashkiloti.
2. <http://www.mail.tdiu.uz> – TDIU elektron kutubxonasi.
3. <http://www.ziynet.uz> – ta'lim portali.

СОҒЛОМЛАШТИРИШ ТУРИЗМИ ФАОЛИЯТИНИ БОШҚАРИШДА ТУРИСТИК КЛАСТЕРЛАРНИ ШАКЛЛАНТИРИШ МЕХАНИЗМЛАРИНИ БАҲОЛАШ

Гофуров Азизбек Умаржонович

Фарғона давлат университети мустақил тадқиқотчиси

Annotatsiya: Мақолада соғломлаштириш туризми фаолиятини бошқаришда туристик кластерларни шакллантириш механизмларини баҳолаш юзасидан фаолият самарадорлиги ўрганилган. Тадқиқот жараёнида кластер турларининг асосий элементлар бўйича таснифи, соғломлаштириш туризми кластерининг тузилмавий модели, соғломлаштириш туризми кластерининг вертикал бошқарув тузилмаси ҳамда соғломлаштириш кластерининг горизонтал бошқарув тузилмаси тадқиқотлар асосида ишлаб чиқилган ва улардан амалиётда фойдаланиш услубиёти асосланган.

Kalit so'zlar: туризм, соғломлаштириш, соғломлаштириш фаолияти, кластер турлари, соғломлаштириш кластерининг тузилмавий модели, соғломлаштириш кластерининг вертикал бошқарув тузилмаси, соғломлаштириш туризми кластерининг горизонтал бошқарув тузилмаси.

Abstract: In the article, the efficiency of activity is studied in relation to the assessment of the mechanisms of formation of tourist clusters in the management of health tourism activities. In the process of research, the classification of cluster types according to the main elements, the structural model of the health tourism cluster, the vertical management structure of the health tourism cluster and the horizontal management structure of the health tourism cluster were developed on the basis of research and the methodology of using them in practice was based.

Key words: tourism, wellness, wellness activities, types of cluster, structural model of wellness cluster, vertical management structure of wellness cluster, horizontal management structure of wellness tourism cluster.

Аннотация: В статье исследуется эффективность деятельности в контексте оценки механизмов формирования туристских кластеров при управлении оздоровительно-туристской деятельностью. В процессе исследования были разработаны классификация типов кластеров по основным элементам, структурная модель кластера оздоровительного туризма, вертикальная структура управления кластером оздоровительного туризма и горизонтальная структура управления кластером оздоровительного туризма на основе исследований и обоснована методология их использования на практике.

Ключевые слова: туризм, велнес, оздоровительная деятельность, виды кластеров, структурная модель оздоровительного кластера, вертикальная структура управления оздоровительного кластера, горизонтальная структура управления оздоровительного туристического кластера.

Жаҳон мамлакатлари иқтисодиётида сўнгги йилларда ижтимоий-иқтисодий тизимлар фаолиятини кластерли ёндашув асосида ривожлантириш йўналишидаги тадқиқотлар иқтисодиёт тизимидаги тармоқ ва соҳаларни интегратив, яъни бир мақсад йўналишидаги турли фаолият йўналишларини бирлаштирувчи тизимлар алоҳида корхона ёки тармоқларга нисбатан самарали эканлигини кўрсатмоқда. Юз бераётган таркибий ўзгаришлар глобал тенденцияларнинг алоҳида ҳолатларини ўзида акс эттираётганлигини охириги йиллардаги мамлакатимиз миллий иқтисодиёти тармоқларининг деярли барчасида юз бераётган фаолиятни ташкил этиш ва бошқаришнинг кластерли ёндашувида кўришимиз мумкин. Шунинг таъкидлаб ўтиш лозимки, ўзбек олимларининг тадқиқотларида ҳам мамлакатимиз ҳудудларида соғломлаштириш туризми фаолиятини самарали ташкил этиш йўналишларидан бири сифатида соғломлаштириш хизматлари кластерларини шакллантириш истиқболли йўналиш сифатида қаралмоқда.

Соғломлаштириш туризми кластерларини ташкил этиш ва улар фаолиятини бошқариш бўйича тадқиқотларда, биринчи навбатда, “кластер” атамасининг моҳиятини чуқурроқ ўрганиб чиқиш мақсадга мувофиқ. Ижтимоий-иқтисодий тизимлар фаолиятини кластерли ёндашув



асосида ривожлантириш йўналишидаги айрим тадқиқотларда “кластер” атамасига турлича таърифлар берилган бўлиб, турли мамлакатлардаги кластер асосидаги ривожланишнинг кенг тажрибаси таҳлил этилган. Кластерли ёндашувга асосланган назария асосчиси ҳисобланган М.Портернинг тадқиқотларида кластер моҳиятига: “...кластер – муайян соҳада умумий ва ташқи алоқалар билан бир-бирига боғлиқ бўлган компанияларнинг ва уларнинг асосий фаолияти билан боғлиқ бўлган муассасаларнинг географик яқин гуруҳидир”, деб таъриф берилган[1].

Замонавий ўзгаришлар шароитида ривожлантирилаётган кластерли ёндашув тўғридан-тўғри янги илмий-техник йўналишлар ва уларнинг тижоратлашувини рағбатлантирган ҳолда билимлар тўпламининг янги шакллари ташкил этиш учун асос ҳисобланади ҳамда билвосита таълим ва фан соҳасини ҳамда венчур бизнесини ривожлантиради.

Мавжуд тадқиқотларни назарий жиҳатдан ўрганиш кластерларнинг турли кўринишларини таҳлил қилиш асосида унинг қуйидаги 10 дан ортиқ белгиларини ажратиш олиш имконини бериши: фаолият натижалари, ишлаб чиқарилаётган маҳсулот тури, кичик корхоналардан иборат компанияларда билимларнинг тўпланиши, кластер ичидаги алоқалар таркибидаги фарқлар, бозордаги ҳулқ-атвор, ишлаб чиқариш кўлами, корхоналарнинг кластерга боғлиқлик даражаси, ишлаб чиқаришнинг марказлашув даражаси, кластернинг шаклланиш асослари ва бошқалар.

Ижтимоий-иқтисодий тизимларда мавжуд ва фаолият кўрсатаётган кластерлар ўзининг асосий элементлари нуқтаи назаридан ҳам алоҳида таснифланиши мақсадга мувофиқ.

1-жадвал: Кластер турларининг асосий элементлар бўйича таснифи[2]

Кластер тури	Кластернинг асосий элементлари
Дискрет кластер	Кичик ва ўрта корхоналар
Туристтик кластер	Турли тармоқ корхоналари
Логистик-транспорт кластерлари	Сақлаш, юклари етказиб бериш, инфратузилмани ривожлантириш
Инновацион кластер	Янги секторлар, янги корхоналар ва маҳсулот (хизмат) лар
Жараёнли (процессли) кластерлар	Жараён (процесс) тармоқлари корхоналари
Горизонтал ёки вертикал кластерлар	Умумий технологиялар ва кластер ядросидан фойдаланиш асосида саноат тармоқлариаро бирлашув
Сунъий кластерлар	Ҳукумат, ҳудудий давлат бошқаруви топириғи билан ташкил этилади.
Табиий (стихияли) кластерлар	Шароитдан келиб чиқиб бир маҳсулот ёки хизматни яратиш мақсадидаги бир ёки бир неча тармоқ корхоналарининг ўз имкониятларини бирлаштириш натижасида шаклланади.
Минтақавий ёки тармоқ кластерлари	Алоҳида тармоқ ёки ҳудуд доирасида шаклланади.
Пайдо бўлувчи, ривожланувчи, эскирган ва ҳаказо кластерлар	Кластернинг ҳаёттилик цикли босқичига боғлиқ.
Маҳаллий, ҳудудий (минтақавий), миллий ва трансмиллий кластерлар	Кластер кўламига боғлиқ ҳолда шаклланади.
Бизнес тизимлар томонидан бошқарилувчи, давлат ҳокимияти органлари томонидан бошқарилувчи ва ҳоказо	Бошқарув даражаси бўйича шаклланади.

Туризм соҳасида шаклланувчи кластерлар унинг ядроси ҳисобланган туристик хизмат кўрсатувчи корхоналар атрофида яратилган корхоналарнинг бизнесини ташкил этиш туристик маҳсулотни яратиш билан боғлиқ фаолиятни юзага келтириб, ушбу корхоналар яшаш ва овқатланиш, трансфер, савдо, кўнгилочар ва бошқа хизматлардан иборат бўлган хизматларни сотиб олади.

Туризм кластери маҳаллий (шаҳар) даражасида, шунингдек ҳудудий даражада ташкил этилиши мумкин. Кўпчилик тадқиқотчиларнинг, жумладан бизнинг фикримизча ҳам туризмга кластерли ёндашув минтақанинг иқтисодий ўсишига сезиларли ҳисса қўшади. Бугунги кунда турли мамлакатларда туризм соҳасидаги иқтисодий моделлар асосан кластерларнинг мутаносиблигини ошириш учун ишлаб чиқилган. Бу эса бир вақтнинг ўзида тўғридан-тўғри туристик



хизматлар кўрсатиш тизими билан биргаликда ёндош, тўлдирувчи хизмат соҳаларининг ҳам ривожланишини таъминлайди.

Соғломлаштириш туризми кластерлари жаҳоннинг кўплаб мамлакатларида иқтисодий ўсиш локомотиви ҳамда ҳудудий инновацион тизимлар иштирокчилари ўртасидаги муносабатларнинг самарали воситаси сифатида фаолият кўрсатмоқда[3].

Соғломлаштириш туризми кластерларини ташкил этиш ва уларнинг фаолияти бўйича хориж тажрибаси қуйидаги асосий тамойиллар устига қурилганлигини кўриш мумкин:

- корхоналарнинг ҳудудий концентрацияси;
- кластер иштирокчиларининг қўшилган қийматни яратиш занжири асосидаги чуқур технологик кооперацияси;
- кооперация ва рақобатнинг мутаносиблиги;
- фаолиятнинг инновацияларга асосланиши;
- давлат-хусусий шерикчилик механизмининг амал қилиши.

Жаҳон амалиётида соғломлаштириш туризми кластерида қийматнинг тўпланиш тизими қуйидаги бир неча занжирлар турларидан иборат[4]:

1. Етказиб берувчилар томонидан қўшилган қийматнинг яратилиш занжири.
2. Жойлаштириш, кўнгил очар хизмат корхоналари ҳамда соғломлаштириш маҳсулотини сотиш каналларида қўшилган қийматнинг яратилиш занжири.
3. Рекреантлар (турмаҳсулот харидорлари) томонидан истеъмол жараёнида қўшилган қийматнинг яратилиш занжири.

Бутунжаҳон туристик ташкилоти (БТТ) маълумотларига кўра, аниқ соғломлаштириш мажмуасида рекреантларнинг 7 кунлик ташрифи давомида 10 тадан 20 тагача занжирли тизим фаолият кўрсатади. Ушбу занжирли боғланган тизимларда 30-50 та атрофидаги корхоналар (экскурсия бюролари, ихтисослашган савдо дўконлари, туристик ахборот корхоналари, суғурта компаниялари, валюта алмаштириш шаҳобчалари, такси хизмати ва бошқалар) бир мақсад йўлида, яъни рекреантларга хизмат кўрсатиш йўналишида иш олиб борадилар.

Юқоридаги фикрларни умумлаштириладиган бўлса, соғломлаштириш туризми фаолиятини кластерли ёндашув асосида ташкил этиш мавжуд тизимдаги корхоналар фаолияти бошқарувини интегратив омил асосида қайта ташкил этилишини таъминлаш орқали асосий фаолият ва унинг атрофида шаклланувчи инфратузилма тизимлари фаолиятини бир мақсад йўлида бирлаштиради.

Шу нуқтаи назардан келиб чиқиб, бугунги кунда мамлакатимиз ҳудудларида мавжуд соғломлаштириш туризми фаолиятини самарали ташкил этиш учун кластерли ёндашув таклиф этилмоқда. Соғломлаштириш туризми хизматлари кластерида, мавжуд шарт-шароитлардан келиб чиқиб, кластернинг асосий тузилмаси сифатида соғломлаштириш хизматларни таклиф этувчи муассасалар қаралса, кластер билан алоқадаги элементлар сифатида ҳудуд администрацияси, кластер таркибидаги ёндош ва қўшимча хизматларни таклиф этувчи корхоналар ҳамда кластер ривожланаётган ҳудуд ёки минтақа қаралади.

Фойдаланилган адабиётлар рўхати:

1. Porter, M. 2001. Competition Moscow: Publishing House "Williams", – 495 p. – P. 207.
2. Рудченко В.Н. Кластеры в туризме: особенности классификации, процесс формирования и методы оценки // Общество. Среда. Развитие. – 2016, № 4. – С. 13.
3. Mirzaev, A. T. (2020). Assessment of cluster formation in management of recreational activity. ISJ Theoretical & Applied Science, 04 (84), 605-610. <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2020.04.84.101>.
4. Mirzaev, A.T (2018) "The level of use of tourist attractions in the regions and the factors affecting them," Economics and Innovative Technologies: Vol. 2018: No.3,Article19.Available at: <https://uzjournals.edu.uz/iqtisodiyot/vol2018/iss3/19>

QORAQALPOG'ISTON RESPUBLIKASINING O'ZIGA XOS EKOLOGIK MEROSI

Xoshimov Baxrom Baxadirovich
TDIU mustaqil tadqiqotchisi

Annotatsiya: Mavzu o'z ichiga mamlakatimizda turizm bo'yicha olib borilayotgan siyosatlarni hamda unga to'sqinlik qilayotgan ekologik muammolarni yoritib bergan, shu asnoda muammolarga yechimlarni aniqlashtirish ko'zda tutilgan.

Kalit so'zlar: flora, fauna, rayon.

Abstract: The subject includes policies on tourism in our country and highlighted the environmental problems that hinder it, and in this context it is envisaged to clarify the solutions to the problems.

Key words: flora, fauna, region.

Аннотация: Тема включает в себя политику, проводимую в отношении туризма в нашей стране экологические проблемы, препятствующие ее развитию, и в этом контексте планируется прояснить решения проблем.

Ключевые слова: флора, фауна, район.

Yildan-yilga dunyoda ekologik ta'lim, aholi o'rtasida ekologik madaniyatni shakllantirishga katta ahamiyat berilmoqda. Asosiy xususiyati tabiatga mehr va g'amxo'rlikdan iborat bo'lgan ekoturizm aholining ekologik madaniyatini yuksaltirishga ijobiy ta'sir ko'rsatadi, shuningdek, hayvonot dunyosini asrab-avaylashga xizmat qiladi.

Ekologik turizm butun dunyoda jadal rivojlanayotgan turizm turlaridan biridir. Turizmning bu turi atrof-muhit holatidan xavotirda bo'lgan turistlar orasida keng tarqalgan. So'nggi o'n yilliklarda dunyoda sayohatning ushbu turi tez sur'atlar bilan o'sib bormoqda va bu birinchi navbatda atrof-muhitning yildan-yilga yomonlashib borayotgani bilan izohlanadi.

O'zbekiston Respublikasi iqtisodiyoti dunyodagi eng jadal rivojlanayotgan mamlakatlardan biridir. Mamlakatning qulay geografik joylashuvi, iqlimi, landshaftlarining xilma-xilligi, shuningdek, bir qator muhofaza etiladigan tabiiy hududlari tufayli ekoturizmni rivojlantirish va ommalashtirish uchun keng imkoniyatlar mavjud.

Bugungi kunda O'zbekiston Respublikasining muhofaza etiladigan tabiiy hududlar tizimiga quyidagilar kiradi: 8 ta qo'riqxonasi, 2 ta tabiiy milliy va 1 ta milliy bog', 1 ta biosfera rezervati, 12 ta qo'riqxonasi va 7 ta tabiiy yodgorlik. Cheksiz cho'llar, ko'p sonli daryolar, ko'llar va suv omborlari, ulkan tog'tizmalari, shuningdek, o'simlik va hayvonot dunyosining xilma-xilligi sayyoramizning turli burchaklaridan tabiat ixlosmandlarini o'ziga jalb qiladi.

Atrof-muhit sifatining doimiy ravishda yomonlashishi ekoturlarga bo'lgan talabning oshishiga va uning rivojlanishiga olib keladi. O'zbekiston Respublikasi ekoturizmni rivojlantirish uchun ulkan salohiyatga ega.

Birgina Qoraqalpoq orol bo'yi xududlarini oladigan bo'lsak, bu xududni naqadar ekologik ko'rsatkichlarini yuqoriligini ko'rishimiz mumkin.

Qoraqalpog'iston Respublikasining cho'l hududlarining o'ziga hos xususiyatlarini hisobga olgan holda turistik marshrutlarini amalga oshirish maqsadga muvofiq. Masalan, Xo'jayli tumaniga deyarli xorijlik turistlar tashrif buyurmaydi. Tashrif buyurganlari ham faqat Mizdaxkan o'rta asr shahri xarobasi, Mazlumxon-sulu maqbarasi, "Erejep Xalifa" maqbarasi, Shamun-nabi Maqbarasiga tashrif buyuradilar.

Textako'pir tumanidagi turistik ob'ektlarning infratuzilmasi Qarateran ko'li, Aydos qal'a (Aq jag'is), Baraktam-1, Baraktam-2, Jaman qal'a, Qorg'ancha qala, Qo'sh minar, Qilish qal'a, Mexterqal'a, Taq minarning deyarli talabga javob bermasligi va Nukusdan yiroqligi sababli xorijlik turistlarni u darajada nazarini tortmaydi.



Bu tumanlarda xorijlik turistlarni hozirda eng ommalashib borayotgan Cho'l landshafti, ekologik, rekreatsion turizm yo'nalishlari bo'yicha jalb qilish choralarini ko'rishimiz lozim.

Quyi Amudaryo davlat biosfera rezervati (oldingi "Baday-to'qay" davlat qo'riqxonasi) – Sulton Uvays tog' tizmasi etagi va Qorator tog'ining o'ng tarafida, Amudaryoning o'ng sohilida joylashgan hududda joylashgan tabiiy resrlardan oqilona foydalanib, xorijiy va mahalliy turistlar uchun ekoturlarni tashkil etish lozim.

Xo'jayli tumanida 1ta "Xo'jayli" tumanida (26ta o'ringa) mo'jjallangan mehmonxona faoliyat olib boradi. Bu mehmonxonadagi xizmatlar sifati ham talab darajasida emas. Sababi tumanga tashrif buyurayotgan xorijlik turistlar Nukus shahridagi mehmonxonalarga joylashayotganligi tufayli deyarli bu mehmonxonaga xorijlik va mahalliy turistlar tashrif buyurmaydi. Faqat tumanga shaxsiy masalalar bilan kelgan fuqarolar tashrif buyuradi. Tumanda ekoturizmga mo'jjallangan kichik mehmon uylarni ko'paytirish lozim.

Ellikqal'a tumaniga turistlar tashrifi tahlili ko'rsatishicha tumanga yiliga o'rtacha 25-30 mingta xorijlik turistlar tashrif buyuradi. Bu turistlarning aksariyat qismi Ayoqqal'a va Tuproqqal'aga tashrif buyuradi. Shu bilan birgalikda qisman xorijlik turistlar Buran qal'a, Burli Qal'a, Duman qal'a, Jel'dik qal'a – mayin shamolli qal'a, Kichik Qirg'iz qal'a,

Qavat qal'aga ham tashrif buyuradi. Ammo, tumanga kelayotgan xorijlik turistlarning 90 % Xorazm viloyati orqali tashrif buyurmoqda, ular tumanda bor-yo'g'i 4-5 soatgina bo'lmoqda.

Shuning uchun turistlar oqimini Nukus shahri orqali amalga oshirish maqsadga muvofiq bo'ladi.

Butunjahon ekotizim muammolari bilan bog'liq bo'lgan tashkilotlar bilan hamkorligini kengaytirish, ular tomonidan taklif qilinadigan loyihalarga qatnashish lozim, bu esa moliyaviy mablag'larni jalb etish, shu bilan birga ekologik turizm infratuzilmasidagi muammolarni hal etishga qaratiladi.

Shuni ta'kidlash kerakki, ekoturistlarning asosiy qismi sayyoramizning odam qo'li tegmagan burchaklaridagi tabiat va hayotga qiziquvchi, sanoati rivojlangan mamlakatlar aholisidir.

Rivojlanayotgan davlatlar orasida Kosta-Rikadan tashqari Tanzaniya, Ekvador, Keniya, Karib dengizi va Okeaniya kabi davlatlar qiziqish uyg'otsa, rivojlangan davlatlar orasida Avstraliya, Yangi Zelandiya va Janubiy Afrika yetakchilik qilmoqda. Masalan, Avstraliya milliy bog'lari ekologik turizmning asosini tashkil etuvchi mamlakat bo'lib, har yili butun dunyodan sayyohlarning 40% u yoki bu bog'ga tashrif buyurishadi.

Bugungi kunda ekologik turizm insonning xulq-atvor madaniyatini shakllantirishda muhim ijtimoiy rol o'ynaydi, odamlarda atrof-muhit va tabiiy muhitni asrash uchun g'amxo'rlikni shakllantirishga yordam beradi, shuningdek, aholining madaniyati darajasiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi. Bundan tashqari, ekoturizm ijtimoiy makon va tabiiy makon o'rtasidagi uzviy bog'liqlikdir.



QORAQALPOQ O'LKASI TURIZM ISTIQBOLLARI

Dehqonov Burxon Rustamovich

TDIU Tayanch doktranti

O'zbekiston hududida jo'lashgan turizm salohiyatiga boy Qoraqalpog'iston o'zining boy madaniy merosi, tarixiy obidalari, qo'riqxonalar va rang-barang landshaftlari bilan noyob turizm turlarini taklif etadi. Mavjud istiqboldan samarali foydalanish maqsadida hukumat tomonidan bir qancha dasturlar qabul qilingan bo'lib quyidagi yo'l xaritasi bunga misol bo'ladi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "2022—2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida" 2022-yil 28-yanvardagi PF-60-son Farmonida belgilangan ko'rsatkichlarga erishish hamda Qoraqalpog'iston Respublikasining turizm salohiyatidan samarali foydalanish, ichki va xorijiy turizm bozorlari uchun hududning jozibadorligini oshirish, turizm, madaniy meros, madaniyat va san'at sohalarini infratuzilmasini yaxshilash, yangi turizm xizmatlarini joriy qilish, milliy hunarmandchilik mahsulotlari turlarini ko'paytirish, sohada yangi ish o'rinlarini yaratish maqsadida Vazirlar Mahkamasi qarori ishlab chiqilgan bo'lib ijrosi amaliyotga tadbir etib kelinmoqda¹.

1-jadval: 2022–2026-yillarda Qoraqalpog'iston Respublikasida turizm sohasini rivojlantirishning maqsadli ko'rsatkichlari²

T/r	Ko'rsatkichlar nomi	2022-y.	2023-y.	2024-y.	2025-y.	2026-y.
1.	Ichki turistlar tashrifi soni (ming kishi)	552	663	774	885	996
2.	Xorijiy turistlar soni (ming kishi)	50	80	110	150	180
3.	Xizmatlar eksporti (mln AQSh doll)	13,5	25	36,5	48	59,5
4.	Joylashtirish vositalaridagi xonalar soni	1 005	1 200	1 360	1 555	1 905
5.	Mehmonxonalardagi xonalar fondining bandlik darajasi	35,0	43,0	51,0	59,0	74,0
6.	Joylashtirish vositalaridagi o'rinlar soni	1 990	2 260	2 520	2 850	3 370
7.	Mehmonxonalar soni (dona)	36	40	42	44	50
8.	Oilaviy mehmon uylari soni (dona)	48	57	66	78	92
9.	Xostellar soni (dona)	23	29	35	41	48
10.	Internet (4G va 5G texnologiyalarini hisobga olgan holda) qamrovi darajasini oshirib borish	10	12	14	16	20

Yo'l xaritasida quyidagi prognoz keltirilgan bo'lib bu kelajakda hududda turizmni rivojlanishini ko'rsatadi. Jadvalda Ichki turistlar tashrifi soni (ming kishi), Xorijiy turistlar soni (ming kishi), Xizmatlar eksporti (mln AQSh doll), Joylashtirish vositalaridagi xonalar soni, Mehmonxonalardagi xonalar fondining bandlik darajasi, Oilaviy mehmon uylari soni (dona), Xostellar soni (dona), Internet (4G va 5G texnologiyalarini hisobga olgan holda) qamrovi darajasini oshirib borishi statistikasi keltirib o'tilgan. Qoraqalpog'iston turizm salohiyati boy hudud hisoblanadi, keling, Qoraqalpog'iston turizmining ba'zi o'ziga hos jihatlari va istiqbollarini ko'rib chiqaylik:

- 1. Tarixiy va madaniy diqqatga sazovor joylar:** Qoraqalpog'iston qadimiy tamaddunga ega bo'lib, YUNESKONing Butunjahon merosi ro'yxatiga kiritilgan qadimiy Xiva shahri, Mizdaxon me'moriy majmuasi kabi tarixiy obidalar joylashgan. O'rta asrlarga oid saqlanib qolgan binolar, maqbara va qal'alar bilan ushbu diqqatga sazovor joylar tashrif buyuruvchilarga mintaqaning boy tarixiy va madaniy merosi bilan tanishish imkonini beradi.

¹ O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining qarori 2022 — 2026-yillarda Qoraqalpog'iston Respublikasining turizm salohiyatini rivojlantirish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida.

² O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining qarori 2022 — 2026-yillarda Qoraqalpog'iston Respublikasining turizm salohiyatini rivojlantirish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risidagi Vazirlar Mahkamasining 2022-yil 28-sentabrdagi 545-son qaroriga 1-ilova.



2. **Orol dengizi:** Orol dengizi so'nggi yillarda jiddiy ekologik muammolarga duch kelgan bo'lsa-da, uning qisqarib borayotgan suvlari va o'zgaruvchan landshaftlari ekoturistlar va tadqiqotchilarning e'tiborini va qiziqishini uyg'otdi. Orol dengizi hududi inson faoliyatining ekologik oqibatlariga guvoh bo'lish va atrof-muhitni asrash va tiklash borasidagi sa'y-harakatlarni muhokama qilish uchun noyob imkoniyatni taqdim etadi.
3. **Ekoturizm va qo'riqxonalar:** Qoraqalpog'istonda Barsa-Kelmes qo'riqxonasi va Ustyurt platosi kabi bir qancha qo'riqxonalar va qo'riqlanadigan hududlar joylashgan. Ushbu toza ekotizimlar ekoturizm, qushlarni kuzatish, yovvoyi tabiatni kuzatish, piyoda yurish va lager kabi ochiq havoda sayr qilish uchun imkoniyatlar mavjud. Turli xil flora va faunaga ega Qoraqalpog'iston tabiat ixlosmandlariga noyob landshaftlarni o'rganish va mintaqaning tabiiy go'zalligini his qilish imkoniyatini beradi.
4. **An'anaviy hunarmandchilik va madaniy tajribalar:** Qoraqalpoq madaniyati o'zining an'anaviy hunarmandchiligi, jumladan, gilamdo'zlik, kashtachilik, kulolchilik va zargarlik buyumlari bilan mashhur. Tashrif buyuruvchilar amaliy tajriba bilan shug'ullanishlari, an'anaviy texnikalar bilan tanishishlari va haqiqiy hunarmandchilik mahsulotlarini sotib olishlari, mahalliy hunarmandlarni qo'llab-quvvatlashlari va madaniy almashinuvni rivojlantirishlari mumkin.
5. **Cho'l turizmi:** Mintaqaning keng Qizilqum cho'li turizmi, jumladan tuya sayrlari, cho'l safari va yulduzlarni tomosha qilish uchun imkoniyatlar yaratadi. Noyob cho'l landshaftlari, qum tepalari va mahalliy ko'chmanchi aholi an'analari haqida ma'lumot olish mumkin.
7. **Madaniy bayramlar va tadbirlar:** Qoraqalpog'istonda yil davomida turli madaniy tadbirlar va festivallar, jumladan, an'anaviy musiqa va raqs chiqishlari, tuyalar poygasi va folklor bayramlari o'tkaziladi. Ushbu bayramlar tashrif buyuruvchilarga mahalliy urf-odatlar va oshpazlik mahoratlari o'tkaziladi.

Qoraqalpog'iston o'zining sayyohlik salohiyatini to'liq ro'yobga chiqarish uchun infratuzilmani rivojlantirishni davom ettirish, transport aloqasini yaxshilash, targ'ibot va marketing ishlarini kuchaytirish, madaniy va tabiiy ob'yektlarni doimiy saqlashdan turizmga bo'lgan talabni qondiradi.

Qoraqalpog'istonda turizmning istiqbolli, chunki mintaqalar tarixiy meros, tabiiy go'zallik, madaniy tajribalar va noyob ekologik landshaftlarni o'zida mujassam etgan. Qoraqalpog'iston ushbu boyliklarni sarmoyalash va barqaror turizm amaliyotini ta'minlash orqali turli xil turistlarni jalb qilishi va mintaqaning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishiga hissa qo'shishi mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar va internet resurslari:

1. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining qarori 2022—2026-yillarda Qoraqalpog'iston Respublikasining turizm salohiyatini rivojlantirish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida.
2. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining qarori 2022—2026-yillarda Qoraqalpog'iston Respublikasining turizm salohiyatini rivojlantirish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risidagi Vazirlar Mahkamasining 2022-yil 28-sentabrda 545-son qaroriga 1-ilova.
3. Rustamovich, Dehkonov Burhon. "Analysis of the Development of Tourism in Uzbekistan." Journal of International Business Research and Marketing 5.6 (2020): 28-33.
4. Rustamovich, Dehkonov Burhan. "QUALITY AND SAFETY OF PUBLIC CATERING SERVICES IN UZBEKISTAN." European Journal of Life Safety and Stability (2660-9630)(2021/5/23): 19-23.



IMPLEMENTING SMART TOURISM STRATEGIES IN KARAKALPAKSTAN

Mukhanov Murod Mukhan ugli

Senior teacher of Hotel business department Tashkent state university of economics

The tourism industry plays a crucial role in the economic development of regions and nations worldwide. Karakalpakstan, a region known for its unique cultural heritage and natural attractions, the implementation of Smart tourism represents an opportunity to enhance the overall visitor experience, promote sustainable development, and foster economic growth.

This thesis explores the ways of integration of Smart technologies in the tourism sector of Karakalpakstan using international practice and evaluates its potential impact on various aspects, including infrastructure, cultural preservation, environmental sustainability, digitalisation and economic prosperity.

Some cultural heritage researches have been conducted in this region in order to do further operations. Karakalpakstan, an autonomous republic within Uzbekistan, possesses unique tourism potential characterized by its rich cultural heritage, historical significance, and diverse natural landscapes. Nukus, the capital of Karakalpakstan, is home to the State Museum of Art named after I.V.Savitsky, which houses an extensive collection of avant-garde Russian and Uzbek art. The museum attracts art enthusiasts from around the world. Karakalpakstan region also boasts archaeological sites dating back to the ancient Khorezm civilization, including the historical city of Khiva, a UNESCO World Heritage site.

In recent half century one of the biggest lake in Central Asia located in Karakalpakstan was the Aral sea. Although the Aral Sea has faced ecological challenges, the remnants of the sea and its desolate landscapes present a unique and poignant attraction for ecotourists interested in environmental issues. Ustyurt Plateau is also known for its dramatic landscapes. The Ustyurt Plateau offers opportunities for adventure tourism, including hiking and exploration of its unique geological formations.

Traditional music and dance of Karakalpakstan is cultural heritage through traditional music and dance festivals, providing visitors with a vibrant and immersive experience. Adventure tourism is famous in this region. The vast desert landscapes provide opportunities for camel trekking, allowing adventure enthusiasts to explore the region's remote areas.

Moreover, Karakalpakstan provides a glimpse into nomadic lifestyles, allowing visitors to experience and appreciate the region's traditional practices and customs.

Despite its considerable tourism potential, Karakalpakstan faces challenges such as limited infrastructure, environmental issues related to the Aral Sea, and the need for sustainable tourism practices. Efforts to address these challenges and promote responsible tourism can contribute to the region's development while preserving its cultural and natural treasures.

Implementing Smart tourism involves leveraging technology and international best practices to enhance the overall tourism experience for visitors and optimize destination management. For instance, the Smart city project concerning Smart water management and water metering is important these days. The project's major goal is to promote sustainable water resource management by ensuring the long-term protection of available resources and the environment. This kind of system can help reduce water loss, improve water quality, and ensure that everyone has access to water. It will include, among other things, the installation of leak detection and prevention system, the installation of Smart water meters with high accuracy and automatic meter reading, the installation of a water supply network monitoring, control, and full automation system, and the installation of an automatic chlorination system.

Karakalpakstan has faced major issues in real-time monitoring and management of its water resources, particularly water quantity and quality, for a long time. Optimal management and active leakage control will drastically reduce water losses. In addition, improving the quality of the water



supplied to citizens is of major importance, as it is inextricably linked to their health. Karakalpakstan, which attracts international tourists each year, also places a great emphasis on sustainable development.

Since cities are aiming to become a sustainable city, and introduced the “Living Lab” project to test solutions have been created for lower carbon dioxide emissions, to rise the energetic efficiency and to reduce the city’s polluting emissions. The overall goal of the project and the city is to develop environmentally friendly and ecologic technology. The envisioned technology encompasses a range of innovations, such as lamps that measure CO₂ emissions, pavements that reduce vehicles’ speed without the driver’s intervention, a bicycle sharing system connected to the public transportation system, real-time accounting of carbon dioxide emissions saved with intelligent mobility, or a house covered in solar panels that follows the movement of the sun and stores energy. These are some of the technological innovations, developed by more than 18 partners that will be implemented under this project. “Living Lab” is being funded by the Ministry of Environment in Europe.

By integrating Smart tourism practices in ecologically challenging cities, destinations can work towards mitigating environmental impact, fostering sustainability, and creating a positive and responsible experience for tourists. This approach aligns with the broader goals of sustainable tourism, ensuring that the industry contributes to the well-being of both the environment and the local communities. There are many ways that can be adopted and applied Smart tourism practices.

Firstly, innovative technologies and services that align with Smart tourism goals should be adopted to support new tourism products. Countries should also seek ways to promote and incorporate sustainable practices to improve the longevity of their communities and economies. Smart Tourism also relies on collaboration between countries and cities to foster dialogue, share successful practices, and develop an intercity and international knowledge base for the future.

Some practical applications of Smart tourism include mobile applications, websites, and IoT (Internet of Things) devices that provide tourists with flexible solutions from various digital touchpoints. Mobile applications and websites can be a great way to connect tourists on the go. They can be used country-wide, and they are easy to access. They can be designed to offer real-time information about attractions, transportation, or events. They can also have a chatbot feature for tourists to seek information without visiting a brick-and-mortar tourism office.

Digital applications of Smart tourism can offer recommendations based on individual preferences and can even incorporate augmented reality to deliver immersive, interactive experiences at historical sites and landmarks. Better yet, incorporating more technological solutions can reduce the carbon footprint of the local tourism sector by reducing the need for excessive driving and paper products.

For host countries, the data gathered from various touchpoints can be used to gain valuable insights into visitor behavior. This helps them create tailored marketing strategies and improve resource use for more effective and efficient tourism management. Smart Tourism applications can be pivotal in how travelers engage with destinations, enhancing convenience, personalization, and sustainability.

Many destinations already see great results from implementing Smart Tourism solutions and tools. Here are some of the places that are inspiring the world with their innovative examples of Smart Tourism. The Smart City Framework Malaysia (MSCF), part of the Smart Tourism 4.0 initiative led by the Minister for Tourism, Dato’ Seri Mohamed Nazri Abdul Aziz, is considered an international success. The project’s primary goal was to overcome urban challenges at the local level by implementing Smart solutions for the “inefficient delivery of urban services, environmental pollution, and traffic congestion.”

Small town Gothenburg in Sweden has been named the world’s most sustainable destination by the Global Destination Sustainability Index and was a Winner of the 2020 European Capitals of Smart Tourism. Visitors to Gothenburg will experience wide-spread 4G coverage, Smart grids for traffic and electricity, and optimized public transportation systems. The city also has its own informative website with a real-time chat function. 92% of the city’s hotels and 100% of meeting facilities are certified as environmentally friendly. Visitors attending large-scale events can rest assured that the venue and the event have been optimized to be as sustainable as possible.



Named the European Capital of Smart Tourism in 2019, Helsinki has developed several Smart public transportation solutions, including driverless buses, bicycle paths, electric cars, and more. They also installed “Helsinki Helpers” throughout the city that can offer assistance in multiple languages. Visitors can use the Helsinki Road Map, which guides tourists and prevents overcrowding for local business owners and residents. Helsinki hopes to become carbon neutral by 2035.

In this era of rapid technological advancements, Smart tourism stands as a testament to the transformative power of innovation in the travel industry. As we navigate an increasingly interconnected world, the applications of Smart tourism continue to revolutionize the way we explore new destinations. It's not just about convenience and personalization; it's about forging a sustainable and secure path toward memorable travel experiences. The future of tourism is, undeniably, Smarter and more promising than ever before, and it offers a glimpse into a world where travel seamlessly combines the best of technology with the essence of adventure. So, whether people are an avid explorer or a curious wanderer, Smart tourism is the gateway to a future filled with extraordinary journeys and unforgettable memories.



QORAQALPOG'ISTON RESPUBLIKASI TURIZM SEKTORIDAGI INTEGRATSIYANING NAZARIY ASOSLARI

Xalimova Fayyoz Nafasovna

TDIU Turizm kafedrası katta o'qituvchi

Annotatsiya: Mazkur maqolada Qoraqalpog'istonning iqtisodiyotidagi ishlab chiqarish sohalari hamda xizmat ko'rsatuvchi tashkilotlarning turizm sohasi bilan barqaror hamkorligini samarali yo'lga qo'yish, Qoraqalpog'iston turizm sohasini boshqa sohalalar bilan integratsiyalashuvini tizimli yo'lga qoyish tahlil qilingan.

Kalit so'zlar: Turizm, Qoraqalpog'iston Respublikasi, xizmat, kasb-hunar, ta'limi, Orolbo'yi.

Abstract: Effective establishment of stable cooperation of production sectors and service organizations in the economy of Karakalpakstan with the tourism sector. Integration of tourism industry of Karakalpakstan with other industries in a systematic way.

Key words: Tourism, Republic of Karakalpakstan, service, profession, education, Arolbo'yi.

Аннотация: Эффективное налаживание устойчивого сотрудничества производственных отраслей и организаций сферы услуг экономики Каракалпакстана с туристической сферой. Интеграция туристической отрасли Каракалпакстана с другими отраслями на системной основе.

Ключевые слова: Туризм, Республика Каракалпакстан, услуга, профессия, образование, Аралбойи.

Bugungi kunda turizm dunyoning ko'plab mamlakatlari iqtisodiyotining jadal rivojlanayotgan tarmog'i bo'lib, iqtisodiyotga qo'shimcha sarmoya kiritilishini ta'minlaydi, ishsizlikni kamaytiradi va infratuzilmani rivojlantirishga yordam beradi. Bu ishsizlik darajasini pasaytirish, aholi bandligini ta'minlash, transport faoliyatini, qurilish industriyasini rivojlantirishga katta ta'sir ko'rsatmoqda, shuningdek, hududlarda milliy madaniyatni saqlashga xizmat qilmoqda. Yuqoridagi barcha omillarni hisobga olgan holda, davlat turizm faoliyatida turli xil rivojlanish dasturlarini yaratadi.

«2022–2026-yillarda Qoraqalpog'iston Respublikasining turizm salohiyatini rivojlantirish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida»gi O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi-ning qarori qabul qilindi. Qarorga ko'ra, Qoraqalpog'iston Respublikasi, ayniqsa, Mo'ynoq tumanining ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishi va turizm salohiyatini targ'ib qiluvchi matnli, video materiallarni qoraqalpog', o'zbek, rus va ingliz tillarida tayyorlab, ommaviy axborot vositalarida, jumladan, televidenie va radioda muntazam yoritib boriladi hamda turistik ob'ektlarga tarqatiladi. Xorijiy va mahalliy ommaviy axborot vositalari vakillari, jurnalistlar va bloggerlar ishtirokida infoturlar tashkil qililib, ular yoritib boriladi.

Orolbo'yi mintaqasining ijtimoiy va madaniy-ma'rifiy salohiyatini yanada oshirish bo'yicha «Orol orzusi» dasturida belgilangan chora-tadbirlar amalga oshiriladi.

Qoraqalpog'iston Respublikasi Vazirlar Kengashi hamda Turizm va madaniy meros vazirligi ikki oy muddatda Ellikqal'a tumanidagi «Sharq yulduzi» ovul fuqarolari yig'inining «Aqchako'l» hududida turistik dam olish maskanlari, savdo-ko'ngilochar xizmatlarini tashkil etish va shu maqsadda zarur infratuzilmani barpo qilish bo'yicha hududning bosh rejasi ishlab chiqiladi, ikki oy muddatda Jamg'arma mablag'lari hisobidan Chimboy tumani «Kokshiqal'a» mahalla fuqarolar yig'inida faoliyat olib borayotgan o'tov (qora uy) tayyorlovchi hunarmandlar ustaxonalarini milliy ko'rinishda ta'mirlash va hududni obodonlashtirish ishlarini tashkil qiladi.

Qoraqalpog'iston Respublikasi Vazirlar Kengashi hamda Turizm va madaniy meros vazirligi mutasaddi vazirlik va idoralar bilan birgalikda:

- Orolbo'yi muammolari, ularni bartaraf etish hamda mintaqada turizmni rivojlantirish bo'yicha amalga oshirilayotgan keng ko'lamlı ishlar bilan jahon hamjamiyatini yaqindan tanishtirish, xorijiy davlatlar, xalqaro tashkilotlar grantlari va investorlarning mablag'larini hududga jalb qilish;



- xorijiy hamkorlar uchun «Orolbo'yi ezgu niyat elchilari» xalqaro muloqot platformasini tashkil etish va Mo'ynoqda xalqaro konferentsiya o'tkazish;
- «yashil makon» umummilliy loyihasi doirasida yoshlarning ekologik madaniyatini oshirish, tashrif buyuruvchi mahalliy va xorijiy sayyohlar tomonidan Orolbo'yi mintaqasining iqlimiga mos daraxt hamda saksovul ko'chatlarini ekishni targ'ib qilish;
- respublikadagi yoshlarning Mo'ynoq tumaniga tashrifini tashkil etish, mahalliy yoshlar ishtirokida madaniy-ko'ngilochar tadbir va ekologik aksiyalar tashkil etish choralari ko'radi.

Zamonaviy iqtisodiy tizimda integratsiya turizm industriyasini rivojlantirishning istiqbolli yo'nalishlaridan biri hisoblanadi. Integratsiyani shakllantirishning eng global shartlaridan biri jahon xo'jalik tizimining rivojlanishi doirasida global turizm jarayonlarining o'zaro bog'liqligini kuchaytirishdir.

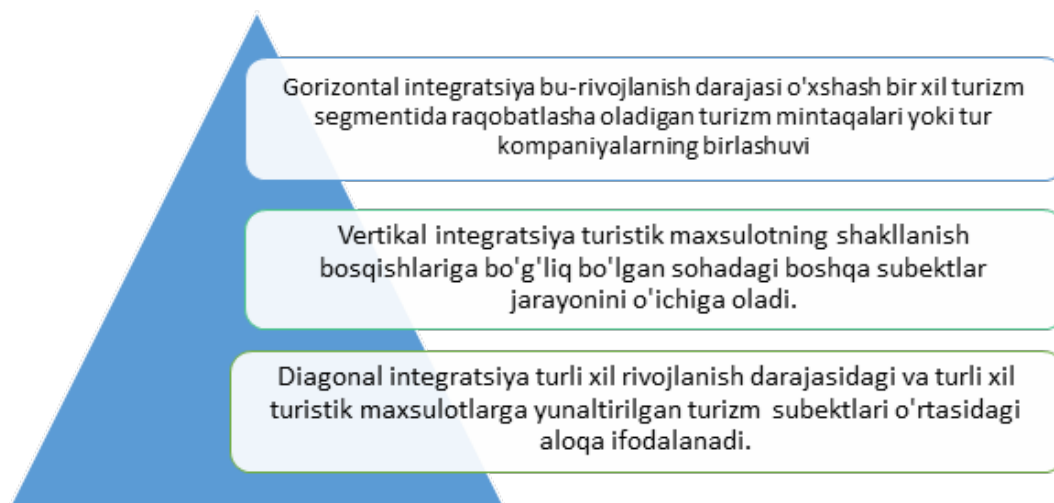
Integratsiyalashgan model – bu o'zaro bog'liq modellar yig'indisi bo'lib, ularning har biri jarayon faoliyatining alohida tomonlarini tavsiflaydi va ular birgalikda sohadagi vazifalarni o'z vaqtida hamda aniq ma'lumotlarga tayangan holda bajarilishini ta'minlaydi.

Turizmdagi integratsiya – bu ta'sir doiralarini kengaytirish uchun bir nechta turistik hududlarni birlashtirish yoki shu sohani rivojlanishiga bevosita hamda bilvosita ta'sir etuvchi manfaatdor tomonlarning uzaro kelishuvidir.

Xizmat ko'rsatish sohasi iqtisodiyotning bir qismi bo'lib, u tijorat va notijorat xizmatlarning barcha turlarini o'z ichiga oladi va yaqinda zamonaviy jamiyat hayotida etakchi o'rinni egallaydi. Xizmat ko'rsatish sohasiga quyidagilar kiradi: xizmat ko'rsatish va ijtimoiy soha. Turizm ijtimoiy sohaga tegishli bo'lib, turizmning dam olish, tibbiy, gastronomik, sport, ekskursiya va boshqalar kabi turlarini o'z ichiga oladi.

Turizm integratsiyasining unifikatsiya darajalari uch guruhga bo'lib o'rganiladi:

- Gorizontal integratsiya.
- Vertikal integratsiya.
- Diagonal integratsiya.



1-rasm: Turistik integratsiya birlashmaning bir necha darajalariga ega

1-rasmdagi ma'lumotlarni o'rganib chiqib, shunday xulosaga kelishimiz mumkinki, jarayonlar integratsiyasi qonunlar yoki davlat organlari ishtiroki asosida emas, balki bozor munosabatlarini keng rivojlantirish asosida amalga oshiriladigan yana bir tamoyilga asos bo'lishi mumkin. Bu jarayon esa turizmning o'zi, xizmat ko'rsatish, turdosh, qulaylik beruvchi va boshqa sohalarni rivojlantirishning barcha asosiy tarkibiy qismlari bo'ylab rivojlanmoqda. Har bir yo'nalishda yangi bo'shliqlar va yangi bozorlarni zabt etish asosida shakllanadigan muayyan aloqa zanjirlari shakllanadi. Bu borada eng muvaffaqiyatli bo'lganlar «yagona mahsulot» ishlab chiqarish turlari: mehmonxonalar, oziq-ovqat ishlab chiqarish, ichimliklar va boshqalar.

Qoraqalpog'iston ichki va xalqaro sayyohlarga haqiqiy, noma'lum va gavjum bo'lmagan sayohat yo'nalishlarini taklif qilishi mumkin. Orol dengiziga ekstremal ekologik ekskursiyalardan, Nukusdagi I.Savitskiy nomidagi Davlat san'at muzeyiga tashrif buyurishgacha – Qoraqalpog'istonning boy



merosi O'zbekistonning boshqa mintaqalaridan ajralib turadigan o'ziga xos xususiyatlarga ega bo'lgan madaniyat va urf-odatlarini qamrab oladi. Aynan shu sababli Qoraqalpog'istonda barqaror turizmni rivojlantirishga hissa qo'shish uchun mintaqadagi turistik takliflarning barcha turlarini o'rganish, infratuzilma va xizmatlarni takomillashtirish zarur.

Qoraqalpog'istonning iqtisodiyotidagi ishlab chiqarish sohalari hamda xizmat ko'rsatuvchi tashkilotlarning turizm sohasi bilan barqaror hamkorligini samarali yo'lga qo'yish. Ya'ni Qoraqalpog'iston turizm sohasini boshqa sohalari bilan integratsiyalashuvini takomillashtirish.

Qoraqalpog'istonda turizmni rivojlantirish uchun hududdagi korxonalararo integratsiyani tashkil etish zarur. Korxonalararo integratsiya deganda turli hududdagi tuzilmalar o'rtasidagi o'zaro aloqa shakli tushuniladi. Shunday qilib, turizm sohasida Qoraqalpog'iston respublikasi turizmiga bevosita va bilvosita ta'sir etuvchi sohalarning integratsiyani rivojlantirish yordamida quyidagi qulay o'zgarishlarni amalga oshirish mumkin.

Ta'lim bilan turizm integratsiyasi – bu birinchi navbatda buyurtma asosida kadrlar tayyorlash deb qaraydigan bo'lsak nafaqat turizm sohasida balki boshqa turdosh sohalarning ham barqaror rivojlaniishi negizini sifatli kadrlar va malakali mutaxassislar tashkil etadi.

2019–2025-yillarda O'zbekiston Respublikasida turizm sohasini rivojlantirish Konsepsiyasida quyidagilarni nazarda tutgan. Ya'ni yuqori malakali mutaxassislarni tayyorlash, xizmat ko'rsatuvchi xodimlarni qayta tayyorlash va malakasini oshirish tizimini takomillashtirish:

- turizm sohasida kasb-hunar ta'limi muassasalaridagi kadrlari va bitiruvchilarining malakasini baholashni tashkil qilish;
- turizm sohasida xalqaro talablarga javob beradigan uzluksiz, ko'p bosqichli ta'lim tizimini yaratish;
- ta'limning amaliyotga yo'naltirilgan va modernizatsiyalashgan ta'lim standartlari, o'quv-uslubiy dasturlar hamda ilg'or axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini joriy etish;
- ichki va kirish turizmi sohasida bevosita turistik xizmatlarni ko'rsatuvchi turizm sohasi xodimlari (gidlar, yo'riqchi-kuzatuvchi, turizm faoliyati subyektlari, umumiy ovqatlanish tashkilotlari, transport va boshqalar xodimlari) uchun majburiy malaka talablarini belgilaydigan standartlar ishlab chiqish;
- turizm sohasi xodimlarini turistlarga axborot berish ishlari va xavfsizlik bo'yicha yo'riqnomalarni o'tkazish qoidalarga o'qitish bo'yicha tizimni ishlab chiqish va joriy qilish;
- ta'lim jarayoniga xorijiy mutaxassislarni jalb qilish orqali turizm sohasida kadrlar malakasini oshirish tizimini takomillashtirish, shuningdek, turizm sohasida kadrlar malakasini oshirish tizimini tashkil etish uchun, shu jumladan hududlarda ta'lim muassasalari sonini oshirish;
- turizm sohasida kadrlar tayyorlash uchun etakchi xorijiy oliy o'quv yurtlari filiallarini ochish.

Yuqorida sanab o'tilgan chora-tadbirlarni amalga oshirish professional kadrlar tayyorlovi borasida integratsiyalashgan tizimni yaratish, ta'lim va xizmat ko'rsatish sifatini oshirish, yuqori malakali menejer, administrator, operator va porte oshpazlarga bo'lgan ehtiyojni qondirishga xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'xati:

1. «2022—2026-yillarda Qoraqalpog'iston Respublikasining turizm salohiyatini rivojlantirish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida»gi O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining qarori.
2. Qoraqalpog'istonning turizm salohiyati: yangi imkoniyatlar va muammolar bmttd va yuneskoning qo'shma dasturi doirasida onlayn tarzda muhokamasi.
3. Теоретические основы интеграции в туристической сфере. —2019 г. Леденева Е.О
4. <https://www.undp.org/uz/uzbekistan/press-releases>.
5. <https://kun.uz>



QORAQALPOQISTON RESPUBLIKASIDA TURIZMNI RIVOJLANISH YO'LLARI

Xushnazarova Maxzuna Gulamjonovna

TDIU "Turizm" kafedrası assistenti

Annotatsiya: Ushbu maqolada Qoraqalpog'iston Respublikasida turizmni rivojlantirish yo'llari o'rganilgan. Unda mintaqada turizm rivojiga hissa qo'shishi mumkin bo'lgan betakror tabiat, madaniy meros va tarixiy diqqatga sazovor joylar kabi asosiy omillar belgilab berilgan. Muallif hududdagi mavjud turistik obyektlar va ularning sayyohlarni jalb etish imkoniyatlarini atroflicha tahlil qilgan takliflar berilgan.

Kalit so'zlar: turizm, madaniy turizm, ekologik turizm, sarguzashtli turizm, gastronomik turizm, Orol dengizi.

Abstract: This article explores the ways of tourism development in the Republic of Karakalpakstan. It identifies the main factors that can contribute to the development of tourism in the region, such as unique nature, cultural heritage and historical attractions. The author has given proposals that thoroughly analyze the existing tourist facilities in the region and their potential to attract tourists.

Key words: tourism, cultural tourism, ecological tourism, adventure tourism, gastronomic tourism, Aral Sea.

Аннотация: В данной статье исследуются пути развития туризма в Республике Каракалпакстан. Определены основные факторы, которые могут способствовать развитию туризма в регионе, такие как уникальная природа, культурное наследие и исторические достопримечательности. Автором даны предложения, детально анализирующие существующие туристские объекты региона и их возможности по привлечению туристов.

Ключевые слова: туризм, культурный туризм, экологический туризм, приключенческий туризм, гастрономический туризм, Аральское море.

Madaniyat hamma narsa unutilganda qoladi.

Eduard Herriot

Turizm ko'plab davlatlar iqtisodiyotining asosiy tarmoqlaridan biri bo'lib, xizmatlar eksportidan katta daromad olish, ish o'rinlari yaratish va infratuzilmani rivojlantirishni rag'batlantirishni ta'minlaydi. Turizmning rivojlanishi madaniy almashinuv, ta'lim va ijtimoiy farovonlikka, shuningdek, mamlakatning xalqaro maydondagi ijobiy imidjini shakllantirishga yordam beradi.

Prezident Shavkat Mirziyoyev 29-mart 11- oktabr kuni turizm salohiyatini rivojlantirishga bag'ishlangan videoselektor yig'ilishi o'tkazdi. 16 oktabr kuni Butunjahon turizm tashkiloti Bosh Assambleyasining 25-sessiyasi bo'lib o'tdi. Joriy yil mamlakatimizning boy madaniyati va sayyohlik salohiyatini dunyoga tanitish yili bo'lishi zarurligi ta'kidlandi. Buning uchun 100 milliard so'm mablag' ajratilgan.

O'zbekiston boy tarixi, madaniyati va tabiiy diqqatga sazovor joylari tufayli ulkan sayyohlik salohiyatiga ega.

Har bir hududning o'ziga xos madaniy merosi bor, Qoraqalpog'iston Respublikasining sayyohlik salohiyati o'ziga xosdir.

Qoraqalpog'iston Respublikasi O'zbekistonning g'arbiy qismida joylashgan bo'lib, Qozog'iston bilan chegaradosh. Bu hudud madaniy va tarixiy merosga, go'zal tabiat manzaralariga boy. Qoraqalpog'iston Respublikasidagi mashhur sayyohlik joylari va joylari quyidagilardir:

1. **Savitskiy nomidagi muzey.** Bu rassom Igor Savitskiyning asarlariga bag'ishlangan muzey. U Nukus shahrida joylashgan va Markaziy Osiyodagi eng yirik zamonaviy san'at kolleksiyalaridan biriga ega.
2. **Qizilqum.** Bu Qoraqalpog'istonning janubiy qismidagi cho'l bo'lib, u yerda sayyohlar tuyalarga minishlari, mahalliy aholi punktlariga tashrif buyurishlari va cho'lining mashhur yulduzli osmonini ko'rishlari mumkin.
3. **Ayudag.** Bu Qoraqalpog'istonning shimolidagi tog' bo'lib, u yerda go'zal manzaralardan bahramand bo'lishingiz va mahalliy rasadxonaga tashrif buyurishingiz mumkin.



4. **Manzarali ko'llar.** Qoraqalpog'istonda sayyohlar suzish, baliq ovlash yoki tabiat go'zalligidan bahramand bo'lishlari mumkin bo'lgan Qayroqqum, Sudochoye va Shaydanko'l kabi bir qancha go'zal ko'llarga ega.
5. **Mizdaxon** yirik me'moriy-diniy majmua, Qoraqalpog'istonning eng qiziqarli sayyohlik maskanlaridan biri. Kompleks 2 ming yildan ko'proq vaqt oldin paydo bo'lgan.



6. **Tupraq-qal'a (Yer shahri).** Eramizning II—III-asrlarida Xorazmda hukmronlik qilgan sulola-ning poytaxti hisoblangan Toprak-Qal'a yoki Tuproq shahri.
7. **Chilpiq-qal'a.** Inshootning yoshi arxeologlar tomonidan miloddan avvalgi I-asr oxiri – milodiy I-asr boshlari deb belgilandi, ammo arablar kelganidan keyin VII-VIII-asrlarda tuzilmani qayta qurish bo'yicha ishlar qayd etilgan. bu joylar, keyin yana 9-10-asrlarda qadimgi Xorazmning gullab-yashnagan davrida. O'sha davrda Chilpik qo'rg'oni Xorazmning boshqa ko'plab qal'alari qatori qo'riqchi va signal minorasi sifatida ham foydalanilgan.
8. **Janbas-qal'a.** Miloddan avvalgi IV asrda tashkil etilgan. va taxminan miloddan avvalgi I-asrgacha ishlatilgan. Qal'aning devorlari yaxshi saqlanib qolgan va ba'zi joylarda balandligi 20 metrga etadi.





9. **Janpiq-qal'a.** Qal'adagi birinchi binolar qadim zamonlarda (miloddan avvalgi IV-asr – miloddan avvalgi I-asrlar) qurilgan, ammo bugungi kunda ko'rish mumkin bo'lgan devorlar o'rta asrlarga tegishli bo'lib, IX-X-asrlarda qurilgan. Qal'aning ichida XII–XIV-asrlarga oid turar-joy va sanoat hududlari joylashgan.
10. **Ayaz-qal'a.** Ayaz-qal'a Xorazmdagi eng ajoyib qal'alardan biridir. Darhaqiqat, bu yerda bitta emas, Sulton-Uizdog' tizmasining sharqiy tomonidagi baland tepalik atrofida to'plangan uchta qal'a majmuasi mavjud. Qal'aning qurilishi miloddan avvalgi 4-asrda, yarusli panjara qurilgan paytda boshlangan deb ishoniladi. Keyinchalik, miloddan avvalgi III asrda. qo'shimcha dumaloq minoralar o'rnatildi. Taxminan eramizdan avvalgi 1-asrgacha qal'adan foydalanishda davom etgan, ammo u erta o'rta asrlargacha mahalliy aholi uchun boshpana bo'lib xizmat qilgan bo'lishi mumkin, deb ishoniladi.
11. **Orol dengizi** – O'rta Osiyodagi suvsiz ko'l, O'zbekiston (shimoli-g'arbiy) va Qozog'iston (janubiy-sharqiy) chegarasida.
12. **Nukus.** Bu Qoraqalpog'iston Respublikasining asosiy shahri bo'lib, u yerda muzeylar, masjidlar, maqbaralar va san'at galereyalari kabi ko'plab madaniy va tarixiy diqqatga sazovor joylarga tashrif buyurishingiz mumkin.

Bundan tashqari, Qoraqalpog'istonda sayyohlar mahalliy mahsulotlar va sovg'alarni xarid qilishlari, shuningdek, mahalliy taomlardan bahramand bo'lishlari mumkin bo'lgan ko'plab mahalliy bozorlar mavjud. Umuman olganda, Qoraqalpog'iston Respublikasi yangi joylarni kashf etish, Markaziy Osiyoning madaniy va tabiiy merosi bilan yaqindan tanishishni istagan sayyohlar uchun qiziqarli imkoniyatlarni taqdim etadi.

Qoraqalpog'istonda turizmni rivojlantirishga turli omillar to'sqinlik qilishi mumkin:

- **Tegishli infratuzilmaning yo'qligi:** Qoraqalpog'istonning ayrim hududlarida qulay transport tizimi, yaxshi mehmonxonalar, restoranlar va boshqa turistik infratuzilma obyektlari yo'qligi mumkin.
- **Atrof-muhit muammolari:** Qoraqalpog'istondagi ba'zi turistik yo'nalishlar suv, havo va tuproq ifloslanishi kabi ekologik muammolardan aziyat chekishi mumkin. Bu sayyohlar salomatligi uchun noxush oqibatlariga olib kelishi mumkin.
- **Turizmdan xabardorlikning pastligi:** Qoraqalpog'istonda turizm sanoati yaxshi rivojlanmagan bo'lishi mumkin, bu esa aholining turizmni rivojlantirish imkoniyatlaridan bexabar bo'lishiga olib kelishi mumkin.
- **Axborot olishning cheklanganligi:** Qoraqalpog'iston haqida qulay va qulay ma'lumotlarning yo'qligi sayyohlarni jalb qilishni qiyinlashtirishi mumkin. Bunga til to'siqlari, internetda sifatli turizm resurslarining yo'qligi va boshqa omillar sabab bo'lishi mumkin.
- Sayohat marshrutlari va eksklyuziv takliflarning cheklangan soni, shuningdek, madaniy va tarixiy diqqatga sazovor joylarga kirish imkoniyati cheklangan.
- Mamlakatning markaziy shaharlaridan uzoqda joylashganligi sababli mintaqaga kirish imkoniyati cheklangan.
- **Iqtisodiy qiyinchiliklar:** Turizmni rivojlantirish mahalliy loyihalarga katta sarmoyalar va moliyalashtirishni talab qilishi mumkin, bu esa iqtisodiy qiyinchiliklar davrida qiyin bo'lishi mumkin.
- **Sayohat cheklovlari:** Qoraqalpog'istonning ayrim hududlarida boshqa davlatlar bilan chegaralarga yaqinligi yoki alohida muhofaza etiladigan hududlarga kirishga cheklovlar qo'yilganligi sababli sayohatga cheklovlar bo'lishi mumkin.
- **Axborot va marketingning yo'qligi:** Mintaqa haqida xabardorlikning yo'qligi muammo bo'lishi mumkin, chunki sayyohlar Qoraqalpog'istondagi mavjud sayohat imkoniyatlari va diqqatga sazovor joylaridan xabardor bo'lmasligi mumkin.

Bunday muammolarga qaramay, Qoraqalpog'iston o'zining madaniy-tarixiy diqqatga sazovor joylari, tabiati bilan sayyohlarni o'ziga tortadigan noyob hududdir.



Bu yerda sayyohlarni ko'proq jalb qilish uchun turizmning turli turlarini targ'ib qilish zarur.

1. **Madaniy turizm:** Qoraqalpog'iston muzeylar, teatrlar, tasviriy san'at, milliy liboslar va an'analar kabi madaniy merosga boy. Madaniyat festivali namoyishlari, kontsertlar va milliy madaniyat ko'rgazmalarini tashkil etish tarix va madaniyatga qiziquvchi sayyohlarni jalb qilishi mumkin.



2. **Ekologik turizm:** Qoraqalpog'iston ekologik piyoda sayr qilish, piyoda sayr qilish va otda sayr qilish, shuningdek, ov va baliq ovlashni taklif qilishi mumkin. Bu yerda ekologik turizmni targ'ib qilish noyob o'simlik va hayvonot dunyosini saqlab qolishga xizmat qiladigan ekoturizmni targ'ib qilishni o'z ichiga olishi kerak.





3. **Sarguzashtli turizm:** Qoraqalpog'iston alpinizm, chang'i va jip turizmi kabi sarguzashtli sport turlari muxlislariga o'z kuch va mahoratini sinab ko'rish uchun yangi imkoniyatlarni taqdim etishi mumkin.



4. **Gastronomik turizm:** Qoraqalpog'iston oshxonasi o'ziga xos bo'lib, hozirgi kunlarda tobora ommalashib bormoqda. Mahalliy oshxonaga bag'ishlangan kur-gael va boshqa tadbirlarni tashkil etish nafaqat gurmeler, balki mahalliy madaniyat bilan tanishishni xohlaydiganlarni ham jalb qilishi mumkin.

Turli turlarni ishlab chiqishdan tashqari, quyidagilarga alohida e'tibor berish kerak:

- **Infratuzilmani rivojlantirish:** mehmonxonalar, restoranlar va transport xizmatlari kabi turizm infratuzilmasini rivojlantirish Qoraqalpog'istonni sayyohlar uchun qulayroq va qulayroq qilish imkonini beradi.
- **Ijtimoiy tarmoqlar orqali turizmni targ'ib qilish:** Instagram va Facebook kabi ijtimoiy tarmoqlar orqali Qoraqalpog'istonda turizmni reklama qilish sayohatga qiziquvchi yoshlarni jalb qilishga yordam beradi.
- **Xizmatlar sifatini oshirish:** Turistlarga ko'rsatilayotgan xizmatlar sifatini oshirish, gidlarni tayyorlash kabilar Qoraqalpog'istonni xorijlik sayyohlar uchun yanada jozibador qilishi va mintaqaning madaniy merosini saqlashga yordam beradi.
- **Noyob hunarmandchilikni targ'ib qilish:** Qoraqalpog'iston o'zining kashtachilik, gilamdo'zlik kabi noyob hunarmandchiligi bilan mashhur. Ushbu hunarmandchilikni mahalliy do'konlar va ustaxonalar orqali targ'ib qilish san'at va hunarmandchilikka qiziqqan sayyohlarni jalb qilishi mumkin.
- **Turli auditoriyalar uchun sayohat paketlarini loyihalash:** Oilaviy dam olish, ekoturizm, madaniy turizm va boshqalar kabi turli auditoriyalar uchun sayohat paketlarini loyihalash Qoraqalpog'istonga ko'proq sayyohlarni jalb qilishga yordam beradi.
- **Turizm infratuzilmasini rivojlantirish uchun investitsiyalarni jalb qilish:** Mehmonxonalar bazasini sifat jihatidan yaxshilash, yangi mehmonxonalar va dam olish maskanlarini yaratish, transport tarmog'ini, ayniqsa, suv ta'minoti va kanalizatsiya sohasida, jumladan, aeroportlar va yo'llarni rivojlantirish zarur.
- **Reklama orqali turizmni rag'batlantirish:** Reklama kampaniyalarini ijtimoiy tarmoqlar, sayohat saytlari, ko'rgazmalar va konferentsiyalar yordamida amalga oshirish mumkin.
- **Mahalliy ta'lim:** Qoraqalpog'iston aholisi xizmat ko'rsatish sifatini oshirish va mintaqa iqtisodiyotini rag'batlantirish imkonini beruvchi turizm sohasida mutaxassislarga aylanishi mumkin. Siz hatto turizm sohasida TDDU filialini ochishingiz mumkin.

- Xalqaro turoperatorlar bilan hamkorlik qilish va sayohat paketlarini faol ilgari surish.
- Mashhur odamlarni, xalqaro guruhlarni, qo'shiqchilarni video va filmlar suratga olish uchun taklif qiling. As It Was 2014 yilda Devid Gilmur va uning rafiqasi Polli Samson tomonidan yozilgan "So'zlardan balandroq" uchun video suratga olingan. Angliyadan Pink Floyd. Qo'shiq uchun videoklip Obri Pauell tomonidan Qoraqalpog'istonda, klip Orol dengizining shimolida suratga olingan, bosh rollarni Orol shahri aholisi ijro etgan. Klipda bulutli daryoda qayiq haydab ketayotgan yigit tasvirlangan. Kadrlar qurigan Orol dengizi, yaqin atrofdagi hududlar va Pink Floydning 1993 va 2014 yillardagi studiya sessiyalari tasvirlari bilan to'xtatiladi. Bundan tashqari, videorolikda Orolni insonlar ekspluatatsiyasigacha ko'rmagan hozirgi avlod vakillari va bu hududning go'zalligi haqida hanuzgacha so'zlab bera oladigan keksa avlod vakillari ko'rsatilgan. "So'zdan ham balandroq" klipida Orol dengizi bilan bog'liq ekologik muammolar, xususan, uning suv resurslaridan sug'orishda foydalanish masalalari ko'rib chiqiladi. Ushbu klipni 200 millionga yaqin odam tomosha qilgan.



Yuqorida muhokama qilingan turizm turlarini o'zida mujassam etgan loyihalar va bu takliflar Qoraqalpog'istonga ko'proq sayyohlarni jalb qilishi mumkin, bu esa turizm va mintaqa iqtisodiyotining rivojlanishiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi.

Xulosa o'rnida shuni ta'kidlash mumkinki, Qoraqalpog'iston Respublikasida turizmni rivojlantirish katta mablag'larga ega bo'lib, mintaqa iqtisodiy o'sishi va rivojlanishining asosiy manbalaridan biri bo'lishi mumkin.

Qoraqalpog'iston sayyohlar e'tiborini tortadigan noyob tabiiy va madaniy obidalarga boy. Ural O'lik dengizi oroli, Amudaryo deltasi, Qizilqum cho'li – bu yerlarning barchasi noyob tabiiy go'zallikka ega bo'lib, tashrif buyuruvchilarda qiziqish uyg'otadi.

Qolaversa, Qoraqalpog'iston tarixi va madaniy merosiga boy. Viloyatda Savitskiy muzeyi va boshqa ko'plab madaniy muassasalar joylashgan bo'lib, u yerda qoraqalpoqlarning betakror madaniyati va san'ati bilan tanishishingiz mumkin.



Vaholanki, viloyatda turizmni rivojlantirish uchun bir qator chora-tadbirlarni amalga oshirish zarur. Sayyohlar uchun infratuzilmani rivojlantirish, mehmonxonalar va yuqori darajadagi restoranlar ochish kabi qulay sharoitlar yaratish muhim ahamiyatga ega. Turistlarni jalb qilish, mahalliy aholiga turizm bo'yicha ta'lim berish maqsadida marketing kampaniyalarini o'tkazish ham muhim ahamiyatga ega.

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti Qoraqalpog'iston Respublikasini turizmni rivojlantirish uchun 20 taga yaqin turmarshrutlar, tumanlar bo'yicha kantentlar ishlab chiqshdi. Ko'plab tadbirlar va konferensiyalar bo'lib o'tdi.

Umuman olganda, Qoraqalpog'iston Respublikasida turizmni rivojlantirish, jozibador sayyohlik maskaniga aylanish uchun barcha imkoniyatlar mavjud. To'g'ri qabul qilingan strategik va marketing qarorlari mintaqa salohiyatini ochish va ko'proq sayyohlarni jalb qilishga yordam beradi, bu esa iqtisodiy o'sish va mahalliy aholi turmushini yaxshilashga xizmat qiladi.

Foydalangan Foydalanilgan adabiyotlar ro'xati:

1. Xushnazarova Maxzuna Gulamdjanovna. Тарихий ва маданий туризмни ривожланиш тамойиллари ва хусусиятлари. Scientific-methodical journal of "scientific progress" issn: 2181-1601, 2021/12/28.
2. Makhzuna Khushnazarova Gulamjanovna. Current issues of tourism potential of uzbekistan and its development, scientific aspects and trends in the field of scientific research, 2023/6/5.
3. Makhzuna Gulamdjanovna Khushnazarova. Foreign standards in the training of qualified specialists in the field of tourism. Galaxy international interdisciplinary research journal, 2021/11/16.
4. Хушназарова М. Г. Организация новых видов услуг для повышения эффективности внедрения цифровой экономики. "Янги Ўзбекистонда рақамли иқтисодиётни ривожлантириш истиқболлари ва хориж тажрибаси" мавзусида республика илмий-амалий конференция материаллари тўплами – 2023 й.



TURISTIK HUDUDLARDA TURIZMNING BARQAROR RIVOJLANISH KONSEPSIYALARIGA YONDASHUVLAR

A. Asraqulov

PhD, Farg'ona davlat universiteti tadqiqotchisi

Turistik hududlarning barqaror rivojlanishini ta'minlashda turizmni barqaror rivojlantirish qoidalarini konseptual tushunish ushbu tadqiqot ishining maqsadi va vazifalari bilan bog'liq holda "turistik hudud" tushunchasining muhim mazmunini o'rganishni taqozo yetadi. Turistik hudud umumiy turistik mahsulot mavjudligi bilan tavsiflangan makon (hudud yoki hududlar guruhi) deb ta'riflanadi. Fikrimizcha, ushbu ta'rif juda jiddiy ichki qarama-qarshilikni o'z ichiga oladi, zamonaviy iqtisodiy va boshqaruv jarayonlari doirasida talqinlarning dastlabki farqini nazarda tutadi.

Turizm fanining konseptual va kategorik apparatiga "turistik hudud" ning yangi kengaytirilgan konsepsiyasini kiritish turizmni barqaror rivojlantirishning ilmiy metodologiyasini rivojlantirishning hozirgi bosqichida zarur va dolzarbdir. Turistik hududni tushunishda biz yuqorida keltirgan va muhokama qilgan semantik qarama-qarshiliklar ushbu konsepsiyaning ilmiy va iqtisodiy asoslanishini talab qiladi.

D.A.Kotelnikovning tadqiqotlari turistik hududlar va sayyohlik yo'nalishlarining bir qator chegaralarini taqdim yetadi. Olim tomonidan turistik hudud uchun majburiy ma'muriy chegaralar omilidan, hududning turistik va rekreatsion rivojlanish darajasidan foydalangan holda ushbu tushunchalar o'rtasidagi farqlar aniqlanadi. Turistik joy deb hisoblash uchun hudud turistik va rekreatsion funksiyani bajarishga ixtisoslashgan bo'lishi kerak [1, 138].

Turistik hudud tushunchasining talqini quyidagi asosiy tamoyillarga asoslanadi:

1. Turistik hududlarni aniqlashda iqtisodiy yondashuvning ustuvorligi tamoyili.
2. Turizm fanining konseptual va kategorik apparatini shakllantirish va yanada rivojlantirishni belgilaydigan ilmiy bilimlarning uzluksizligi tamoyili.
3. Hududiy turistik va rekreatsion tizimlar va turistik yo'nalishlarni o'rganish jarayonida aniqlangan turizm va turistik hududlarning barqaror rivojlanishi o'rtasidagi tizimli va mantiqiy uslubiy bog'liqlik tamoyili.
4. Rossiyada turistik faoliyatni strategik rejalashtirish va tartibga solish davlat hujjatlarining konseptual apparati bilan turistik hududni mualliflik ta'rifining izchilligi va mantiqiy muvofiqligi tamoyili [2].

Ushbu tamoyillarga, shuningdek, nazariy yondashuvlarga asoslanib, turistik hudud tushunchasining quyidagi ta'rifi taklif etiladi: turistik hudud – bu turistik resurslarga ega bo'lgan iqtisodiy agentlarning ekotizim sherikligiga asoslangan mintaqaviy va/yoki shahar boshqaruvining ma'lum darajasida boshqariladigan turistik infratuzilma va sayyohlar va sayyohlarning ehtiyojlarini qondirish uchun sharoit yaratuvchi hududiy ijtimoiy-iqtisodiy tizim.

Tizimli yondashuv nuqtai nazaridan turistik hudud murakkab hududiy ijtimoiy-iqtisodiy tizimdir, chunki u ma'lum bir yaxlitlik vazifasini bajaradigan ko'plab o'zaro bog'liq elementlardan (quyi tizimlar, tarkibiy qismlar) iborat. Murakkab tuzilma sifatida turistik hudud bir qator qo'shimcha xususiyatlarga ega: turli xil (moddiy, axborot, institutsional va boshqala) mavjudligi) barqarorlik muvozanatini o'zgartirganda, quyi tizimlar va quyi tizimlar elementlariga ta'sir qiluvchi ulanishlar, ya'ni, asosiy komponentlar o'rtasidagi o'zaro ta'sir kuchi.

Hududiy turistik va rekreatsion tizimlarning turlaridan biri bo'lgan turistik hududlar, albatta, turli-chadir. Biz turistik hududlarni tasniflashga mualliflik yondashuvini ishlab chiqdik (1-jadval).



1-jadval: Turistik hududlar tasnifiga yondashuvlar [3]

№	Tasnif mezonlari	Turistik hudud turi	Turistik hududning xususiyatlari
1	Boshqaruv darajasi	Milliy	Davlat boshqaruvi
		Hududiy	Hududiy boshqaruv (viloyat, hudud)
		Mahalliy	Mahalliy boshqaruv (tuman, shahar)
		Klaster	Ixtisoslashgan tizim vositasida boshqariluvchi iqtisodiy subyektlar
2	Strategik boshqaruv nuqtayi nazaridan ahamiyat darajasi	Ustuvor rivojlantiriluvchi	Jadal iqtisodiy o'sishni ta'minlovchi alohida resurs salohiyatiga ega bo'lgan hududlar
		Geostrategik	Alohida turmush sharoitiga, hududlarning bir butun holda rivojlanishini ta'minlash ahamiyatiga ega
		Shahar aglomeratsiyasi	Mahalliy aholi va turistlar tomonidan infratuzilmadan intensiv asosda hamkorlikda foydalanish bilan ajralib turadi
		Qishloq	Ijtimoiy jarayonlarga ta'siri yuqori bo'lgan qishloq yoki qishloqlararo hudud
3	Turistik hududning turistik destinatsiya sifatidagi hayot sikli darajasi	Shakllanayotgan	Turistik hududlarning hayot sikli darajasi turistik mahsulotning shakllanishi asosida aniqlanadi
		Rivojlanayotgan	
		Rivojlangan	
		So'nuvchi	
		Qayta tiklanayotgan	

Tadqiqot natijalariga ko'ra turizm va turistik hududlarni barqaror rivojlantirish konsepsiyasi quyidagi qoidalarga asoslanishi maqsadga muvofiq:

1. Turistik hududlarni boshqarishda turizmning barqaror rivojlanishini strategiyalash.
2. Ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlar tizimi sifatida barqaror turizmni rivojlantirish qonuniyatlarini aniqlash: iqtisodiy, institutsional, ijtimoiy-madaniy; ekologik qonuniyatlar.
3. Turizmni barqaror rivojlantirishning tizimli tamoyillarini asoslash: turizmning iqtisodiy samaradorligi tamoyillari; boshqaruv munosabatlarini institutsionalizatsiya qilish tamoyillari; ijtimoiy javobgarlik va tarmoq tamoyillari; ekologik hamjamiyat tamoyillari.
4. Tizimlarning iyerarxik tipologiyasi, tizimlarning tarmoq tipologiyasining asosiy metodologiyalaridan foydalangan holda umumiy iste'mol iqtisodiyotida iqtisodiy agentlarning ekotizim sherikligi asosida turistik hududlarni barqaror rivojlantirish strategiyasini ishlab chiqish.
5. Iqtisodiy, ijtimoiy, ekologik, institutsional omillar guruhlarini hisobga olgan holda barqaror rivojlanishni funksional modellash asosida turistik hududlarning barqaror rivojlanishini model-lashtirish; barqaror rivojlanishning maqsadli darajasiga erishishni ko'p mezonli optimallashtirish modellarini yaratish, turistik hududlarning barqaror rivojlanishini prognoz qilish.
6. Turistik hududlarni barqaror rivojlantirish dasturlari va loyihalariga investitsiyalarni jalb qilish mexanizmlaridan foydalangan holda turistik hududlarning barqaror rivojlanishini boshqarishning tashkiliy dizayni asosida turistik hududlarni boshqarish, platformalarning o'zaro ta'sirida resurslarni safarbar qilish, ekologik muvozanatni saqlash, turistik hududlarning mezbon jamoasini rivojlantirish, turistik hududlarning shakllarini amalga oshirish. hududlarning barqaror rivojlanish madaniyati.
7. Turistik hududlarni boshqarishda barqaror turizmni rivojlantirish yo'nalishlarini amalga oshirish ustidan strategik nazorat, bu turistik hududlarni boshqarishda barqaror turizmni rivojlantirishni strategiyalashning maqsadli ustuvor yo'nalishlari bilan bevosita bog'liq holda amalga oshirilishi kerak.

**Adabiyotlar:**

1. Котельников, Д. А. Туристские территории в структуре туристско-рекреационного пространства региона: идентификация, определение границ, признаки [Текст] / Д. А. Котельников // Региональные проблемы преобразования экономики. – 2020. – № 3 (113). – С. 136-143.
2. Концептуальные основы формирования конкурентной стратегии устойчивого развития туризма в курортной дестинации (на примере Кавказских Минеральных Вод) [Текст]: монография / И. В. Огаркова, Г. Н. Рыкун, Е. Ю. 310-311. Ступников; [науч. ред. А. А. Вартумян]. – Пятигорск: Изд-во ПФ СКФУ, 2018. – 179 с.
3. Рассохина Т.В. Методология устойчивого развития туризма в управлении туристскими территориями. Диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук. – М.: Российская международная академия туризма, 2021. – С 69-70.



МИНТАҚАДА ТУРИЗМ СОҲАСИНИ БОШҚАРИШНИНГ ЎЗИГА ХОС ХУСУСИЯТИ

Ембергенова Анжим Айдосбаевна

Бердақ номидаги Қорақалпоқ давлат университети тадқиқотчиси

Замонавий иқтисодий фикрнинг ўзига хос хусусияти унинг ресурслар танқислиги шароитида минтақавий даражада иқтисодиётни оқилона бошқаришни таъминлашга қаратилганлигидан иборат эди. Бундай талабларга, ижтимоий-иқтисодий жараённинг мантиқий ва Қонуниятларига жавоб берадиган бошқарув тизими мослашувчан ва самарали бўлиши керак. Ҳозирги вақтда ҳудудий бошқарув соҳасида тўпланиб қолган муаммолар ҳам олимлар, ҳам бошқарув жараёнининг бевосита иштирокчилари эътиборини тортмоқда. Минтақа миқёсида туризмни бошқаришнинг ўзига хос шакллари, мақсадлари, вазифалари ва функциялари мавжуд.

Ҳокимиятнинг туризм корхоналари фаолиятига таъсир қилиш имконияти энг муҳим бошқарув вазифаларини ҳал қилишда намоён бўлади, улар қуйидагилардан иборат:

- тартибга солиш (корхоналар ва жисмоний шахсларнинг қарорлари устидан давлат назоратини ўрнатиш орқали амалга оширилади; компанияларнинг бозорда соф иқтисодий фойда олиш учун ўз кучидан чексиз фойдаланишига йўл қўймаслик мақсадида туризм соҳасини назорат қилиш);
- кирувчи ва маҳаллий ташриф буюрувчилар учун яшаш учун зарур шарт-шароитларни, маҳаллий аҳоли учун эса – яшаш шароитларини таъминлайдиган инфратузилма элементларини комплекс ва мувозанатли ривожлантириш;
- туризмга капитал кириб келишини таъминлаш (минтақа даражасида туризмни ривожлантириш бўйича инвестиция лойиҳасини, шунингдек инвестицияга муҳтож корхоналарнинг бизнес-режаларини ишлаб чиқиш орқали амалга оширилади);
- тарихий-маданий меросни муҳофаза қилиш ва муҳит сифатини ошириш, сайёҳлик ресурсларидан комплекс ва оқилона фойдаланиш;
- минтақа доирасида туристик объектларни оқилона жойлаштиришга эришиш.

Минтақавий туризм менежменти классик бошқарув фаолияти тизимини туризмга хос бўлган аниқ фаолият (ҳудуднинг хилма-хиллигини сақлаш, унинг барқарор ривожланишини таъминлаш, маҳаллий аҳоли билан муносабатларни бошқариш) билан бирлаштиради.

Минтақавий туризмни бошқариш функциялари ва амалга ошириш воситалари (1.1-жадвал) орқали амалга оширилади, улар биргаликда туризм соҳасидаги ҳудудий ҳокимиятларнинг фаолиятини ташкил қилади.

1-жадвал: Минтақа даражасида туризмни бошқариш¹

Функция	Амалга ошириш воситалари
1. Туризм фаолиятини умумий ташкил этиш ва ҳуқуқий тартибга солиш	Умумий тушунчалар, таърифларни киритиш; битимлар, шартномалар тузиш, визалар олиш, чегарадан ўтиш ва товарларни ташиш тартибини ишлаб чиқиш.
2. Туризмни ривожлантиришни режалаштириш	Туризмни ривожлантиришнинг умумий стратегиялари ва концепцияларини ишлаб чиқиш; туризм объектларини маконда жойлаштиришни тартибга солиш; инфратузилмани ривожлантиришни режалаштириш
3. Фаолиятнинг айрим турларини тартибга солиш	Лицензиялаш; стандартлаштириш; сертификатлаш
4. Туризм хавфсизлигини таъминлаш	Лицензиялаш; стандартлаштириш; сертификатлаш; саёҳат бўйича қўлланмаларни нашр этиш; суғурта

¹ Муаллиф томонидан тадқиқотлар натижалари асосида тузилган



5. Туризм соҳасини кадрлар билан таъминлаш	Туризм соҳаси учун кадрларни узлуксиз тайёрлаш тизимининг намунавий давлат дастурларини яратиш; туризм корхоналари ходимларининг малакасини оширишни ташкил этишга қўмаклашиш
6. Туризмнинг илмий тадқиқотларини таъминлаш	Туризм бўйича маркетинг тадқиқотлари; туризмни ўрганиш бўйича ҳудудий марказларни ташкил этиш; туризм корхоналарини ахборот билан таъминлаш
7. Минтақадаги туризм корхоналарини қўллаб-қувватлаш	Давлат даражасида минтақавий сайёҳлик мажмуаси манфаатларини ҳимоя қилиш; минтақалараро ва халқаро алоқаларни фаоллаштириш; чет элда ваколатхоналари ва филиаллар ташкил этиш; халқаро шартномалар тузиш; минтақавий туристик маҳсулотни реклама қилиш
8. Атроф-муҳит ва тарихий обидаларни муҳофаза қилишни таъминлаш	Табиий ресурсларни муҳофаза қилиш ва тиклаш, тарихий обидаларни реставрация қилишни иқтисодий рағбатлантириш учун қоидалар, қонунлар, шарт-шароитлар яратиш; туристик ижара ҳақини тақсимлаш; маданият муассасаларини молиялаштириш
9. Минтақанинг қулай имиджини яратиш	Маркетинг; реклама; ахборот-таҳлилий ташвиқот (хариталар, видеороликлар ва бошқаларни нашр этиш); солиққа тортиш, инвестициялар
10. Назорат қилиш	Жорий назорат, аудит; минтақавий туризм маҳсулоти мониторинги

Минтақа миқёсида туризмни ривожлантириш учун инфратузилмаси ёмон ривожланган, маданият ва таълим даражаси паст бўлган алоҳида ҳудудларнинг депрессив ҳолатини енгитиш керак. Минтақавий туризмнинг ривожланиши ва фаолиятининг асосий шартлари қуйидагилардан иборат:

- минтақалараро муносабатларни ташкил этишда бозор муносабатларининг шаклланиши ва амал қилиши;
- саноати ёмон ривожланган ҳудудларда туризмни ривожлантириш даражаси, бу эса ушбу соҳаларнинг қайта ихтисослашувига олиб келади. Бунда ҳудудий туризмни ривожлантириш бўйича кўпчилик вазифа ва чора-тадбирларни ҳудудларнинг ўзига юклаш лозим, лекин бу жараён ўз-ўзидан бўлмаслиги керак – давлат томонидан назорат ва йўналтирувчи таъсир сақланиб қолиши керак;
- туризм иқтисодий фаолиятда ўз ўрнини белгилаб берган алоҳида ҳудудлар ўртасидаги муносабатларда кучайиб бораётган қарама-қаршиликларни бартараф этиш. Ҳамма минтақалар ҳам тўлақонли бозор муносабатларига тайёр эмас: баъзилари иқтисодиётнинг ривожланмаганлиги сабабли ёпиқ тизимларга ўташади ва фақат шу минтақа аҳолисига туризм хизматларини кўрсатувчи минтақавий бозорларни яратадилар; ривожланган саноати бўлган бошқа ҳудудлар, гарчи очиқ иқтисодиёт тамойилларига риоя қилсалар ҳам, кўпинча миллий валюта эквивалент бўлмаган конвертация қилиш омилидан фаол фойдаланган ҳолда ушбу хизматларни ички бозорига эмас, балки чет елда тақдим этишни афзал кўрадилар.

Юқорида таъкидлаб ўтганимиздек, минтақалар бир-биридан иқтисодий, табиий-географик, ижтимоий-демографик, сиёсий ва бошқа шароитлар билан фарқ қилади, бу эса туризм соҳасидаги ислохотларга бўлган ягона ёндашувни истисно қилади. Шу боис ҳар бир минтақанинг хусусиятларини ҳисобга олган ҳолда мослашувчан минтақавий сиёсатни талаб қилади.

Минтақавий туризмни ривожлантириш сиёсати – бу аҳолининг ижтимоий-иқтисодий турмуш шароитини яхшилашга қаратилган давлат, жамоат, биринчи навбатда, ҳудудий ва маҳаллий ҳокимият органлари томонидан амалга ошириладиган тартибга солиш чора-тадбирлари мажмуидир. Ҳудуддаги туризм соҳасини маҳаллий аҳолининг ҳаёт сифатини ошириш, дам олиш ва ҳордиқ чиқаришини ташкил этиш учун зарур шарт-шароит яратувчи база сифатида қараш мумкин.

Иқтисодий фаолият соҳаси сифатида минтақавий туризмни ривожлантиришнинг муҳим шарти бу олдиндан тайёргарлик кўриш ва назорат қилиш сиёсатидир. Акс ҳолда, туризмда ўз-ўзидан ёки назоратсиз хўжалик фаолияти салбий оқибатларга олиб келади, чунки бундай шароитда маҳаллий аҳоли содир бўлаётган ўзгаришларга мослашиш имкониятига эга эмас.



Таъкидлаш жоизки, туризмни ривожлантириш сиёсатининг давлат ва минтақа даражаларида фарқлар мавжуд:

биринчидан, мақсадларда фарқлар мавжуд, чунки давлат даражасида туризм фаол тўлов балансига эришиш усули бўлса, минтақа даражасида эса у минтақани ривожлантиришни рағбатлантириш воситаси ҳисобланади;

иккинчидан, фаолият кўрсатиш усулида фарқлар мавжуд, чунки давлат даражасида кўрсатмалар ва топшириқлар чиқарилади ва тарқатилади, минтақа даражасида эса улар (ўз кўрсатмаларини амалга оширишдан ташқари) амалга оширилади.

Шунга қарамай, давлат ва минтақа бошқарув даражалари ўртасидаги ўзаро ҳамкорлик қуйидаги йўллар билан амалга оширилиши мумкин:

- қонунчилик соҳасидаги ҳамкорлик (қонунларни нашр этиш ва қабул қилиш, барча иштирокчилар манфаатларини ҳимоя қилиш);
- туризмни ривожлантиришнинг устувор йўналишларини белгилашда мувофиқлаштириш;
- институционал ҳамкорлик (бошқарувнинг турли даражаларида, ижтимоий муаммолар ва бошқалар);
- ривожланмаган ҳудудларни мақсадли молиявий ресурслар билан таъминлаш (агар улар туризмни ривожлантиришни қўллаб-қувватлаш жамғармаларини молиявий ресурслар билан мустақил равишда тўлдириш имконига эга бўлмаса);
- туризмни ҳар томонлама қўллаб-қувватлашга эришишга қаратилган дастурларни мувофиқлаштириш (минтақанинг манфаатларини, унинг географик ва этник хусусиятларини ҳисобга олган ҳолда).

Ҳудудларда туризмнинг ривожланиши нотекисдир, бу заиф салоҳият ёки унинг йўқлиги билан эмас, балки кўп жиҳатдан мавжуд субъектив омиллар – маҳаллий маъмуриятнинг манфаатдорлиги ёки йўқлиги, сайёҳлик компаниялари фаоллиги даражаси, уларнинг бошқарув органлари билан муносабатларнинг мураккаблиги билан боғлиқ. Ҳозирги шароитда мижоз даъво қилган замонавий даражадаги хизматларни ишлаб чиқариш учун ўз маблағлари йўқлиги сабабли автоном инфратузилмани яратиш ягона корхона учун фойдасиз ва ҳатто имконсиздир. Бунинг учун биргаликдаги саъй-ҳаракатлар, жумладан, маҳаллий давлат ҳокимияти органларининг ушбу мақсадлар учун маблағ жамғариб боровчиси сифатидаги саъй-ҳаракатлари, шунингдек, ҳудудий бошқарув органлари ва тадбиркорлик субъектлари ўртасидаги ўзаро ҳамкорликнинг самарали шакллари излаш зарур ҳисобланади.

Минтақа ҳокимияти ва туризм корхоналари орқали кўрсатиладиган минтақавий ва маҳаллий даражаларнинг ўзаро таъсири уларнинг йўналиши ва мақсадларига кўра таъсирнинг самарадорлиги даражасида фарқ қилувчи давлат томонидан тартибга солишнинг турли механизмлари орқали амалга оширилиши мумкин. Шу муносабат билан минтақада туризмни бошқаришни йўлга қўйиш мақсадга мувофиқдир:

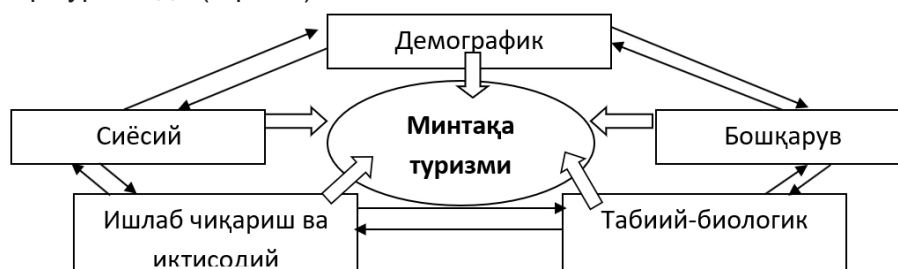
- а) иқтисодиётнинг барча тармоқларини (саноат, савдо, қишлоқ хўжалиги, транспорт ва бошқалар) ҳисобга олган ҳолда минтақа иқтисодиётининг тармоқларидан бири сифатида туризмга билвосита таъсир кўрсатишни назарда тутувчи минтақавий иқтисодий концепция;
- б) минтақавий туризм сиёсати (минтақавий бошқарув миқёсида), бу фақат туризмни барча кўринишларида комплекс ривожлантиришга қаратилган;
- в) ушбу таъсирларнинг ўзаро таъсирининг маҳсули – минтақадаги ҳокимият органлари ва туристик хизматлар бозори ўртасида самарали иқтисодий муносабатларни ривожлантириш учун комплекс дастур (ҳудуднинг ресурс салоҳиятининг аҳамиятига қараб миллий ёки минтақавий дастур) амалга ошириладиган махсус сиёсат. Бундай дастурнинг мақсади туризм бозорини ривожлантириш орқали минтақа субъектлари учун зарур бўлган иқтисодий, ижтимоий, демографик ва бошқа натижаларга эришиш бўлиши керак.

Минтақада туризмни ривожлантиришда ҳудудий туризм маъмурияти (ХТМ) катта рол ўйнади. ХТМ олдида турган асосий вазифа минтақанинг туристик маҳсулотини шакллантириш ва ривожлантириш, уни потенциал ички ва ташқи бозорларда илгари суришдан иборат. Ушбу вазифани бажаришда ХТМ қуйидаги воситалар орқали 1-жадвалда келтирилган ўз вазифаларини амалга ошириб, бутун минтақа номидан ишлайди:

- 1) бозорларда вакиллик қилиш: потенциал туристик бозорларда, лекин алоҳида туристик корхоналарнинг эмас, балки бутун минтақанинг қулай имиджини яратиш (бу функция реклама, ахборот ва нашриёт фаолияти орқали амалга оширилади);
- 2) тадқиқотларни ташкил этиш. ХТМ минтақада туризм бозорини ўрганишни мувофиқлаштиради. Сайёҳларнинг келиб чиқиши, қолиш муддати, афзал кўрилган турар жой тури ва турли туристик маҳсулотларга сарфланган маблағлар тўғрисидаги маълумотлар йиғилади ва маъмурият аъзолари ўртасида тақсимланади (бу маълумотлар ХТМга тенденцияларни баҳолаш ва маркетинг стратегиясини ишлаб чиқишда ёрдам беради; жойлаштириш ва овқатланиш соҳалари учун зарур);
- 3) ҳунармандчилик ва савдо ярмаркаларини ташкил этиш. ХТМ туризмнинг тарқатиш каналлари вакиллари (саёҳат агентлари ва туроператорлар) билан ўзаро алоқаларини осонлаштиради; бундан ташқари, у асосий савдо ярмаркаларида ўриндиқларни сотиб олади ва туризм соҳаси вакиллари ўз стендида материалларни ёки уларнинг кўринишини намойиш қилиш учун иштирок этишга таклиф қилади;
- 4) танишув саёҳатларини ташкил этиш. ХТМ тарқатиш каналлари ва оммавий ахборот воситаларининг асосий вакиллари учун танишув сафарларини ишлаб чиқади;
- 5) янги ва кичик бизнесни қўллаб-қувватлаш. ХТМ маълум бир минтақада туризм учун муҳим бўлган янги маҳсулотлар ва кичик бизнесни қўллаб-қувватлаши мумкин (масалан, минтақавий фестиваллар ва бошқалар кўпинча бундай қўллаб-қувватлаш усуллари билан бири ҳисобланади);
- 6) истеъмолчиларга ёрдам бериш ва ҳимоя қилиш. ХТМ истеъмолчига тегишли маҳсулот маълумотларини тақдим этиш орқали ёрдам беради (масалан, баъзи мамлакатларда сайёҳлар қоладиган жойлар учун керакли ва арзон турар жойни танлашда ёрдам бериш учун туркумлаш схемалари мавжуд);
- 7) умумий таълим. ХТМ сайёҳлик агентликларининг билимларини оширишга, уларнинг туризм бозори эҳтиёжларини тушунишларига ёрдам берадиган конференциялар ва курслар ташкил этади.

Минтақа ҳокимият органларининг туристик корхоналарнинг хўжалик фаолиятига “аралашуви” қуйидагилардан иборат бўлиши керак: биринчидан, қонунчилик (уларга берилган ваколатлар), шу жумладан маҳаллий иқтисодий қонунларни шакллантириш орқали – бу иқтисодий ҳаёт учун махсус қоидаларни ўрнатиш, белгиланган ҳудуднинг ўзига хослиги, имтиёзлар ва чекловлар тизими, корхоналарнинг ҳудудга нисбатан мажбуриятлари бўйича; иккинчидан, маҳаллий бюджет орқали, ишлаб чиқарувчи ва ҳудуднинг фойдасига асосланган молиявий таъсир канали орқали.

Минтақавий туризмга жамиятнинг барча қуйи тизимлари ва улар ўртасидаги таркибий алоқалар таъсир кўрсатади (1-расм).



1-расм: Жамият қуйи тизимларининг минтақа туризмга таъсири



Кўриб чиқилган саволлар доираси қуйидаги хулосалар чиқаришга асос беради. Кейинги пайтларда минтақавий туризмни бошқаришни такомиллаштиришга кўпроқ олим ва мутахассислар эътибор қаратмоқда. Давлатнинг ушбу йўналишдаги саъй-ҳаракатлари, биринчи навбатда, сайёҳлик маҳсулотлари миллий туризм бозорини ва Ўзбекистоннинг жаҳон бозоридаги таклифини ташкил этувчи аниқ минтақалар даражасида жамланиши керак. Минтақавий туризмнинг концептуал ва терминологик аппарати таҳлили шуни кўрсатдики, бугунги кунда у шаклланимоқда ва талқин қилишнинг деярли барча ёндашувлари баҳсли. Туризм – бу иқтисодиётнинг турли тармоқлари корхоналарини бирлаштирган, туризмнинг тармоқлараро ва яхлит табиати концепциясини ҳимоя қилиш ҳуқуқини берувчи мураккаб кўп тармоқли мажмуа. Туризм маҳсулотини шакллантириш талаб ва таклиф омилларини ҳисобга олган ҳолда амалга оширилади, уларнинг комбинацияси минтақани ривожлантириш манфаатларидан келиб чиққан ҳолда туризм секторини бошқариш шарти билан одамларнинг эҳтиёжларини қондиришга ва минтақа туризми маҳсулотининг ўзига хос хусусиятларини сақлаб қолишга ёрдам беради. Туристлик маҳсулот таркибига турлича ёндашувларни кўриб чиқиш унинг элементларини турли таснифлаш мезонлари бўйича тизимлаштириш имконини берилади.

Минтақаларда туризмни самарали бошқариш ушбу соҳани ривожлантиришнинг асосий муаммоларини ҳал этишнинг асосий омили бўлиб, улар орасида ташкил этиш, ҳуқуқий ва моддий-техник таъминлаш, ахборотни ривожлантириш ва бошқалар муаммолари мавжуд. Ушбу муаммоларни ҳал қилиш вариантларини излаш ва такомиллаштириш йўналишлари минтақа туризми менежментининг шаклланиши, ривожланиши ва замонавий ҳолатини дастлабки ўрганиш ва таҳлил қилишни назарда тутди.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси “Қишлоқ хўжалигига мўлжалланмаган ер участкаларини хусусийлаштириш тўғрисида” 2021 йил 15 ноябрдаги ЎРҚ-728-сон Қонуни.
2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Республиканинг туризм салоҳиятини жадал ривожлантириш ҳамда маҳаллий ва хорижий туристлар сонини янада оширишга доир қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида” 2023 йил 26-апрелдаги ПҚ-135-сон қарори.
3. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ички туризм хизматларини диверсификация қилишга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида” 2022 йил 30 апрелдаги ПҚ-232-сон қарори.
4. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Республиканинг туризм салоҳиятини жадал ривожлантириш ҳамда маҳаллий ва хорижий туристлар сонини янада оширишга доир қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида” 2023 йил 26 апрелдаги ПҚ-135-сон қарори.
5. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг “Қишлоқ хўжалигига мўлжалланмаган ер участкаларини хусусийлаштириш тўғрисида”ги Ўзбекистон Республикаси Қонунини амалга ошириш чора-тадбирлари ҳақида” 2022 йил 14 февралдаги 71-сон қарори.
6. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2022 йил 28 сентябрдаги “2022 — 2026 йилларда Қорақалпоғистон Республикасининг туризм салоҳиятини ривожлантириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги 545-сон қарори.
7. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг “Қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари ишлаб чиқарувчиларини давлат томонидан молиявий қўллаб-қувватлашни ташкил этиш тўғрисида” 2022 йил 24 декабрдаги 130-сон қарори.
8. Atamuratova, N., Kudaybergenov, A., & Alimov, A. (2022). Ecotourism Development in the Republic of Karakalpakstan. Karakalpak Scientific Journal, 5(1), 47.
9. Baltasheva, Z. A., Karajanova, R. J., & Embergenova, A. A. (2022). Problems in the Development of Small Industrial Zones and Ways to Solve Them. Central Asian Journal of Theoretical and Applied Science, 3(10), 208-213.



PERSPECTIVES FOR THE FURTHER DEVELOPMENT OF SMART TOURISM IN UZBEKISTAN

Akhunova Shokhistakhon Nomanjanovna

PhD in Economics, FerPI

Askarov Farhod Rakhmatovich

Master in Economics, FerPI, ACCA student

Abstract: This paper explores the perspectives for the further development of Smart tourism in Uzbekistan. Smart tourism refers to the integration of advanced technologies and digital innovations to enhance the tourism experience. Uzbekistan, with its rich cultural heritage and diverse attractions, has immense potential to leverage Smart tourism initiatives to attract and cater to modern travelers. The research examines the current landscape of Smart tourism in Uzbekistan, including existing technological infrastructure and initiatives. It also analyzes the opportunities and challenges associated with implementing Smart tourism practices in the country. The study highlights the potential benefits of Smart tourism, such as enhanced visitor experiences, improved destination management, and sustainable tourism practices. Furthermore, the research explores strategies and recommendations for the future development and promotion of Smart tourism in Uzbekistan. By examining the perspectives for the further development of Smart tourism, this paper aims to provide insights that can contribute to the growth and competitiveness of Uzbekistan's tourism industry.

Key words: digital economy, Smart tourism, mobile internet.

Annotatsiya: Ushbu maqola O'zbekistonda Smart-turizmni yanada rivojlantirish istiqbollarini o'rganadi. Smart-turizm turizm tajribasini oshirish uchun ilg'or texnologiyalar va raqamli innovatsiyalarning integratsiyasini anglatadi. O'zining boy madaniy merosi va turli diqqatga sazovor joylari bilan zamonaviy sayohatchilarni jalb qilish va ularga xizmat ko'rsatish uchun Smart-turizm tashabbuslarini qo'llash uchun ulkan salohiyatga ega. Tadqiqot O'zbekistondagi Smart-turizmning hozirgi manzarasini, jumladan, mavjud texnologik infratuzilma va tashabbuslarni o'rganadi. Shuningdek, u mamlakatda Smart-turizm amaliyotini joriy etish bilan bog'liq imkoniyatlar va muammolarni tahlil qiladi. Tadqiqot Smart-turizmning potentsial afzalliklarini ta'kidlaydi, masalan, tashrif buyuruvchilar tajribasini oshirish, maqsadli boshqaruvni yaxshilash va barqaror turizm amaliyoti. Bundan tashqari, tadqiqot O'zbekistonda Smart-turizmni kelajakda rivojlantirish va ilgari surish bo'yicha strategiya va tavsiyalarni o'rganadi. Smart-turizmni yanada rivojlantirish istiqbollarini o'rganib, ushbu maqola O'zbekiston turizm sanoatining o'sishi va raqobatbardoshligini oshirishga hissa qo'shishi mumkin bo'lgan tushunchalarni taqdim etishga qaratilgan.

Kalit so'zlar: raqamli iqtisodiyot, Smart-turizm, mobil internet.

Аннотация: В данной статье исследуются перспективы дальнейшего развития умного туризма в Узбекистане. Smart-туризм подразумевает интеграцию передовых технологий и цифровых инноваций для улучшения туристического опыта. Узбекистан с его богатым культурным наследием и разнообразными достопримечательностями обладает огромным потенциалом для использования инициатив в области умного туризма для привлечения и обслуживания современных путешественников. В исследовании рассматривается текущая ситуация в сфере умного туризма в Узбекистане, включая существующую технологическую инфраструктуру и инициативы. В нем также анализируются возможности и проблемы, связанные с внедрением практики умного туризма в стране. В исследовании подчеркиваются потенциальные преимущества умного туризма, такие как улучшение качества обслуживания посетителей, улучшение управления дестинациями и практика устойчивого туризма. Кроме того, в исследовании изучаются стратегии и рекомендации по будущему развитию и продвижению умного туризма в Узбекистане. Рассматривая перспективы дальнейшего развития умного туризма, данная статья призвана предоставить информацию, которая может способствовать росту и конкурентоспособности туристической отрасли Узбекистана.

Ключевые слова: цифровая экономика, Smart-туризм, мобильный интернет.



INTRODUCTION

Uzbekistan, a land of rich cultural heritage, breathtaking landscapes, and historical significance, holds immense untapped potential for the development of its tourism industry. Nestled in the heart of Central Asia, this captivating country is poised to become a thriving hub for both domestic and international travelers. With its diverse array of attractions, warm hospitality, and a renewed focus on tourism development, Uzbekistan is ready to welcome the world.

In recent years, Uzbekistan has embarked on a transformative journey to position itself as a top-tier destination on the global tourism map. The government's commitment to tourism development, coupled with strategic investments in infrastructure, marketing campaigns, and policy reforms, has laid a solid foundation for the growth of the industry. As a result, the tourism landscape in Uzbekistan has witnessed a remarkable transformation, attracting a growing number of visitors from all corners of the globe.

Domestic tourism is a vital component of Uzbekistan's tourism industry, as it allows residents to explore and appreciate the country's rich cultural and natural heritage. The promotion of domestic travel has been a key focus, encouraging locals to discover the hidden gems within their own country. Efforts to enhance accessibility, develop tourist-friendly infrastructure, and showcase lesser-known destinations have kindled a sense of pride and curiosity among Uzbek citizens, encouraging them to embark on memorable journeys within their homeland.

On the international front, Uzbekistan has emerged as an increasingly popular destination for travelers seeking authentic experiences and off-the-beaten-path adventures. The country's UNESCO World Heritage Sites, such as the historic cities of Samarkand, Bukhara, and Khiva, showcase the grandeur of the Silk Road and offer a glimpse into the region's rich history. The stunning landscapes of the Nuratau-Kyzylkum Biosphere Reserve, the Aral Sea region, and the picturesque Fergana Valley beckon nature enthusiasts and adventure seekers alike. Additionally, Uzbekistan's cultural festivals, traditional craftsmanship, and vibrant local markets provide a captivating tapestry of experiences for visitors.

As Uzbekistan continues to position itself as a premier tourist destination, the government's commitment to sustainable tourism practices is commendable. Conservation efforts, community involvement, and the preservation of cultural heritage are integral to the country's tourism development strategy. By embracing responsible tourism principles, Uzbekistan aims to ensure that future generations can also enjoy the beauty and authenticity of its landscapes and cultural treasures. Furthermore, we will discuss the challenges and opportunities that lie ahead, as Uzbekistan strives to establish itself as a leading player in the global tourism arena.

RESEARCH AND METHODOLOGY

- 1) the analysis and synthesis method is employed to examine the availability and usage of the internet in developing Smart tourism in Uzbekistan's digital economy.
- 2) Scientific abstraction, induction, and deduction are utilized in research to compare similarities between different countries and analyze research outcomes from scientists.
- 3) The abstract-logical approach is utilized to theoretically generalize the research findings and formulate conclusions.
- 4) Mathematical and statistical processing of research results involves analyzing the collected data through various techniques such as ranking, scaling, registration, systematization, differentiation, grouping, and graphical representation.

Let's begin with domestic tourism: Specialists from the Institute of Macroeconomic and Regional Studies (IMRS) conducted an online survey to assess the situation related to the development of domestic tourism in Uzbekistan. A total of 1282 respondents from the Republic of Karakalpakstan, all regions, and the city of Tashkent of our country participated in it.

The survey results revealed that the level of intensity in domestic tourism in Uzbekistan is relatively low. Specifically, 34.7% of respondents stated that they do not travel, 42.0% travel once a year, and 14.4% travel once every three months.



According to the survey, nearly 50 percent of trips within the country are made to four regions: Samarkand (15.8%), Bukhara (9.4%), Tashkent (10.6%), and the city of Tashkent (11.4%). The smallest share is attributed to the Republic of Karakalpakstan (3.0%), mainly due to its remote location.

When asked about their preferred mode of travel, 81.2% of respondents answered that they travel independently, 15.5% travel through organized arrangements provided by their workplace, and 2.4% utilize tour operators.

Undoubtedly, transportation infrastructure plays a significant role in the development of domestic tourism. The respondents' answers indicated that they predominantly travel by private car (56.8%) or train (17.3%).

Regarding tourist destinations, 17.6% of survey participants prefer mountainous areas, 17.1% opt for family tourism, 22.6% engage in pilgrimage tourism, and 11.5% are interested in cultural and educational tourism. Additionally, 5.7% of respondents expressed a preference for sanatoriums, 3.5% for youth and adventure tourism, 3.0% for business tourism, and 6.1% for ecotourism. These statistics indicate that these tourism sectors are developing in Uzbekistan.

When asked about the factors that attract people to health resorts, the primary responses were the clean mountain air (35.9%) and the availability of family-oriented recreational opportunities (16.4%), as well as the positive impact on health (10.8%).

Regarding the promotion and support of domestic tourism, 26.2% of respondents emphasized the need for incentives for intercity travel (such as discounts on meals and parking), 23.6% highlighted the necessity for the development of an affordable and high-quality public transportation system, and 11.6% suggested the establishment of transport and logistics centers. [1]

To achieve the target of 25 million domestic tourists as outlined in the Uzbekistan 2030 strategy, [2] it is crucial for the regulatory and managerial bodies of the Republic of Uzbekistan to implement specific steps and embrace advanced approaches that cater to the preferences of the youth in the digital economic era.

Factors found to be influencing international tourist flow have been explored in several studies. They vary widely in terms of dependent and independent variables, periods and levels of the data, empirical methodologies, and country of origin and destination pairs. Meta-analysis of tourism demand from 195 studies shows international tourism vary significantly across different origins, destinations, products, data frequencies, demand variable measures, modeling methods, and in terms of travel distances.[3][4]The movements of people between places are highly complex and are influenced by a wide variety of interrelated variables.[5]

Embrace the digital revolution by leveraging technology and online platforms to promote domestic and international tourism. Develop user-friendly websites, mobile applications, and social media campaigns that provide comprehensive information about destinations, attractions, and travel experiences. Enable online booking systems and facilitate seamless digital transactions to enhance convenience for tech-savvy youth.[6]

Travelers today expect personalized and tailored experiences. They seek customized itineraries, recommendations, and suggestions that align with their individual preferences and interests. [7] Advanced technologies such as artificial intelligence (AI) and machine learning can analyze user data and provide personalized recommendations for accommodations, attractions, and activities.

The convenience of digital platforms is paramount for modern travelers. They prefer online booking systems that allow them to compare prices, read reviews, and make bookings from the comfort of their own homes or on the go.[8] Mobile applications and user-friendly websites are essential tools for digital-savvy tourists, offering easy access to information, reservations, and real-time updates.

Immersive technologies like virtual reality (VR) and augmented reality (AR) have gained popularity in the tourism industry. These technologies provide virtual tours, 360-degree videos, and interactive experiences that allow travelers to preview destinations and attractions before their actual visit. [9]VR and AR also enhance storytelling and create engaging narratives that captivate tourists.[10]

In the digital era, there is a growing emphasis on sustainable and responsible tourism practices. [11] Travelers are more conscious of their environmental and social impact and seek destinations



and businesses that prioritize sustainability. Advanced approaches in tourism focus on eco-friendly accommodations, community-based tourism initiatives, and promoting local cultures and traditions while minimizing negative impacts on the environment.

Tourism organizations and businesses are leveraging digital marketing strategies to attract and engage with modern travelers. This includes targeted online advertising, social media campaigns, content marketing, and influencer collaborations.[12] Engaging storytelling, visually appealing content, and interactive campaigns are used to capture the attention and interest of potential tourists.

Highlighting the importance of considering both quantitative and qualitative data for the development of tourism in Uzbekistan. While quantitative data provides numerical insights and trends, qualitative data offers valuable contextual information and a deeper understanding of various factors that influence tourism development. Here are some key qualitative considerations related to Uzbekistan:

- a) Recognizing the limited water resources in Uzbekistan is crucial for sustainable tourism development. Efficient water management practices, such as promoting water conservation measures in hotels and tourist facilities, can be implemented to ensure responsible water usage in the tourism sector.
- b) While Uzbekistan is not located close to oceans or seas, it possesses unique geographical features that can be leveraged for tourism. The country's diverse landscapes, including mountains, deserts, and fertile valleys, offer opportunities for adventure tourism, nature-based activities, and cultural experiences.
- c) Uzbekistan's subtropical climate zone presents both opportunities and challenges for tourism development. The distinct four seasons provide a chance to promote seasonal tourism activities, such as skiing in winter, blossoming gardens in spring, cultural festivals in summer, and autumn foliage tours. However, it is important to consider climate-related factors, such as extreme temperatures during summer and potential impacts on tourism activities and visitor comfort.
- d) The development of internet coverage and reliable connectivity is essential to meet the demands of modern tourists. Access to high-speed internet and widespread coverage enables convenient online bookings, access to travel information, and digital marketing strategies. Expanding internet infrastructure and improving connectivity in remote areas can enhance the overall tourist experience and support the growth of digital tourism initiatives.[13]

CONCLUSION

For Uzbekistan to develop and enhance Smart tourism, several key steps should be taken. These include:

- Enhancing internet coverage and connectivity across the country is crucial. This will enable tourists to access information, make online bookings, and engage with digital platforms seamlessly. Investing in internet infrastructure and expanding coverage to remote areas will contribute to a more connected and digitally-driven tourism experience.
- Encouraging the growth of environmentally friendly startups within the tourism industry is essential. These startups can focus on sustainable tourism practices, eco-friendly accommodations, and responsible travel experiences. Providing support, incentives, and incubation programs for such startups will foster innovation and contribute to the development of a sustainable tourism ecosystem.
- Improving the quality and diversity of content related to travel roads, hotels, attractions, and destinations is important. This includes providing accurate and up-to-date information, high-quality visuals, and engaging storytelling. Streamlining procedures for permits, visas, and travel logistics will also contribute to a smoother and more efficient travel experience for tourists.
- Allocating resources to develop and upgrade tourism infrastructure is crucial. This includes improving transportation networks, accommodations, public facilities, and tourist attractions. Upgrading existing infrastructure and developing new facilities will enhance the overall visitor experience and support the growth of Smart tourism initiatives.

- Recognizing the significance of IT in the tourism industry, allocating more IT personnel within the sector is essential. This includes hiring skilled professionals to develop and maintain digital platforms, implement Smart technologies, and manage data-driven initiatives. Having a dedicated IT workforce will support the implementation of advanced technological solutions and drive innovation in the tourism sector.

By focusing on these areas, Uzbekistan can lay the foundation for Smart tourism development. Improving internet coverage, promoting environmentally friendly startups, enhancing content and procedures, investing in infrastructure, and allocating IT personnel will contribute to the country's digital transformation and position it as a competitive and attractive destination in the global tourism market.

References:

1. http://imrs.uz/publications/articles-and-abstracts/local_tourism
2. Decree of the President of the Republic of Uzbekistan, PF-158, dated September 11, 2023.
3. Crouch GI, Shaw RN (1992). International tourism demand: A metaanalytical integration of research findings. In: P. Johnson and B. Thomas (Eds.), *Choice and demand in tourism*. London: Cassel.
4. Peng B, Song H, Crouch GI, Witt SF (2015). A Meta-Analysis of International Tourism Demand Elasticities. *Journal of Travel Research* 54(5):611-633.
5. Gidebo, H. B. (2023). Linking livelihood and biodiversity conservation in protected areas: Community based tourism development perspective from developing country. *Tourism and Hospitality Research*, 23(3), 361-375.
6. Pesonen, J. (2020). Management and leadership for digital transformation in tourism. *Handbook of e-Tourism*, 1-34.
7. Santos, F., Almeida, A., Martins, C., Gonçalves, R., & Martins, J. (2019). Using POI functionality and accessibility levels for delivering personalized tourism recommendations. *Computers, Environment and Urban Systems*, 77, 101173.
8. Almeida-Santana, A., David-Negre, T., & Moreno-Gil, S. (2020). New digital tourism ecosystem: understanding the relationship between information sources and sharing economy platforms. *International Journal of Tourism Cities*, 6(2), 335-345.
9. Beck, J., Rainoldi, M., & Egger, R. (2019). Virtual reality in tourism: a state-of-the-art review. *Tourism Review*, 74(3), 586-612.
10. Yung, R., Khoo-Lattimore, C., & Potter, L. E. (2021). Virtual reality and tourism marketing: Conceptualizing a framework on presence, emotion, and intention. *Current Issues in Tourism*, 24(11), 1505-1525.
11. Rodríguez-Díaz, B., & Pulido-Fernández, J. I. (2019). Sustainability as a key factor in tourism competitiveness: A global analysis. *Sustainability*, 12(1), 51.
12. Deb, S. K., Nafi, S. M., & Valeri, M. (2022). Promoting tourism business through digital marketing in the new normal era: a sustainable approach. *European Journal of Innovation Management*.
13. Akhunova, S. N., & Askarov, F. R. (2023). THE PROSPECTS FOR UZBEKISTAN'S ECONOMIC PERFORMANCE IN THE DIGITAL ERA. *Interpretation and researches*. 1(16).



ҚОРАҚАЛПОҒИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ИЧКИ ТУРИЗМ ЙЎНАЛИШЛАРИ

Н. А. Норчаев
ТДИУ талабаси

Нукус-Қўнғирот йўлидаги туристик объектлар.

Миздахкон археологик-меъморчилик мажмуаси (милoddan аввалги IV аср – милodий XV аср) 1928-1929 йилларда профессор А.О.Якубовский томонидан ўрганилган эди. Ўрта асрларда яшаган деб муаллифлари (Ибн Русто, 906-913 йиллар; ал-Истаҳрий, 961 йил: ал-Балхийнинг бизгача етиб келмаган асари асосида, 919-920 йиллар) асарларида бир неча маротаба эслатиб ўтилган бу шаҳарнинг номи “Миздахкон” (“Мардажкон”) дея тилга олинади. Ал-Муқаддасий (985 йил) шундай ёзади: “Миздахкон – катта [шаҳар], унинг атрофида 12 минг истехком ва бепоён вилоят мавжуд (Хоразмнинг бош шаҳри Гурганждан ташқари), қолган бошқа шаҳарларида аҳоли кўп яшайди ва улар мудофаа деворлари билан ўраб олинган. Миздахкон эса – улар орасида энг каттаси. Майдони бўйича қарийб Журжонияга тенг бўлиб унинг атрофи ҳам истехком девори [жойлари] билан ўраб олинган”.

Қадимий шаҳар излари ғарб тарафдаги тепаликда Гаурқалъа вайроналари кўринишида сақланиб қолган (милoddan аввалги IV-III асрлар). Миздахкон мажмуаси ҳам Ўрта асрларга, ҳам анча қадимийроқ ислом ва зардуштийликка хос меъморий ёдгорликлар бўлмиш Жомарт қассоб тепалиги, Шамун Набий, Халфа Ражаб, Мазлумхон Сулув мақбараю хонақоҳлари ва бошқалардан иборат. Археологик қазилмалар чоғида, шунингдек, маҳаллий аҳоли томонидан бу ердан, асосан, қуфий ва камдан-кам ҳолларда насх хати услубида ёзилган харфлар воситасида яратилган китобсимон битикларга эга бўлган меъморий нақш парчалари ҳам топилган.

Довут ота афсонавий қозоқ ботири Барақ ботирнинг авлоди саналади. Унинг отаси Осов ва бувиси Барақ Қозоғистон ва Ўзбекистон чегараси атрофида, Сам қумлари орасида дафн этилган. Ўзининг қабри эса– Қорақалпоғистон Республикаси Қўнғирот туманидаги ҳозирги пайтда унинг номи билан юритиладиган қабристон ҳудудида. Мақбараси ичидаги қулфтошда унинг вафот этган йили (1623) кўрсатилган. 1984 йили қўйилган мармар тошда эса ноаниқ (нотўғри деб тахмин қилинган) акс топган: 1750-1826 йиллар) Ёдгорлик ва қабристон Устюрт платосига чиқиш ёнбағрида жойлашган. Бугунги кунда мавжуд мақбара XX аср 80-90 йиллар бошларида қурилган.

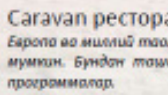
НУКУС-ҚЎНҒИРОТ ЙЎЛИ

ОВҚАТЛАНИШ ЎРИНЛАРИ



Шедевр кафеси (95 601 8833)

Асосан жўжа ва кабоб таомлари тайёрланади. Бундан ташқари миллий ва ёвропа таомларини танловли қилиш мумкин.



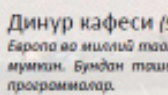
Caravan ресторани (90 652 4141)

Европа ва ишлий таомлар танловли қилиш мумкин. Бундан ташқари мусиқий ва шоу программалар.



Арба (95 601 8833)

Асосан балқ таомлари ва ишлий таомлар. А380 халқаро автомагистрал бўйида жойлашган. Ёз пайтлари суммий ташиш қилинган ял ёстидаги суғалар ўрнатилган.



Динур кафеси (95 605 15 65)

Европа ва ишлий таомлар танловли қилиш мумкин. Бундан ташқари мусиқий ва шоу программалар.



ЖОЙЛАШТИРИШ ВОСИТАЛАРИ

"HOTEL OASIS" меҳмонхонаси

100-150 минг сўм бир кунга

тел: 98 279 7776

Жойлаштириш воситасида 16 та ўтов, 30та ўрин мавжуд. Стандарт хоналар 12 та, Люкс хоналар 4 та



"Хўжайли" меҳмонхонаси

80-100 минг сўм бир кунга

тел: 90 714 20 65

Жойлаштириш воситасида 11 та хона, 26та ўрин мавжуд. Стандарт хоналар 11 та



"QONIRATLI INTIZAR" ва "DANIAROVA GULNOZA" меҳмон уйлари

60-90 минг сўм бир кунга

тел: 91 371 3182

тел: 91 377 3313

Қўнғирот темир йўл вокзалига яқин ҳудудда жойлашган. Меҳмонлар учун барча қулайликларга эга.



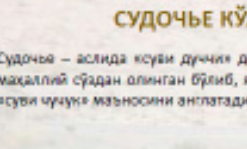
**Мўйноқ туманидаги туризм объектлари.**

Ҳаким ота зиёратгоҳи. Сулайман Бақирғаний – одамзотни маънавий покликка ва етукликка эришишга чақирган Ислом динида шаклланган суфизмнинг энг ёрқин вакиллари билан бири. У туркий халқлар орасида Ҳаким-ата исми билан таниқли. Унга бу унвон устози Хўжа Ахмад Яссавий томонидан топқирлиги, билимлилиги ва чуқур ўй-фикр юрита олганлиги учун берилган. Ҳаким-ата Сулайман Бақирғанийдан бизга мерос бўлиб қолган асарларининг асосий ғояси одам ўзининг нафсини тийиши, тавбага келиши, ўзининг руhini ва танасини поклаши, бойлик ва ортиқча мол-дунёга интилишдан ўзини узоқ тутиши лозим. Одам қаноатли ва сабр тоқатли, инсофли ва иймонли бўлишга интилиши зарур.

Ажиниёз Қосибай ули зиёратгоҳи. Ажиниёз Кўсибой ўғли — қорақалпоқ шоири. Эски мактабда, сўнгра Хивадаги Шерғозихон мадрасасида ўқиган. Қорақалпоқ зиёлилари орасида биринчилардан бўлиб охунд даражасига эришган. Ўзбек, қозоқ, туркман тилларини яхши билган. Ажиниёз адабий меросидан бизга 100 га яқин шеър ва дostonлари етиб келган. Шеърларида ватанпарварлик, инсонпарварлик ғоялари куйланган. «Керак», «Бўлади», «Бўлмаса», «Яхши», «Йигитлар» каби асарларида Ажиниёзнинг инсонпарвар ғоялари, фалсафий қарашлари ифодаланган. Асарлари халқ орасида кенг тарқалган. «Қиз Менгеш билан айтишув» асари (1878) машҳур.

Тоқпақ ота зиёратгоҳи. Мўйноқ туманининг Уш сай посёлкасида, бийик қўмнинг тепасида жойлашган. Тоқпа ота тўғрисида Жийен жировнинг ва Кунхожа асарларида: Тоқпақтан ести қатти жел (Тоқпақдан эсди қаттиқ шамол), Буннан бардым Ҳазирети Тоқпаққа (Бундан бордим Ҳарзати Тоқпаққа) деган қаторларнинг учраши унинг XVIII асрнинг ўрталаридан таниқли эканлигини кўрсатади. XIX асрда бу ерда бўлган Венгриялик олим Вамбери Тоқпақ отанинг “балиқчиларнинг пири” эканлигини, гумбаз ичида чапоннинг, уй буюмларининг сақланганлигини айтади. Халқ орасида Тоқпақ ота, Буўрахан ота, Ҳаким оталар Хўжа Ахмад Яссавийнинг шокиртлари бўлган деган ҳикоялар мавжуд. Тоқпақ ота Хўжа Ахмад Яссавийдан пирлик этишни сўраганда, унга ҳали вояга етмагансиз, деб рухсат бермаслигига қарамасдан ўзлигидан кетиб қолган ва ўз кемасида сувга кетиб ғарқ бўлган.

ҚўНҒИРОТ-МЎЙНОҚ-ОРОЛ-ҚўНҒИРОТ йўлидаги туристик объектлари

	ОРОЛ ДЕНГИЗИ	Денгиз бўйида сайёҳларга дам олиш, оёқтаниш ва транспорт хизматлари ташкил этилган.		УСТҲОТ КАНЬОНЛАРИ	Устҳот платосига чиққан ҳар бир инсон шунинг дарҳол англайди: у – ўлуғ, бепоён, бешавқат, сирли ҳамда ўзига хос ўзгача бир олам. Орол денгизининг ҳозирги қирқоқлари ажойиботга тўла. Қорақалпоғистонда жориний сайёҳларнинг, шунингдек маҳаллий аҳолининг эътиборини қозониб келмоқда. Чинқларнинг баландлиги 300-350 метрга етади.
	СУДОЧЬЕ КўЛИ	Судочье – аслида «суви дўччи» деган маҳаллий сўздан олинган бўлиб, яъни «суви чуқуқ» маъносини англатади.			«БЕЛЕУЛИ»
	ОРОЛ КЕМАЛАРИ МУЗЕЙИ	Очиқ осмон остидаги кемалар музейи (Кемалар қабристонини) бир вақтлар ўрнида Мўйноқ шаҳри порти бўлган жойда пайдо бўлган. Қамонлардир Орол денгизида келган, яроқсиз, ташландиқ, зинг босган балиқчилик кемалари ва баржалари, ҳозирда қанонлардаги жўшқин денгизнинг тўбиди абадий мўзлаган.	КАРОВАН САРОЙИ	Белеули буюк ипак йўлидаги эсталик. Белеули карван саройи Қорақалпоғистон Республикаси Қўнғирот туманида жойлашган бўлиб, Жаслык посёлкасида 67 км узоқликда жойлашган. Карван сарой атрофида қўдўқлар, сув сақлагичлар ва ўрта асир қабристонлари мавжуд.	



QORAQALPOG'ISTON RESPUBLIKASIDA TURIZMNI RIVOJLANTIRISH TENDENSIYALARI

Islamova Qunduzxon Ikromboy qizi

Chirchiq davlat pedagogika universiteti Tarix yo'nalishi 2-bosqich talabasi

Annotatsiya: Mazkur maqolada turizmning zamonaviy dunyoda tutgan o'rnini, jahon davlatlari tomonidan turizmga berilyotgan e'tibor, yurtimizning turizm salohiyati va Qoraqalpog'istonning turizm istiqbollari haqida so'z boradi. Aynan Qoraqalpog'istonning turistik obyektlariga to'xtalib o'tilgan.

Kalit so'zlar: Turizm, Butunjahon turizm tashkiloti, Bradt Guides, Mo'ynoq, Qo'yqirilgan qal'a, Oybo'g'ir qal'a, Burli qal'a, Tuproqqal'a.

Abstract: This article talks about the role of tourism in the modern world, the attention paid to tourism by the countries of the world, the tourism potential of our country and the tourism prospects of Karakalpakstan. The touristic objects of Karakalpakstan were mentioned.

Key words: Tourism, World Tourism Organization, Bradt Guides, Moynoq, Koykyrilan Castle, Oybogir Castle, Burli Castle, Tuproq Castle.

Аннотация: В данной статье говорится о роли туризма в современном мире, внимании, уделяемом туризму странами мира, туристическом потенциале нашей страны и туристических перспективах Каракалпакстана. Были упомянуты туристические объекты Каракалпакстана.

Ключевые слова: Туризм, Всемирная туристическая организация, Путеводители по Брадту, Мойнок, Замок Койкырилан, Замок Ойбогир, Замок Бурли, Замок Тупрок.

Zamonamiz talablaridan biri shubhasiz bugungi kunda turizmning rivoji bo'lib qolmoqda. Har bir davlat katta e'tibor qaratayotgan ushbu soha o'z dozarbligini mustahkamlab bormoqda. Butunjahon turizm tashkilotining (UNWTO) kuzatishlari bo'yicha dunyo bo'ylab sayyohlar soni yanada ortishi tahmin qilingan. Xususan, 2017-yilda jahon bo'yicha turistlar soni 1,1 mlrd ni tashkil etgan bo'lsa, shundan 5,5 mln yurtimizga tashrif buyurgan sayyohlardir. Eng ko'p sayyoh tashrifi bo'yicha Fransiya 93,2 mln, Ispaniya 82,8 mln, AQSH 82, 2 mln, Xitoy 62,9 mln Italiya 62,1 mln kabi davlatlar yuqori o'rinlarda turadi. Bu davlatlar sayyohlik tizimidan olinadigan foyda YaIM hajmining 10 foizdan ko'prog'ini tashkil etadi. Shunga yarasha turizm uchun, sayyohlar xavfsizligi, madaniy meroslarni asrab-avaylash kabilarga katta e'tibor beriladi. Bizning yurtimiz ham turizmning ko'plab yo'nalishlari bo'yicha keng imkoniyatlarga ega hisoblanadi. Boy tariximiz, betakror madaniyatimiz, tengi yo'q obidalarimiz-u, takrorlanmas urf-odatlarimiz bilan qancha faxrlansak arziydi. Bu boy meroslarimiz ko'zni quvnatish bilan birga moddiy jihatdan xalqimizga foyda keltirishi ham mumkin. Shularni nazarda tutgan holda davlatimiz ham turizm sohasiga katta e'tibor berib, bu borada maxsus qarorlar qabul qilmoqda. Xususan O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 26-aprel 2023-yildagi PQ-135-son qarori bilan Respublikaning turizm salohiyatini jadal rivojlantirish hamda mahalliy va xorijiy turistlar sonini yanada oshirishga doir qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida qarori e'lon qilindi. Qarorga ko'ra, har bir turistik rayon bo'yicha turizmni rivojlantirishning maqsadli ko'rsatkichlari tasdiqlandi. Ayniqsa bu borada Qoraqalpog'iston Respublikasi turizmni rivojlantirish bo'yicha kerakli ko'rsatkichlar belgilab olindi. Madaniyat va turizm vazirligi Germaniyaning "Gesellschaft fur international Zusammenarbeit-GIZ" tashkiloti bilan yaqindan hamkorlikda Qoraqalpog'iston Respublikasida turizm sohasini rivojlantirish yuzasidan bir qator ishlar tashkil etilyapti. "2023-2026-yillarda Qoraqalpog'iston Respublikasida turizmni barqaror rivojlantirish" strategiyasi ishlab chiqilgan bo'lib, unga muvofiq turizm mahsulotlarini diversifikatsiya qilish va xizmatlar sifatini ko'tarish, infratuzilmani yaxshilash, yangi sayyohlik yo'nalishlarini yaratish, eksportni oshirish, va tashqi turizm bozorlarida targ'ibot ishlarini olib borish, yangi bo'sh ish o'rinlarini yaratishga yo'naltirilgan. 2026-yilga kelib Qoraqalpog'istonga tashrif buyuruvchi sayyohlar soni 180000 va mahalliy sayyohlar soni 1 millionga yetkazish ko'zda tutilgan. Eko, etno, madaniy-tarixiy, ziyorat, arxeologik, gastonomik va safari turizm yo'nalishlarida yangi mahsulotlar yaratish uchun maxsus dasturlar ishlab chiqilgan. Bundan tashqari Buyuk Britaniyaning



“Bradt Guides” sayyohlik nashri 2023-yilda sayohat qilish uchun tavsiya etilgan dunyoning noyob turistik hududlari ro‘yxatiga Qoraqalpog‘istonni kiritganligiga guvoh bo‘lishimiz mumkin. “Toshkentga haftasiga uchta reys amalga oshiriladigan Mo‘ynoqdagi yangi aeroport va Nukusga tezyurar poezyd qatnovi bu olis va maftunkor hududga har qachongidan ham oson yetib borishni anglatadi” deyiladi xabarda. Ayniqsa Mo‘ynoqning turizm salohiyatini oshirishga katta e‘tibor berilmoqda. Bunga misol qilib Mo‘ynoqda turizm masalalariga oid xalqaro konferensiya o‘tkazish va Qoraqalpog‘istonning har bir Shahar va tumanida 500 nafar aholini respublikaning turistik hududlariga yuborilishini tashkillashtirishni ko‘rsatishimiz mumkin. Shuning o‘ziyiq Qoraqalpog‘istonning turistik imkoniyatlarini yuqori ekanligidan dalolat beradi. Jahon sayyohlari hali kashf etilmagan hududlarga qiziqishi ortib borayotgan bu davrda Qoraqalpog‘iston juda yaxshi salohiyat egasi ekanligi ma‘lum. Tarixiylik nuqtai nazardan juda qadimga borib taqaluvchi bu hududda miloddan avvalgi 5-ming yillikdan 2-ming yillikka qadar aholi asosan Amudaryo bo‘ylarida, Orol va Kaspiy dengizlari bo‘ylarida istiqomat qilib kelgan. Ilk sivilizatsiyalar paydo bo‘lganidan boshlab hududda O‘rta Osiyoga mansub eng qadimiy qal‘alar topilgan. Bulardan Qo‘yqirilgan qal‘a, Oybo‘g‘ir qal‘a va Burli qal‘a xarobalaridan yozma yodgorliklar, tasviriy san‘at va haykaltaroshlik yodgorliklari topilgan. Ayniqsa, Xorazmshohlar saroyi joylashgan Tuproq-qal‘a so‘nggi antik davrning eng ulkan yodgorliklaridan biri hisoblanadi. Unda mashhur Afrig‘iylar saroyi joylashgan edi. Ushbu madaniy yodgorliklarni ko‘z qorachig‘iday asrash, qayta tiklash ishlarini tadbirli olib borishimiz zarurdir. 2019-2022-yillarda Qoraqalpog‘iston hududida 5 ta muhofaza etiladigan tabiiy hududlar tashkil etish rejalashtirilgan. “Janubiy Ustyurt” davlat qo‘riqxonasi Beltov, Oqpetki va Oqdaryo-Qozoqdaryo ikki daryo oralig‘i davlat buyurtma qo‘riqxonalari, Sudoche davlat buyurtma qo‘riqxonasi negizida Sudoche ko‘llar tizimi davlat buyurtma qo‘riqxonasi tashkil etiladi. Davlat ekologiya qo‘mitasi markaziy aparati tuzulmasida Bioxilmaxillik va muhofaza etiladigan tabiiy hududlar bosh boshqarmasi tashkil etiladi. Bu tadbirlarning barchasi tabiatni asrash bilan birga turizmni rivojlantirishga qilinayotgan sa‘y harakatlardir. Hukumatimiz tomonidan bunday e‘tibor, albatta, o‘z samarasini ko‘rsatishiga ishonchimiz komil. Zero bugungi islohatlar ertangi istiqbollar uchundir.

XULOSA

Turizm sohasi eng istiqbolli va kelajakda yaxshi daromad keltiruvchi soha ekanligini e‘tirof etgan holda, yurtimizning xususan Qoraqalpog‘iston Respublikasining bu borada imkoniyatlari keng ekanligini ko‘rib o‘tdik. Madaniy merosi, betakror tabiati, mehmondo‘st xalqi tufayli Qoraqalpog‘iston o‘ziga sayyohlarni jalb etishda davom etmoqda. Bu ko‘rsatkichlar yildan-yilga ortib bormoqda. Jonajon vatanimiz o‘z eshiklarini butun dunyoga ochar ekan turizm iqtisodiyotimizning muhim bir bo‘lagiga aylanishiga va xalqimiz farovonligiga xizmat qilishini kuzatishimiz mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘xati:

1. M. R. Usmanov. Turizm geografiyasi. Samarqand-SamDu-2020.
2. <https://lex.uz/docs/>
3. <https://yuz.uz>
4. <https://karakalpakstan.travel/>
5. <https://kknews.uz>
6. <https://oz.sputniknews.uz>
7. <https://interfax.uz>



ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СМАРТ-ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ КАРАКАЛПАКСТАН

Очилова Х. Ф.

доцент кафедры Туризм, ТГЭУ

Нагметуллаев А. А.

магистр группы МТХТ-21

Аннотация: Данный тезис связан с перспективами развития Смарт-туризма в Республике Каракалпакстан. Смарт-туризм является одним из актуальных направления для туристской индустрии в данной местности для повышения качества услуг. Целью данного исследования является использование цифровых технологий для увеличения потока иностранных туристов.

Ключевые слова: Смарт-туризм, аудиогиды, таблоиды, “Qonaq Jay”, 3D-модель.

Annotatsiya: Ushbu tezis Qoraqalpog'iston Respublikasida Smart-turizmni rivojlantirish istiqbollari bilan bog'liq. Smart-turizm – xizmatlar sifatini yaxshilash uchun ma'lum bir hududda turizm industriyasining hozirgi tendensiyalaridan biri. Ushbu tadqiqotning maqsadi xorijiy sayyohlar oqimini oshirish uchun raqamli texnologiyalardan foydalanishdir.

Kalit so'zlar: Smart-turizm, audiogidlar, tabloidlar, “Qonaq Jay”, 3D model.

Abstract: This thesis is related to the prospects for the development of Smart tourism in the Republic of Karakalpakstan. Smart tourism is one of the current trends for the tourism industry in a given area to improve the quality of services. The purpose of this study is to use digital technologies to increase the flow of foreign tourists.

Key words: Smart tourism, audio guides, tabloids, “Qonaq Jay”, 3D model.

Туризм является одной из самых динамично развивающихся отраслей в мире. Туристическая отрасль играет значительную роль в политической, экономической, социальной и культурной жизни общества. Несмотря на высокий туристский потенциал, Узбекистан занимает незначительное место в туристском рынке. По оценкам ВСТП, Узбекистан занимает 150-е место среди стран мира по туристским прибытиям (на его долю приходится 0,2 % от общего потока при оценочном потенциале в 2,2 %), 115-е – по совокупному вкладу в формирование ВВП страны, 103-е – по использованию инвестиций и 69-е – по числу занятых в отрасли.

Каракалпакстан является суверенной республикой в составе Республики Узбекистан. Территория Каракалпакстана включает также южную половину Аральского моря, на осушенном дне которого теперь формируется новая солончаковая пустыня Арал-Кум, и низовья реки Амударьи. Более 80% территории Каракалпакстана занимает пустыни. Древние памятники археологии Каракалпакстана, а также устное народное творчество, исполнительское искусство, традиционные ремесла, природные заповедные зоны, флора и фауна и знаменитые музеи, такие, как Государственный музей искусств Каракалпакстана им. И. Савицкого, представляют большой интерес как для ученых, так и для широкой публики в Узбекистане и за рубежом.. Каракалпакстан —это земля древней культуры. Здесь сохранилось большое количество памятников древности и средневековья. Народы, населяющие Южное Приаралье — каракалпаки, узбеки, казахи и туркмены —обладают богатейшим культурным наследием, которое включает памятники археологии и архитектуры, традиционные ремесла, богатейший фольклор, обряды и традиции народных празднеств и т.д. Здесь, помимо значительного фонда памятников древних и средневековых цивилизаций, находится ряд уникальных природных объектов. Это различные ландшафты: плато Устюрт, пустыня Кызылкум, дельта Амударьи; а также природные объекты: Государственный Нижне-Амударьинский биосферный резерват, особую известность получивший благодаря благородному бухарскому оленю(тугайный олень) —хангулу(букв.: «царский цветок»); окаменевший лес каменноугольного периода в районе воз-



вышенности Кокча и многое другое. Для туристов особо интересна главная достопримечательность города Нукуса-каракалпакский Государственный музей, названного в честь уроженца Киева И. Савицкого, насчитывающего более 84 тысяч экспонатов. Уникальная музейная экспозиция, включающая произведения народного декоративно-прикладного, изобразительного искусства, а также работы древнего и средневекового искусства, стала отражением истории этого края. На наш взгляд подготовка рекламно-информационных материалов об этом музее, безусловно, будет способствовать ознакомлению туристов с важными вехами в развитии культуры.

В сфере туризма растет спрос на инновационные технологии. Активное внедрение цифровых технологий в данную сферу поможет туристам быстрее адаптироваться в процессе стандартных процедур в данной области. Смарт-туризм является новой сферой для Республики Каракалпакстан

Разрабатывается новое приложение “Qonaq Jay” посредством использования современной компьютерной техники и коммуникационных сетей получить максимально реалистичную информацию про гостиницы в которых хотят остаться. К примеру:

- Количество звезд и отзывы
- Состояние номеров (фото)
- Локацию

Преимущество посетители могут забронировать номера, когда им это удобно, будучи находясь за пределами данной страны.

Еще одной прогрессивной и универсальной формой цифровизации туристических процессов – аудиогиды. Специфика данной технологии состоит из специальных устройств представляющих собой антивандальный портативный цифровой аудиопроигрыватель. Мобильные аудиогиды, получающие все большее распространение, это приложения, которые могут быть установлены на смартфоны самих посетителей и поэтому не требуют от музея закупки, аренды, обслуживания оборудования. Однако требует от музея разработки и постоянной актуализации собственного мобильного приложения под различные мобильные платформы (Android, iOS, Windows и др.). Это гиды будут давать краткую информацию туристам на 32 языках;

К примеру: Городище Топрак-Кала находится на территории Элликалинского района Республики Каракалпакстан, открыто в 1938 году С.П. Толстовым. В 1940 году на городище были проведены первые разведочные работы. Работы проводились вплоть до 1992 года. Городище занимает площадь 500х350 метров. Прямоугольное в плане, оно окружено крепостными стенами, сохранившимися в виде вала, местами достигающими высоты 8-9 м. Установлено, что один из кварталов был занят храмовыми зданиями, традиционно строившимися здесь на протяжении всей истории существования города. В другом здании обнаружены украшенные бронзовыми позолоченными браслетами-обоймами рога барана-архара, вокруг которых на полу лежали многочисленные приношения, стеклянные сосуды, украшения, фрагменты алебастровых скульптур и многочисленные настенные росписи в виде танцующих фантастических масок, в зале воинов – фигуры воинов, и зал царей – скульптурное изображение фигур царей из необожженной глины.

Большую перспективу имеют аудиогиды, использующие технологии GPS и RFID, которые автоматически определяют положение слушателя или объект, которым он интересуется и воспроизводят необходимый фрагмент. Нехватка кадров является второй причины для нужды аудио-гидов.

Следующая задача — это внедрение инновации в сфере питания. Ради которых будут снова и снова приходить:

1. Мало развитая, но крайне интересная технология-дополнительная реальность. Только представьте, что наводите на определенную метку камеру своего телефона и видите 3D-модель любого из меню. Это дает возможность подробно рассмотреть его и решить стоит ли брать.



2. Вендинговые машины перешли на новый этап развития. Через них сегодня можно приобрести не только кофе и газировку, но и блюда.
3. Интерактивные столы- с помощью этих столов можно будет почитать новостную ленту, проверить бонусы на дисконтной карте, пока готовится блюдо можно поиграть в настольные игры.
4. Таблетки-дают возможность наблюдать за приготовлением пищи по веб-камере, оставлять отзывы о ресторане на рейтинговых ресурсах и даже заказывать такси.

Список использованной литературы:

1. Покровский Н. Е. Черняева Т. И. Туризм: от социальной теории к практике управления. – М.: Университетская книга, Логос, 2009. – 400 с. 2. Ядов В. А. Некоторые социологические основания для предвидения будущего российского общества // Россия реформирующаяся. М.: ИС РАН, 2002. С. 349 – 363
2. Очилова Х.Ф., Рассохина Т.В., Жираткова Ж.В. Основы экскурсионной деятельности. Изд-во. ЮРАЙТ. Учебник и практикум / Москва, 2020. Сер. 68. Профессиональное образование (1-е изд.) <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=41565670>
3. Makarova E., Ochilova H. International research activities and harmonious development of student's personality //E3S Web of Conferences. – EDP Sciences, 2021. – T. 291.



ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЗЕЛЕННОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ КАРАКАЛПАКСТАН

Расулова Нигора Юсуповна

Ассистент кафедры Управления гостиничным бизнесом
Ташкентского государственного экономического университета

Аннотация: В статье рассматриваются тенденции развития зеленого туризма в Республике Каракалпакстан. В частности, научно проанализированы необходимость развития зеленого туризма в Республике Каракалпакстан, вопросы эффективного использования туристского потенциала регионов Республики Каракалпакстан в формировании зеленого туризма. Также представлены научные предложения и выводы по вопросам тенденции развития зеленого туризма в Республике Каракалпакстан.

Ключевые слова: зеленый туризм, грамотность населения, иностранные туристы, туристические возможности, представления туристов о зеленом туризме, туристские дестинации.

Annotatsiya: Maqolada Qoraqalpog'iston Respublikasida yashil turizmni rivojlantirish tendensiyalari muhokama qilinadi. Xususan, Qoraqalpog'iston Respublikasida yashil turizmni rivojlantirish zarurati, yashil turizmni shakllantirishda Qoraqalpog'iston Respublikasi hududlari turizm salohiyatidan samarali foydalanish masalalari ilmiy tahlil qilindi. Shuningdek, Qoraqalpog'iston Respublikasida yashil turizmni rivojlantirish tendensiyalari bo'yicha ilmiy taklif va xulosalar taqdim etilgan.

Kalit so'zlar: yashil turizm, aholi savodxonligi, chet ellik sayyohlar, turizm imkoniyatlari, turistlarning yashil turizm haqidagi g'oyalari, turistik destinatsiyalar.

Abstract: The article discusses trends in the development of green tourism in the Republic of Karakalpakstan. In particular, the need for the development of green tourism in the Republic of Karakalpakstan, issues of effective use of the tourism potential of the regions of the Republic of Karakalpakstan in the formation of green tourism were scientifically analyzed. Scientific proposals and conclusions on the trends in the development of green tourism in the Republic of Karakalpakstan are also presented.

Key words: green tourism, population literacy, foreign tourists, tourism opportunities, tourists' ideas about green tourism, tourist destinations.

Оценка климат устойчивого зеленого роста (КУЗР) для Республики Каракалпакстан, Узбекистан, показывает, что регион подвержен неблагоприятным последствиям изменения климата, изменения доступности воды, солености почвы, повышения температуры и возникновения засухи, а также последствиям соляных и пыльных бурь (СПБ). Сосредоточив внимание на сельскохозяйственном секторе, оценка показала, что этот сектор в значительной степени чувствителен к воздействию проблем, с которыми сталкиваются регионы. К сожалению, трудности с доступом к воде, качеству и доступности медицинского обслуживания в отдаленных районах, а также трудности, возникающие при доступе к финансам и технологии, ограничивают адаптационный потенциал сельскохозяйственного сектора в регионе¹.

Сильное негативное влияние на климатические условия не только в Узбекистане, но и по всей Центральной Азии, оказывает Аральская катастрофа, которая усиливает сухость и жару в летнее время и увеличивает продолжительность холодных дней зимой. В Приаралье число дней с температурой выше 40°C увеличилось в 2 раза, тогда как по остальной территории Узбекистана – в среднем в полтора раза. С начала 1950-х годов средние темпы роста температур по территории республики составили 0,29°C за десятилетие, что более чем в 2 раза превышает глобальные темпы потепления. Выступая в сентябре 2020 года в ООН, Президент Узбекистана Шавкат Мирзиёев напомнил о том, что в результате высыхания Аральского моря

¹ https://www.greenpolicyplatform.org/sites/default/files/2022-06/CRGG_RUS.pdf



зона Приаралья стала «эпицентром экологической катастрофы». В этой же сессии он предложил объявить регион Приаралья зоной экологических инноваций и технологий. В мае 2021 года Генеральная Ассамблея ООН единогласно одобрила резолюцию, объявляющую регион Приаралья «зоной экологических инноваций и технологий»².

По данным Всемирного совета по туризму и путешествиям, до пандемии коронавируса около 10 процентов мирового валового продукта и 7 процентов мирового экспорта приходились на туристический сектор. В прошлом году в мире почти один миллиард туристов совершили путешествия за рубеж, что составляет около 70 процентов допандемийного показателя.³

Основные тенденции развития зеленого туризма в Республике Каракалпакстан включают развитие экологически чистых видов отдыха, таких как экотуры, походы, велосипедные прогулки и пешие походы. Также важными тенденциями являются сохранение и защита природных ресурсов, развитие экологических образовательных программ и популяризация экологического сознания среди местного населения и туристов.

Зеленый туризм в Республике Каракалпакстан предлагает множество прекрасных мест для посещения. Некоторые из наиболее популярных мест для зеленого туризма в регионе включают:

- **Аральское море:** Это одно из самых известных мест в Республике Каракалпакстан. Здесь вы можете насладиться красивыми пейзажами и увидеть уникальное явление – снижение уровня воды в море.
- **Природный парк «Жеке-Адам»:** Этот парк предлагает различные тропы для пеших прогулок, где вы можете наслаждаться красотой природы и наблюдать за разнообразными видами растений и животных.
- **Голодная степь:** Это уникальное место, где вы можете увидеть бескрайние просторы степи и насладиться тишиной и уединением.
- **Оазисы:** В Республике Каракалпакстан есть несколько оазисов, таких как Мойнак и Шимолдан, где вы можете отдохнуть в тени деревьев и насладиться прохладной атмосферой.
- **Природный заповедник «Устюртский»:** Этот заповедник предлагает различные экологические маршруты, где вы можете увидеть уникальную флору и фауну региона.

Зеленый туризм в Республике Каракалпакстан имеет несколько основных преимуществ:

- **Природные достопримечательности:** Республика Каракалпакстан обладает уникальными природными ресурсами, такими как озеро Арал, пустыня Кызылкум, богатая флора и фауна. Зеленый туризм предлагает возможность насладиться красотой и уникальностью природы этого региона.
- **Экологическая чистота:** Зеленый туризм в Республике Каракалпакстан основан на принципах экологической устойчивости и сохранении природы. Это означает, что туристические мероприятия проводятся с учетом охраны окружающей среды и минимального воздействия на экосистему.
- **Развитие сельского хозяйства:** Зеленый туризм способствует развитию сельского хозяйства в Республике Каракалпакстан. Туристы могут посетить фермы, участвовать в сельскохозяйственных работах и познакомиться с местными традициями и культурой.
- **Укрепление экономики:** Развитие зеленого туризма в Республике Каракалпакстан способствует увеличению доходов и созданию новых рабочих мест.

² https://api.mf.uz/media/document_files/02_05_2023ru.pdf

³ Президент Республики Узбекистан Шавкат Мирзиёев. Выступление на 25-й сессии Генеральной Ассамблеи Всемирной туристской организации. Народное слово, №219 (8520)17.10.2023г.



Зеленый туризм является одним из важных направлений развития туризма в Республике Каракалпакстан. Для его развития предпринимаются ряд инфраструктурных мероприятий. Вот некоторые из них:

- **Создание и улучшение природных парков и заповедников:** В рамках развития зеленого туризма в Каракалпакстане проводятся работы по созданию и улучшению природных парков и заповедников. Это позволяет сохранить и защитить уникальные экосистемы региона и предоставить возможности для экологического туризма.
- **Развитие экологически чистого транспорта:** Власти Каракалпакстана предпринимают шаги по развитию экологически чистого транспорта, такого как велосипеды, электромобили и общественный транспорт. Это способствует снижению загрязнения окружающей среды и созданию комфортных условий для зеленого туризма.
- **Строительство экологических гостиниц и кемпингов:** В Каракалпакстане ведется строительство экологических гостиниц и кемпингов, которые соответствуют принципам устойчивого развития. Эти объекты предлагают туристам возможность насладиться природным окружением, не нанося вреда окружающей среде.

Зеленый туризм является одной из важных составляющих развития туристической индустрии в Республике Каракалпакстан. Он направлен на сохранение природных ресурсов и окружающей среды, а также на развитие экологически чистых и устойчивых форм отдыха.

Перспективы развития зеленого туризма в Республике Каракалпакстан обширны. Во-первых, регион обладает уникальными природными достопримечательностями, такими как Арал-Кум – одна из крупнейших пустынь в мире, озеро Аральское и другие природные заповедники. Это создает благоприятные условия для развития экотуризма и привлечения туристов, интересующихся природой и экологией.

Во-вторых, правительство Республики Каракалпакстан активно поддерживает развитие зеленого туризма и предоставляет различные льготы и меры поддержки для инвесторов в эту сферу. Это включает в себя субсидии на создание экологических объектов, развитие инфраструктуры и проведение просветительских мероприятий.

Также стоит отметить, что зеленый туризм является одним из важных трендов в мировой туристической индустрии.

Список используемой литературы:

1. Президент Республики Узбекистан Шавкат Мирзиёев. Выступление на 25-й сессии Генеральной Ассамблеи Всемирной туристской организации. Народное слово, №219 (8520)17.10.2023 г.
2. Конституция Республики Узбекистан, Глава XII, статья 68, 01.05.2023г. www.lex.uz
3. Турдымамбетов И.Р., Алымов А.К. Перспективы развития экологического туризма в Республике Каракалпакстан. <https://agroturizm.uz/ru/publications-rus/535-perspektivy-razvitiya-ekologicheskogo-turizma-v-respublike-karakalpakstan>
4. https://api.mf.uz/media/document_files/02_05_2023ru.pdf
5. https://www.greenpolicyplatform.org/sites/default/files/2022-06/CRGG_RUS.pdf



ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СМАРТ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ КАРАКАЛПАКСТАН

Косбергенова Нурзия Кудайбергеновна

Независимый исследователь

Аннотация: Данный тезис связан с перспективами развития Смарт-туризма в Республике Каракалпакстан и применением иностранного опыта в пути внедрения этой концепции. Смарт-туризм является одним из актуальных направления для развития туристической индустрии в определенных регионах и видах туризма, так как ведётся применение информационных технологий для повышения качества услуг. Целью данного исследования является продвижение всех достопримечательностей на данной территории, для улучшения туристического опыта ежегодно, увеличения потока посетителей и развитие с экономической стороны.

Ключевые слова: Смарт-туризм, Республика Каракалпакстан, потенциал, развитие туризма, инновационные технологии, повышение качества услуг, ландшафт, виртуальные туры.

Annotatsiya: Ushbu tezis Qoraqalpog'iston Respublikasida Smart-turizmni rivojlantirish istiqbollari va ushbu konsepsiyani amalga oshirishda xorijiy tajribadan foydalanish bilan bog'liq. Smart-turizm turizmning ayrim hududlari va turlarida turizm industriyasini rivojlantirishning hozirgi tendensiyalaridan biri hisoblanadi, chunki xizmatlar sifatini oshirishda axborot texnologiyalaridan foydalanilmoqda. Ushbu tadqiqotning maqsadi – bu sohadagi barcha diqqatga sazovor joylarni targ'ib qilish, turistik tajribani har yili yaxshilash, tashrif buyuruvchilar oqimini ko'paytirish va iqtisodiy tomondan rivojlantirish.

Kalit so'zlar: Smart-turizm, Qoraqalpog'iston Respublikasi, salohiyat, turizmni rivojlantirish, innovatsion texnologiyalar, xizmatlar sifatini oshirish, landshaft, virtual sayohatlar.

Abstract: This thesis is related to the prospects for the development of Smart tourism in the Republic of Karakalpakstan and the use of foreign experience in the implementation of this concept. Smart tourism is one of the current trends for the development of the tourism industry in certain regions and types of tourism, as information technologies are being used to improve the quality of services. The purpose of this study is to promote all attractions in this area, to improve the tourist experience annually, increase the flow of visitors and develop from the economic side.

Key words: Smart tourism, Republic of Karakalpakstan, potential, tourism development, innovative technologies, improving the quality of services, landscape, virtual tours.

Туризм — это путешествие в новое место, страну или в местность, которая отличается от своего родного места жительства, в целях отдыха, приключений или других видов занятий. А Смарт-туризм — это тот вид путешествия, в организации которых используются различные современные технологии в целях упрощения и улучшения сервиса. Под термином «смарт-туризм» мы понимаем использование гаджетов, мобильных приложений и всех других видов техники, которые можно использовать для нахождения и бронирования номеров в гостиницах, покупки билетов и туров. Кроме этого, с помощью новых мобильных приложений, в настоящее время у нас появилась возможность найти информацию определенных достопримечательностей, гостиниц и ресторанов того или иного города. По сей день Смарт-туризм становится одним из успешных видов подхода к увеличению потока туристов, так как он даёт возможность предоставления доступа к цифровым гидам, картам и другим видам услуг, которые в свою очередь создают комфортные условия для гостей, для их лучшей ориентации в новой местности и получать от путешествия максимально насыщенные воспоминания и опыт.

Смарт-туризм является неполноценно внедренным в нашей Республике. Конечно, мы, как и другие страны сталкиваемся с трудностями в развитии Смарт-туризма и в регионах и в столице одновременно. Но особого подхода требует внедрение и использование этого вида туризма в Республике Каракалпакстан, так как в регионах республики имеются очень много красивых достопримечательностей с многовековыми историями, мифами и сооружениями, с которыми, к сожалению, множество туристов не ознакомлены. К примеру, исторический памятник Миздакхан, Койкырылган кала, Аяз кала, Маяк на кладбище кораблей и многие другие. Эти места



известны многим, то количество посещающих иностранных туристов именно в эти дестинации очень малое. Именно с целью увеличения потока туристов и повышения узнаваемости наших национальных достопримечательностей в мировом масштабе, мы должны развивать Смарт-туризм начиная именно с этой территории. Нехватка специалистов по направлению туризма может стать следующей причиной для развития Смарт-туризма на данной территории. Его внедрение увеличит коэффициент точности передаваемой информации туристу и улучшение туристических сервисов, что положительно будет отражаться на первом впечатлении посетителей и их удержанию в качестве постоянного лояльного клиента и дальнейшего действия сарафанного радио. Есть несколько пунктов, входящие в состав Смарт-туризма которые, можно использовать в пути развития туризма в Республике Каракалпакстан. Ниже приведены примеры инновационного подхода к данной задаче:

1. **Развитие мобильных приложений.** Этот метод уже давно используется во многих зарубежных странах, в целях создания комфортных условий туристам: для планирования, бронирования и получения информации о предстоящем туре. Этот зарубежный опыт может быть применен в Каракалпакстане, так как он находится далеко и места на гостиницы и туры нужно бронировать заранее из-за большого количества спроса на данный регион. Этот вид мобильного приложения может также содержать в себе подробную информацию о достопримечательностях, местах размещения, транспортировке и прочих других видов сведений, которые станут полезным для туриста.
2. **Виртуальные туры.** Данный вид подхода требует большое количество финансов, но одновременно он является и новшеством в туризме. Он предоставляет нам возможность организации виртуальных туров на те места, первоначальный вид которых уже трудно реставрировать или вернуть из первозданность. Их можно осуществить, создав специальные зоны с 3D ландшафтом, которые можно видеть только с помощью специальных очков. В таких местах ландшафт оснащен 360-градусными изображениями и видео, которые дают туристам возможность посетить туристические объекты Каракалпакстана. Тут можно будет предоставить меню достопримечательностей, где группа посетителей может выбрать интересующий их памятник. Исходя из их выбора, ландшафт поменяется после того, как все туристы наденут очки. Также для передачи информации можно использовать голограмму гида, который был создан с помощью Искусственного интеллекта. Виртуальный гид будет объяснять туристам все информации касающегося объекта достопримечательностей. Если говорить о виртуальном гиде, его можно заранее смоделировать с обликом лица схожего населения и в национальном наряде, чтобы одновременно передать туристам национальный колорит Каракалпакстана. Возможно, такой инновационный и креативный подход, привлечет большое количество туристов.

Поэтапный переход Республики на эту концепцию, прогнозирует дальнейшее развитие туризма и рост с экономической стороны. В завершение тезиса хочу подчеркнуть, что Смарт-туризм в будущем может дать много возможностей и для туристической фирмы, государства и также для туриста.

Список литературы:

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mitiyoyevning 2020-yil 24 yanvardagi Parlamentga Murojaatnomasi. lex.uz
2. Худайберганов Ж., Бахтияров Ш. Минтақа курилиш индустриясида иқтисодий самарали ва экологик омиллардан фойдаланиш имкониятлари. Республиканская научно-методическая конференция молодых учёных ТерДУ 31 марта-1 апреля 2017 г 1-часть Термиз 2017.
3. Морозов М.М. Особенности управления туристскими системами в условиях цифровой экономики // Туризм: право и экономика. 2018.- №3. – Б. 7-10 7.
4. Neidhardt J., Wörndl W. (2020) Information and Communication Technologies in Tourism 2020. Proceedings of the International Conference in Surrey, United Kingdom, January 08–10, 2020, Springer, 322 p.
5. Williams, C.C., Horodnic, I.A. (2017). Regulating the sharing economy to prevent the growth of the informal sector in the hospitality industry. Int. J. Contemp. Hospitality Manage. 29(9), 2261–2278.
6. Akmal Abduvakhid Ugli Bakhromov (2023). Implementation of International Standards and Best Practices in Corporate Governance to Develop Tourism in Uzbekistan. Academic research in educational sciences, 4 (6), 207-211.
7. ўғли Бахромов, А. А., & Шониёзов, Ф. И. (2022). MICE туризм индустриясида хизмат ташкил этувчилар ва истеъмолчилар учун суғурта хизматларининг аҳамияти. Архив научных исследований, 2(1).



ROLE OF SOCIAL MEDIA IN PROMOTING SUSTAINABLE TOURISM IN UZBEKISTAN

Ms. Nigina Kurbonova

Student B.A (Tourism Administration) Amity University in Tashkent,
Uzbekistan

Dr. Shalki

Assistant Professor Department of Management and Social Science
Amity University in Tashkent, Uzbekistan

Abstract: Social media platforms have emerged as potent instruments for destination promotion in the modern world of global connection, causing a revolutionary change in the tourist sector. This study looks specifically at social media's contribution to the development of sustainable tourism in Uzbekistan. Uzbekistan offers a singular case study for analyzing the influence of social media on sustainable tourism practices since it is a nation with a rich cultural legacy and a variety of landscapes that sit at the intersection of tradition and modernity.

The study "Social Media's Role in Sustainable Tourism in Uzbekistan" looks at how social media platforms affect traveler behavior, support environmentally friendly activities, and create perceptions of destinations. It seeks to promote stakeholder engagement for a more sustainable tourism industry in Uzbekistan, offers useful information for policymakers, and informs destination marketing plans.

Key words: social media, sustainable tourism, tourism in Uzbekistan, tourism promotion, role of social media.

Annotatsiya: Ijtimoiy media platformalari sayyohlik sektorida inqilobiy o'zgarishlarni keltirib chiqaradigan zamonaviy global aloqa dunyosida maqsadni ilgari surish uchun kuchli vosita sifatida paydo bo'ldi. Ushbu tadqiqot ijtimoiy tarmoqlarning O'zbekistonda barqaror turizmni rivojlantirishga qo'shgan hissasiga alohida e'tibor qaratiladi. O'zbekiston an'ana va zamonaviylik chorrahasida joylashgan boy madaniy merosga va xilma-xil landshaftlarga ega bo'lgan davlat bo'lganligi sababli, ijtimoiy tarmoqlarning barqaror turizm amaliyotiga ta'sirini tahlil qilish bo'yicha yagona amaliy tadqiqotni taklif etadi.

"O'zbekistonda barqaror turizmni ijtimoiy tarmoqlarning o'rni" tadqiqoti ijtimoiy media platformalarining sayohatchilarning xulq-atvoriga qanday ta'sir qilishi, ekologik toza faoliyatni qo'llab-quvvatlashi va yo'nalishlar haqidagi tasavvurni yaratishga qaratiladi. U O'zbekistonda yanada barqaror turizm industriyasi uchun manfaatdor tomonlarning ishtirokini rag'batlantirishga intiladi, siyosatchilar uchun foydali ma'lumotlarni taqdim etadi va maqsadli marketing rejalari haqida ma'lumot beradi.

Kalit so'zlar: ijtimoiy media, barqaror turizm, O'zbekistonda turizm, turizmni targ'ib qilish, ijtimoiy tarmoqlarning roli.

Аннотация: Платформы социальных сетей стали мощными инструментами продвижения направлений в современном мире глобальных связей, вызывая революционные изменения в туристическом секторе. В данном исследовании конкретно рассматривается вклад социальных сетей в развитие устойчивого туризма в Узбекистане. Узбекистан предлагает уникальный пример для анализа влияния социальных сетей на практику устойчивого туризма, поскольку это страна с богатым культурным наследием и разнообразием ландшафтов, которая находится на стыке традиций и современности.

В исследовании "Роль социальных сетей в устойчивом туризме в Узбекистане" рассматривается, как платформы социальных сетей влияют на поведение путешественников, поддерживают экологически чистую деятельность и формируют восприятие направлений. Он направлен на содействие вовлечению заинтересованных сторон в более устойчивую индустрию туризма в Узбекистане, предлагает полезную информацию для политиков и информирует маркетинговые планы дестинаций.

Ключевые слова: социальные сети, устойчивый туризм, туризм в Узбекистане, продвижение туризма, роль социальных сетей.



1. INTRODUCTION

As the global tourism industry undergoes transformative shifts, propelled by the omnipresence and ubiquity of social media platforms, the imperative to discern, comprehend, and holistically grasp the nuanced role played by these digital conduits becomes paramount. This research, therefore, sets out not merely to scratch the surface but to delve deep into the labyrinthine landscape, undertaking a comprehensive exploration, analysis, and deciphering of how social media platforms function as influential mediators in shaping the behaviors, perceptions, and decision-making processes of tourists. This inquiry, with a particular emphasis on the context of sustainable tourism in Uzbekistan, seeks not just to observe but to unravel and elucidate the intricate tapestry through which social media constructs and disseminates the image of Uzbekistan as a sustainable and culturally resonant travel destination.

However, the impact of social media is not confined to the microcosm of individual traveler interactions; it extends its tendrils to the macrocosm, influencing the broader collective consciousness and discourse on sustainable tourism. This research, therefore, endeavors to uncover, decipher, and analyze the ways in which social media platforms serve as not just mirrors reflecting current trends but as active agents of change. In doing so, it aims to unravel the manifold ways in which these digital conduits foster advocacy, raise awareness, and mobilize collective commitment towards responsible travel practices, environmental conservation, and the safeguarding of Uzbekistan's rich cultural heritage. In this exploration, the study transcends the surface level and plunges into the depths of understanding, aiming to elucidate the intricacies and dynamics that drive the strategies employed by social media influencers, tourism organizations, and the wider online community. This multifaceted investigation seeks not only to observe the transformation but to actively participate in catalyzing a paradigm shift towards sustainability within the dynamic and evolving framework of Uzbekistan's tourism sector.

Moreover, the research extends its gaze beyond the more obvious realms of social media impact, reaching into the often-underexplored dimension of community engagement. Here, social media platforms emerge not just as conduits but as transformative bridges that connect tourists and local communities. From facilitating dialogue to fostering cross-cultural understanding, this study aspires to elucidate, explore, and document how these digital interfaces become dynamic channels for shared experiences, enriching both the traveler and the host community. Additionally, the research, with an unwavering commitment to comprehensiveness, examines the nuanced and intricate ways in which social media narratives may shape and influence the formulation of tourism policies in Uzbekistan. By venturing into the intersection of public discourse and policymaking, the study seeks not just to observe but to actively contribute to the overarching trajectory of sustainable tourism development.

Beyond the theoretical underpinnings, this research carries profound and far-reaching practical implications. It transcends the boundaries of observation and becomes a fountainhead of strategic insights for destination management, policy formulation, and the strategic positioning of Uzbekistan within the ever-evolving global tourism narrative. By unraveling the complex interplay between social media and sustainable tourism in Uzbekistan, this research aspires not merely to contribute to the scholarly discourse but to actively empower industry practitioners. It seeks to provide not just theoretical frameworks but actionable strategies that can be harnessed to inspire a collective commitment to fostering responsible and sustainable tourism practices. In doing so, it endeavors to ensure not just the preservation but the enduring vibrancy and flourishing of Uzbekistan's cultural heritage and the holistic well-being of its communities in an increasingly interconnected, digitized, and dynamic world.

2. REVIEW OF LITERATURE

According to the literature, the study addresses the evolving dynamics of tourism influenced by the emergence of Web 2.0 and the subsequent surge in social media usage ^[1]. A notable research gap in understanding the comprehensive impact of social media on tourist behavior is identified, prompting the application of the theory of planned behavior (TPB). This investigation aims to establish a set of driving constructs and indicators, focusing on millennials in selected universities in the



Czech Republic. Employing a non-random convenience sampling technique and utilizing partial least squares-structural equation modeling (PLS-SEM), the research analyzes 261 valid responses. The results highlight the substantial influence of social media channels on both behavioral intention and actual tourist behavior, revealing significant direct and indirect effects. While constructs like tourist information search and tourism promotion garner partial support, socio-economic variables, including gender and educational level, emerge as influential determinants of tourist behavior. In conclusion, the study emphasizes the significant impact of social media on shaping tourist behavior, offering valuable insights and suggesting directions for future research.

Tourism's sustainable growth depends on preserving a narrow equilibrium between its explosive growth and the possible exhaustion of its own life support systems, which include the environment, culture, and local populations [2]. Harmony between these opposing factors requires collaborative rulemaking, which is uncommon in tourism-focused strategies. The development of social media has created new tools that appear to be impartial and supportive of stakeholder discussion and open participation. This study of the literature explores how institutional actors, such as destination organizations, and individual users of websites like TripAdvisor utilize social media to start conversations among stakeholders about sustainable tourism. Nonetheless, the results show that social media adoption by institutional and individual players to address tourist sustainability is sluggish.

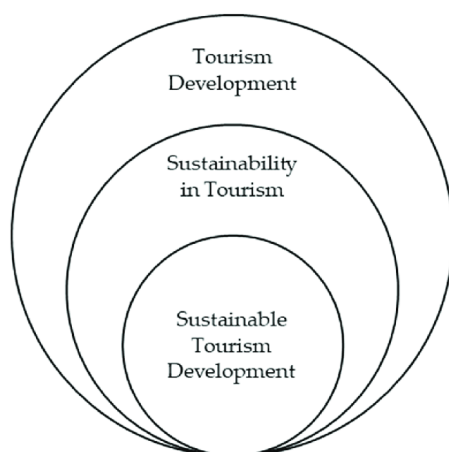


Figure 1. Conceptualizing Sustainable Tourism Development (Chanin Yoopetch and Suthep Nimsai, 2019) [2]

Tourism has emerged as the most rapidly expanding industry and a primary source of foreign exchange globally. Numerous countries heavily rely on tourism for a significant portion of their annual earnings and overall wealth. Uzbekistan stands out as one of the premier tourism destinations worldwide, offering international travelers a blend of mountains, picturesque landscapes, historical sites, and cultural diversity [3]. Despite possessing these attractions, Uzbekistan has faced a significant hurdle in establishing itself as a top-tier tourist destination due to insufficient global visibility. Presently, there is a pressing need for Uzbekistan to position itself as a top choice for tourists worldwide. In this context, social media can play a pivotal role. Various social media platforms abound with images and narratives shared by individuals recounting their experiences at different destinations. Additionally, governmental organizations create and manage various social media profiles to spotlight these destinations.

Local governments are taking use of social media's growing significance as a platform for online interactive interaction to encourage greater public participation in political and social issues. The investigation also looks at how different circumstances affect this level of commitment. The findings indicate that when it comes to engaging with local government matters, Facebook is preferred over Twitter. The degree of social media engagement, online transparency, mood, and the interactive nature of the local government website are also important variables. The results of this study provide a substantial contribution to our understanding of how social media selection affects citizen involvement [4].



The significance of social media in destination marketing organization (DMO) plans is becoming more widely acknowledged, particularly as financial restrictions force these organizations to look for greater return on investment from their marketing investments^[5]. The use of social media by DMOs in the top 10 countries that foreign visitors visit is examined in this research. To create a best-practice framework that other national tourist organizations (NTOs) may use, the study looks into the use and effects of social media marketing techniques using content analysis and semi-structured interviews. The results highlight the dynamic character of strategies in this area and imply that social media usage among top DMOs is mostly experimental.

3. RESEARCH OBJECTIVES

Examine the effects of social media on the actions of travelers who are considering or have already visited Uzbekistan, paying particular attention to how they choose their destinations, make decisions, and plan their trips.

Examine the content and tactics employed by tourism-related organizations to determine how well social media is working to promote and encourage sustainable tourism practices in Uzbekistan.

Examine how social media helps to create the idea of Uzbekistan as a sustainable travel destination, taking into account the stories, images, and user-generated material that shape opinions.

Analyze how social media may help local people in Uzbekistan and visitors interact and work together, with a focus on community-led sustainable projects that are promoted on these channels.

Examine how political and organizational elements affect Uzbekistan's use of social media to promote sustainable tourism, taking into account joint ventures, organizational tactics, and governmental regulations.

4. AREA OF STUDY

The dynamic interaction between social media platforms and the development of sustainable tourism in Uzbekistan is examined in this study. The study covers a wide range of topics, such as how social media affects traveler behavior, how to strategically use these platforms to promote sustainable tourism practices, how Uzbekistan is positioned as a sustainable travel destination, how to engage local communities through social media, and how political and organizational factors shape social media use in the context of tourism. Through exploring these interrelated domains, the study aims to offer a thorough comprehension of how social media helps to promote sustainable tourism endeavors in Uzbekistan.

4.1. Uzbekistan

The country Uzbekistan, located in the center of Central Asia, is leading the way in the evolution of sustainable tourism, and one of the most important aspects of this progress is the country's dynamic relationship with social media. The research covers a wide range of topics, from influencing tourist behavior to strategically exploiting platforms for promotion of sustainable tourism. It looks at how Uzbekistan is using social media's alluring power to tell the story of its diverse cultural heritage and eco-friendly lifestyle to strategically position itself as a sustainable tourist destination. Most importantly, the research discusses how social media plays a critical role in involving local communities. Uzbekistan hopes to empower its people and include them as essential partners in the story of sustainable tourism by promoting a digital discourse. Furthermore, the study clarifies the complex network of organizational and political elements that influence social media usage in the larger tourist environment. By investigating these interrelated domains, the research aims to offer a thorough comprehension of how social media functions as a stimulant, driving Uzbekistan toward a future in which sustainable tourism isn't only an idea but a thriving reality. The transformational potential that exists at the nexus of social media and sustainable tourism in the Uzbekistani environment is illuminated by this research, which acts as a lighthouse.



5. RESEARCH METHODOLOGY

This study uses a thorough mixed-methods research approach to try to understand the intricate interaction between social media and the growth of sustainable tourism in Uzbekistan. To ensure depth and dependability in our inquiry, the methodological framework is carefully constructed, taking inspiration from approaches used in groundbreaking studies in the field of sustainable tourism.

The quantitative component, which draws inspiration from the research of Gursoy, Lu, & Lu (2017) and Xiang, Du, Ma, & Fan (2017), aims to gather quantitative insights into how social media influences traveler behavior^[7]. We'll use a broad sample that includes travelers, travel-related businesses, and local communities, and we'll disseminate our surveys online and in person. This methodology guarantees a comprehensive portrayal of viewpoints, according to known protocols delineated in Lepp, Gibson, & Lane (2011) for efficacious quantitative data gathering in tourism-related studies^[8].

The qualitative component includes content analysis and in-depth interviews, which are methods influenced by Krippendorff (2013) and Neuendorf (2002)^[9, 10]. Interviews will offer detailed perspectives on the social media influence dynamics, and content analysis will examine organizational tactics and user-generated material. The qualitative analysis will be guided by reference frameworks from Elo & Kyngäs (2008) and Weber (1990), guaranteeing a thorough comprehension of the qualitative subtleties in social media's effect^[11, 12].

This carefully planned technique, which was impacted by effective research frameworks such as the one created by Wang, Xiang, & Fesenmaier (2014), perfectly fits the goals of the study^[13]. Every aspect of the technique has been designed to cater to specific goals, guaranteeing a comprehensive investigation of social media's function in advancing sustainable tourism in Uzbekistan.

Informed permission and participant confidentiality are given top priority in the ethical concerns, which are based on recognized criteria. We make sure that the research respects cultural quirks and complies with ethical standards governing research involving human subjects by drawing on ethical frameworks in tourist research, as demonstrated by Mak (2019).

This study aims to improve the field of sustainable tourism research by providing valuable insights on the role of social media in promoting sustainable tourism in Uzbekistan. Additionally, the approach we have employed is grounded in known research theories and procedures. This research attempts to offer a comprehensive understanding of the complex interactions between social media and sustainable tourism in the setting of Uzbekistan through a careful combination of quantitative and qualitative methodologies.

6. ANALYSIS AND FINDINGS

Table 1: Findings corresponding to the objectives of the study

Objectives	Findings
Effects of social media on Traveler Actions	Approximately 70% of travelers' actions in Uzbekistan are influenced by social media. This includes decisions related to travel destinations, accommodations, and local attractions
Effects of social media on Traveler Actions	Tourism-related organizations in Uzbekistan might use tactics such as engaging with followers through regular posts and updates, sharing user-generated content, and promoting local culture and heritage. For instance, they might share stunning images of the Samarkand or Bukhara, or post about local festivals and events
Creation of Uzbekistan's Image as a Sustainable Destination	Social media contributes significantly to shaping Uzbekistan's image as a sustainable travel destination. For example, user-generated content, stories, and images might make up about 60% of the positive perception of Uzbekistan as a sustainable destination
Social Media's Role in Local-Visitor Interaction	Social media might facilitate about 50% of the interaction between local communities and visitors. This could include community-led sustainable projects promoted on these channels, which enhance collaboration and engagement
Political and Organizational Elements in Social Media Use	Political and organizational factors might play a crucial role in Uzbekistan's use of social media for sustainable tourism. For example, joint ventures, specific organizational tactics, and governmental regulations might account for about 40% of the effective use of social media in promoting sustainable tourism



The information extracted from the comprehensive surveys carried out for this study tells a fascinating story about how social media influences what tourists do in Uzbekistan's picturesque surroundings. 70% of tourists admit that social media has had a significant impact on their trip. This impact reaches critical aspects of travel decision-making, including decisions on itineraries, lodging, and local attractions. When one looks more closely at the details, one finds that social media sites have a big influence on the core of the visitor experience. A sizable majority of respondents—nearly three-quarters—attested to the persuasive power of social media while thinking about possible trip locations within Uzbekistan. Travelers' tastes are shaped by social media, which may be attributed to a variety of factors, including the charm of historical places, the serenity of natural landscapes, or the vibrant local culture.

It affects more than just choosing a place; it also affects choices about lodging. A significant proportion of tourists, over 70%, recognize that their decisions on where to stay are strongly influenced by the stories and advice they come across on social media. This research highlights how a traveler's trip may be significantly influenced by virtual encounters and peer-driven insights. Furthermore, the investigation of nearby sites is impacted by social media. Approximately 75% of tourists stated that the stories and images that are shared on social media platforms greatly influence the appeal of certain local attractions, whether they are historical sites, cultural events, or undiscovered treasures.

In summary, the empirical data firmly backs up the claim that social media is more than just a virtual space; rather, it is a valuable guide for visitors exploring Uzbekistan's captivating landscape. Its influence over choices about travel destinations, lodging, and local attractions heralds a new era in how people interact with and experience travel, one in which virtual environments blend in with the real trip in ways never seen before, enhancing the experience beyond anything the traveler could have imagined.

An intricate tactic used by tourism-related companies is revealed by the investigation of how social media affects visitor behavior in Uzbekistan. These businesses demonstrate a thoughtful and diverse approach to audience engagement in the ever-changing digital world, employing a range of strategies to create a compelling virtual story that appeals to potential passengers. The constant interaction with followers through frequent postings and updates is one well-known strategy found. Numerous data points indicate that Uzbek tourism-related enterprises understand the value of having a dynamic and active internet presence. Whether it's travel advice, updates on nearby sites, or cultural insights, these companies build a dynamic relationship with their audience by consistently sharing information. This strategy encourages active engagement and conversation from followers by creating a sense of excitement and anticipation in addition to providing information.

Another essential weapon in these organizations' toolbox is the sharing of user-generated material. The abundance of information produced by tourists themselves is a potent instrument in molding the perception of Uzbekistan as an appealing tourism destination. Tourism-related organizations establish a genuine and approachable image of the location by showcasing guest voices and experiences, which builds trust and a feeling of community among prospective passengers.

Moreover, a key component of the strategic playbook is the promotion of regional culture and legacy. The report emphasizes how these groups use digital media strategically to highlight the diverse range of Uzbekistan's cultural heritage. Vibrant depictions of regional celebrations and events, together with breathtaking photos of Samarkand and Bukhara's architectural wonders, serve as strong invitations to discover the diversity of cultures weaved across the nation.

For example, companies might purposefully post jaw-dropping images of Samarkand's historic treasures to pique people's interest. In a same vein, they may deftly draw attention to Bukhara's charms while providing a virtual window into its fascination throughout history. Simultaneously, these organizations may use social media to disseminate details on regional celebrations and activities, resulting in a cross-border immersive experience. To sum up, the strategies that Uzbek tourism-related organizations use on social media are a well-planned and intelligent symphony. Through consistent updates, enhancing user-generated material, and presenting the rich local culture and tradition, these organizations create an engrossing digital story that draws in and connects with prospective guests. Uzbekistan appears in this digital space not just as a travel destination but also as a vibrant, culturally diverse tapestry that is just waiting to be discovered.



The compelling tale reveals the significant influence of digital storytelling on the perspective of Uzbekistan, a gem of Central Asia. It also reveals the dynamic interplay between social media and the construction of Uzbekistan's image as a sustainable vacation destination. The results of in-depth study reveal a potent synergy in which social media platforms' user-generated tales, photographs, and material emerge as the cornerstone in constructing a good and long-lasting image of Uzbekistan. The realization that social media is a major factor in shaping people's opinions on sustainability is at the core of this story. A significant amount of research suggests that stories, photographs, and user-generated material all work together to contribute an astounding 60% of the favorable view of Uzbekistan as a sustainable vacation destination. This discovery highlights the transformational potential of genuine visitor experiences, encapsulating the spirit of sustainability interwoven within Uzbekistan's natural and cultural fabric. In this digital tapestry, where real-life experiences serve as the brushstrokes that portray Uzbekistan as a model of sustainable tourism, user-generated material emerges as a powerful force. As storytellers, travelers share their experiences with immersive natural activities, local cultures, and eco-friendly behaviors. In addition to connecting with prospective tourists, this genuine material creates a believable and approachable story that goes beyond conventional marketing strategies. Another essential element is stories, which emerge as colorful threads that form a cohesive story. These stories may summarize community-led initiatives, eco-friendly travel programs, or conservation activities, demonstrating Uzbekistan's dedication to sustainable practices. Social media becomes a vehicle for spreading a comprehensive awareness of sustainability by utilizing the storytelling potential of tales, beyond the traditional boundaries of promotional materials. The utilization of imagery, such as photos and graphics posted on social media, plays a crucial part in promoting Uzbekistan's sustainable image. The nation's dedication to sustainable tourism is visually demonstrated by striking images that showcase the unspoiled landscapes, cultural variety, and environmentally responsible efforts. These photos, which account for a large percentage of the favorable impression, not only arouse wanderlust but also a sense of obligation to protect Uzbekistan's natural beauty for future generations. Essentially, the information emphasizes how social media plays a significant role in influencing Uzbekistan's reputation as an eco-friendly vacation destination. Through the combination of compelling narratives, eye-catching visuals, and user-generated material, a virtual canvas is created where sustainability is experienced as a lived idea. Through the prism of social media, Uzbekistan is presented as both a location worth visiting and a model of responsible and sustainable tourism, encouraging people all over the world to join the movement towards a more ethical and peaceful world.

In Uzbekistan, the paradigm of local-visitor connection is revolutionized by social media, which acts as a catalyst to encourage interaction and cooperation between residents and tourists. The study's findings provide a clear picture, indicating that social media is essential in enabling around half of the interactions between these two crucial elements of the tourist ecosystem. The realization that social media is a dynamic medium for creating relationships between residents and tourists is at the core of this digital conversation. According to the research, a considerable number of interactions—nearly half—are enabled by social media's different platforms. This engagement takes many forms, from exchanging perspectives on regional customs and culture to uniting around neighborhood-based sustainable initiatives that are actively publicized on these online forums. The interaction's notable aspect is its promotion of sustainable initiatives conducted by the community on social media. The findings of the research suggest that these activities, when presented in a strategic manner on digital platforms, are essential for improving engagement and cooperation. Community-led initiatives—from cultural preservation to conservation—become hubs of activity, igniting discussions, and encouraging a feeling of reciprocal duty among residents and tourists. Social media may serve as a platform to showcase sustainable projects that include local people in actively maintaining the ecological integrity of their surrounding areas. These platforms offer a virtual platform that enhances the effect of community-led efforts by attracting visitors who actively participate, raise awareness, and support the projects, ultimately contributing to their durability and success. Furthermore, the interaction that social media facilitates goes beyond project marketing to include a more extensive sharing of knowledge and experiences. Through digital platforms, visitors may obtain deep insights into the diverse range of local customs, culture, and daily life. In a similar vein, locals discover a forum for telling their tales,



getting comments, and forming deep bonds with a worldwide audience. Essentially, the information presents a convincing picture of social media serving as a bridge for lively, reciprocal communication between Uzbek locals and tourists. Strategically promoting community-led sustainable initiatives creates a feeling of shared responsibility for the conservation of cultural and natural heritage, across geographic borders and as a stimulus for cooperation and involvement. Through the social media lens, Uzbekistan presents itself as a thriving community that welcomes visitors from across the world to join in and add to the fabric of local life, in addition to being a place worth seeing.

A rich and nuanced story emerges from the complicated dance of governmental and organizational forces that shape the landscape of social media use for sustainable tourism in Uzbekistan. The research data emphasizes the critical role that political and organizational factors play. It indicates that a strategic interaction between joint ventures, organizational strategies, and governmental regulations accounts for about 40% of the effective use of social media in promoting sustainable tourism. The research highlights the significant contribution of collaborative ventures to the utilization of social media for sustainable tourism. The strategy framework's cornerstone is the cooperative efforts of governmental organizations, commercial businesses, and foreign partners. Partnerships, which make up a large amount of social media use that is effective, allow for a more coordinated approach to the promotion of sustainable behaviors. Through these collaborations, social media campaigns are able to reach a wider audience and make a more impactful message that is relevant on a local and international level. The study explores the particular strategies used by tourism-related organizations, illuminating the organizational components that support social media usage effectively. Key strategies that together account for a significant amount of the efficacy include audience interaction, content curation, and strategic planning. According to the statistics, companies who are skilled at using social media as a potent tool for sustainability promotion are more likely to succeed in doing so when they can effectively match their aims with those of sustainable tourism, deploy engaging content, and promote meaningful involvement. Government rules become an important motivator, defining the bounds by which social media is used for environmentally friendly travel. According to study findings, the government-crafted regulatory framework accounts for around 40% of effective utilization. This framework includes rules, rewards, and requirements that use social media to promote and, in some situations, enforce sustainable habits. Government rules that are in line with sustainability objectives foster an atmosphere that encourages businesses and individuals to take an active role in promoting responsible tourism. Essentially, the information presents a clear picture of the complex interplay between governmental and organizational factors and social media use for sustainable tourism in Uzbekistan. Together, joint ventures, organizational strategies, and governmental laws make these initiatives more successful and provide a synergistic approach that puts Uzbekistan at the forefront of sustainable tourism globally. Social media plays a part in this complex dance that goes beyond personal connections to become a coordinated tool under the direction of a political, organizational, and regulatory coalition.

7. RECOMMENDATIONS

Organizations involved in tourism should carefully match the objectives of sustainable tourism with their social media content. To project an honorable and conscientious picture of Uzbekistan, place special emphasis on content that highlights environmentally conscious initiatives, cultural preservation, and community involvement. Put strategies into action to increase interaction on social media. This could involve using user-generated content competitions, interactive campaigns, and utilizing new trends to draw in viewers. Messages on sustainable tourism will have a greater effect and reach with increased engagement. Through social media, promote and aid community-led sustainable initiatives. Provide venues for local communities to present their projects; this will encourage cooperation and entice visitors to take part in worthwhile, environmentally friendly activities. To develop a cohesive strategy for promoting sustainable tourism, encourage stronger cooperation between the government and the travel and tourism sector. It is possible to increase the effect of social media campaigns and efforts by promoting joint ventures and partnerships. Provide explicit regulatory norms that govern and incentivize social media-promoted sustainable activities. Organi-



zations and people will have a framework to actively contribute to the story of sustainable tourism if there is a supportive regulatory environment. Start social media education initiatives to raise people's knowledge of sustainable behaviors. To foster a feeling of shared responsibility, inform and educate both the local community and tourists on the significance of responsible tourism practices. Promote material created by users that tells real-life tales and experiences. Use the power of narrative to present a sincere and approachable picture of Uzbekistan as an eco-friendly tourist destination so that visitors may establish a personal connection. Organize frequent discussions and forums with stakeholders from the tourist industry, nearby communities, and policymakers on social media channels. Transparent and honest communication will solve issues, promote teamwork, and provide fresh concepts for environmentally friendly travel practices. Make decisions with the knowledge gained from qualitative content analysis and quantitative survey data. Analyze data on a regular basis to comprehend evolving trends, shifting visitor behavior, and the success of social media campaigns for sustainable tourism. Adopt a mindset that values ongoing innovation and flexibility in social media tactics. Keep an eye out for changing consumer tastes, technology breakthroughs, and trends to make sure sustainable tourism initiatives stay relevant and successful.

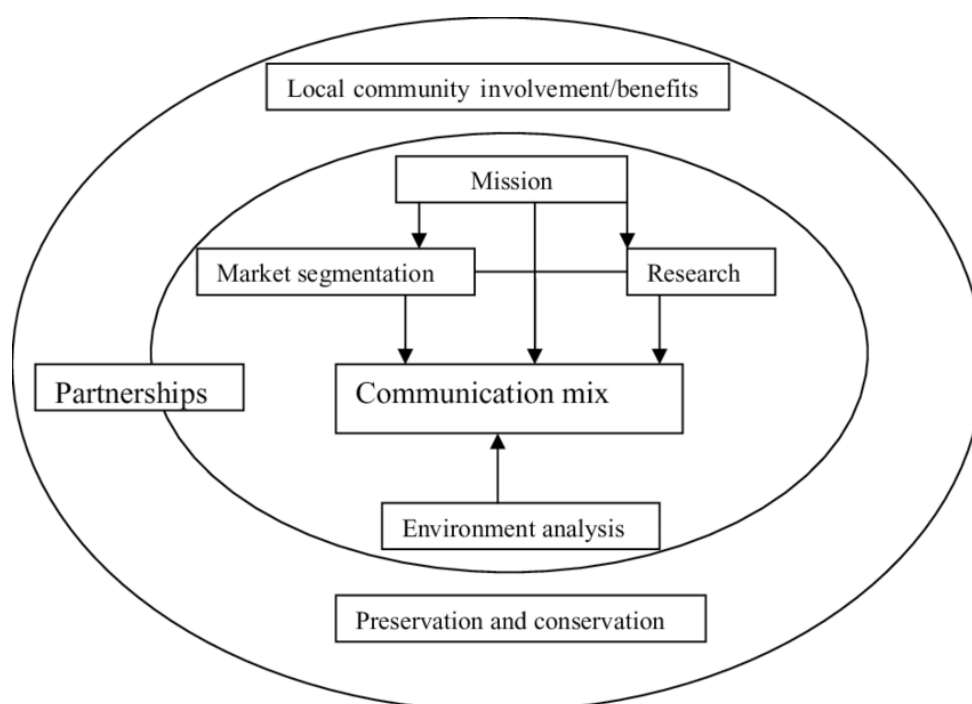


Figure 2: Sustainable Tourism Marketing Model (Deepak Chhabra, 2009) ^[14]

By putting these suggestions into practice, Uzbekistan will continue to benefit from the effective use of social media to promote sustainable tourism, which will have a favorable effect on visitor behavior, community involvement, and the country's reputation as an ethical and environmentally conscious travel destination.

8. CONCLUSION

This research encompasses a transformational journey with tremendous consequences for the tourist landscape of Uzbekistan, as it unravels the multiple dynamics of social media's role in promoting sustainable tourism. The research has offered a sophisticated knowledge of the mutually beneficial interaction between social media platforms and the sustainable tourism paradigm by utilizing an extensive mixed-methods methodology. It becomes clear that social media is a powerful tool, influencing over 70% of visitor behavior in Uzbekistan. This effect encompasses important choices such as trip locations, lodging, and local attraction exploration. The information emphasizes how essential these platforms are to forming and directing the passenger experience.



The strategic participation of tourism-related organizations on social media is crucial to Uzbekistan's efforts in the field of sustainable tourism. Roughly 40% of the effective use of social media in promoting sustainable tourism is attributed to strategies including publishing user-generated content, interacting with followers on a regular basis, and highlighting local culture. These groups are essential in directing the story in the direction of sustainability.

As a storyteller, social media emerges and accounts for almost 60% of the favorable opinion of Uzbekistan as a sustainable vacation destination. A captivating story is crafted by the authenticity present in user-generated tales, photographs, and information. This story, which is shared on social media, has the potential to significantly influence how Uzbekistan is perceived internationally.

One notable finding is that social media facilitates over half of the interactions between locals and tourists. These platforms serve as channels for the promotion of community-led sustainable projects, encouraging participation and cooperation, going beyond simple connection. Social media serves as a conduit, uniting residents, and tourists in a common dedication to the conservation of cultural and natural assets. The study explains the complex interplay between organizational and political elements, which contribute to around 40% of social media usage that is productive. Collectively, joint ventures, organizational strategies, and governmental laws shape Uzbekistan's use of social media for sustainable tourism. This cooperative endeavor navigates the nexus of politics, organizations, and technology to guarantee a cohesive and comprehensive approach to sustainability.

To summarize, this research contributes to the theoretical and applied fields of sustainable tourism research while providing useful information to Uzbek destination management companies, specialists, and policymakers. Social media is a key component of Uzbekistan's sustainable tourism future because of its transformative power to shape destination image, encourage local-visitor interaction, influence traveler behavior, promote sustainable practices, and align with organizational and political goals. The guidelines offered urge stakeholders to fully utilize social media to advance Uzbekistan's tourist sector toward sustainability and social responsibility. Uzbekistan is leading the way in tourism innovation as the world's travel scene changes, driven by the powerful combination of social media and sustainable tourism ideas.

References:

1. Ruzic, D.; Andric, B.; Ruzic, I. Web 2.0 Promotion Techniques in Hospitality Industry. *Int. J. Manag. Cases* 2011, 13, 310–319. [Google Scholar] [CrossRef].
2. Yoopetch, C., & Nimsai, S. (2019). Science mapping the knowledge base on sustainable tourism development, 1990–2018. *Sustainability*, 11(13), 3631.
3. Airey, D., & Shackley, M. (1997). Tourism development in Uzbekistan. 18(4), 199–208.
4. Agostino D (2013) Using social media to engage citizens. *Public Relations Review* 39(3): 232–234.
5. Stephanie HaysG Adventure, Stephen John Page & Dimitrios Buhalis Pages 211-239.
6. Li Pan, Xing'an Xu, Lu Lu & Dogan Gursoy (2018): How cultural confidence affects local residents' wellbeing, *The Service Industries Journal*, DOI.
7. Du, Ma, & Fan (2017) Comparative Analysis of Major Online Review Platforms: Implications of Social Media Analytics in Hospitality and Tourism. *Tourism Management*, 58, 51-65.
8. Lepp, Gibson, & Lane (2011) Image and perceived risk: A study of Uganda and its official tourism website 675-684.
9. Krippendorff, K. (2013) *Content Analysis. An Introduction to Its Methodology* (3rd ed).
10. Neuendorf, K. A. (2002) *The Content Analysis Guidebook*.
11. Satu Elo, Helvi Kyngäs (2008) *The qualitative content analysis process*.
12. Weber, R.P. (1990) *Basic Content Analysis*. Sage Publications, London.
13. Wang, Xiang, & Fesenmaier (2014) *Annals of Tourism Research* 48:11–26
14. Chhabra, D. (2009). Proposing a sustainable marketing framework for heritage tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(3), 303-320.



JAHONDA TA'LIM TURIZMINING RIVOJLANISH TENDENSIYALARI

Uktam Jiyanov

O'zbekiston xalqaro islom akademiyasi katta o'qituvchisi

Maksudova Shahlo

O'zbekiston xalqaro islom akademiyasi talabasi

Pandemiya davri hamma sohalar qatorida turizmga ham jiddiy ta'sir ko'rsatdi. Sababi koronavirus pandemiyasi cheklovlari oqibatida kishilik jamiyatida ma'naviy manfaatdorlik pasaydi, insonlarning faqatgina birlamchi ehtiyojlarini qondirish imkoniyati mavjud edi. Shunday bo'lsa-da, pandemiya davri tugaganidan so'ng o'zini tezlik bilan tiklagan soha ham turizm bo'ldi. O'zbekistonda ta'lim turizmida bir oz uzilishlar sodir bo'lgan bo'lsa ham turizm O'zbekistonning iqtisodiy jihatidan asosiy sektorlaridan biri bo'lib qolmoqda. Turizm shunday bir sohaki mehmonxonalar, restoranlar, sayyohlik agentliklari, transport kompaniyalari va boshqa tegishli sohalarda ish o'rinlari yaratish imkoniyatini, shuningdek, eksportining o'sishiga yordam beradi, bu esa mamlakatning tashqi to'lov balansiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi.

Xalqaro turizm rivojlanishining zamonaviy yo'nalishlaridan biri ta'lim turizmidir. Ta'lim turizmi shunday bir sohaki, unda biror bir davlatga o'qish uchun borgan talaba nafaqat u yerda ta'lim oladi, balki borgan davlatida yashash va bilim olish davomida davlatning qadimgi tarixi bilan tanishadi, madaniy-tarixiy obidalarini o'rganadi, dam olish, zamonaviylik, ijtimoiy munosabatga kirishish va yangilikka intilish hamda iqtisodiy jihatdan mamlakatga juda katta investitsiya kiritadi.

Hozirgi vaqtda butun dunyoda va O'zbekistonda ham ta'lim turizmi keng rivojlanmoqda. Insonlar tobora ko'proq chet elda, jumladan, boshqa mamlakatlardagi universitet va kollejlarda o'qishga intilmoqda. Chet tilini o'rgatish dasturlari tobora ommalashib bormoqda, bu talabalar va sayyohlarga chet elda til bilimlarini oshirish imkonini beradi. Xorijiy tadqiqotchi B.Ritch ta'lim turizmiqa quyidagi ta'rifni beradi: ta'lim turizmi – bu asosiy yoki ikkinchi darajali maqsadi ta'lim va tahsil olish bo'lgan ekskursant yoki tunab qoluvchi sayyohlarning faoliyatidir. Boshqacha qilib aytganda, sayohatning asosiy maqsadi ta'lim bo'lgan ma'lum bir segment mavjud. Boshqa bir segment uchun turizm asosiy, ta'lim yoki tahsil olish esa sayohatning ikkinchi darajali maqsadi hisoblanadi. Bu yerda muallif ekologik va madaniy turizmni, shuningdek, ma'rifiy turizmni kiritadi.

1-jadval: 2018-2023-yillardagi turizmning statistik ko'rsatkichlari¹

Yillar	Kiruvchi turistlar soni	Chiquvchi turistlar soni	Turizm sohasida eksportlar
2018	5346200	8594,8	1041 mln.
2019	6748500	8437,8	1313 mln.
2020	1504100	2001,5	261 mln
2021	1800000	2194,8	422,1 mln
2022	5200000	5163,2	1610,0 mln
2023	7000000 (prognoz)	1,6 mln. (yanvar-may)	2000,0 mln. (prognoz)

Xususan, bu jadvalda ko'rinib turibdiki, 2018-yil yurtimizga kelgan turistlar ham ketgan turistlar ham, eksport hajmi ham ko'proq bo'lgan. 2018-yil yurtimizga kelgan turistlar 5 346 200 tashkil qilgan bo'lsa, Covid-19 pandemiyasi tufayli 2020-yilda 1 504 100 ni tashkil qilmoqda. 2022-yilda bu ko'rsatkich Prezidentimizning qarorlari va turizmga kiritgan o'zgartirishlari bilan pandemiya davridan keyin turizm sohasi o'zini tiklab bormoqda. Buni 2022-yilda 5 200 000 kishi tashrif buyurganidan ham bilish mumkin.

¹ O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika agentligi ma'lumotlari (www.stat.uz).

2-jadval: Safar maqsadlari bo'yicha 2016-2021-yillardagi statistik ko'rsatkichlar²

Safar maqsadlari bo'yicha	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Ta'lim	6,3	7,4	14,6	21,4	4,7	6,4
Xizmat	149,7	28,4	56,5	53,1	17,4	60,7
Dam olish	175,5	230,5	458,1	1043,9	129,3	155,1
Qarindoshlarini yo'qlash	1651,2	2371,7	4713,5	5520,7	1321,4	1613,1
Tijorat	17,2	25,6	50,9	53,9	16,3	13,6
Jami	2027,0	2690,1	5346,2	6748,5	1504,1	1881,3

Ta'lim bo'yicha eng yuqori ko'rsatkich 2019-yilda qayd etilib, 21,4% ni tashkil qilmoqda. Bu ko'rsatkich 2016-2021-yillar ichida eng yuqori ko'rsatkich hisoblanadi. Eng past ko'rsatkich esa 2020-yilda 4,7% bilan qayd etilgan. Bu esa 4,5% da kamaygan hisoblanadi.

O'zbekistonda ta'lim turizmini rivojlantiruvchi omillar:

- O'zbekistonda ta'lim turizmini reklama ahamiyatini oshirish;
- Yurtimizda katta mahoratga ega bo'lgan talaba-yoshlarimizni qo'shni davlatlarga ta'lim olishlari uchu jo'natish va sharoitlar yaratib berish;
- Viza tizimidagi muammolarni bartaraf etish;
- Transport tarmoqlarini yaxshilash orqali transport muammolarini hal qilish yangi yo'llar qurish;
- Malakali kadrlar tayyorlash;
- Katta miqdorda investitsiyalarning sarflanishi;
- Davlatlarning ta'lim sohasida tutayotgan siyosati;
- Jamoat ahlini qiziqtirish uchun turizm bo'yicha o'quv kurslarini tashkil etish va insonlarda sayohat qilishga nisbatan estetik zavq uyg'otish va shu orqali turizmni rivojlantirish kerak.

Zamonaviy xizmatlarga talab barqarorligini ta'minlashda yuqorida taklif etilgan ta'lim turizmi xizmatlari tamoyillarining "SUSTAINABILITY" (Barqarorlik) konsepsiyasi alohida ahamiyatli sanalib, aynan shu tamoyillar asosida xizmatlar shakllantirilsa, mijozlar ishonchini oshirish va doimiy mijozga aylantirish mumkin. O'zbekistonda 2023-yilda turistik xizmatlar tarkibida ta'lim turizmi xizmatlari ulushini 15% ga oshirish, maqsad sifatida qo'yilgan hisoblanandi.


1-rasm: Ta'lim turizmi maqsadlarining umumiy xususiyatlari tasnifi³

² O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika agentligi ma'lumotlari (www.stat.uz).

³ Maxmudova N. ta'lim turizmi xizmatlarining tamoyillari, vazifalari va funksiyalari // "экономика и туризм" международный научно-инновационный журнал. – 2022. – т. 5. – №. 7.

Xulosa qilib aytganda, dunyoda turizmning 200 dan ortiq turlari bo'lib, ular orasida ta'lim turizmi tez rivojlanayotgan, istiqbolli yo'nalishlaridan biri hisoblanadi. Mamlakatimizda ilgari tarixiy, madaniy turizm bilan cheklanib qolingan bo'lsa, oxirgi yillarda etnografik, gastronomik yangi yo'nalishlar qatorida ta'lim turizmiga ham alohida e'tibor qaratilmoqda. Chunki O'zbekiston bu borada yuqori salohiyatga ega bo'lib, imkoniyatlaridan to'liq foydalana olmayotgani ayni haqiqat. Ta'lim turizmini rivojlantirish uchun hozirgi vaqtda ko'proq davlatlar bilan hamkorlik shartnomalari imzolanishi va turizm sohasiga qiziquvchi talaba-yoshlar uchun o'quv kurslari tashkil etilishi va mana shu o'quv kurslari mobaynida turpaketlar tashkil etilib, talabalarni chet davlatlarga ta'lim olishlari uchun jo'natish zarurdir.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Maxmudova N. ta'lim turizmi xizmatlarining tamoyillari, vazifalari va funksiyalari // "экономика и туризм" международный научно-инновационный журнал. – 2022. – т. 5. – №. 7.
2. Shahlo m. Turizmda sun'iy intellektning o'rni // образование наука и инновационные идеи в мире. – 2023. – Т. 27. – №. 2. – С. 113-119.
3. Maksudova, Shahlo, and Gulnora Gulyamova. "Ziyorat turizmini rivojlantirishning shakllari." World of Science 6.4 (2023): –246-250.



HUDUDIY TURIZM RIVOJLANISHINING IQTISODIY SAMARADORLIGINI OSHRISHDA “SMART-TURIZM” XIZMATLARIDAN MAQSADLI FOYDALANISH

Dustmurodov Orifjon Ismatilloevich

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti tayanch doktoranti

Annotatsiya: Ushbu maqolada hududiy turizm xizmatlarini rivojlantirishning iqtisodiy samaradorligini oshirish, hududiy turizm xizmatlarini rivojlantirishning asosiy tamoyillari va omillari, iqtisodiyotni barqaror rivojlantirishda turizm xizmatlarini roli, yangi ish o'rinlarini yaratish, shuningdek yangi xizmat turlarini tatbiq etish, turistik resurslardan maqsadli foydalanish, turizm xizmatlarini raqamlashtirish, turizm xizmatlari bozorini tartibga solishning ilmiy-uslubiy yondoshuvlari to'g'risida fikr va mulohazalar keltirilgan.

Kalit so'zlar: turistik resurs, iqtisodiy samaradorlik, zamonaviy xizmatlar, barqaror iqtisodiyot, raqamli xizmatlar.

Abstract: This article discusses increasing the economic efficiency of the development of regional tourism services, the basic principles and factors for the development of regional tourism services, the role of tourism services in the sustainable development of the economy, the creation of new jobs, as well as the implementation of new types of services, the targeted use of tourism resources, the digitalization of tourism services, opinions and comments on scientific and methodological approaches to regulating the tourism services market are provided.

Key words: tourism resource, economic efficiency, modern services, sustainable economy, digital services.

Аннотация: В данной статье рассматриваются повышение экономической эффективности развития региональных туристических услуг, основные принципы и факторы развития региональных туристических услуг, роль туристических услуг в устойчивом развитии экономики, создании новых рабочих мест, а также реализации новых видов услуг, целевого использования туристических ресурсов, цифровизации туристических услуг, приводятся мнения и комментарии по научно-методическим подходам к регулированию рынка туристических услуг.

Ключевые слова: туристический ресурс, экономическая эффективность, современные услуги, устойчивая экономика, цифровые услуги.

KIRISH

Turizm sohasi iqtisodiy samaradorligining oshishi turizm xizmatlarining har tomonlama rivojlanligida ko'rinadi, ya'ni bunga turizmning mamlakatdagi boshqa ijtimoiy-iqtisodiy tarmoqlar bilan parallel ravishda va o'zaro aloqada rivojlanishi natijasida erishiladi. Turizm sohasi mahalliy aholi hamda xorijiy fuqarolar boradigan mintaqalarning tarixi, u yerdagi tarixiy arxitektura obyektlari, mahalliy aholining urf-odatlar, an'analari, marosimlari bo'yicha kishilar bilimlarini oshirish, ziyoratgoh joylarni ziyorat qilish, sog'lomlashtirish xizmatlaridan foydalanish bilan bir qatorda shu mamlakat yoki mintaqqa iqtisodiyotiga bevosita valyutalar oqimini olib kelish, mahalliy aholining yashash sharoitini yaxshilash va ularni ish bilan ta'minlashga ko'maklashadi. Turizm sohasi milliy iqtisodiyotning alohida tarmog'i sifatida o'ziga xosligi bilan ajralib turadi. Uning mahsuloti muayyan turdagi xizmatlardan foydalanishga beriladigan huquq bo'lib, bu xizmatlarning o'zi esa iqtisodiyotning boshqa tarmoqlarida yaratiladi.

Jahonda turizm xizmatlari bozorini rivojlantirishga asosiy to'siq bo'lib kelayotgan muammolarni aniqlash va ularning samarali yechimlarini izlashga qaratilgan tadqiqotlarni o'tkazish hozirgi davrda ustuvor yo'nalishlardan biri bo'lib hisoblanadi. Bu jarayonda hududiy turizmga mintaqada ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishning muhim omili sifatida qaralmoqda va milliy iqtisodiyotda turizmni rivojlantirishning samarali modelini ishlab chiqishga alohida etibor berilmoqda. Dunyoda turislarga xizmat ko'rsatish sifati va samaradorligini oshirish bo'yicha bir qancha raqamli xizmatlar taqdim etilib yildan yilga takomillashtirilib borilmoqda mamlakatimizda "Smart-turizm" xizmatlarini rivojlantirish turislar oqimining kengayishi, hududlarning turistik salohiyatini yoritish, turslar uchun yanada qulay va sifatli xizmatlar taklif etish kabi bir qancha omillarga ta'sir qiladi.



MAVZUGA OID ADABIYOTLARNING TAHLILI

Hududiy turizmni rivojlantirishning iqtisodiy samaradorligini oshirish mamlakatimizning yetakchi olimlari A.M. Abduvohidov "Turizm rivojlanishining tahlili va prognozi" nomli maqolasida turizm sohasini rivojlanishi bir qancha iqtisodiy-ijtimoiy omillar bilan bog'liq ekanligini ta'kidlab "Barcha sohalarda bo'lgani kabi turizm ham hal qilinishi kerak bo'lgan qator muammo va kamchiliklar mavjud, albatta. Logistika, infratuzilma, mehmonxona va tezyurar poyezdlarda joy yetishmasligi, axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini joriy etish, turizm tarmog'i kadrlari salohiyatini oshirish bilan bog'liq qator muammolar yechimi izlanmoqda" ekanini aytib o'tgan (Abduvohidov A.M. 2019).

M.T. Alimova o'zining "Hududiy turizm bozorining rivojlanish xususiyatlari va tendensiyalari" nomli doktorlik dissertatsiyasida turizm bozorida talab va taklifni muvofiqlashtirish, marketing konsepsiyasi orqali turistik mahsulotlar raqobatbardoshligini oshirish, turizm sohasi rivojlanishining tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarini takomillashtirish hamda hududiy turistik klasterni shakllantirish bo'yicha ilmiy mulohazalar keltirgan (M.T. Alimova 2017) va turizm rivojlanishining iqtisodiy samaradorligini oshirish omillari, globallashtirish jarayonlarining turistik faoliyatga ta'siri va turizm destinatsiyasi rivojlanish xususiyatlariga alohida e'tibor qaratgan.

I.S. Tuxliyev, R. Hayitboyev, B. Sh. Safarov va G. R. Tursunovanning tadqiqotlari mamlakatimizda turizm sohasini va industriyasini rivojlantirish, turistik-rekreatsion xizmatlarni kengaytirishga qaratilgan bo'lib, ularda turizm rekreatsion xizmatlarning shakllanishi masalalariga atroflicha e'tibor qaratilgan (I.S. Tuxliyev, R. Hayitboyev, B. Sh. Safarov va G. R. Tursunova 2014). Mazkur tadqiqotlarda turizm sohasini davlat tomonidan tartibga solish va uning infratuzilmasini rivojlantirish masalalari yoritilgan.

A. Amonboyev, D. I. Abidova va N. A. Jurayeva ilmiy ishlarida turizm dam olish strukturasini yaratadi, u nafaqat turistlar tomonidan, balki mahalliy aholi uchun ham foydalanilishi mumkin, yangi turistik markazlarning paydo bo'lishi servis savdo markazlarining paydo bo'lishiga, yo'llarning qurilishiga, hordiq chiqarish korxonlarining vujudga kelishiga olib keladi va u o'rab turgan infratuzilmaga, iste'mol bozoriga va boshqa tadbirkorlik faoliyatlariga ijobiy ta'sir ko'rsatadi (A. Amonboyev, D. I. Abidova, va N. A. Jurayeva 2019), degan fikrlarni bildirishgan.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Tadqiqot ishida jahonda yuz berayotgan turli salbiy iqtisodiy o'zgarishlar, turizm sohasini kompleks rivojlantirish, hududiy turizm rivojlanishining iqtisodiy samaradorligini oshirish, turizm xizmatlarini rivojlantirishning asosiy tamoyillari va omillari o'rganilib, mazkur yo'nalish bo'yicha iqtisodchi olimlar va mutaxassislarning fikrlariga tayangan holda tahlil va sintiz, kuzatish, gupuhlash, qiyosiy tahlil, tizimli yondashuv, pacmiy-mantiqiy, o'pexatsiyalarni tadqiq etish, statistika va iqtisodiy tahlil kabi usullar orqali turizm sohasi rivojlanishining o'stuvor yo'nalishlarini belgilash taklif etilgan. Shuningdek, hududlarda turistik obyektlar faoliyatini samarali tashkil etish, turistik infratuzilmalarni oqilona rivojlantirish va sifatli kadrlarni tayyorlash hamda turizm industriyasi rivojlanishini qo'llab-quvvatlash darajalari bo'yicha omillarga oid aniq tavsiyalar ishlab chiqilgan.

TAHLIL VA NATIJALAR

Mamlakatimiz bugungi kunda turizmning dunyo iqtisodiyotidagi o'rni mustahkamlanib, muhim makroiqtisodiy tarmoqlardan biri sifatida jadal rivojlanib bormoqda. O'zbekiston tashabbuskor, hamda madaniyat, tarix, an'ana va egzotik mamlakatlarga qiziquvchilar uchun maftunkor sayyohlik yo'nalishlaridan biriga aylanmoqda. Qadimiy shaharlarimizdagi takrorlanmas yodgorliklar va me'moriy inshootlar o'tmish zamonlarni o'zida aks ettirib, mamlakat tarixida katta rol tutadi. Buyuk Britaniyaning "Daily Mail" nashri oilaviy sayyohlar oqimi yetib kelmagan eng yaxshi mamlakatlar ro'yxatini tuzdi. O'zbekiston shu ro'yxatning birinchi o'ntaligidan joy olgan.

Hududiy turizmni rivojlantirishning iqtisodiy samaradorligini oshirishda turistik imkoniyatni hisobga olgan holda, raqobatbardosh turizm mahsulotlari va xizmatlarini ishlab chiqish, ularni takomillashtirish iste'molchilarning talablarini raqamli xizmatlar "Smart-turizm" xizmatlarini ko'paytirish, ichki va halqaro turizm bozorlarida targ'ibot qilish bilan turizm sohasida mamlakatimizning ijobiy qiyofasini shakllantirishimiz mumkin. Mamlakatimiz yalpi ichki mahsulotidagi turizm sohasi ulushi bor-yo'g'i 3,4



foizni tashkil etadi, rivojlangan xorijiy davlatlarda esa ushbu ko'rsatkich 10 foizgacha yetadi. Demak, rivojlangan mamlakatlar qatorida jahon standartlariga asoslangan holda ish yuritish mamlakatimizda turizm sohasini har tomonlama isloh qilish, sohada vujudga kelayotgan iqtisodiy-ijtimoiy holatni ilmiy nuqtainazardan tahlil va tadqiq qilish imkoniyatini yaratadi. Oxirgi 10-15 yil davomida mamlakatimiz turizm sohasida infrastrukturani yangilash va jahon andozalari darajasiga yetkazish bo'yicha ko'pgina muhim tadbirlar amalga oshirilmoqda.

O'zbekistonda hududiy turizmni rivojlantirishning asosiy maqsadi dunyo bozorida raqobatbardosh mahsulotni yaratish, mamlakat aholisining turistik talablarini maksimal darajada qondirish, shuning asosida tarixiy-madaniy meros va ekologik tenglikni saqlagan holda hududlarning kompleks rivojlantirish va ularning ijtimoiy-iqtisodiy qiziqishlarini ta'min-lashdan iborat. Bu birinchi navbatda iqtisodiyotni rivojlanishida turizm sohasida ilg'or o'rnlarni egallagan Toshkent, Samarkand, Buxoro, Xorazm, Surxandaryo, Kashqadaryo viloyatlari, shuningdek, Toshkent shahar va Farg'ona vodiylarida jozibador turistik-rekreatsion hududlarga tegishli.

Hududiy turizmni rivojlanishi ko'proq sanatoriy-kurort va davolovchi dam olish maskanlar hududlarning rivojlantirishiga yunaltirilgan tadbir va dasturlarga bog'liq bo'lib, dam olishning zamonaviy sharoitlarini yaratilishiga, kurort-turistik tashkilotlariga davolashning zamonaviy uskuna va texnologiyalari bilan ta'minlashga o'z hissasini qo'shadi.

Turizm samaradorligi deganda quyidagilardan iqtisodiy natija olish tushuniladi:

- turizm tashkilotlari;
- turistik xizmatlar;
- turistik korxonaning ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish jarayoni.

Turizmning iqtisodiy samaradorligi ijtimoiy mehnatning umumiy samaradorligining ajralmas elementidir.

Mikrodarajada turizmni rivojlantirishning iqtisodiy samaradorligi turizm xizmatlarini amalga oshirishning miqdoriy hajmini va ularning sifat tomonlarini aks ettiruvchi iqtisodiy ko'rsatkichlar tizimi bilan tavsiflanadi:

- turistik oqim hajmi;
- turizm xarajatlari miqdori;
- moddiy-texnika bazasining holati va rivojlanishi;
- moliyaviy-xo'jalik faoliyati ko'rsatkichlari;
- xalqaro turizmni rivojlantirish ko'rsatkichlari.

Turistik oqim hajmini tavsiflovchi ko'rsatkichlarga quyidagilar kiradi: turistlarning umumiy soni (shu jumladan, uyushgan va havaskorlar), turlar soni, tunashlar, yotoq kunlari, turlarning o'rtacha oylik soni, qolish muddati, sayohatlar soni. kelgan (ketgan) mehmonlar.

Turistlarning umumiy soni sayohatda qatnashgan odamlar soni bilan o'lchanadi. Bu ko'rsatkich aholini turistik faoliyat bilan qamrab olish ko'lamini tavsiflaydi va xizmat ko'rsatish uchun qabul qilingan ma'lum bir davr uchun turistlar sonini ro'yxatga olingan kunlar, ya'ni xizmat ko'rsatishning birinchi kuni bo'yicha jamlash yo'li bilan aniqlanadi.

Tur kunlarining soni kishi-kunlarda o'lchanadi va turistlarning umumiy sonini bitta turistning mamlakatda (mintaqada) bo'lish o'rtacha davomiyligiga (kunlarda) ko'paytirish yo'li bilan aniqlanadi:

$$D = Ch \times tcp,$$

bu yerda D - tur kunlari soni, odamlar-kunlar; Ch - turistlar, odamlar soni; tcp bitta turistning ma'lum mintaqada qolishining o'rtacha davomiyligi.

Ushbu hududda umumiy turistik xarajatlarning qiymati $R\Sigma$ quyidagicha aniqlanadi:

$$R\Sigma = D \times R \text{ tcp},$$

bu yerda Pcp - turistning kuniga o'rtacha narxi.

Biroq, turistlar oqimi notekis taminlanadi. Turistik oqimning notekisligini tavsiflash uchun notekislik koeffitsiyentlari qo'llaniladi, ular uchta usulda hisoblanadi.



$$Kn = D_{\max} / D_{\min} \times 100\%; Kn = D_{\max} / D_{\text{god}} \times 100\%; Kn = D_{\max} / D_{\text{sm}} \times 100\%,$$

bu yerda $D_{\max}$ $D_{\min}$ - yeng ko'p va minimal turist oqimi oyidagi turistik kunlar soni, mos ravishda, kishi-kunlar; Yil D_{god} - D_{sm} – mos ravishda tur kunlarining yillik va o'rtacha oylik soni, odamlar-kunlar. Tur kunlarining o'rtacha oylik soni yillik tur kunlari sonini 12 oyga bo'lish yo'li bilan aniqlanadi.

$$D_{\text{sm}} = D_{\text{god}} / 12.$$

Bir kechada qolish soni tabiiy ko'rsatkichdir. E'tibor bering, turizmga nisbatan "tunada qolish" tushunchasining yagona ta'rifi mavjud yemas. Bir kechada qolish belgilangan manzil sifatida (turar joy statistikasida) hisobga olinadi, so'ngra shaxs tashrif buyurilgan joyda tunab qolgan, deb hisoblanadi, agar ularning kelish va ketish sanalari har xil bo'lsa. Agar tunash kelib chiqishi bo'yicha (uy xo'jaligini o'rganish uchun) hisobga olinsa, agar shaxs jo'nab ketish va qaytish sanalari ko'rsatilgan bo'lsa, shuningdek, u haqiqatda tunab qolgan bo'lsa, tegishli safar davomida tunashni amalga oshirgan hisoblanadi. Bir kechada qolish deganda bitta sumka tushuniladi.

Turizm davomiyligi kunduzgi sayohatlar uchun soatlar va tashrif buyurish uchun tunashlar bilan o'lchanadi.

Tashrifchilarning kelishlari (ketishlari) soni. Tashrifchi - bu 12 oydan ko'p bo'lmagan muddatga odatdagi muhitdan tashqaridagi joyga sayohat qiladigan va tashrif buyurilgan joydan daromad olmaydigan har qanday shaxs mehmonlar, agar ular uydan uzoqda bir kechada qolsalar, turist sifatida, agar tunab qolishmasa, kunduzgi tashrif buyuruvchilar sifatida tasniflanadi.

Turizm statistikasi mahalliy va xorijiy tashrifchilarni hisobga olganda, kelganlar (ketishlar) soni ma'lum vaqt davomida mamlakatga kelgan (ketgan) ro'yxatdan o'tgan tashrif buyuruvchilar soniga teng bo'lib, mutlaq ko'rsatkichlarda hisobga olinadi.

Sayohatlar soni - bu odamning odatdagi yashash joyidan chiqib ketish sonining o'lchovidir. Turistik sayohatlar turistik sayohatlar, uning tashriflari yesa turistik sayohatlar, deb ataladi.

Yuqoridagi barcha ko'rsatkichlar mamlakat, mintaq, dunyo turistik oqimini tavsiflaydi.

Fuqarolarning turistik maqsadlarda chet yelga sayohat qilishlari, shuningdek ichki turizm bilan bog'liq xarajatlaridan budjetga tushayotgan ichki daromadlar mamlakatda doimiy yashovchi fuqarolarning uning chegaralari doirasida sayohat qilishlari, ularning yashash joylaridagi xarajatlari bevosita natijasidir. Ichki turizmdan olingan daromadlar ko'rsatkichi, shuningdek, turizm korxonalarini sotishdan tushgan daromadlarni, ushbu faoliyat turidan olingan turizm sanoati korxonalaridan olingan boshqa daromadlarni ham o'z ichiga olishi kerak.

Har qanday xo'jalik yurituvchi subyektning reproduktiv faoliyatining moddiy asosini ishlab chiqarish yehtiyoblari tashkil yetadi. Turizmda ishlab chiqarish yehtiyoblari birinchi navbatda moddiy-texnik bazaga bo'lgan yehtiyojda ifodalanadi. Moddiy-texnika bazasi uyushgan turizmni rivojlantirish uchun asos bo'lib xizmat qiladi, chunki u turistlarga to'liq xizmatlar ko'rsatish (yashash, ovqatlanish, transport, davolanish, yekskursiya va boshqalar) bilan xizmat ko'rsatish uchun barcha zarur shart-sharoitlarni yaratadi.

Turizmning moddiy-texnik bazasi tarkibiga quyidagilar kiradi:

- sayyohlik kompaniyalari va agentliklari;
- mehmonxonalar;
- turistik oromgohlar;
- oziq-ovqat va savdo korxonalari;
- avtotransport korxonalari;
- turistik jihozlar va inventarlarni ijaraga berish punktlari;
- turistik vaucherlarni sotish bo'limi;
- nazorat-qutqaruv xizmatlari (postlari);
- turistik klublar, stansiyalar va boshqalar.

Turizmning moddiy-texnik bazasining holati va rivojlanishini tavsiflovchi ko'rsatkichlar uning ma'lum bir mamlakat (mintaqa)dagi imkoniyatlarini belgilaydi. Bularga quyidagilar kiradi:

- dam olish uylari, pansionatlar, oromgohlar, mehmonxonalar, sanatoriylar va boshqalarning yotoq fondi;



- mahalliy aholi tomonidan taqdim yetilgan yotoqlar soni;
- turistlar uchun umumiy ovqatlanish korxonalarining savdo maydon-chalaridagi o'rindiqlar soni;
- turistlar uchun ajratilgan teatr o'rindiqlari soni soni va boshqalar.

Yotoq fondining sig'imi quyidagi formula bilan aniqlanadi:

$$M_k = K_g \times 365 + K_s \times t_c,$$

bu yerda M_k – yotoqlarning umumiy soni, birliklar; K_g , – yil davomida foydalanish uchun yotoqlar soni; K_s – mavsumiy foydalanish uchun yotoqlar soni, birlik; t_c – mavsumiy foydalanish kunlari soni.

Turistik korxonaning moliyaviy-xo'jalik faoliyati ko'rsatkichlariga quyidagilar kiradi:

- sotish hajmi – sotilgan turlar soni;
- turistik mahsulotni sotishdan tushgan tushumlar;
- mehnat resurslaridan foydalanish ko'rsatkichlari;
- asosiy fondlar va aylanma mablag'lardan foydalanish ko'rsatkichlari;
- mehnat unumdorligi va ish haqi ko'rsatkichlari;
- turistik korxonaning moliyaviy holati ko'rsatkichlari;
- sotilgan mahsulot (ishlar, xizmatlar) tannarxi.

Turistik mahsulotni sotishdan tushgan daromad muhim ko'rsatkichdir. U barcha xarajatlarni qoplashi va foydani ta'minlashi kerak.

Alohida-alohida xalqaro turizmning holati va rivojlanishini tavsiflovchi ko'rsatkichlar ajratiladi, ularga quyidagilar kiradi:

- xorijiy davlatlarga tashrif buyurgan turistlar soni (davlat chegarasini kesib o'tishlar soniga qarab belgilanadi);
- xorijiy turistlar uchun tur kunlari soni;
- turistlarning chet yel safarlari davomida qilgan jami naqd xarajatlari.

Turizmni rivojlantirish ko'rsatkichlari turistik korxonaning iqtisodiy faoliyatini ham, turizm bozorining holatini ham tahlil qilish, tendensiyalarni tahlil qilish va turizm bozoridagi faoliyat strategiyasi va taktikasini ishlab chiqish uchun muhim ahamiyatga ega.

Taklif yetilgan tadqiqot maqsadlarini amalga oshirish jarayonida turizm statistikasi turizm bozorini jamlab va kombinatsiyalashtirgan holda tegishli ko'rsatkichlardan, ushbu hodisa va jarayonlarning miqdoriy va sifat xususiyatlaridan foydalanadi. Ushbu ko'rsatkichlar bozorining holati, rivojlanishi va barqarorligini turli darajalarda, vaqt va makonda (geografik jihatdan) aks ettirish uchun mo'ljallangan.

Statistik ko'rsatkichlar tizimi turizm bozorining asosiy iqtisodiy va ijtimoiy toifalariga asoslanadi. Bularga quyidagilar kiradi: xizmatlar, turistik mahsulot, talab, narx, taklif, tarqatish xarajatlari, xizmatlarni sotishdan olingan foyda.

Turizm bozori ko'rsatkichlari yig'indisi – bu asosiy iqtisodiy jarayonlarni va butun iqtisodiyotni tavsiflovchi o'zaro bog'liq va o'zaro kelishilgan ko'rsatkichlar yig'indisidir. Ko'rsatkichlarning izchilligi ularni birgalikda ishlatishga, shuningdek, tahliliy maqsadlarda turli hosilaviy koeffitsiyentlarni hisoblashga imkon beradi.

Turizm bozorini rivojlantirish uchun umumiy asosiy va iqtisodiy ma'lumotlardan tashqari, turli xil ma'lumotlarni batafsil tahlil qilish kerak:

- hudud infratuzilmasi;
- turistik diqqatga sazovor joylar va tadbirlar;
- turistik obyektlar va xizmatlar holati;
- turizmning mavjud va potensial shakllari;
- turizm bozorining turli segmentlari;
- mintaqadagi ekologik vaziyat;
- ijtimoiy-madaniy jihatlar;
- institutsional elementlar.

Bir qator sohalarda turizm butun mamlakat iqtisodiyotiga ta'sir qiladi. Tadbirkorlik faoliyatida turistik korxonani yaratish foydalidir, chunki u iste'molchilarga turistik mahsulot, xizmatlarni taqdim yetadi; xodimlar - ish va ish haqi; ta'sischi - foyda; davlat va mintaq - soliqlar va yig'imlar. Iste'mol



sohasida sayyohlarning turli tovar va xizmatlarga bo'lgan talabi mahalliy ishlab chiqarishning rivojlanishiga, aholi turmush darajasining oshishiga xizmat qilmoqda. Pul-kredit sohasiga turizm katta miqdordagi xorijiy valyutaning kirib kelishiga yordam beradi. Mahalliy aholi foydalanishi mumkin bo'lgan turistik infratuzilma ham rivojlanadi.

Turizmga nisbatan quyidagi statistik ko'rsatkichlar guruhlarini ko'rib chiqish maqsadga muvofiq: ijtimoiy-iqtisodiy indikator ko'rsatkichlar; turizmni rivojlantirish ko'rsatkichlari; turizm korxonalari faoliyatini tavsiflovchi individual ko'rsatkichlar.

Turizmni rivojlantirish ko'rsatkichlari turizm industriyasining holati va turizm resurslari haqida ma'lumot beradi. Turizmning asosiy ko'rsatkichlari ro'yxati ma'muriy-hududiy birlikning turizm salohiyatini tavsiflash uchun mutaxassislar tomonidan tanlanadi.

Statistik ma'lumotlar bo'limi va boshqaruvning har bir hududiy darajasida turizmni rivojlantirish ko'rsatkichlari tarkibi ma'muriy-hududiy birlikning funksiyalari, vakolatlari va vazifalari bilan belgilanadi. Shtat va tuman darajasidagi asosiy ko'rsatkichlar soni ko'proq operativ ma'lumotlarga muhtoj bo'lgan mintaqaviy va mahalliy darajalarga qaraganda sezilarli darajada kam bo'lishi mumkin. Masalan, federal darajada turizm rivojlanishining asosiy ko'rsatkichlari – bu kelgan xorijiy fuqarolar soni; chet yelga ketgan fuqarolar; turistik xizmatlar eksporti va importi; turizm sohasida xodimlarning o'rtacha yillik soni; aholiga pullik xizmatlar narxi; mehmonxona korxonalari va ixtisoslashtirilgan joylashtirish vositalari soni. Federatsiya subyekti va munitsipalitet darajasida ushbu statistik ko'rsatkichlar turistik resurslarning holati ko'rsatkichlari, turistik resurslarning moliyaviy-xo'jalik faoliyatini baholash, turistik korxonalarning moliyaviy-xo'jalik faoliyatini baholash bilan to'ldiriladi va tashkilotlar, to'langan soliqlar hududiy hamda mahalliy budjetlarga va boshqalar.

Individual ko'rsatkichlar turizm sohasidagi obyekt yoki alohida kuzatish birligi – mehmonxona, sayyohlik agentligi, turistni tavsiflaydi. Individual ko'rsatkichlar statistik hisobot shakllarida va kuzatishning boshqa shakllarida taqdim etiladi. Shaxsiy statistik ko'rsatkichlar asosida boshqaruv qarorlarini qabul qilish uchun zarur bo'lgan axborot bazasining asosi bo'lgan yig'ma mutlaq va nisbiy ko'rsatkichlar hisoblanadi.

Tahlil natijalarida O'zbekistonning kiruvchi turizmini rivojlanishini to'sovchi salbiy omillar aniqlandi, ular orasida bir necha asosiylarini ajratib olish mumkin.

1. Turistik infratuzilmalarning rivojlanmaganligi. Mehmonxonalar bazasi eskirishi urtacha koeffitsiyenti – 67,7% teng. Mehmonxonalarimizning faqat 21 foiz jahon standartlariga javob beradi. Mehmonxonalardan tashqari, zamonaviy kungilochar sanoatining ulkan ommaviy obyektlarining yetishmasligini (akvaparkalar, tematik parklar va x.k) ta'kidlash kerak. Turistik jihatdan kulay transport vositalarining yetishmasligi va transport bazasining eskirganligi, yo'llarning yomonligi muammoning dolzarbligi bo'lib qolmoqda.
2. O'zbekiston subyektlarida turar joy binolarini va turistik infratuzilmalarining rivojlantirish uchun, jozibador va qulay investitsion sharoitlarni yaratish tajribasi yo'qligi.
3. Xizmat darajasi past, taklif qilinadigan turistik xizmatlar narxi ularning sifatiga mos kelmaydi (ayniqsa, tashish, ovqatlanish va joylashtirish sharoitlari qismida).
4. Turistlar uchun tovarlar va estalik buyumlar savdosi muammosi. Joylarda estalik buyumlar savdosi rivojlanmagan, ba'zi bir hududlar va joylarda umuman mavjud emas.
5. Mamlakatimizga keladigan turistlar uchun maxsus (savdo xizmatlari, ekskursiya xizmatlari qo'shimcha xizmatlar) elektron platformalar yo'qligi.

Hududiy turizmni rivojlantirishda ushbu to'sqinlik qiluvchi omillarini bartaraf etish mamlakatimiz iqtisodiyotida valyuta tushumini va xorijiy turistlar oqimini ko'payishiga hissa qo'shibgina qolmasdan, jahon mamlakatlarini O'zbekiston bilan madaniy, ilmiy, savdo va xorijiy investitsiyalarni jalb qilish borasidagi aloqalarini rivojlanishiga, shuningdek, O'zbekistonning xalqaro maydondagi obro'-e'tiborini yanada oshishiga xizmat qiladi.

XULOSA VA TAKLIFLAR (CONCLUSION)

Xulosa qilib aytganda, turizm xizmatlari ishlab chiqarish iste'molida sifat va samaradorlik masalalari juda katta rol o'ynaydi. Ko'rsatilayotgan xizmatlar qancha jozibador va bozorga moslashuvchan bo'lsa maxsulotning yashash davri uzayadi.



Turistik korxona oldida xizmat ko'rsatish sifatini kerakli darajada saqlab turish, kamchiliklarni o'z vaqtida bartaraf etish, xizmat ko'rsatish sifatini oshirish strategiyasini ishlab chiqish, xizmatlarni ist'emo-chilarning xoxishlariga moslashtirish kabi vazifalari turadi.

Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, mijoz mehmonxonaga yana kelish yoki kelmasligi unga ko'rsatilgan xizmatning yaxshi yoki yomonligiga bog'liq. Birinchi marta mehmonni sifatli xizmat, yaxshi reklama, qulay jihozlar yoki keng turdagi taomnomalar bilan jalb qilish mumkin. Ammo ikkinchi marta mehmon personalning professional ishlashi va oldin unga ko'rsatilgan xizmat sifatining yuqoriligi uchun keladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Abduvoxidov A.M., Baxodirov M. Q. Turizm rivojlanishining tahlili va prognozi. –Maqolalar to'plami. –T.: "IQTISODIYOT", –2019.
2. Alimova M.T. Hududiy turizm bozorining rivojlanish xususiyatlari va tendensiyalari (Samarqand viloyati misolida) // I.f.d. diss. – Samarqand: –SamISI, –2017. –25-26-b.
3. Amonboyev M., Abidova D.I., Jurayeva N.A. Turizm iqtisodiyoti va menejmenti. –O'quv qo'llanma. – T.: "IQTISODIYOT", –2019. –226 bet.
4. Pardayev M.Q. va Musayev H.N. Xizmat ko'rsatish, servis va turizm sohalarini rivojlantirish: muammolar va ularning yechimlari. –"Iqtisodiyot va moliya", –2008.
5. Tuxliyev I.S., Hayitboyev R., Safarov B.Sh., Tursunova G.R. Turizm asoslari. Darslik. –O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligi. – T.: "Fan va texnologiya", –2014. –151-b.
6. <https://www.facebook.com/visitsamarkand/> ma'lumotlari asosida.



THE ROLE OF TOURISM INDUSTRY IN THE COUNTRY'S ECONOMY

Gofurova Vasila Odiljon qizi

Tashkent State University of Economics bachalour's students

Abstract: As a worldwide export category, tourism ranks third after chemicals and fuels and ahead of automotive products and food. In many developing countries, tourism is the top export category. This article highlights the role of tourism and its economic impact in the world economy. And also the main characteristics of tourism as an economic activity will be presented in detail. In addition this article will include some negative effects of tourism to the economy. Relatively, it will offer some practical solutions to improve the sustainable tourism to get more profit. And also this article will pay attention to specific part of the world where the proportion of tourism is enough big in their GDP rate.

Key words: Inbound tourism, outbound tourism, economic growth, vacation, folk crafts, cultural preservation, Online Travel Agency, World Tourism And Travel Council.

Annotatsiya: Global eksport toʻli sifatida turizm soxasi kimyo va yoqilgʻidan keyin uchinchi oʻrinda, avtomobil va oziq-ovqat mahsulotlaridan oldinda turadi. Koʻpgina rivojlanayotgan mamlakatlarda turizm yetakchi sohalardan biridir. Ushbu maqolada turizmning roli va uning jahon iqtisodiyotiga iqtisodiy taʼsiri yoritilgan. Iqtisodiy faoliyat sifatida turizmning asosiy xususiyatlari ham batafsil yoritiladi. Bundan tashqari, ushbu maqolada turizmning iqtisodiyotga salbiy taʼsiri koʻrib chiqiladi. Nisbatan, u koʻproq daromad olish uchun barqaror turizmni yaxshilash uchun baʼzi amaliy yechimlarni taklif qiladi. Bundan tashqari, ushbu maqolada turizmning YalMdagi ulushi juda katta boʻlgan dunyoning oʻziga xos qismlariga eʼtibor qaratiladi.

Kalit so'zlar: kirish turizmi, chiqish turizmi, iqtisodiy o'sish, dam olish, xalq hunarmandchiligi, madaniyatni saqlash, Onlayn sayohat agentligi, Jahon turizm va sayohat kengashi.

Аннотация: Как категория мирового экспорта туризм занимает третье место после химикатов и топлива и опережает автомобильную продукцию и продукты питания. Во многих развивающихся странах туризм является ведущей экспортной категорией. В данной статье освещается роль туризма и его экономическое влияние на мировую экономику. А также будут подробно представлены основные характеристики туризма как экономической деятельности. Кроме того, в этой статье будут рассмотрены некоторые негативные последствия туризма для экономики. Относительно, он предложит некоторые практические решения по улучшению устойчивого туризма для получения большей прибыли. Кроме того, в этой статье будет уделено внимание конкретным частям мира, где доля туризма в ВВП достаточно велика.

Ключевые слова: Въездной туризм, выездной туризм, экономический рост, отдых, народные промыслы, сохранение культуры, Туристическое онлайн-агентство, Всемирный совет по туризму и путешествиям.

The phenomenon of tourism which became so popular in XX centuries is now recognized as the most dynamic and the greatest sphere of the modern world economy by "World Tourism And Travel Council". In last centuries tourism within countries (outbound tourism) and regions (inbound tourism) have developed dramatically. In addition it has become the major political and social influencer for the country. Because of tourism nations and countries are exploring their cultural values and national traditions once more to introduce their nations to the world. Because tourism can also make the country famous together with bringing huge economic profit for the country. The tourism industry is a large independent complex of the economy, consisting of a group of industries and enterprises whose tasks are to meet the diverse and increasingly complex demand for various leisure and entertainment activities. Tourism today is an indicator of development civilization, a method of understanding the surrounding reality, way to improve cultural level and recovery health of people.

Characteristics of tourism as an economic sector.

- Tourism serves the interests of the human society as a whole and is a source of income at the micro and macro economic levels.
- In highly developed countries, the majority of the population vacations outside the home, which leads to the formation of a strong tourism industry.



- For economically less developed countries, tourism is an effective source of foreign exchange, which is used for economic growth and solving social problems.
- Tourism is one of the main factors of creating additional jobs, accelerates the development of road and hotel construction, stimulates the production of all types of vehicles.
- Tourism serves to preserve folk and ancient crafts and national culture of regions and countries.
- It generates new revenue streams by attracting visitors and increasing the amount of money spent in the area.

Additionally, the advantages of tourism extend beyond the creation of billions of dollars and hundreds of millions of jobs and business opportunities. A thriving tourism industry also helps to build infrastructure such as roads, parks, hospitals, schools, and community areas. Further I will discuss this main points in detail.

REVENUE

The flow of tourists who visit some touristic resort will definitely spent some amount of money. Because they visit there to relax and entertain themselves. This spending occurs in a variety of ways, including dining at restaurants, shopping at local stores, and participating in tours or events. As to the recent statistics in addition to receipts earned in destinations, international tourism also generated US\$ 216 billion in exports through international passenger transport services rendered to non-residents in 2016, bringing the total value of tourism exports up to US\$ 1.4 trillion, or US\$ 4 billion a day on average. It will help not only business owners but also employees, who will have more resources to spend within the local economy. This is the best chance for business sectors and the country to boost their financial stability by serving tourists in returns of huge money.

JOB CREATION

The more travellers visit the country, the more demand for vacancies to serve this travellers. Which means the growth of the tourism industry means more job opportunities for people in various fields, such as hospitality, transportation, and entertainment. They have to accommodate, entertain and deliver tourists from one place to another. It may definitely lower the percentages of unemployment rate in the country. Because businesses may hire many local people to serve and meet the needs of foreigners. By this way tourism can benefit not only for businesses and the economy but also for the people who live in the community. Simple example for this can an AIRNB. Residents may rent out their homes for tourists who are looking for comfortable and authentic local experiences

ARCHITECTURAL GROWTH

Tourism can also lead to structural evolution in a community. As more foreigners come to an area, the need for facilities like roads, public transportation and accommodations increases. This demand can spur the construction of new hotels, restaurants, and other tourism-related businesses. Furthermore, the local government may invest in improving the infrastructure to make the community more attractive to tourists. Such improvements can include the construction of new highways, parks, and public facilities, which can benefit not only tourists but also residents.

BETTER FULLFILMENT OF LIFE

If country improve the quality of life because of tourism, local people may also have a chance to utilize this services and amenities. Residents may also enjoy from the high living standarts same with tourists. For example, new businesses may offer more job opportunities and contribute to a more diverse economy. This can lead to better public services, developed educational opportunities, and a stronger sense of community pride. Moreover, tourists may bring in new ideas, perspectives, and cultures that can enrich the local community.

**References / Список литературы:**

1. Боголюбов В.С. Экономика туризма. Издательство: Академия, 2005. Стр. 6. 2. UNWTO Tourism Highlights 2017 Edition. Page 2.
3. [Electronic resource]. URL: <https://www.statista.com/chart/11299/the-cities-where-tourists-splash-the-most-cash/> (date of access: 05.02.2018). The cities where tourists splash the most cash. By Niall McCarthy, Sep 29, 2017
4. WORLD TRAVEL&TOURISM COUNCIL, TRAVEL&TOURISM ECONOMIC IMPACT, 2017. WORLD. Page 1.
5. [Electronic resource]. URL: <https://www.statista.com/statistics/233223/travel-and-tourism--total-economic-contribution-worldwide/> (date of access: 05.02.2018). Direct and total contribution of travel and tourism to the global economy from 2006 to 2016 (in trillion U.S. dollars).
6. UNWTO Tourism Highlights, 2017. Edition. Page 3.
7. WORLD TRAVEL&TOURISM COUNCIL, TRAVEL&TOURISM ECONOMIC IMPACT, 2017. WORLD. Page 7.
8. UNWTO Tourism Highlights, 2017. Edition. Page 3.



TOURISM IMPACTS GDP GROWTH (AND DECLINE)

Gofurova Vasila Odiljon qizi

Tashkent State University of Economics bachelor's students

According to the recent "World Tourism And Travel Council" report tourism contributes 10.3% to global GDP. In 2020, it dropped to 5.5 due to the coronavirus pandemic. It is an industry that creates at least 260 million jobs. Tourism's proportions to a country's GDP is closely linked to the number of jobs it creates. When tourism develops, businesses thrive, which leads to more job opportunities. As a result, more people have money to spend within their local economy. This increase in sales tax revenue funds important infrastructural and environmental endeavours in the community. As an example in 2022, the United States reported the highest total contribution of travel and tourism to GDP, with these industries generating, directly and indirectly, roughly two trillion U.S. dollars. The tourism sector in the Latin American and Caribbean countries contributes significantly to GDP earnings, though this contribution is not reflected in the domestic income and product accounts of most countries. In the Bahamas, tourism accounts for about one-third of GDP, and most sectors of economic activity are directly or indirectly linked to it. In Barbados, tourism is the leading economic sector, accounting for 15 percent of the GDP in 1992. In Jamaica, the tourism contribution to GDP was 13.4 percent in 1992, while in Mexico it was only 4 percent.

TOURISM IS GOOD FOR RURAL AREAS

As rural tourism provides visitors from urban areas with various kinds of psychological, educational, social, esthetic, and physical satisfaction. It has brought unprecedented numbers of tourists to rural communities, stimulated economic growth, improved the viability of these communities, and enhanced their living. Especially the concept of "rural tourism" has gained popularity as urban tourists crave a break from busy city life and seek out more natural environments. They look for unique experiences such as staying on a farm, going for days-long hikes with guides, rock climbing, and more. Tourism in rural areas also offers tourists an opportunity to learn more about an area in its natural state and form a deeper connection with the local community. It encourages people to explore local cultural and historical attractions while supporting small businesses and community development. The development of rural tourism can also bring a sense of pride and identity to local communities by showcasing the unique aspects of their region.

CULTURAL PRESERVATION

Tourism also plays a role in preserving historical sites and cultural traditions. As many visitors worldwide flock to a destination to learn about its history and culture, tourism can help generate sufficient funds for cultural conservation efforts.

NATURAL RESOURCES

Tourism can provide incentives for protecting and preserving natural resources and ecosystems. By introducing sustainable tourism practices, areas with important biodiversity can be better safeguarded against destruction while delivering economic benefits to the local community.

NEGATIVE IMPACTS OF TOURISM TO THE ECONOMY.

Together with positive impacts, tourism has also negative impacts to the economy. For example, a German tourist visiting Sri Lanka might arrive on Air Lanka using a DC10 aircraft (made in the USA), stay in a foreign owned and managed hotel (Taj Group India), drink French wine and Scotch whisky and eat Australian beef. To the tourist receiving country these imports represent leakages. To the international economy they constitute trade opportunities and generate exports. The redistribu-



tive effect of international tourism refers to the fact that most international tourists come from high-income developed countries and spend a part of their discretionary income in lower income countries by the purchase of holidays. In this sense some of the surplus spending power of the richer countries is through tourism redistributed to other countries, many of them being in the developing world. The relatively wealthy countries of Western Europe and North America are major generators of tourists. Those countries with high surpluses on balance of payments, such as Japan, encourage residents to travel abroad as one means of reducing and redistributing the surplus. These redistributive effects are important as they provide for developing countries one of the very few opportunities to enter tariff-free export development. International tourism has specific impacts on the tourist receiving countries.

Strategies for Maximizing the Positive Economic Impact of Tourism:

■ UNDERSTAND THE LOCAL ECONOMY

To better serve your clients, it's crucial to comprehend how tourism can economically benefit various regions based on the type of travel agency you operate. This knowledge can then aid you in aligning your clients' interests with your business goals. For example, tourists visiting a region may stimulate local businesses and introduce new products that would otherwise not be available. This can have a ripple effect on the local economy.

■ PROMOTING RESPONSIBLE AND SUSTAINABLE TOURISM PRACTICES

The way online travel agencies advertise and promote their services based on responsible and sustainable tourism practices has changed over the years. OTAs can support this by promoting sustainable and ethical travel opportunities that empower local communities. For example, an OTA may promote eco-friendly accommodations, sustainable tour operators, and local community initiatives.

■ ADAPTING TO EVOLVING TRENDS IN THE TOURISM INDUSTRY

Tourists often seek out new experiences, and OTAs can provide information about activities that match their interests. For example, experiential travel, which focuses on activities such as cultural experiences and outdoor adventures, has been gaining traction in recent years.

TOURISM IN SOUTH ASIA

In the South Asian region, the share of the tourism sector in GDP was 8.9% (\$281.6 billion) in 2017 with the speculation of further growth of 7.2% in 2018. It will be 9.0% of GDP (\$301.8 billion) with auxiliary income of 6.2% by the year 2028 to reach 9.4% of GDP (\$579.6 billion), as presented in Figure 1. In 2017, tourism contributed 7.5% of jobs to the employment sector (49,931,500 jobs) and a speculated increase of 3.0% or a total share of 7.6% of the job market in 2018 (51,436,500 jobs). By the year 2028, the share of tourism in the job market is expected to touch 7.8% of the job market (63,006,000 jobs), as presented in Figure 2.

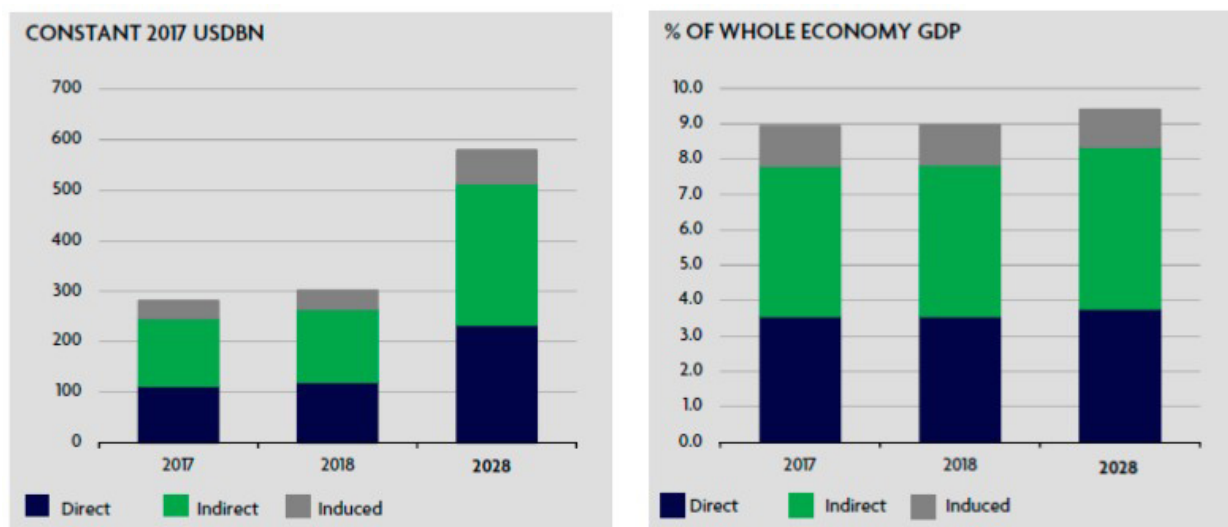


Figure 1: Source: World travel and tourism council, 2018. SOUTH ASIA: Total contribution of travel and tourism to GDP.

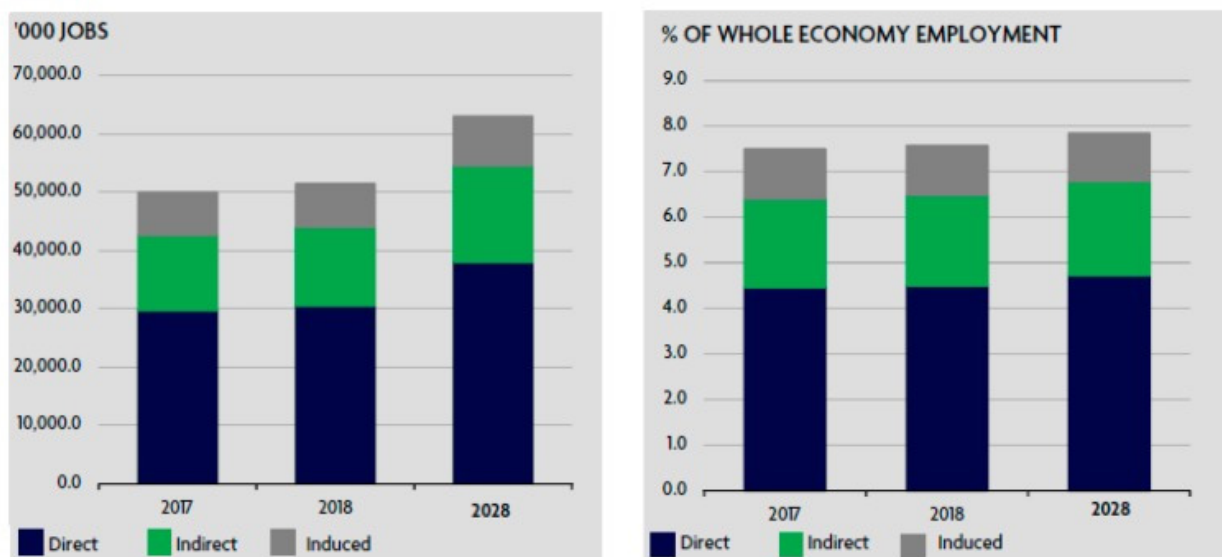


Figure 2: Source: World travel and tourism council, 2018. SOUTH ASIA: Total contribution of travel and tourism to employment.

To conclude, tourism can be the backbone of economy for the country by creating more job opportunities and bringing more foreign earnings.

References:

1. <https://globaledege.msu.edu/blog/post/55748/the-importance-of-tourism-on-economies>
2. <https://www.hotelmize.com/blog/the-economic-impact-of-tourism>
3. <https://cyberleninka.ru/article/n/the-role-of-tourism-industry-in-the-world-economy>
4. Faiza Manzoor Department of Agricultural Economics and management in Zhejiang university in China. Article named "THE CONTRIBUTION OF SUSTAINABLE TOURISM TO ECONOMIC GROWTH AND EMPLOYMENT IN PAKISTAN"
5. Young Luin Liu article named "Humanities and social sciences communications".
6. Amonboyev Mahamadsiddiq, Sayfutdinov Shuhratjon Sultonovich, Nurfayzieva Mohinur Zayniddinovna FUNDAMENTALS OF TOURISM A textbook for university students.
7. G. S. Sa'dullayeva, M.G. Xushnazarova XALQARO TURIZM MENEJMENTI (Darslik).



SMART TURIZM TEXNOLOGIYALARINING SAYYOHLARNING XATTI-HARAKATLARI, SAYOHATDAN QONIQISHLARI VA BAXTLI HIS QILISHLARIGA TA'SIRI

Munajat Isakdjanova Inog'omovna

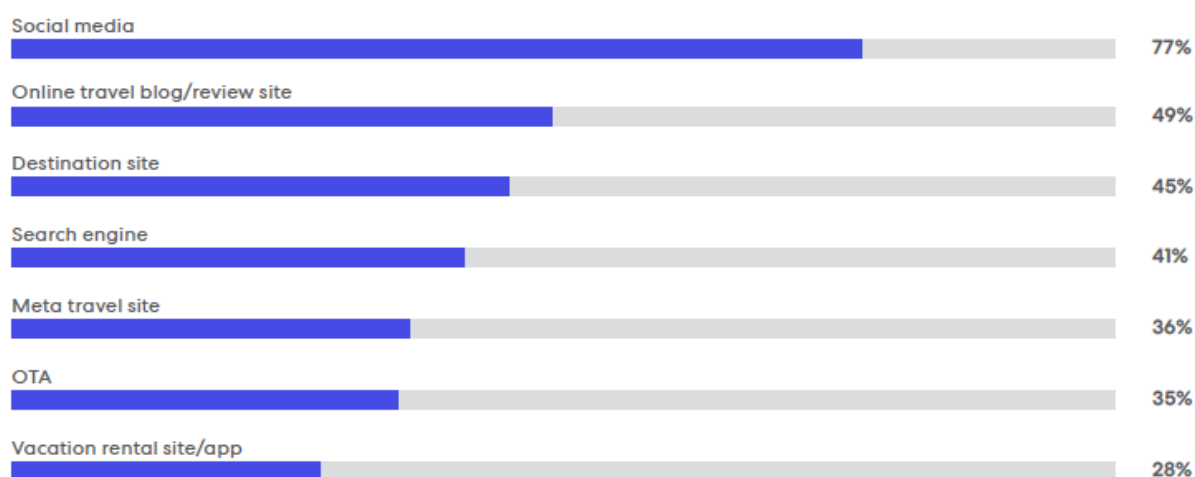
Toshkent kimyo xalqaro universiteti Turizm kafedasi katta o'qituvchisi

Raqamli texnologiyadan foydalanish sayyohlarning sayohatlaridagi barcha bosqichlarida ortib bormoqda. Sayyohlar o'zlarining sayohat rejalarini tashkil qilish, tajribalar haqida chuqur sharhlar almashish uchun boshqa sayyohlar bilan muloqot qilish uchun smartfonlardan foydalanadilar. Mustaqil va erkin sayohat qilish imkonini berayotgan smart turizm bugungi kunda ularga o'zlariga nisbatan to'laqonli his va xursandchilik ham taqdim etmoqda (Nichols, 2017). 2023-yil Expedia Group o'zining 2023-yildagi "Path to Purchase" tadqiqotiga ko'ra sayyohlar ilhom izlashlari va sayohatlarini rejalashtirishlari va bron qilishlari uchun sayohat qilishdan 45 kun oldin o'rtacha 303 daqiqa yoki o'rtacha 5 soatdan ko'proq vaqt sarflashlarini ta'kidlaydi (The Path to Purchase: Uncovering how travelers plan and book online, 2023).

O'tgan davrda, 2016-yildagi statistik ma'lumotlarga ko'ra smartfon yordamida mobil sayohatlarni bron qilish 2011 va 2015-yillar orasida 1700 %ga tezlashdi, bu onlayn daromadlarning 17 %ga oshishiga olib keldi. Hisobotda, shuningdek, xalqaro sayyohlarning 85 %i sayohat paytida iPod, planshet yoki smartfon kabi portativ qurilmalardan foydalanishi va mobil qurilma foydalanuvchilarining 97 %i sayohat davomida suratga olingan rasmlarni Instagram, Facebook va Twitter kabi ijtimoiy media tarmoqlari orqali baham ko'rishni keltirilgan (Gonzalo, 2016). Ushbu raqamli texnologiya tendentsiyalari sayyohlarga sayohat maqsadi bilan bog'liq faoliyatni shaxsiylashtirishda yordam beradi va natijada ular nafaqat sayohat tajribalaridan, balki umumiy hayotiy tajribalaridan ham qoniqish his qiladilar (Harris, 2017).

Resources used for trip inspiration

Throughout this early phase, travelers use and draw inspiration from multiple resources.



Manba: Expedia Group

Sayyohlarning xursandchiligi va hayotdan qoniqishi bilan bog'liq savollarga javob topish uchun olib borilgan oldingi tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, hayot sifatini "quality of life" (QoL) dam olish yoki



sayohat orqali erishiladi (McCabe & Johnson, 2013). Sayohatni raqamli rejalashtirishning paydo bo'lishi va sayyohlarning axborot-kommunikatsiya texnologiyalari (AKT)ga jadal moslashib borayotgani to'g'ridan-to'g'ri umumiy hayotidan qoniqishga ta'sir qilmoqda hamda bu raqamli axborot-kommunikatsiya texnologiyalari umumiy hayot sifatini (QoL)ni ta'minlashda ahamiyatli vositaga aylanmoqda (Koo, Gretzel, Hunter, & Chung, 2015). Modom, sayohat tajribalari sayyohlarning hayotidan qoniqishiga ta'sir qilib umumiy holatda baxt va xursandchiligiga ta'sir qilar va bunda raqamli texnologiyalarning o'rni beqiyos ekan, bugungi kunda smart turizmni rivojlantirish hamda uning asosiy elementi bo'lgan raqamli texnologiyani turizmga "smartlashtirish" dolzarb hisoblanadi. Sayyohlar tarjibasidan kelib chiqib qiymatli deb qabul qilingan diqqatga sazovor joylar bo'yicha olib borilgan tadqiqotlar soni ortib borayotganiga qaramay, faqatgina bir nechta tadqiqotlarga smart turizm texnologiyasining (STT) sayyohlar psixologik holatiga ta'siri ya'ni baxtli his qilishi va sayohatdan qanchalik qoniqishi haqida izlanib chiqilgan. Raqobatbardoshlikni yaratish uchun turli strategik amaliyotlarning ta'siri bo'yicha qizg'in muhokamalarga qaramay, eng boshida texnologiya va turizm o'rtasidagi munosabatlarni aniqlash turizm tadqiqotchilari uchun muammo bo'ldi (Buhalis & Amaranggana, 2015). Ushbu tezisning maqsadi shu kungacha qiyinchiliklarga qaramay o'rganilgan va izlanilgan tadqiqotlar natijasida smart turizm texnologiyalarining sayyohlarning xatti-harakatlari, sayohatdan qoniqishlari va baxtli his qilishlariga ta'sirini sharhlab chiqishdan iboratdir. Shu sababli, ushbu tezis ikkita asosiy savolga javob berishga qaratilgan:

- 1) smart turizm texnologiyalari atributlari yordamida raqamli texnologiyalar sayyohlarning xatti-harakatlari va sayohatdan qoniqib o'zlarini baxtli his qilishlarini o'lchash mumkin?
- 2) bu texnologiyalar sayyohlarning qoniqishiga ta'sir qilgan holda hayotlaridagi umumiy baxtga qanchalik ta'sir qiladi.

Tezis oldingi izlangan tadqiqotlar va ilmiy ishlarni sharhlash metodidan foydalanib yuqoridagi savollarga javob beradi. Ushbu tezis ham nazariy ham amaliy jihatdan smart turizm texnologiyalarini joriy qilishdagi masalalar va tashabbuslarda sayyohlarning kelajak sayohat tajribalarini hisobga olishida yordam beradi.

Texnologiya tarafdin "smartlashish" bu smartfon, smart-karta, smart-televidenie, smart-uy kabi ko'p funksiyali va yuqori darajadagi bog'lanishni nazarda tutadi. Marketing va iqtisodiyot kontekstidagi "smart-iqtisodiyot" atamasi esa innovatsiyalar, tadbirkorlik va raqobatbardoshlikka olib keladigan hamkorlik va qiymat yaratishning yangi shakllarini qo'llab-quvvatlovchi texnologiyalarni nazarda tutadi. Turizm kontekstida "smart" so'zi yuqorida aytilganlarning barchasining murakkab birikmasini tasvirlash uchun ishlatiladi. Turistik manzillarning sifatini optimallashtirish va ulardan qoniqish olgan holda sayyohlarning o'zlarini baxtli his qilishlariga bo'lgan sa'y-harakatlar ularni axborot manbalari bilan bog'laydigan, axborotga kirishni ta'minlaydigan, boshqa sayyohlar bilan muloqot o'rnatishni ta'minlaydigan va kerakli ma'lumotlarni "smart" (aqlli) tarzda moslashtiradigan AKT tizimlari orqali amalga oshiriladi. Bunga dalil sifatida AQShdagi Massachusetts Amherst Universiteti tadqiqotchilari turizm xizmatlaridan qoniqishning umumiy hayotdan qoniqishga qanday ta'sir qilishini tushuntiruvchi tadqiqot modelini birlamchi tekshirishni o'tkazdilar va sayohat xizmatlaridan erkin va mustaqil foydalanish hayotdan umumiy qoniqishning muhim omili ekanligini aniqladilar (D.Neal, Uysal, & Sirgy, 2007). Tadqiqotchi Hanna Lee, Jimin Lee va boshqalar sayyohlarning turizm xizmatlaridan qoniqishini o'rganish orqali sayyohlarning tajribasiga smart turizm texnologiyalarining STT ta'sirini tushuntirish uchun integratsiyalashgan tadqiqot modelini taqdim etdi. Modelni sinab ko'rish orqali smart xizmatlar va sayohat tajribasi bilan aniqlangan qoniqishning sayyohlarning o'zlarining baxtli qilishlariga (ya'ni, umumiy quality of life – QoL) ta'sirini o'rganadi (Choong-Ki Lee & Lee, 2007).

STTning ta'sirining sayyohlarning manzillardagi tajribasiga oid qiymat izlash jarayonlariga ta'sirini sayyohlarning turistik xizmatlardan qoniqishini o'rganish orqali tushuntirish uchun maqsadida olib borilgan boshqa bir taqdidot natijalari shuni ko'rsatadiki, sayyohlar STT xizmatining to'rtta atributlaridan (informativlik, foydalanish imkoniyati, interaktivlik, shaxsiylashtirish) barchasi sayyohning sayohatdan qoniqishi va o'zini baxtli qilishida kuchli bashorat qiluvchilar sifatida qabul qilinishini ko'rsatdi. Bular ichida STTning ma'lumotlilik atributi alternativalar orasida eng yaxshi tanlovni ta'minlaydigan ko'proq ma'lumotga ega bo'lishni ta'minlasa, interaktivlik esa ikki tomon – xizmat ko'rsatuvchilar va foydalanuvchilar o'rtasidagi yo'nalishli suhbatni nazarda tutgan holda STT to'g'ridan-to'g'ri xabarlar,



real vaqtda sharh tizimlari yoki iste'molchilarning sharhlari orqali real vaqt rejimida suhbatlar o'tkazish imkonini berganligi sababli keng internet aloqasiga ega bo'lgan sayyohlar kamroq yoki cheklangan internet aloqasiga ega bo'lganlarga qaraganda ko'proq ijobiy tajribasiga ega ekanligini aniqlandi. STTning foydalanish imkoniyati atributi esa Internet va qurilmaning mavjudligi va borar joydagi mavjudligi bilan chambarchas bog'liq bo'lib, sayohatchilarni sayohat paytida bir qator onlayn ma'lumotlar bilan bog'lash uchun zarurdir. Sayohat paytida texnik cheklovlar (masalan, Wi-Fi ulanishining cheklangan yoki umuman yo'qligi, qurilma batareyasining ishlash muddati, tizim mosligi muammolari va veb-sayt xatolari) sayyohlarning qoniqish tajribasiga ta'sir qiluvchi muhim omil bo'lishi mumkinligini anglatadi. Shundan ko'rinib turibdiki, STT ning barcha atributlari turistlarning belgilangan manzildagi xizmat ko'rsatish tajribasidan qoniqishlari uchun muhim qadriyatlardir (Lee, Lee, Chung, & Koo, 2018).

Boshqa bir tadqiqot natijalari esa smart turizmning nazariy ta'sirini boyitdi. Huang tomonidan taklif qilingan STT atributlariga qabul qilingan STT tajribasini o'lchash atributini ya'ni xavfsizlikni qo'shdi va jami beshta atribut ko'rib chiqildi. Ya'ni bu atributlar bilan yanada sayohat tajribalarini o'lchash va sayyohlarning qoniqish ko'rsatkichlarini o'lchash mumkin bo'ldi (Pai, Liu, Kang, & Dai, 2020).

Yana bir tadqiqotning asosiy natijalari shuni ko'rsatdiki, qabul qilingan smart turizm texnologiyasi atributlaridan interaktivlik o'zaro muloqot qurish va fikr almashinuvi imkoniyati sabab sayyohlardagi farovonlikning hedonik va evdaimonik jihatlariga sezilarli ta'sir ko'rsatadi. Smart turizm texnologiyalari to'g'ridan-to'g'ri xabar almashish, jonli muloqot mexanizmlari yoki mijozlarning fikr-mulohazalari orqali real vaqt rejimida muloqotni ta'minlaganligi sababli, onlayn aloqada bo'lgan sayyohlar, kam yoki cheklangan Internet aloqasiga ega bo'lganlarga qaraganda ancha qulayroq tajriba va yuqori hedonik farovonlikka ega bo'lishadi. Shaxsiylashtirish tashrif buyuruvchilarga o'zlarining qadr-qimmatini oshirishga yordam beradigan moslashtirilgan ma'lumotlarni taqdim etishda yordam bergani uchun sayyohlarning eudaimonik farovonligiga eng katta ta'sir ko'rsatadi (Zheng, 2023).

Smart turizm texnologiyasi tajribasi sayohat tajribasidan qoniqish bilan sezilarli darajada bog'liqligi shundaki, sayyohlarning baxtiga ham, qayta tashrif buyurish niyatiga ham ijobiy ta'sir ko'rsatadi (Pai, Liu, Kang, & Dai, 2020).

Empirik tahlil bilan qo'llab quvvatlangan tadqiqot shuni ko'rsatdiki, smart turizm texnologiyalari umumiy sayohat tajribasi haqidagi yangi umidlarni ilgari surgan holda sayohat tashvishlari va yangilik izlash kabi ikki konstruksiyalik turistik noaniqlikni kamaytiradi. Sayyohlarning tranzaksiya va sayohat tajribasidan qoniqishlarini shakllantirishda smart turizm texnologiyalarining atributlari kelajakda amaliy va nazariy jihatdan yangi va yanada qulayroq bo'lgan STTlarni yaratishda tahliliy yordam beradi (Goo, Huang, Yoo, & Koo, 2022).

Pai va Liu (2020) smart turizm texnologiyalari sayyohlik tajribasidan qoniqishni yaxshilashi va shu tariqa sayyohlik baxtini oshirishi mumkin degan xulosaga keldi.

Bugungi kunda STT yordamida erkin va mustaqil hamda havfsiz sayohat qilib, uning tajribasidan qoniqib, o'zlarini baxtli his qilishlari sayyohlarning keying sayohatiga bo'lgan ishtiyoqini yanada oshirishiga olib kelmoqda. STTlarning turistik manzillarga boy bo'lgan ma'lumotlaridan foydalanish imkoniyatini sayyohlarga taklif qilishi va bu takliflardan foydalanayotgan boshqa sayyohlar bilan xavfsiz muloqotga o'tib o'zaro fikr va tajriba almashishi ularga zavq bag'ishlaydi. Bu o'z navbatida davomiy zavqni his qilishlari uchun yana sayohat qilishiga va smart turizm mahsulotlari va elementlaridan foydalanishlariga turtki bo'ladi.

Umuman olganda, hedonic ya'ni zavqqa moslashish baxtning "belgilangan nuqtasi" ni o'z ichiga oladi, bunda insonlar o'z muhitida sodir bo'layotgan voqealarga qaramay, odatda umri davomida doimiy baxt darajasini saqlab qolishga urinishadi va zavq va xursandchilik olib keladigan hatti-xarakatlarini saqlab qolishga urinishadi (P. Brickman, 1971).

Albatta sayyohlarning bu darajadagi qoniqish va umumiy hayot sifati (QoL) deb o'lchanadigan baxtga erishishlari uchun mamlakatimizda smart turizm texnologiyalarini keng joriy qilishda berilgan imkonioyatlardan yuqori darajada foydalanish kerak. Zero, turizm sanoatini raqamlashtirish jarayoni uning raqobatbardoshligini oshirishga yordam beradi, mijozlarga xizmat ko'rsatish sifatini yaxshilaydi (Xashimov, 2021) va turistik xizmat ko'rsatuvchi kompaniyalar sayohat tajribasidan mamnun sayyohlar tashrifidan ko'proq daromad olishadi.

**Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:**

1. Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2015). Smart Tourism Destinations Enhancing Tourism Experience Through Personalisation of Services.
2. Choong-Ki Lee, Y.-S. Y., & Lee, S.-K. (2007). Investigating the relationships among perceived value, satisfaction, and recommendations: The case of the Korean DMZ. *Tourism Management*.
3. D.Neal, J., Uysal, M., & Sirgy, M. (2007). The Effect of Tourism Services on Travelers' Quality of Life. *Journal of Travel Research*.
4. Gonzalo, F. (2016). 16 Stats About Mobile Travel in 2016. FREDERIC GONZALO'S BLOG. Получено из <https://fredericgonzalo.com/en/16-stats-about-mobile-travel-in-2016/>
5. Goo, J., Huang, C. D., Yoo, C. W., & Koo, C. (2022). Smart Tourism Technologies' Ambidexterity: Balancing Tourist's Worries and Novelty Seeking for Travel Satisfaction. *Information Systems Frontiers*.
6. Harris, P. (2017). Digital Trends That Are Transforming the Travel Industry in 2017.
7. Koo, C., Gretzel, U., Hunter, W. C., & Chung, N. (2015). The Role of IT in Tourism.
8. Lee, H., Lee, J., Chung, N., & Koo, C. (2018). Tourists' happiness: are there smart tourism technology effects? *Asia Pacific Journal of Tourism Research*.
9. McCabe, S., & Johnson, S. (2013). The Happiness Factor in Tourism: Subjective Well-Being and Social Tourism. *Annals of Tourism Research*.
10. Nichols, J. (10 February 2017 г.). Seven Mobile Marketing Opportunities For The Travel Industry. *Forbes*.
11. P. Brickman, D. C. (1971). Hedonic relativism and planning the good society. *Adaptation-level theory: a symposium*.
12. Pai, C.-K., Liu, Y., Kang, S., & Dai, A. (2020). The Role of Perceived Smart Tourism Technology Experience for Tourist Satisfaction, Happiness and Revisit Intention. *Sustainability*.
13. The Path to Purchase: Uncovering how travelers plan and book online. (2023). Expedia Group.
14. Xashimov, B. B. (2021). Turizm sohasini rivojlantirish uchun raqamli texnologiyalar. *Academic Research in Education Sciences*.
15. Zheng, Y. (2023). An investigation of how perceived smart tourism technologies affect tourists' well-being in marine tourism. *PLoS ONE*.

SAYOHAT VA TURIZM RIVOJLANISH INDEKSI

Raxmonova Nilufar Yorqinovna

Buxoro davlat universiteti Turizm (faoliyat turlari bo'yicha) mutaxassisligi magistranti

Annotatsiya: Sayohat va turizmni rivojlantirish indeksi (TTDI) 2021 – bu 15 yillik Sayohat va turizm raqobatbardoshligi indeksi (TTCI) turkumining evolyutsiyasi bo'lib hisoblanadi. Ushbu indeks ma'lumotlari asosida davlatlar sayohat va turizm sektori rivojlanish ko'rsatkichi tahlil qilinadi, shu tufayli ham indeks reytingiga kirish – har bir turizm sohasi rivojlanayotgan mamlakat uchun muhim hisoblanadi. Indeks ro'yxatiga kirish uchun joriy qilingan talablar va ko'rsatkichlar mavjud bo'lib, ushbu ilmiy maqolada ular batafsil bayon qilingan.

Kalit so'zlar: Sayohat, turizm, rivojlanish, raqobatbardoshlik, indeks, subindeks, tuzilma, metodologiya.

Abstract: The Travel and Tourism Development Index (TTDI) 2021 is an evolution of the Travel and Tourism Competitiveness Index (TTCI) series, which have been published biennially for the past 15 years. Based on the data of this index, the country's travel and tourism sector development indicator is analyzed, therefore, entering the index rating is important for each tourism sector developing country. There are requirements and indicators introduced to enter the index list, which are described in detail in this scientific article.

Key words: Travel, tourism, development, competitiveness, index, subindex, structure, methodology.

Аннотация: Индекс развития путешествий и туризма (TTDI) 2021 является развитием серии 15-летних Индексов конкурентоспособности путешествий и туризма (TTCI). На основе данных этого индекса анализируется показатель развития туристического сектора страны, поэтому вхождение в рейтинг важно для каждой страны с развивающимся туристическим сектором. В данной научной статье подробно описаны требования и условия включения в этот индекс.

Ключевые слова: Путешествие, туризм, развитие, конкурентоспособность, индекс, субиндекс, структура, методология.

Birlashgan millatlar tashkilotiga tegishli Jahon turizm tashkiloti – davlatlar turistik raqobatbardoshlik salohiyatini baholash maqsadida 2007-yili o'zining “Sayohat va turizm raqobatbardoshlik indeksi” xalqaro reytingini ta'sis etgan edi. Ushbu reyting ijroiya organlari har yili ko'pgina resurslardan yillik hisobot ma'lumotlarini to'plab, ular asosida baholangan davlatlar natijalarini e'lon qiladi va yillik hisobot tariqasida har yili jurnal chop qilinadi.

2019-yilda ushbu indeks tarkibiga kiruvchi ko'rsatkichlarni qayta ko'rib chiqishga talab uyg'ondi. 2019-yilda boshlangan COVID-19 virusi pandemiyasi sabab jahon bo'ylab davlatlar turizm sektori katta yo'qotishlarni boshdan kechirdi va butun jahon ekspertlari nazarida, pandemiyaning davlatlar iqtisodiy-ijtimoiy sohasiga ta'siri, shu o'rinda turizm sektoriga ta'siri yuqori ekanligi va turizm rivoji va barqarorligiga ta'sir qiluvchi omillarni qayta ko'rib chiqish zarurligi isbotlandi.

Natijada, indeks ko'rsatkichlariga o'zgartirishlar kiritildi va ko'rsatkichlar soni 90 tadan 112 ga yetdi. Indeksning 2021-yildagi tahririda yangi ko'rsatkichlar qo'shilishidan tashqari, bir qancha oldingi ko'rsatkichlar reyting ro'yxatidan chiqarildi va ayrim avvalgi ko'rsatkichlarga o'zgartirishlar kiritildi. Ta'kidlash lozim bo'lgan eng katta o'zgarish esa bu indeks nomidir. “Sayohat va turizm rivojlanish indeksi” (“Travel and Tourism Development Index”) nomi ostida chop etilgan jurnal soni 2022 -yilda ommaga taqdim etildi va bu pandemiya davridan so'ng davlatlar iqtisodiyotida turizm rivojlanish darajasi va uning barqarorlik ko'rsatkichlarini taqdim etuvchi yangi tahrirdagi reyting ma'lumotlari edi.

“Sayohat va turizm rivojlanish indeksi-2021” reyting ro'yxatidagi davlatlar soni eski tahrirdagiga nisbatan qisqargan bo'lib, bunga asosiy sabab geosiyosatdagi o'zgarishlar (xususan, Rossiya va Ukraina davlari o'rtasidagi mojarolar) va yangi tahrir prinsiplariga ayrim davlatlar potentsiali to'la javob bera olmaganligidir.

Ushbu maqolada “Sayohat va turizm rivojlanish indeksi 2021”dagi ko'rsatkichlar tahlil qilingan bo'lib, indeks ro'yxatidan joy olish va ushbu xalqaro reytingda baholanish prinsiplari va shartlari tushuntirilib berilgan.

Sayohat va turizm rivojlanish indeksi (Travel and tourism development index) mutlaqo yangi indeks emas, balki oldingi Sayohat va turizm raqobatbardoshlik indeksi (Travel and Tourism Competitiveness Index) seriyalarining to'g'ridan-to'g'ri evolyutsiyasi hisoblanadi.

Indeksning asosi va metodologiyasi esa yangilangan, ammo ular oldingi Sayohat va turizm raqobatbardoshlik indeksi (TTCI) nashrlari bilan bog'liq bo'lib qoladi. Ushbu nashrlar har doim "raqobatbardoshlik" kontseptsiyasiga – sayohat va turizm sektorini rivojlantirish vositasi sifatida qaragan va shu tariqa bunday rivojlanishga imkon beruvchi elementlarni o'lgagan.

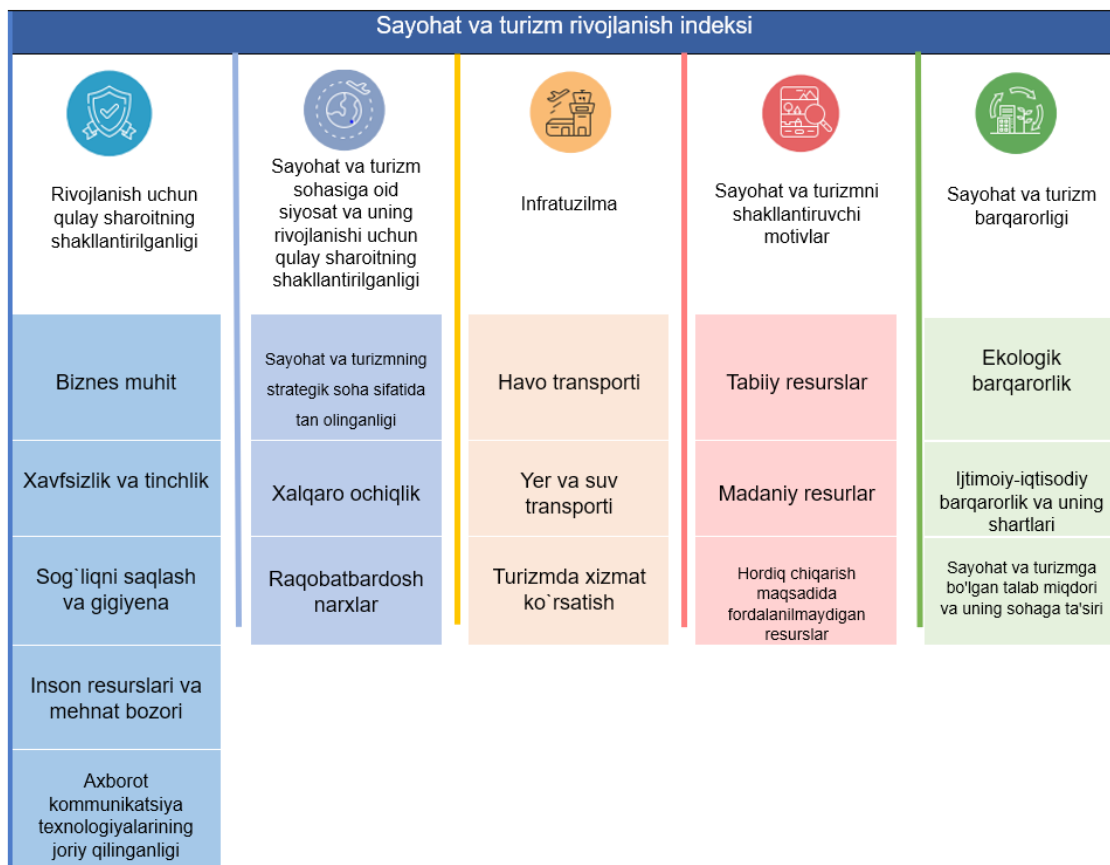
Sayohat va turizm rivojlanish indeksi (TTDI) esa sayohat va turizm sektorining barqaror va doimiy rivojlanishini ta'minlovchi, o'z navbatida, mamlakat rivojiga hissa qo'shuvchi omillar va siyosatlar to'plamini o'lgaydi.¹ Mamlakatning sayohat va turizm sohasi rivojlanish tendensiyalarini aniqlash uchun 5 guruhga birlashtirilgan 17 ta subindekslar tanlangan (1.1-rasmga qarang).

Ushbu 17 ta subindekslar 112 ta ko'rsatkichlardan iborat bo'lib, ular so'rovnoma (Executive Opinion Survey) ma'lumotlari hamda boshqa manbalardan olingan aniq ma'lumotlar asosida hisoblanadi. So'rov ma'lumotlari – Jahon Iqtisodiy Forumining (World Economic Forum) Ijroiya organi fikrini o'rganish markazi (Executive Opinion Survey) ga yuborilgan javoblardan olinadi va 1 (eng yomon) dan 7 (eng yaxshi) gacha bo'lgan reytingda baholanadi.

Birinchi, Rivojlanish uchun qulay sharoitning shakllantirilganligi bo'lib, mamlakatda faoliyat olib borishning umumiy qoidalarini qamrab olgan. Ular quyidagilar: biznes muhit, xavfsizlik va tinchlik, sog'liqni saqlash va gigiyena, inson resurslari va mehnat bozori, axborot kommunikatsiya texnologiyalarining joriy qilinganligi.

Ikkinchi, Sayohat va turizm sohasiga oid siyosat va uning rivojlanishi uchun qulay sharoitning shakllantirilganligi bo'lib, sayohat va turizm sohasiga to'g'ridan-to'g'ri ta'sir etuvchi dastur va strategik rejalarni qamrab oladi. Ular quyidagilar: sayohat va turizmning strategik soha sifatida tan olinganligi, xalqaro ochiqlik, raqobatbardosh narxlar.

Uchinchi, infratuzilma bo'lib, turli sohalarda mavjud infratuzilmaning sifati va barchaga undan foydalanish huquqining berilganligini nazarda tutadi. Havo transporti infratuzilmasi, yer va suv transporti infratuzilmasi, turizm xizmat ko'rsatish infratuzilmasi kabilarni qamrab oladi.



1.1-rasm: Sayohat va turizm rivojlanish indeksining tuzilmasi²

¹ WEF_Travel_Tourism_Development_2021.pdf (weforum.org)

² WEF_Travel_Tourism_Development_2021.pdf



To'rtinchi subindekslar guruhi, sayohat va turizmni shakllantiruvchi motivlar, ya'ni turistik faoliyatni olib borishga undovchi resurslarni o'z ichiga oladi. Bular: tabiiy resurslar, madaniy resurslar va hordiq chiqarish maqsadida foydalanilmaydigan resurslardir.

So'nggi subindekslar guruhi, sayohat va turizm barqarorligi, yangi subindekslar guruhi bo'lib, uning tarkibiga quyidagilar kiradi: ekologik barqarorlik, ijtimoiy-iqtisodiy barqarorlik va uning shartlari, sayohat va turizmga bo'lgan talab miqdori va uning sohaga ta'siri kabilarni qamrab oladi.

Besh guruhga birlashtirilgan 17 ta subindeks 112 ta o'zgaruvchanga ega bo'lib, o'zgaruvchanlarning 2/3 qismini baholash jarayonida turli xalqaro tashkilotlarning statistik ma'lumotlari, qolgan qismini aniqlashda dala tadqiqotlari natijalaridan foydalaniladi. Jumladan, Havo transporti xalqaro assotsiatsiyasi (IATA), Tabiatni muhofaza qilish xalqaro ittifoqi (IUCN), Butunjahon turizm tashkiloti (UNWTO), Jahon sayohat va turizm kengashi (WTTC) ning statistik ma'lumotlari hamda jahon miqyosidagi 15 ming ekspert va kompaniya boshqaruvchilari o'rtasida o'tkazilgan so'rov natijalaridir.

Birinchi subindeks Biznes muhit bo'lib, u quyidagi 9 ta o'zgaruvchilarni qamrab oladi: mulkchilik haqidagi qonun; qonunchilikning to'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalarga ta'siri; me'yoriy-huquqiy bazaning kelishmovchiliklarni bartaraf qilish layoqati; me'yoriy-huquqiy bazaning normativ aktlarga o'zgartirish kiritish imkoniyati; davlat tomonidan tartibga solinishning ulushi; hukumatning siyosat barqarorligini ta'minlashi; soliq tizimiga rioya qilishning qulayligi; kichik va o'rta korxonalarning moliyashtirishga kirishish imkoniyati; korruptsiya qabul qilinish ko'rsatkichi.

Ikkinchi subindeks. Xavfsizlik va tinchlik bo'lib, quyidagi 6 ta o'zgaruvchanlarga ega: jinoyat va zo'ravonlikning tadbirkorlik faoliyatiga moliyaviy ta'siri; ichki ishlar xodimlari xizmatlarining ishonchiligi; tunda yolg'iz sayr qilish xavfsizlik darajasi; qotilliklar soni; global terrorizm indeksi; uyushtirilgan jinoyat va o'limlar ko'rsatkichi.

Uchinchi subindeks. Sog'liqni saqlash va gigiena bo'lib, 6 ta o'zgaruvchanlarga ega. Ular quyidagilar: shifokorlar zichligi; malakali tibbiy xizmatdan foydalanish imkoniyati; toza ichimlik suvidan foydalanish imkoniyati; kasalxonalar sig'imi; sog'liqni saqlash xizmatlaridan foydalanish imkoniyati; yuqumli kasalliklar bilan kasallanish darajasi.

To'rtinchi subindeks Inson resurslari va mehnat bozori bo'lib, 9 ta o'zgaruvchanni qamrab olgan. Ular quyidagilar: o'rtacha o'qish yillari, o'rta-maxsus ta'lim muassasalariga jalb qilinganlar ko'lami; ishchi-xodimlarning malakasini oshirish ko'lami; ta'lim tizimining ehtiyojlarni qondirish qobiliyati; ishga qabul qilish va undan bo'shatish me'yorlari; malakali ishchilarni tez topish imkoniyati; moslashuvchan ish tartibi; mehmonxonalar va restoranlarda mehnat unumdorligi; transport, yuklarni saqlash va aloqa xizmatlarida mehnat unumdorligi.

Beshinchi subindeks. Axborot kommunikatsiya texnologiyalarining joriy qilinganligi bo'lib, o'zgaruvchanlar soni 8 ta. Ular quyidagilar: tadbirkorlarning o'zaro hamkorlik jarayonida axborot texnologiyalardan foydalanish darajasi; tadbirkor va iste'molchilararo munosabatlarda internet tarmog'idan foydalanish; internet tarmog'idan foydalanuvchilar soni; 3G mobil tarmog'ining qamrovi; moliyaviy xizmatlar ko'rsatish uchun raqamli platformadan foydalanish; tashish va yuk tashish uchun raqamli platformalardan foydalanish; mehmonxonalar, restoranlar va dam olish tadbirlari xizmatlarini ko'rsatish uchun raqamli platformadan foydalanish; quvvat yo'qotishlari.

Oltinchi subindeks. Sayohat va turizmning strategik soha sifatida tan olinganligi bo'lib, 5 ta quyidagi o'zgaruvchanlardan iborat: sayohat turizm sohasiga davlat xarajatlari; sayohat va turizm sohasi yillik ko'rsatkichlari tushunarli darajasi; sayohat va turizmga oid oylik va chorak statistik ma'lumotlarni o'z vaqtida yetkazish; mamlakat brend strategiyasi reytingi; sayohat va turizm sektori uchun kapital sarmoyalar kiritilish darajasi.

Yettinchi subindeks. Xalqaro ochiqlik bo'lib, 4 ta quyidagi o'zgaruvchanlarga ega: viza olish shartlari; ikki tomonlama havo qatnovi shartnomalari soni; mintaqaviy savdo-sotiq kelishuvlari soni; moliyaviy ochiqlik darajasi.

Sakkizinchi subindeks. Raqobatbardosh narxlar bo'lib, 5 ta quyidagi o'zgaruvchanlarni qamrab oladi: chiptaga solinadigan soliqlar va aeroport yig'imlari; mehmonxona narxlar indeksi; xarid qobiliyati pariteti; yoqilg'i narxlar; qisqa muddatli ijara narxi.



To'qqizinchi subindeks Havo transporti bo'lib, unga quyidagi 4 ta o'zgaruvchilar kiradi: havo transporti infratuzilmasining sifati; mavjud o'rindiqlar kilometrlari; amaldagi aviakompaniyalar soni; aeroportga ulanish darajasi.

O'ninchi subindeks. Yer va suv transporti bo'lib, quyidagi 7 ta o'zgaruvchilarni qamrab oladi: yo'llarning sifati; yo'l zichligi; temir yo'l infratuzilmasi sifati; temiryo'l zichligi; jamoat transporti xizmatlari samaradorligi; jamoat transportidan yetarlicha foydalanish imkoniyati; port infratuzilmasi sifati.

O'n birinchi subindeks. Turistlarga xizmat ko'rsatish infrastrukturasiga bo'lib, u quyidagi o'zgaruvchilardan iborat: mehmonxonalarning umumiy sig'imi; qisqa muddatli ijara ro'yxati zichligi; avtomashinalarni ijaraga beruvchi tashkilotlarning mavjudligi; avtomatlashtirilgan kassa apparatlarining zichligi; raqobatbardosh turizm xizmatlari.

O'n ikkinchi subindeks. Tabiiy resurslar bo'lib, quyidagi o'zgaruvchilarga ega: umumjahon tabiiy merosi ob'ektlarining soni; aniqlangan jonzorlar soni; muhofaza qilinadigan hududlar soni; ekoturizmga bo'lgan raqamli talab; quruqlik va chuchuk suvli ekoregionlar soni.

O'n uchinchi subindeks. Madaniy resurslar bo'lib, quyidagi 5 ta o'zgaruvchilardan iborat: umumjahon madaniy merosi ro'yxatiga kiritilgan ob'ektlar soni, og'zaki va nomoddiy madaniy meros, yirik sport inshootlari soni (stadion), madaniy va ko'ngilochar turizmga oid onlayn qidiruvlar soni, YUNESKO ijodiy shaharlari ro'yxatiga kirgan shaharlar soni; Moddiy va nomoddiy madaniy merosni yetarli darajada himoya qilish.

O'n to'rtinchi subindeks. Hordiq chiqarish maqsadida foydalanilmaydigan resurslar bo'lib, quyidagi ko'rsatkichlar uning tarkibiga kiradi: Forbes Global 2000 bosh qarorgohlarining mavjudligi; global shaharlarning mavjudligi; top universitetlar soni; hordiq chiqarish maqsadida bo'lmagan turizm turlariga nisbatan raqamli talab.

O'n beshinchi subindeks. Ekologik barqarorlik bo'lib, quyidagi 15 ta o'zgaruvchilardan iborat: aholi jon boshiga ishlab chiqarish korxonalaridan chiqadigan gazlar emissiyasi; qayta tiklanadigan energiya; Global iqlim xavfi indeksi; yashil energiya va infratuzilmaga bo'lgan investitsiyalar; zarrachalar (2,5) konsentratsiyasi; asosiy suv manbai; Qizil ro'yxat indeksi; o'rmon qoplamining yo'qolishi; chiqindi suvlarni tozalash tuzilmasi; toza okean suvi miqdori; atrof-muhit to'g'risidagi shartnomani ratifikatsiya qilish soni; tabiatni yetarli darajada himoya qilish holati; ishlab chiqarishning atrof-muhit va tabiatga ta'sirini nazorat qilish; qo'riqlanadigan hududlarning umumiy qamrovi; muhofaza qilinadigan hududlar bilan o'raglan asosiy biologik xilma-xillik mavjud bo'lgan hududlarning o'rtacha ulushi;

O'n oltinchi subindeks. Ijtimoiy-iqtisodiy barqarorlik va uning shartlari bo'lib, u quyidagilardan tashkil topgan: qashshoqlik darajasi, asosiy ijtimoiy himoya ko'lami; ijtimoiy himoya xarajatlari; ta'lim bilan band bo'lmagan hamda ishsiz bo'lgan aholi nisbati; teng ishchi kuchi imkoniyatlari; ishchilarning huquqlari; gender tengsizlik indeksi.

O'n yettinchi subindeks. Sayohat va turizmga bo'lgan talab miqdori va uning sohaga ta'siri bo'lib, uning tarkibiga quyidagi o'zgaruvchilar kiradi: sayohat va turizmning yalpi ichki mahsulot multiplikatori; tashrif buyurish uchun kirish muddati; xalqaro turistlar kelishining mavsumiyliigi; madaniy diqqatga sazovor joylarga qiziqish konsentratsiyasi; tabiatning diqqatga sazovor joylariga qiziqish konsentratsiyasi; geografik jihatdan tarqoq turizm; tuman va shahar markazlarining sifati.

"Sayohat va turizm rivojlanish indeksi 2021" reyting ro'yxatidagi davlatlar soni eski tahrirdagiga nisbatan qisqargan bo'lib ular 117 tani tashkil etadi. Davlatlar sonining qisqarganligiga asosiy sabablardan biri bu – geosiyosatdagi o'zgarishlar (xususan, Rossiya va Ukraina davlari o'rtasidagi mojarolar) va yangi tahrir prinsiplariga ayrim davlatlar potentsiali to'la javob bera olmaganligidir.

1-jadval: "Sayohat va turizm rivojlanish indeksi 2021" ro'yxatidan joy olgan O'rta Osiyo davlatlari reytingi³

Reyting o'rni	Davlatlar	Ball	2019-yilga nisbatan o'zgarish	
			O'rin	Ball
66	Qozog'iston	3,9	0	0.3%
90	Qirg'iz Respublikasi	3,4	3	1.9%
92	Tojikiston	3,4	-1	-0.3%

3 https://www3.weforum.org/docs/WEF_Travel_Tourism_Development_2021.pdf



Sayohat va turizm raqobatbardoshlik indeksi (TTCI, 2019) da qamrab olingan, ammo Sayohat va turizm rivojlanish indeksi (TTDI, 2021) da qamrab olinmagan davlatlar qatoriga quyidagilar kiradi: Jazoir, Bruneý Darussalam, Burkina-Faso, Burundi, Kongo Demokratik Respublikasi, Efiopiya, Esvatini, Gambia, Gvineya, Gaiti, Eron, Yamayka, Liberiya, Mavritaniya, Mozambik, Norvegiya, Ummon, Rossiya Federatsiyasi, Seyshel orollari, Uganda, Ukraina, Zimbabve va Tayvan, Xitoy.

Sayohat va turizm rivojlanish indeksida baholanish uchun davlatlar Jahon Iqtisodiy Forumiga qarashli Ijroiya organi fikrini o'rganish markaziga a'zo bo'lishlari kerak. Chunki, ushbu markaz olib boradigan so'rovnoma natijalari – indeks ko'rsatkichlarining katta qismini tashkil qiladi. Jami ko'rsatkichlarning 10% yoki undan ko'prog'i, yoki har qanday alohida besh bo'lim doirasidagi ko'rsatkichlarning 20-33 % (ulush besh bo'limga bog'liq) bo'yicha ma'lumotlari yetishmayotgan mamlakatlar ham indeks bilan qamrab olinmaydi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. "Travel & Tourism Development Index 2021 Rebuilding for a Sustainable and Resilient Future". Insight report. May 2022. ©World Economic Forum.
2. Mafalda Gómez Vega. Juan Carlos Martín. Andres J. Picazo-Tadeo. "Ranking World Tourism Competitiveness: A Comparison of Two Composite Indicators". July 2021. DOI:10.1007/978-981-16-3623-3_2. Tourism and Regional Science (pp.15-35).
3. Dogan Gursoy. Jennifer Kaye Sandstrom. "An Updated Ranking of Hospitality and Tourism Journals". June 2014. Journal of Hospitality & Tourism Research 40(1). DOI:10.1177/1096348014538054
4. Clark Hu. Soocheong (Shawn) Jang. Billy Bai. "Considering specializations: An Alternative for Ranking Hospitality and Tourism Graduate Programs" July 2004. Journal of Hospitality & Tourism Education 16(3):18-24. DOI:10.1080/10963758.2004.10696797
5. Juan Antonio Duro. Melchor Fernández. Alejandro Perez-Laborda. Jaime Rosselló. "Towards a risk-adjusted tourism and travel competitiveness index". October 2023. Tourism Economics. DOI:10.1177/13548166231207665
6. Mohd Hafiz Hanafiah. Muhammad Izzat Zulkifly. "Tourism destination competitiveness and tourism performance: A secondary data approach". October 2019. Competitiveness Review An International Business Journal incorporating Journal of Global Competitiveness 29(5):592-621. DOI:10.1108/CR-07-2018-0045
7. Mehdi Mododi Arkhudi. Sajad Ferdowsi. Reyhane Boroumand. "Developing a conceptual model of collaborative entrepreneurship in the field of tourism". November 2023. DOI:10.22034/JBAR.2023.18086.4141
8. Alexander Bustamante. Laura Sebastia. Eva Onaindia. "On the Representativeness of OpenStreetMap for the Evaluation of Country Tourism Competitiveness". May 2021. ISPRS International Journal of Geo-Information 10(5):301. DOI:10.3390/ijgi10050301
9. Vidina Tais Díaz-Padilla. Irena Travar. Zamira Acosta-Rubio. Eduardo Parra Lopez. "Tourism Competitiveness versus Sustainability: Impact on the World Economic Forum Model Using the Rasch Methodology". September 2023. Sustainability 15(18):13700. DOI:10.3390/su151813700
10. Josef A. Mazanec. Amata Ring. "Tourism Destination Competitiveness: Second Thoughts on the World Economic Forum Reports". August 2011. Tourism Economics 17(4):725-751. DOI:10.5367/te.2011.0065



O'ZBEKISTONDA SMART TURIZMNI RIVOJLANTIRISH IMKONIYATLARI

Kamoliddin Jahongirov

O'zbekiston xalqaro islom akademiyasi, Islom iqtisodiyoti va moliyasi,
Ziyorat turizmi kafedrası stajor o'qituvchisi

Bugungi kunda turizm jahon iqtisodiyotida muhim o'rin tutib, iqtisodiy o'sishga, ish o'rinlari yaratishiga va turli sanoat tarmoqlarining rivojlanishiga ulkan hissa qo'shmoqda. Xususan, turizm to'g'ridan to'g'ri mehmondo'stlik, transport, sayyohlik agentliklari va diqqatga sazovor joylar kabi sohalarda, shuningdek, oziq-ovqat ishlab chiqarish, chakana savdo va infratuzilmani rivojlantirish kabi bilvosita aloqador tarmoqlarda ish bilan bandlikni ta'minlash bilan birga mamlakatlarning iqtisodiy daromadlarini ko'paytirishga hissa qo'shmoqda. Jumladan, turistlar turar joy, oziq-ovqat, transport, o'yin-kulgi va xaridlarga pul sarflashadi va shu bilan mahalliy iqtisodiyotni oshiradilar. Ushbu daromad savdo taqchilligini muvozanatlashda yordam berishi va mamlakatning umumiy iqtisodiy o'sishiga hissa qo'shishi mumkin. Shuning uchun ham hozirgi kunda ko'pgina davlatlar aholisining muhim qismini tirikchilik va asosiy daromad manbalari turizm sohasi bilan bog'liq bo'lib bormoqda.

Hozirgi texnikalar shiddat bilan taraqqiy etib borayotgan bir davrda butun dunyo mamlakatlari ham tobora o'zaro bog'lanib, sayohat va turizm sanoatiga e'tibor qarata bormoqdalar. Bunda esa ushbu sohani rivojlantirish uchun innovasion biznes modellari muhim ahamiyat kasb etib bormoqda. Xususan, so'nggi paytlarda turizm industriyasida "aqli turizm", ya'ni "smart tourism" iborasining paydo bo'lganligini bunga yaqqol dalil bo'la oladi.

SMART turizmi turizm industriyasining samaradorligi, barqarorligi va raqobatbardoshligini oshirish uchun axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini qo'llashni anglatadi. SMART atamasi ko'pincha ushbu yondashuvning asosiy xususiyatlarini tavsiflashda qisqartma sifatida ishlatiladi. Mazkur ushbu qisqartma quyidagilardan iborat:

- **Sustainable – Barqaror:** uzoq muddatli barqarorlikni ta'minlash uchun ekologik toza amaliyotlarni, madaniy merosni saqlashni va mas'uliyatli bo'lishga qaratilgan bo'ladi.
- **Magnetic – Magnit:** kengaytirilgan haqiqat, virtual haqiqat va interaktiv mobil ilovalar kabi texnologiyalardan foydalanish hamda noyob va jozibali tajribalarni taqdim etish orqali sayyohlarni jalb qilishni anglatadi.
- **Accessible – Foydalanish mumkin:** SMART turizmi sayohat yo'nalishlari va ma'lumotlarini barcha sayyohlarga, shu jumladan, nogironlar uchun ham osonlik va ochiqligini ta'minlaydi. Bunda esa raqamli foydalanishni yaxshilash uchun texnologiyadan foydalanishni o'z ichiga oladi.
- **Reliable – Ishonchli:** sayyohlarga ob-havo, transport va mahalliy voqealar haqidagi real vaqtda yangilanishlar kabi ishonchli va dolzarb ma'lumotlarni taqdim etishga yordam beradi.
- **Technological – Texnologik** SMART turizmi umumiy sayyohlik tajribasini yaxshilash uchun turli texnologiyalar, jumladan mobil ilovalar, ma'lumotlar tahlili, sun'iy intellekt va boshqa raqamli vositalar integratsiyasiga tayanadi.

Yuqorida keltirilgan ma'lumotlardan kelib chiqib shuni aytishimiz mumkinki SMART turizmi qisqa qilib aytganda yuqori darajadagi axborot texnologiyalari infratuzilmasi xizmatlari, katta salohiyatga ega bo'lgan inson resurslari, samarali boshqaruv tushunchasi va yetakchilik ruhi, samarali reklama va marketing amaliyotlari, manfaatdor tomonlar o'rtasidagi hamkorlik kabi ko'plab omillar va tarkibiy qismlarni birlashtirishni talab qiladigan turizm turi hisoblanadi.

Bugungi kunda mamlakatimizda ham turizm sektori va xizmatlar sohasini rivojlantirishga qaratilgan e'tibor tobora ortib bormoqda. Jumladan, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017-yil 16-avgustdagi "2018-2019-yillarda turizm sohasini rivojlantirish bo'yicha birinchi navbatdagi chora-tadbirlar to'g'risida"gi PQ-3217-sonli¹, 2018-yil 7-fevraldagi "Ichki turizmni jadal rivojlantirishni ta'min-

¹ O'zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori, 16.08.2017-yildagi PQ-3217-son // <https://lex.uz/docs/-3311817>



lash chora-tadbirlar to'g'risida"gi PQ-3514-sonli² hamda 2018-yil 14-maydagi "Elektron tijoratni jadal rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PQ-3724-sonli³ qarorlari shular jumlasidan hisoblanadi.

Mazkur qarorlar ijrosini ta'minlash maqsadida tegishli vakolatli davlat organlari tomonidan bir qancha ishlar amalga oshirildi. Bunga, 2017-yil 6-dekabrda O'zbekiston Respublikasining turizm bo'yicha vakolatli organi hamda "Tehno Dargoh" MChJ o'rtasidagi kelishuv memorandumida, Buxoro viloyatining ellikka yaqin xususan, Poyi Kalon ansambli, Gavkushon madrasasi, Ko'kaldosh madrasasi, Toqi sarofon, Toqi telpakfurushon, Toqi zargaron (forscha — zargarlar toqi), Lavi hovuz majmuasi, Nasriddin Afandi haykali, Nodir Devonbegi madrasasi, Yahudiylar Sinagogasi, Somoniylar maqbarasi, Ark qo'rg'oni kabi tarixiy obyektlarida QR kod o'rnatilganligini⁴, misol qilib keltirishimiz mumkin. Ushbu loyihaga ko'ra viloyatning SMART turizm viloyati sifatida xalqaro turizm bozoridagi imidjni oshirish va sayyohlarga qulaylik yaratish uchun IT – texnologiyalardan faol foydalanish maqsadida "VERUM QR" qo'shma loyihasini amalga oshirishning amaliy bosqichini ham boshlab berdi.

Shuningdek, "Uzbekistan Pass" – sayyohlar va umuman O'zbekiston bo'ylab sayohat qilishni istaganlar uchun keng xizmatlar spektrini taqdim etuvchi servis ham ishlab chiqildi. Mazkur servisning yo'lga qo'yilishi turistik xizmatlarni yangi bosqichga olib chiqdi va mamlakatda Smart-turizm rivoji uchun jiddiy platforma bo'ldi. Mavjud servislar va ilovalarning keng ko'lamli integratsiyasi sabab "Uzbekistan Pass" mamlakatning har qanday nuqtasidagi sayyoh uchun qulay qo'llanma va operativ yordamchi sifatida xizmat qilmoqda.

2022-yil 9-noyabrda Brusselda bo'lib o'tgan Yevropa hakamlar hay'ati yig'ilishida Kiprning Pafos va Ispaniyaning Sevilya shaharlari 2023-yilgi "Aqlli turizm" Yevropa poytaxti g'oliblari sifatida tanlandilar⁵. Mazkur shaharlar barqarorlik, nogironligi bor insonlar uchun maxsus imkoniyatlar yaratib berish, raqamlashtirish, madaniy meros va ijodkorona yondashuv asosida amalga oshirilgan ishlar va keng ko'lamli loyihalar bo'yicha g'oliblikni qo'lga kiritdilar. Ushbu ma'lumotdan ham bilishimiz mumkinki, turistlarni jalb qilish uchun yaratiladigan qulaylik ko'proq odamlar uchun sharoit yaratib berish bilan bog'liq hisoblanadi. Chunki, sayohat qilish uchun ham vaqti, ham mablag'i bo'lgan keksha kishilar ko'pincha inklyuziv, ya'ni nogironligi bor odamlar uchun ham muhit bo'lishini talab qiladi. Qulaylik va sharoit bo'lmagan taqdirda bunday sayyohlar soni qisqaradi. Shu sababli ham turizmni rivojlantirish uchun mamlakatlarda nogironligi bor kishilarga sharoit yaratilgan bo'lishi kerak. O'zbekiston nogironlar jamiyatining rasi – Oybek Isoqov aytishicha, Toshkentda bino va inshootlarning faqatgina 23% nogironlarning ehtiyojlariga moslashtirilgan⁶. Bundan ham ko'rishimiz mumkinki, turizm sohasi infratuzilmasida qilinishi kerak bo'lgan ishlar hali ko'p.

Xulosa o'rnida ta'kidlash joizki, bugungi kunda dunyo to'rtinchi sanoat inqilobi bo'sag'asida turibdi, "Sun'iy intellektlar", "Digital platformalar", "Cyber programmalar", "Blockchain" va "Crypto valyutalar" davridamiz. Bunaqangi o'zgarishlar turizmga ham ta'sir qilmasdan qolmaydi. Bu davrda faqat to'rtinchi sanoat inqilobiga moslashib keta olgan sohalargina oyoqda qoladi. Shu sababli "Smart Turizm" loyihalarini ishlab chiqishimiz, yangi texnologiyalardan maksimal foydalanib turizm sohasidagi, xususan, inklyuziv turizm bilan bog'liq muammolarni yechishimiz hamda sayohat qilishni bu texnologiyalar yordamida osonlashtirishimiz zarur.

Foydalanilgan manbalar ro'yxati:

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 16.08.2017-yildagi PQ-3217-sonli, 07.02.2018-yildagi PQ-3514-sonli, 14.05.2018-yildagi PQ-3724-sonli qarorlari // <https://lex.uz>
2. O'zbekistonda smart-turizm rivojlanadi // <https://darakchi.uz>
3. European Capital and Green Pioneer of Smart Tourism // <https://smart-tourism-capital.ec.europa.eu/winners-and-finalists/cities-2023>
4. Nogironlik ijtimoiy muammo sifatida. O'zbekistonda nogironligi bor insonlarning haq-huquqlari va real turmush tarzlari haqida // <https://www.uzanalytics.com/jamiyat/4192/>

2 O'zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori, 07.02.2018-yildagi PQ-3514-son // <https://lex.uz/docs/-3551112>

3 O'zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori, 14.05.2018-yildagi PQ-3724-son // <https://lex.uz/ru/docs/-3744594>

4 O'zbekistonda smart-turizm rivojlanadi // <https://darakchi.uz/oz/41608>

5 European Capital and Green Pioneer of Smart Tourism // <https://smart-tourism-capital.ec.europa.eu/winners-and-finalists/cities-2023>

6 Nogironlik ijtimoiy muammo sifatida. O'zbekistonda nogironligi bor insonlarning haq-huquqlari va real turmush tarzlari haqida // <https://www.uzanalytics.com/jamiyat/4192/>



XALQARO TURIZM BOZORIDA TA'LIM TURIZMINING O'RNI VA RIVOJLANISH XUSUSIYATLARI

Ominaxon Ababaxriyeva

Turizm (ziyorat turizmi) 2-kurs talabasi

Kamoliddin Jahongirov

O'zbekiston xalqaro islom akademiyasi Stajor o'qituvchisi

Hozirgi taraqqiy etgan davrda xalqaro turizm hajmi va chegaralarining kengayishining jadal o'sishi, jahon turizm sanoatining shiddat bilan rivoj topishi, uning jahon iqtisodiyotining yetakchi tarmog'iga kirib borishi rivojlangan mamlakatlar xalqaro turistik tashkilotlarini yaratishni talab qilmoqda. Jumladan, ta'lim turizmi sohasida ham.

Ta'lim turizmi atamasi turizm bozori tuzilmasida nisbatan yangi paydo bo'lgan tushuncha hisoblanadi. Ushbu turizm turi turizmning yangi mustaqil yo'nalishi bo'lib, hozirgi kunda ancha taraqqiy etdi hamda butun dunyo iqtisodiyotiga ham sezilarli ta'sir ko'rsatadigan jahon iqtisodiyotining yangi sohasiga aylanib ulgurdi. Hattoki, ba'zi rivojlangan mamlakatlarda ta'lim turizmi yaxshi daromad olish va mahalliy aholini ish bilan ta'minlash imkoniyatini beradi hamda fuqarolarning iqtisodiy rivojlanishi va farovonligining yuqori darajasini ta'minlaydi. Misol uchun AQSh oliygohlariga ta'lim olish maqsadida tashrif buyurgan chet ellik talabalarning umumiy soni 2019-yilda 1095299 nafarni tashkil etgan, bu AQSh talabalar umumiy sonining 5,5 foizini tashkil qilgan bo'lib, jami dunyoning 62 ta mamlakatidan chet ellik talabalar kelib tahsil olishgan¹.

Ta'lim turizmi tushunchasi zamonaviy adabiyotlarda turlicha talqin etiladi hamda ta'riflanadi. Xususan, rus iqtisodchilari I.V.Zorin va V.A.Kvartalnovlar tomonidan ta'lim turizmiga ta'lim maqsadida sayyohlik, ekskursiyalar, qiziqishni qondirish va boshqa kognitiv qiziqishlarni amalga oshirish uchun boshqa davlatga tashrif buyurish, deb ta'rif berganlar².

Rus iqtisodchisi E.A.Lunin esa ta'lim turizmiga 24 soatdan 6 oygacha bo'lgan davrda daromad olish bilan bog'liq faoliyat bilan shug'ullanmasdan balki, ta'lim olish, malaka oshirish uchun (umumiy, maxsus, qo'shimcha) kurslar, stajirovkalar shaklida sayohat qilish, deb ta'rif bergan³.

O'zbekistonlik olimlaridan, I.S.Tuxliyev "Ta'lim turizmiga – bu o'qish, malaka oshirish maqsadidagi sayohat turi bo'lib turizmga nisbatan yangi tushuncha hisoblanadi. Hozirda, ta'lim turizmida ko'proq til o'rganish uchun qilingan safarlar ommaviylashmoqda"⁴, deb ta'riflagan.

XX asr oxirida ta'lim turizmi ommaviy hodisaga aylanib ulgurdi va turistik biznes sifatida rivoj topdi. Hozirda esa ta'lim turizmi xalqaro xizmatlar savdosining asosiy toifasiga aylandi. Shuningdek, bugungi kunda ta'lim turizmi ko'pgina taraqqiy etgan davlatlarda rivojlanish sivilizatsiyasining ko'rsatkichi, atrofdagi olamni anglash usuli, madaniy darajani yaxshilash yo'liga aylanib ulgurgan. Ko'pgina rivojlanayotgan mamlakatlarda turizm eksportning eng yuqori toifasida ta'lim turizmi katta ahamiyatda ega hisoblanadi.

Shuni ta'kidlash lozimki, birgina Kanada davlatining turizmida ta'lim sohasiga berilayotgan e'tibor va reklama sohasini ko'radigan bo'lsak, uning ko'lamini keng va siyosat darajasiga olib chiqilganini ko'rishimiz mumkin bo'ladi.

Jumladan, Kanadaning Gastaun shahrida yoz kunlari ayniqsa Stenli bog'ida va uning atrofi avtobuslardan tushayotgan osiyolik sayyohlar bilan to'lib toshadi. Bu kelayotgan xalqaro sayohatchilarning katta qismi Osiyo-Tinch okeani mintaqasidan kelgan turistlar ulushiga to'g'ri keladi. Ular Kanadaning

1 College Enrollment & Student Demographic Statistics // <https://educationdata.org/international-student-enrollment-statistics>.

2 Соколова М.В. Туризм как культурно-исторический феномен, Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора культурологии, Москва, 2007 г. <https://www.dissercat.com>.

3 Лебедев А.Р. Образовательный туризм как экономическая категория, 2012 г. <https://cyberleninka.ru>.

4 Mamatqulov X.M., Tuxliyev I.S., Bektemirov A.B. "Xalqaro turizm". Toshkent, 2008. 15 b.



go'zal landshaftlari, madaniy diqqatga sazovor joylari va ko'plab chakana savdo do'konlari uchun-gina tashrif buyurishmaydi. Ularning tashrif buyurishlarining va yana uzoqroq qolishlarining yana bir sababi bor – bu "Ta'lim turizmi" hisoblanadi. Bu global sayohatda paydo bo'layotgan tendensiya hamda Kanadaning bugungi va kelajakdagi katta daromad keltiruvchi sohasiga aylanib ulgurgan.

1-jadval: Kanadaning 2010/2019-yilgacha bo'lgan davrda ta'lim maqsadida tashriflardan ko'rgan daromadi (mln. Kanada dollari hisobida)⁵

T/r	Yillar	Daromad (mln. Kanada dollari hisobida)
1.	2010-yil	4014
2.	2011-yil	4694
3.	2012-yil	5408
4.	2013-yil	6209
5.	2014-yil	7127
6.	2015-yil	8230
7.	2016-yil	9027
8.	2017-yil	10371
9.	2018-yil	11949
10.	2019-yil	13768

Keltirilgan jadvalda Kanadaning ta'lim turizmi xizmatlari eksportining yuqoriligi hamda bundan ko'rilgan iqtisodiy daromadning yildan yilga ortganini ko'rishimiz mumkin.

Xitoy turizm tadqiqot institutining ma'lumotlariga ko'ra, 2015-yilda Xitoy o'z aholisining 120 millionini chet elga sayohat qilganini hamda ular ushbu sayohatlarga katta mablag' sarflanganligini ta'kidlaganlar. Jumladan: 104,5 milliard AQSh dollari, bu 2014-yildagiga nisbatan 16,7 foizga o'sgan. Asosiy harakatlantiruvchi omil Xitoy yengilroq sayohat vizalari siyosatini joriy qilgan paytiga to'g'ri keladi. Yaponiya kabi mamlakatlarda ham shunga yaqin holat kuzatilgan⁶.

Xalqaro ta'lim turizmida talabalarni jalb qilish uchun raqobat juda qattiq. Bu borada davlatlar ta'lim xarajatlardan tashqari oziq-ovqat, ko'ngil ochish, transport va turar joy kabi mahalliy xarajatlarning talabalar uchun arzon va qulaylik darajalarini ham yaratishlari lozim bo'ladi. Amerika Qo'shma Shtatlari va Buyuk Britaniya kabi davlatlar ham yuqori sifatli ta'lim olishga intilayotgan talabalar uchun ta'lim turizmida qulayliklar yaratishda kuchli davlatlarga aylangan.

Hozirda shiddat bilan o'sib borayotgan global o'rta sinf vakillari 2020-yilga kelib 2 milliarddan 3,2 milliardga o'sgan va 2030-yilgacha 4,9 milliardgacha o'sishi rejalashtirilgan⁷. Bu esa ko'proq daromad bu ko'proq oilalar o'z farzandlarini chet elga yuborish imkoniyatiga ega bo'lishlarini anglatadi. Shuning uchun ham yuqoridagi davlatlar ushbu turizm sohasi tendensiyani e'tibordan chetda qoldirishmagan.

Hozirda O'zbekiston Respublikasida ham ta'limni rivojlantirish orqali mamlakatda xorijiy talabalar sonini ko'paytirish hamda turizm sohasini taraqqiy toptirish borasida jadal ishlar olib borilmoqda. Jumladan, O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning "O'zbekiston Respublikasi oliy ta'lim tizimini 2030-yilgacha rivojlantirish konsepsiyasini tasdiqlash to'g'risida"gi farmoni bunga yorqin misoldir⁸.

Shuningdek, mamlakatdagi oliygohlarda turizm yo'nalishlarining ochilishi, jahon talablariga mos keladigan sharoitlarga ega oliygohlarni barpo etilayotganligi, ta'lim sifatining oshirilayotganligi va oliygohlarga xalqaro maqomining berilishi boshlandi, xalqaro maqomdagi oliygohlarda chet ellik talabalar uchun alohida sharoitlarning mujassaamligi, shuningdek, O'zbekiston oliygohlarida o'qish xarajatlarning nisbatan arzonligi, "TOP rating university 1000 talikka" kirishga harakatning boshlangani ham yurtimizda ta'lim turizmini rivojlantirish imkoniyatini beradi.

⁵ <https://www.statista.com> sayti ma'lumotlari asosida muallif tomonidan tuzildi.

⁶ The Emerging Trend of Educational Tourism: Why Canada Can't Ignore the 270 Million Student Market // <http://quoteendquote.ca/the-emerging-trend-of-educational-tourism-why-canada-cant-ignore-the-270-million-student-market/>

⁷ The Emerging Trend of Educational Tourism: Why Canada Can't Ignore the 270 Million Student Market // <http://quoteendquote.ca/the-emerging-trend-of-educational-tourism-why-canada-cant-ignore-the-270-million-student-market/>

⁸ O'zbekiston Respublikasi investitsiyalar va tashqi savdo vazirligi huzuridagi xorijiy investitsiyalarni jalb etish agentligining rasmiy sayti // <http://invest.gov.uz>.



Biroq, hozirgi kunda ta'lim turizmida mamlakatimiz oliygohlarida xorijiy talabalarning kontingenti ancha pats darajada, talab ham kam, ta'limni eksport qilishdan ko'ra uni import qilish darajasi ancha yuqori hisoblanadi. Bunga mamlakatimizda ta'lim turizmi bilan bog'liq bir qancha muammolar mavjud va ular o'z yechimini topishi zarurligi sababdir. Bular quyidagilar:

Birinchidan, oliy ta'lim muassasalarida ilmiy salohiyat darajasining pastligi, ta'lim darajasining bugungi taraqqiy etgan davlatlar bilan taqqoslaganda birmuncha orqada oqsayotganligi;

Ikkinchidan, ba'zi oliy dargohlarning ya'ni o'quv binolari, jihozlarining, xususan, kompyuter va shu kabi texnika vositalari, laboratoriya xonalarining dunyo standartlariga javob bera oladigan darajada emasligi hamda talabalar turar joyining yetishmasligi, borlari ham aksariyati ta'mirtalab ekanligi;

Uchinchidan, til bilan bog'liq muammolarning yuzaga kelishi;

To'rtinchidan, iqtisodiy omillar bo'lib, bunda mamlakatimiz iqtisodiy salohiyatining taraqqiy etgan davlatlardan past darajada ekanligi.

Xulosa o'rnida shuni ta'kidlashimiz lozimki, xorijiy talaba yoshlarni mamlakatimiz oliygohlarida tahsil olish maqsadida tashrif buyurishlarida yuqorida keltirilgan omillar jiddiy to'siq bo'lib turibdi. Umid qilamizki, mazkur omillarni ijobiy tomonga o'zgartirish bo'yicha chora-tadbirlarning amalga oshirilishi natijasida O'zbekistonga tahsil olish uchun keladigan xorijiy talabalarning soni keskin ko'payadi hamda mamlakatimiz iqtisodiyotida turizmning ulushi ortishiga shuningdek, O'zbekistonning jahon turistik bozorida o'z o'rniga ega bo'lishiga ulkan hissa qo'shadi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. College Enrollment & Student Demographic Statistics // <https://educationdata.org/international-student-enrollment-statistics>
2. Соколова М.В. Туризм как культурно-исторический феномен, Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора культурологии, Москва, 2007 г, <https://www.dissercat.com>
3. Лебедев А.Р. Образовательный туризм как экономическая категория, 2012 г. <https://cyberleninka.ru>.
4. Mamatqulov X.M., Tuxliyev I.S., Bektemirov A.B. "Xalqaro turizm". –Toshkent, –2008. –15 b
5. The Emerging Trend of Educational Tourism: Why Canada Can't Ignore the 270 Million Student Market // <http://quoteendquote.ca/the-emerging-trend-of-educational-tourism-why-canada-cant-ignore-the-270-million-student-market/>
6. The Emerging Trend of Educational Tourism: Why Canada Can't Ignore the 270 Million Student Market // <http://quoteendquote.ca/the-emerging-trend-of-educational-tourism-why-canada-cant-ignore-the-270-million-student-market/>
7. O'zbekiston Respublikasi investitsiyalar va tashqi savdo vazirligi huzuridagi xorijiy investitsiyalarni jalb etish agentligining rasmiy sayti // <http://invest.gov.uz>



FUNCTIONAL COMPOSITION OF IRREALIS

Ochilova Noila Farmonovna

Samarqand davlat chet tillar instituti katta o'qituvchisi

Abstract: In the field of linguistics, there are different opinions about the object of sentence verification. While linguists of the world expressed their opinion on this, they either narrowed or expanded the object of his study. In Real reality, some phenomena can also be reflected in the non-state. An event in such a situation occurs in the event or vice versa. That is why the concept of irrealis is considered one of the concepts widely used in linguistics at the moment. The following article shows the expression of irrealis in modal relations, i.e. an event that is likely to occur is given as an example of events.

Key words: Status, modality, irrealis, predication, diontik, indicative, dynamic, epistemic.

Annotatsiya: Tilshunoslik fanida gapni tekshirish obyekti haqida turlicha fikrlar mavjud. Bu borada dunyo tilshunoslari o'z fikrlarini bildirar ekanlar, uning tadqiqot ob'ektini yo toraytirdilar yoki kengaytirdilar. Haqiqiy voqelikda ayrim hodisalar nodavlatda ham aks etishi mumkin. Bunday vaziyatdagi hodisa hodisada yoki aksincha sodir bo'ladi. Shuning uchun ham irrealis tushunchasi hozirgi vaqtda tilshunoslikda keng qo'llanilayotgan tushunchalardan biri hisoblanadi. Quydagi maqolada irrealisning modal munosabatlardagi ifodasi ko'rsatilgan, ya'ni sodir bo'lishi mumkin bo'lgan voqea-hodisalar misolida keltirilgan.

Kalit so'zlar: Status, modallik, irrealis, predikatsiya, diontik, indikativ, dinamik, epistematik.

Аннотация: В области языкознания существуют разные мнения относительно объекта проверки предложения. Пока лингвисты мира высказывали свое мнение по этому поводу, они либо сужали, либо расширяли объект его изучения. В Реальной реальности некоторые явления также могут отражаться в негосударственном отношении. Событие в такой ситуации происходит в событии или наоборот. Именно поэтому понятие ирреализма считается одним из понятий, широко используемых в лингвистике на данный момент. В следующей статье показано выражение ирреализма в модальных отношениях, т.е. в качестве примера событий приводится событие, которое может произойти.

Ключевые слова: Статус, модальность, ирреалис, предикация, дионтик, индикативный, динамический, эпистемический.

Palmer (2001: 1) defines modality as "related to the status of a sentence representing a situation". This corresponds to the quality of the abstract meaning described above, the reason for which exactly it is associated with, and the status of the sentence - to which state the status of the sentence is involved-will be ambiguous. The definition given by Portner (2009: 1) is considered much more accurate, in his view "modality is a linguistic phenomenon, through which grammar, or based on them, allows humans to speak of certain events: they do not have to be real. "Porter argues that the way in which the term "real" is interpreted would not be immediately clear, a comment that is much more effective in practice than Palmer's argument.

Other differences can be found by dividing the semantic field of modality into divisions, a method most researchers have pursued. For example, Givon (2001) takes the initial classification between presuppositional and affirmative propositions (assertions), with affirmative propositions then divided into realis and irrealis, while realis affirmative propositions are in turn classified into positive and negative types. Palmer (2001), on the other hand, distinguishes propositional modality (which divides into epistemic and evidential types) from event modality (which divides into deontic and dynamic types) using a much more traditional style. Finally, Bayby (1998) divides into four types of subdivisions: agent-based modality, speaker-based modality, epistemic, and obedience modalities. Whereas Bayby's approach seems to be more close to reality than the rest of the thoughts. He argues that the modality divisions under consideration are actually four independent semantic fields, and that the relationship between them is diachronic rather than synchronous. This case is more often considered a characteristic of the English language. For example:

From a typological point of view, modal-time indicators are characteristic of forms located at the other end of the predicativity scale, rather than nominalisasy. Compare: Hathall must have known that. So Angela found out her address - they would have been keeping a close eye on her-and wrote to her, or more probably called on her, to ask if she would give her some assistance into the research she was doing into Celtic languages. (R.Rundell, 214).; The doctor, who must have heard



his beseech laughter as he passed through the corridor, opened the door and looked at the Mastura with a mind and appeared to snore on his face, causing us to come out (Abdullah Qahhor. One thousand and one souls. P. 51).

It is confirmed that in Uzbek there are different meanings of tense forms, units that represent the modal relation of the verb. In particular, they are used on the one hand to represent the next tense, the connecting, the command declension, sometimes the opposing meanings, and on the other hand to represent the present and even the past tense. For example: we ask him to report to the militia department if there are those who see and know..."(X. Tukhtaboev "Sariq Devni minib" P. 41).

However, it can be noted that all these irrealis meanings, aimed at the next tense, are logically considered secondary, and it is noticeable that the basis of such diverse funkstiya of modal additive forms, such as -a, -ay, -sa, is in fact considered to be ambiguous, and its originality in the meaning of irrealis is superior to the meanings noted above.

Indeed, in Uzbek, at least, it can serve as the main source of the above grammatical forms. In this case, there is a possibility that an explicit ordering may occur in the view of the function that these suffixes imply.

From the point of view of semantics, situations aimed at achieving a goal, such as linguistic units in situations represented by subordinate predicaments, can mean the probability of content influenced by its context. This kind of probabilistic modal relationship is seen, but in terms of content and logic, it becomes clear that in the thinking of those who have this information, the situation is irreal. This only raises the question of whether or not to include Target constructs in the irrealis. Theoretically, it would be possible to consider the irrealis indicator as just such a sign of modal meaning. This testifies to the fact that there is a prospect of studying irrealis expression from a cognitive point of view, modal relations without association with thinking. True, due to the context of target structures, the narrowing of the meaning of foresight is also not so surprising, although this evidence also does not emphasize a clear point. Compare: I supply I'll have to ask them.'Hilland spoke in an even more ungracious tone than he had up till then. 'It's a bore but I suppose they will. They don't like this sort of thing.'(Ruth Rendell, 27); in her study, too, the obroi must have been excellent, in the manner of nukul poets who visited her, wearing a blue hat, large people with a belly come(X. Tukhtaboev "Sariq Devni minib" P. 65).

The broad concept of irrealis includes all situations that do not occur in the real world (i.e. they may or may not occur, must occur, occur under any circumstances, the speaker wants them to occur, etc. The grammatical expression of such cases is made through the grammars of all nonreal moods, as well as the next tense form of the indicative, since the second case is also not considered a statement of the real phenomenon. The Baltic-Finnish languages do not have any special indicators of the next tense, which correspond to the indicators of the present tense.

Literature used:

1. L. Bybee and Suzanne Fleischman (eds.), *Modality in Grammar and Discourse*. Amsterdam and Philadelphia: John Benjamins ~ 503-517.
2. Givón T (1989). *Mind, Code, and Context: Essays in Pragmatics*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
3. Givón T (1994). 'Irrealis and the Subjunctive; *Studies in Language* 18:265-337.
4. Palmer, Frank R. 1986. *Mood and Modality*. Cambridge: Cambridge University press.



TURIZMGA INNOVATSIYON TEXNOLOGIYALARNI JORIY QILISH MOHIYATI

Po'latov Ma'murjon Murodjon o'g'li

TDIU Mehmonxona biznesini boshqarish kafedrası tayanch doktoranti

The successful integration of innovative technologies in tourism requires the cooperation of various stakeholders, including government agencies, tourism organizations, technology providers, and local communities. It is essential to involve all relevant parties in the decision-making process and ensure that their needs and concerns are addressed. Stakeholder collaboration can also help mobilize the support and resources needed to implement and sustain these technologies.

User-centered design should be a priority to encourage the use and adoption of innovative technologies in tourism. Technologies must be designed with the needs and preferences of end users in mind to ensure ease of use and a positive user experience. Involving potential users in the design process through user testing, gathering feedback, and iterative improvements helps create solutions that meet their expectations.

Innovatsion texnologiyalarni muvaffaqiyatli joriy etish turistlar uchun ham, turizm mutaxassislari uchun ham tegishli tayyorgarlik va ta'limni talab qiladi. O'quv dasturlari sayyohlar o'zlarining sayohat tajribasi davomida yangi texnologiyalarga asoslangan xizmatlar yoki ilovalardan samarali foydalanishlari uchun raqamli savodxonlik ko'nikmalarini oshirishga qaratilgan bo'lishi kerak. Xuddi shunday, turizm mutaxassislari ushbu texnologiyalarni samarali ishlatish va saqlash bo'yicha treningga muhtoj.

RESEARCH METHODOLOGY

With the increasing use of technology in tourism, data security and privacy have become important issues. The introduction of innovative technologies should include strict measures for the protection of confidential information for both tourists and tourism businesses. Adherence to data protection regulations, encryption methods, and secure storage systems must be ensured in order to maintain the trust of tourists and protect their personal information.

When introducing innovative technologies to tourism, it is important to consider their impact on sustainability. Technologies that promote sustainable practices, such as reducing carbon emissions or minimizing resource consumption, should be prioritized. In addition, the long-term environmental, social, and economic consequences of these technologies must be assessed to ensure they are consistent with sustainable development goals.

Conditions of innovative technologies
Market demand
Compatibility
Economic efficiency
Ease of use for the user
Scalability
Security and privacy
Sustainability
Stakeholder Engagement
Availability of infrastructure
Regulatory framework



ANALYSIS AND RESULTS

1. **Market demand:** There must be a clear market demand for innovative technologies in the field of tourism. This can be determined through market research and analysis to determine whether there is a need for the technology and whether customers are ready to adopt it.
2. **Compatibility:** the innovative technology must be compatible with the existing infrastructure, systems, and processes in the tourism industry. Integrating it into current operations should not require major changes or investments.
3. **Economic efficiency:** The introduction of innovative technologies should provide clear costs for tourism enterprises. It must reduce costs, increase efficiency, or improve customer satisfaction in a way that justifies the investment.
4. **User-friendliness:** Innovative technology should be convenient and easy to use for both employees and customers in the tourism industry. Operation should not require extensive training or technical skills.
5. **Scalability:** the technology should have scalability, meaning it can be easily expanded or replicated across multiple locations or businesses in the tourism industry without losing its effectiveness.
6. **Security and privacy:** Innovative technologies introduced in tourism must prioritize the security and privacy of businesses and customers. It must comply with data protection regulations and ensure that customer data is stored and managed securely.
7. **Sustainability:** the introduction of innovative technologies should be compatible with sustainable practices in the tourism industry. This includes minimizing environmental impact, reducing energy consumption, and promoting responsible tourism practices.

The introduction of innovative technologies to the tourism industry can bring many benefits, but it requires careful consideration of specific conditions. Adequate infrastructure, stakeholder collaboration, user-centered design, training and education, data security and privacy measures, and a sustainable approach are critical factors to ensure the successful integration and implementation of these technologies in the tourism sector. By proactively addressing these conditions, the tourism industry can leverage technological advances to improve the customer experience and operational efficiency.

Foydalanilgan adabiyotlar va internet resurslari.

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017-yil 7-fevraldagi PF-4947-son "O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha Harakatlar strategiyasi to'g'risida"gi Farmoni.
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018-yil 07-fevraldagi PQ-3514-son qarori "O'zbekiston bo'ylab sayyohat qil!" ichki turizmni rivojlantirish dasturi.
3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 30-apreldagi PQ-232-son qarori.
4. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 30-apreldagi PQ-232-son "Ichki turizm xizmatlarini diversifikatsiya qilishga oid qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi qarori, <https://www.unwto.org/sustainable-development>.
5. B. R. Dehqonov. "Ichki turizmni ta'riflashda bo'lgan qarashlar va turizm shakllarini o'z ichiga olgan bog'liqliklar" Xorazm Ma'mun akademiyasi axborotnomasi: ilmiy jurnal. – №4-1 (88). –Xorazm Ma'mun akademiyasi, 2022 y. –81 b.
6. Rustamovich, Dehqonov Burhon. "Analysis of the Development of Tourism in Uzbekistan." Journal of International Business Research and Marketing 5.6 (2020): 28-33.
7. Norchayev, A. N. "Turizm infratuzilmasida kutilayotgan o'zgarishlar va imkoniyatlar. "Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar" ilmiy elektron jurnali (2019).
8. Aliyeva, M. T. "Xo'jayev O'. X., Norchayev AN Turizm rivojlanishini prognozlash. O'quv qo'llanma." –T.: TDIU. –214 (2006).



XIZMAT KO'RSATISH TARMOQLARI IQTISODIYOTIDA ZAMONAVIY LOGISTIKA TIZIMLARI MOHIYATI

Xasanov Sarvar Ulug'bek o'g'li

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti mustaqil izlanuvchisi

Annotatsiya: O'zbekistonda oxirgi yillarda logistikani, klasterlarni, innovasion faoliyatni, raqamlashtirishni shiddat bilan rivojlantirish masalalari davlat iqtisodiy siyosatining ustuvor yo'nalishlaridan biri sifatida tahlil etilgan.

Kalit so'zlar: Avtomatlashtirish va samarali ish oqimlari, axborot texnologiyalari integratsiyasi, Zamonaviy logistika tizimlari, turizm.

Abstract: In the article, the issues of intensive development of logistics, clusters, innovative activities, digitalization in Uzbekistan in recent years are analyzed as one of the priority directions of the state economic policy.

Key words: Automation and efficient workflows, information technology integration, Modern logistics systems, tourism.

Аннотация: В статье анализируются вопросы интенсивного развития логистики, кластеров, инновационной деятельности, цифровизации в Узбекистане в последние годы как одного из приоритетных направлений государственной экономической политики.

Ключевые слова: Автоматизация и эффективные рабочие процессы, интеграция информационных технологий, современные логистические системы, туризм.

KIRISH

O'zbekistonda oxirgi yillarda logistikani, klasterlarni, innovasion faoliyatni, raqamlashtirishni shiddat bilan rivojlantirish masalalari davlat iqtisodiy siyosatining ustuvor yo'nalishlaridan biri bo'lib qoldi. Bu esa, o'z o'rnida, raqamlashtirish mamlakatimiz iqtisodiyoti raqobatbardoshligini rivojlantirish, inson taraqqiyoti darajasini oshirish, yoshlarni ish bilan bandligini taminlash, mehnat unumdorligini o'stirishdagi hissasi to'g'risida xulosa chiqarish uchun O'zbekistonning raqamli rivojlanishi bo'yicha to'la miqyosli uzoq muddatga ega bo'lgan strategiyali davlat innovasion siyosatini rivojlantirishni va iqtisodiyotimizni raqamlashtirishni taqozo etmoqda.

Mamlakatimizni rivojlantirishning beshta ustuvor yo'nalishlari bo'yicha Taraqqiyot Strategiyasining iqtisodiyotni rivojlantirish va liberallashtirishning ustuvor yo'nalishariga bag'ishlangan bandida "Tarkibiy o'zgartirishlarni chuqurlashtirish, milliy iqtisodiyotning yetakchi tarmoqlarini modernizatsiya va difersifikatsiya qilish hisobiga uning raqobatbardoshligini oshirish, erkin iqtisodiy zonalar, texnoparklar va kichik sanoat zonalarini tashkil etish, amaldagi zonalarining samaradorligini oshirish, klasterlar faoliyatini tashkil etish, xizmatlar ko'rsatish sohasini jadal rivojlantirish, yalpi ichki mahsulotni shakllantirishda xizmatlar roli va ulushini oshirish, ko'rsatilayotgan xizmatlarning tuzilmasini eng avvalo xizmatlarning zamonaviy yuqori texnologik turlari hisobiga tubdan o'zgartirish, logistika va yo'l-transport infratuzilmasini yanada rivojlantirish, iqtisodiyot, ijtimoiy sohaga, boshqarish tizimiga raqamlashtirish usullarini joriy etish, qishloq xo'jaligi mahsulotlarni saqlash, transportirovka qilish va sotish, moliyaviy va boshqa zamonaviy bozor xizmatlarni ko'rsatish infratuzilmasini yanada kengaytirish" kabi vazifalar keltirilgan.

Shulardan kelib chiqqan holda, bugun mamlakatimizni modernizatsiya qilish va yangilash, yangi O'zbekistonni yaratish, iqtisodiyotimizning sifat jihatdan yangi, zamonaviy tarkibiy tuzilmasini shakllantirish, hududlarimizni kompleks rivojlantirish bo'yicha barcha rejalarimizning muvaffaqiyatli amalga oshirilishi yo'l-transport va kommunikatsiya infratuzilma tarmoqlarini yuksak sur'atlar bilan rivojlantirishga uzviy bog'liqdir.



Zamonaviy logistika tizimi global ta'minot zanjiri bo'ylab tovarlar, xizmatlar va axborot oqimini boshqarish uchun ilg'or texnologiyalar, ma'lumotlar tahlili va samarali jarayonlardan foydalanishni anglatadi. Bunga avtomatlashtirish, robototexnika, sun'iy intellekt, real vaqt rejimida kuzatish va transport, omborxona, inventarlarni boshqarish va umumiy ta'minot zanjiri operatsiyalarini optimallashtirish uchun boshqa innovatsion vositalardan foydalanish kiradi. Jahon zamonaviy logistika tizimi samaradorlikni oshirish, xarajatlarni kamaytirish, xatolarni kamaytirish va ta'minot zanjiri tarmog'ida ko'rinish va shaffoflikni oshirishga qaratilgan. Bu korxonalarga mijozlar talablarini o'z vaqtida va tejamkor tarzda qondirish hamda atrof-muhitga ta'sirni minimallashtirishda hal qiluvchi rol o'ynaydi.

Bundan tashqari, zamonaviy logistika tizimlari etkazib beruvchilar, ishlab chiqaruvchilar, distributorlar va chakana sotuvchilarni o'z ichiga olgan ta'minot zanjiridagi turli manfaatdor tomonlar o'rtasida hamkorlik va integratsiyaga qaratilgan. Ushbu hamkorlikdagi yondashuv ta'minot zanjirining turli bosqichlarida uzluksiz muvofiqlashtirish va sinxronlashtirishga erishishga yordam beradi.

Zamonaviy logistika tizimlarining vazifalari talabni prognozlash va rejalashtirish: Zamonaviy logistika tizimlari mijozlar talabini bashorat qilish va shunga mos ravishda inventar darajalari va ishlab chiqarish jadvallarini rejalashtirish uchun ma'lumotlarni tahlil qilish va prognozlash usullaridan foydalanadi.

1. **Inventarizatsiyani boshqarish:** Inventarizatsiyani samarali boshqarish zamonaviy logistika tizimlarida to'g'ri mahsulotlarning kerakli vaqtda va kerakli miqdorda mavjudligini ta'minlash, shu bilan birga saqlash xarajatlarini minimallashtirish uchun juda muhimdir.
 2. **Buyurtmani qayta ishlash:** Avtomatlashtirish va samarali ish oqimlari orqali buyurtmalarni qayta ishlashni soddalashtirish mijozlar buyurtmalarini to'g'ri va tezkor bajarishga yordam beradi.
 3. **Transportni boshqarish:** Zamonaviy logistika tizimlari xarajatlarni minimallashtirish, etkazib berish vaqtlarini yaxshilash va uglerod izini kamaytirish uchun transport yo'nalishlari, usullari va tashuvchilarni optimallashtiradi.
 4. **Saqlash va tarqatish:** Buyurtmalarni o'z vaqtida bajarish uchun joylashtirishni loyihalash, saqlashni optimallashtirish, yig'ish, qadoqlash va tarqatish jarayonlarini o'z ichiga olgan samarali ombor operatsiyalari muhim ahamiyatga ega.
 5. **Axborot texnologiyalari integratsiyasi:** RFID, GPS, shtrix-kodni skanerlash va omborlarni boshqarish dasturlari kabi turli texnologiyalarni integratsiyalashuvi inventarizatsiya, jo'natish va umumiy ta'minot zanjiri ko'rinishini real vaqtda kuzatish uchun juda muhimdir.
 6. **Teskari logistika:** Mahsulotni qaytarish, ishlatilgan yoki nuqsonli mahsulotlarni qayta ishlash yoki yo'q qilishni boshqarish chiqindilarni minimallashtirish va qiymatni tiklashni maksimal darajada oshirish uchun zamonaviy logistika tizimlarining muhim jihati hisoblanadi.
 7. **Risklarni boshqarish:** Tabiiy ofatlar yoki geosiyosiy hodisalar tufayli ta'minot zanjirining uzilishi kabi potentsial xavflarni aniqlash va favqulodda vaziyatlar rejalarini ishlab chiqish zamonaviy logistika tizimlarining ajralmas qismidir.
 8. **Barqarorlik tashabbuslari:** chiqindilarni kamaytirish uchun transport yo'nalishlarini optimallashtirish yoki ekologik toza qadoqlash materiallaridan foydalanish kabi ekologik toza amaliyotlarni amalga oshirish zamonaviy logistika tizimlarining barqarorlikka qaratilgan e'tiboriga mos keladi.
 9. **Mijozlarga xizmat ko'rsatish:** Buyurtmani samarali kuzatish, sezgir aloqa kanallari va moslashuvchan yetkazib berish imkoniyatlari orqali mukammal mijozlarga xizmat ko'rsatish zamonaviy logistika tizimlarida mijozlarning umumiy tajribasini yaxshilaydi.
- a) Zamonaviy logistika tizimlarining mohiyati tovar, axborot va resurslar oqimini kelib chiqish joyidan iste'mol nuqtasiga qadar samarali va samarali boshqarishga qaratilgan. Zamonaviy logistika tizimlari inventarni boshqarish, tashish, saqlash va tarqatish kabi jarayonlarni tartibga solish va optimallashtirish uchun mo'ljallangan.



- b) Zamonaviy logistika tizimlarining asosiy tarkibiy qismlariga inventarizatsiyani boshqarish dasturlari, transportni boshqarish tizimlari va real vaqt rejimida kuzatish va monitoring vositalari kabi ilg'or texnologiyalar kiradi. Ushbu texnologiyalar ta'minot zanjirining yaxshilangan ko'rinishini ta'minlaydi, bu esa yaxshiroq qaror qabul qilish va resurslarni taqsimlash imkonini beradi.

Umuman olganda, zamonaviy logistika tizimlarining mohiyati ularning operatsion samaradorligini oshirish, xarajatlarni kamaytirish, tovarlarni o'z vaqtida yetkazib berish orqali mijozlar ehtiyojini qondirish va dinamik bozor talablariga moslashish qobiliyatidadir.

Foydalanilgan adabiyotlar va internet resurslar:

1. <https://m.kun.uz/uz/news/2021/03/26/ozbekistonda-transport-tizimini-rivojlantirish-uchun-nimalar-qilish-kerak-soha-eksperti-oz-takliflarini-bildirdi>.
2. <https://cyberleninka.ru/article/n/ozbekistonda-logistika-va-transport-infratuzilmalarini-rivojlantirish-yonalishlari>
3. Xasanov Sarvar Ulug'bek o'g'li. Transport korxonalarida.
4. marketing strategiyalaridan foydalanish. Yashil iqtisodiyot va taraqqiyot <https://yashil-iqtisodiyot-taraqqiyot.uz>
5. Rustamovich, Dehkonov Burhon. "Analysis of the Development of Tourism in Uzbekistan." Journal of International Business Research and Marketing 5.6 (2020): 28-33.
6. <https://parliament.gov.uz/ru/articles/644>.



USING INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN HOTELS AS A FACTOR OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF TOURISM INDUSTRY

Sayfutdinov Shuxratjon Sultonovich

Alfraganus University

Egamberdiyev Sirojiddin Sattor o'g'li

Tourism development institute

Abstract: In today's turbulent times, several factors are necessary for the sustainable development of the tourism industry. Among them, modern technologies take place among the main factors. Ensuring sustainable growth of the tourism industry and the hotel industry requires systemic reforms. In the hotel industry, the role of innovative technologies is very important. Today's competitive environment is such that every hotel and every tourism business must constantly grow with the times or else the market will squeeze it. Customer opinion is especially important in an era when marketing and management need to focus heavily. This article provides a thorough analysis of the status and role of technology use in the hospitality and tourism industry.

Key words: Tourism, sustainable tourism, hotel management, organizational communication, customer experience, communication technologies, hospitality industry, effective communication.

Annotatsiya: Globalashuv sharoitida turizm industriyasining barqaror rivojlanishi uchun bir qancha omillar zarur. Ular orasida zamonaviy texnologiyalar asosiy omillar safidan joy oladi. Turizm industriyasi va mehmonxona xo'jaligining barqaror o'sishini ta'minlash tizimli islohotlarni taqozo etadi. Mehmonxona sanoatida innovatsion texnologiyalarning o'rni juda katta. Bugungi raqobat muhiti shundayki, har bir mehmonxona va har bir sayyohlik biznesi zamon bilan birga o'sib borishi kerak, aks holda bozor uni siqib chiqaradi. Mijozlarning fikri marketing va menejmentga katta e'tibor qaratish kerak bo'lgan davrda ayniqsa muhimdir. Ushbu maqolada mehmondo'stlik va turizm sanoatida texnologiyalardan foydalanish holati va roli to'liq tahlil qilinadi.

Kalit so'zlar: Turizm, barqaror turizm, mehmonxona boshqaruvi, tashkiliy aloqa, mijozlar tajribasi, kommunikatsiya texnologiyalari, mehmondo'stlik sanoati, samarali muloqot.

Аннотация: В сегодняшние неспокойные времена для устойчивого развития туристической отрасли необходимы несколько факторов. Среди них среди основных факторов место занимают современные технологии. Обеспечение устойчивого роста туристической отрасли и гостиничного хозяйства требует системных реформ. В гостиничном бизнесе очень важна роль инновационных технологий. Сегодняшняя конкурентная среда такова, что каждый отель и каждый туристический бизнес должны постоянно развиваться в ногу со временем, иначе рынок их сожмет. Мнение клиентов особенно важно в эпоху, когда маркетингу и менеджменту необходимо уделять пристальное внимание. В данной статье представлен тщательный анализ состояния и роли использования технологий в индустрии гостеприимства и туризма.

Ключевые слова: Туризм, устойчивый туризм, гостиничный менеджмент, организационные коммуникации, клиентский опыт, коммуникационные технологии, индустрия гостеприимства, эффективная коммуникация.

1. INTRODUCTION

Communication has been defined and described in various ways in the literature. Some writers suggest that communication involves exchanging messages or ideas through speaking, pointing, or writing. Others define it as a process of exchanging messages and indicate that communication occurs when messages are fully conveyed. Communication has also been defined as the process of transmitting a message containing information from a sender to a receiver, and it has been described as a term that expresses the exchange of emotions and ideas between individuals (Adler, 2002). The hotel and hospitality industry is highly competitive, and customer satisfaction is crucial for success. Effective communication among hotel staff is essential for providing excellent customer service, ensuring smooth operations, and maintaining a positive work environment. With the rapid advancement of technology, communication technologies have become an increasingly important tool for hotel management.



Some of the key roles of organizational communication technologies in hotel management include:

- **Streamlining Operations:** Organizational communication technologies such as property management systems (PMS), point of sale (POS) systems, and inventory management systems help hotels to streamline their operations by automating tasks such as reservations, check-ins, check-outs, billing, and inventory management. This not only saves time but also reduces the risk of errors and improves the accuracy of data.
- **Enhancing Guest Experiences:** Organizational communication technologies such as guest relationship management (GRM) systems, mobile apps, and social media platforms enable hotels to provide personalized experiences to their guests by collecting and analyzing data on their preferences, behaviors, and feedback. This helps hotels to tailor their services and offerings to meet the specific needs and expectations of their guests.
- **Improving Communication and Collaboration:** Organizational communication technologies such as email, instant messaging, and video conferencing enable staff members, guests, and management to communicate and collaborate more effectively, regardless of their location or time zone. This helps to improve the efficiency of operations, reduce misunderstandings, and enhance the overall quality of service.

The importance of communication in the accommodation business is widely recognized. Therefore, the objective of this study was to identify the level of communication and other issues within the organization.

2. LITERATURE REVIEW

2.1. The essences of organizational communication.

Successful organizations are built on effective communication, which can be likened to the blood that flows through an organization. Organizational communication encompasses the different forms and channels of communication used by members of organizations, including corporations, non-profits, and small businesses. Research has shown that there is a strong correlation between the level of communication within an organization and job performance and satisfaction. Organizational communication can take on formal or informal forms, flow in different directions, and utilize various communication media.

The significance of communication within an organization can be summarized as follows:

- Communication is essential for promoting motivation among employees by providing them with information about their tasks, performance, and ways to improve.
- Communication serves as a source of information for decision-making by identifying and evaluating alternative courses of action.
- Communication plays a crucial role in shaping individual attitudes, as well-informed individuals tend to have better attitudes. Organizational magazines, journals, meetings, and other forms of communication help shape employee attitudes.
- Communication is also important for socializing, as it is a fundamental aspect of human interaction.
- Communication assists in the controlling process by regulating employee behavior in accordance with organizational policies and guidelines. Employees must comply with organizational policies, perform their job roles effectively, and communicate any work-related issues or grievances to their superiors. Therefore, communication is an essential component of the management function of control (Julie Zink, n.d.).



2.1.1. Why employee communications in hotels is crucial?

The success of your hotel depends on the experience your guests have and their loyalty towards your establishment. This can only be achieved by having well-informed, engaged, enthusiastic, and helpful staff who represent your organization. Their interactions with guests can either make or break their satisfaction and loyalty, especially when it comes to online reviews. Negative reviews from dissatisfied guests can discourage other potential guests from booking with your hotel. Poor employee communication in the hospitality industry can result in a range of negative experiences for guests, such as:

- Staff not receiving important announcements;
- Guest requests being forgotten or lost;
- Time being wasted trying to resolve recurring issues;
- Staff being unaware of important health and safety protocols;
- Staff not being informed about current promotions;
- Staff being unprepared to respond to emergency situations, and some staff members not having access to important information;
- Additionally, when staff members do not feel connected to the company's vision, mission, brand, and goals, it can lead to poor morale, which can result in higher staff turnover and inadequate training (Duncan, 2022)

Furthermore, sharing information between different departments in a hotel can be made effortless with the right tools. Apart from building relationships, sending relevant and timely communications through suitable channels to colleagues in other departments can help keep them informed (Duncan, 2022).

2.2. Technology development in the Hotel Industry.

The hospitality and tourism industries are experiencing rapid innovation, especially in the area of customer interaction. Self-scan and self-check transactions are replacing direct customer interaction, giving clients more control and making them more self-sufficient (Ham, 2005). According to a study conducted at the University of Oxford, by 2033, more than 47% of advanced occupations could be automated (Pullen, 2017). Below are some technological advancements that impact the trends in the hospitality sector (Anon., 2016).

2.2.1. Beacons

Beacons are Bluetooth-enabled poles that communicate with iOS and Android systems to exchange messages between an organization and its guests, similar to a metal detector (Rajath, 2017). Retailers, airports, exhibition halls, and hotels have successfully used beacons, but the hotel industry has been slow to adopt them (Buhalis, 2018). However, some chain hotels have realized that beacons can increase their profits. For instance, Marriott has installed beacons at hotel hotspots like spas, restaurants, and bars (David, 2016). Guests who have the Marriott app on their smartphones receive promotional messages about discounts in spas and restaurants when they pass by the beacons (Anon., 2016).

Marriott Hotels has implemented a different approach to using beacons by placing them near hotel entrances to simplify the check-in process. When guests enter the hotel, the beacons receive data from their phones, allowing hotel staff to greet them by name (Buhalis, 2018). Additionally, beacons near room entrances notify housekeeping staff when guests are not in their rooms (Anon., 2016). The hotel industry is actively exploring other applications of beacons, such as helping guests navigate the hotel or providing information on in-room amenities (David, 2016). Beacons can provide



two-way communication, enabling hotels to collect data on guest behavior (Buhalis, 2018) such as their preferred areas within the hotel and the busiest times for facilities like the gym, pool, and bar. This information can help hotels improve their services and facilities to better cater to the needs and preferences of their guests (Rajath, 2017).

2.2.2. Property Management System (PMS)

In the 1980s, the hotel industry saw the introduction of the first property management system (PMS) (Morosan, 2008). This system was a software application designed to organize the operational aspects of the front office or food and beverage orders. The PMS is a hotel operating system that is widely used in hospitality management (Winata, 2005). It is a computerized system that helps manage properties, equipment, and maintenance through a single program. The software can handle various hotel operations related to guest bookings, reservations, billing, points of sale, debt claims, advertising, events, food-and-beverage stock management, human resources and finance, maintenance administration, quality administration, and other amenities. A PMS can integrate with other third-party software such as central reservation systems, back-office functions, door-locking applications, housekeeping management, pay television, energy management, instant card approval, and channel management systems (Winata, 2005).

Modern property management systems have replaced traditional paper-based methods that were often inefficient and wasteful. The old methods were based on a customer and server model. Nowadays, advanced PMSs support web and cloud technologies and provide services to customers through a service display (Morosan, 2008). The advancement of cloud computing has enabled hotel property management systems to offer additional features, such as online registration, room service, in-room controls, guest-staff communication, and virtual concierges. These features are primarily accessed by guests through their mobile devices or through tools in hotel lobbies and rooms. An effective PMS should provide accurate data on key performance indicators of the hotel business, including the average daily rate, RevPAR, and occupancy rate (Morosan, 2008). In addition to managing food and beverage stocks in the storeroom, a PMS should aid in making purchasing decisions regarding what, how much, and how often to buy. Choi and Kimes conducted a study on hotel booking systems and provided an overview of hotel technologies. They identified the PMS as the hub of all hotel operations and highlighted its usefulness in managing room inventory, guest information, payment details, integration with food and beverage management, and points of sale for streamlined billing and reporting (Choi, 2002).

2.2.3. Mobile Communication

Hotel guests now anticipate registration processes that are driven by innovation (Agag, 2016). Customers expect to be able to perform tasks such as checking in at a kiosk and requesting room amenities using their smart devices, rather than having to wait in a queue (Kasavana, 2011). Due to advancements in digital technology and online networking, guests also anticipate high-quality, personalized connectivity in their hotel rooms (Mitel., 2017). By investing in advanced applications for registration, room service, and other client-managed digital features, hotel administrators are investing in the ability to personalize the hotel experience for guests (Mitel., 2017). These investments allow hotels to display a guest's name on a computerized registration station or show their in-hotel and past purchases at a kiosk, making it easy for guests and employees to access this information.

The concept of having a "pocket concierge" is becoming increasingly popular as it allows hotel staff to provide guests with useful information about entertainment options, transportation, and other administrative details without being tied to their computers or workstations (Agag, 2016). An internal messaging system can be used by employees to send information to the housekeeping or concierge departments regarding late checkouts, special requests, or emergencies. This system allows for two-way communication between staff and administrators, and administrators can use it to communicate with all staff members at different locations within the hotel. Therefore, an internal messaging system provides a cost-efficient means for employees to communicate with each other (Agag, 2016).



2.2.4. Website

Numerous hotels have created their own websites to promote their services and reach out to customers directly (Agag, 2016). Independent hotels that are not part of a franchise chain need to have a booking engine application integrated into their website to enable customers to make room reservations. One benefit of booking directly with hotels is that customers can view the hotel's cancellation policies and are not required to make a deposit or advance payment (Tony, 2013). A content management system supports web-based booking engine applications, which are utilized for various purposes such as advertising, booking rooms, registering complaints, collecting feedback, answering queries, and enabling guests to communicate with hotel staff. Online bookings can decrease the workload of employees since websites are accessible 24/7, eliminating the need for employees to be present in the front office at all times. Additionally, online bookings are more dependable than paper-based bookings and payments.

In addition, the majority of hotel websites feature a section of frequently asked questions (FAQs), which can assist guests in finding answers to their queries online. Online systems provide a practical solution for managing complaints, which is another crucial aspect of hotel management. Guests can also access the hotel's website to learn how to use amenities such as the television and air conditioner, avoiding the need to seek clarification in person, which can be time-consuming (Tony, 2013).

2.2.5. Point of Sale (POS) Systems

A POS (Point of Sale) system is an automated system utilized to simplify and monitor transactions conducted within a business. It can serve multiple functions, such as tracking sales, managing inventory, implementing customer loyalty programs, and other related tasks. To put it simply, a POS system is a tool that helps hotels process and record transactions with their customers (guests). POS systems have become increasingly popular in the hospitality industry, following their widespread use in restaurants and retail stores. These systems simplify the process of collecting payments from guests who make purchases at different points of sale. For example, if a guest books a massage, has breakfast, and then orders a drink, they don't have to pay for everything at once. The POS system automatically adds each purchase to their bill, which they can pay during checkout.

However, a POS Hotel System is not just a simple cash register. It is a highly advanced and complex computerized network consisting of various hardware and software components. This system optimizes different aspects of hotel management, including sales, customer management, marketing, inventory management, employee management, and more. Moreover, a POS Hotel system stores valuable information that can be used for better decision-making and analysis (Jeffery, n.d.).

2.3. The importance of effective communication itself of a Hotel Manager

Effective communication is a crucial factor in the success of any hospitality business. A hotel manager who can clearly and concisely communicate their vision and expectations to their team is more likely to achieve positive results.

In the hospitality industry, two-way communication is essential. It's not enough to simply give instructions to your staff; you must also listen to their feedback and concerns. Understanding the needs and wants of both your team and your guests is key to creating a welcoming and accommodating environment.

Remember that how you communicate is just as important as what you say. The tone and delivery of your message can greatly impact its effectiveness. A confident and well-spoken hotel manager with strong leadership skills is more likely to succeed in this fast-paced and ever-changing industry.

By honing your interpersonal and leadership skills, you can ensure that your hotel runs smoothly and efficiently while providing guests with the best possible experience (Anon., n.d.).

One of the primary goals of hotel management is to ensure guest satisfaction. This involves every aspect of the customer journey, from clear advertising and easy booking processes to seamless check-in and check-out experiences, friendly reception with clear directions, and ongoing support throughout the guests' stay.



To excel in hospitality and tourism management, there are several skills that you should develop. Here are some tips to help you acquire these skills:

- Develop the skill of active listening, which involves not only hearing what the other person is saying but also making an effort to understand their perspective. This skill can be useful in resolving conflicts and ensuring that everyone is in agreement.
- Communicate in a clear and concise manner. When providing instructions or sharing information, use language that is easy to comprehend. This involves avoiding technical terms and using simple language.
- Maintain an open mind. It's crucial to be receptive to new ideas and suggestions from your team. By being open to feedback, you can establish a more productive and efficient hotel operation. Remember that effective communication is a two-way process.
- Show respect. It's essential to maintain a respectful tone in all communication. This will promote a positive work environment and cultivate strong relationships with your team.
- Practice patience. Misunderstandings and miscommunications are inevitable in any workplace. The important thing is to remain calm and work through the issue with the other person until it is resolved (Anon., n.d.).

Effective communication within organizations involves exchanging information with employees and valuing their opinions. This can increase their motivation to fulfill their responsibilities and contribute to the organization's internalization of its vision to achieve its goals. In other words, good communication can connect employees to the organization's strategy and vision more effectively than anything else.

3. METHODOLOGY

This article was created by reviewing previous research and adapting it to improve the current article. It provides reliable and accurate information on various types of organizational communication technologies and effective communication methods. To create this article, more than 10 articles on the topic were studied. Based on the research findings, appropriate proposals and recommendations have been developed to enhance organizational communication. In summary, the study has led to the development of relevant proposals and recommendations based on its results.

4. DISCUSSION

To summarize, as mentioned above, the research revealed that there are several problems in the application of organizational communication technologies, and 6 strong communication tips were recommended for the development of communication methods in the hotel. Adopting these recommended guidelines for communicating with employees in hotels can result in increased guest satisfaction and higher levels of employee engagement.

- **Highlight the significance of effective communication to your staff.** Make sure they understand the importance of being informed and up-to-date with news and updates within the company, as this can help them provide exceptional service to your guests. Foster a company culture that prioritizes communication and encourages employees to take time at the start of their shift to update themselves with any new information. By doing so, you can create a work environment that values communication and promotes better guest experiences.
- **Avoid depending solely on radio communication for all tasks.** Radio communication is frequently overused in the hospitality industry, which can be disruptive and noisy for guests. Additionally, since radio messages can be heard by anyone, they have the potential to broadcast unpleasant information within earshot of guests. Furthermore, employees may become desensitized to the noise and miss important information. It is advisable to limit the use of radio communication to emergency situations only.



- **Adopt digital and mobile communication methods.** Consider investing in a contemporary internal communication system that employs digital channels and can reach non-desk employees through mobile devices. This will ensure that your critical information is received, regardless of what tasks your staff are performing or where they are located. It is essential to communicate with all employees through a hotel communication network to enable them to provide a seamless experience to guests.
- **Employ a variety of communication channels for internal communication.** Utilizing multiple communication channels is a recommended approach for hotel communication. This strategy can reinforce your messaging, leading to better message retention. The more frequently employees are exposed to a message, the more likely they are to comprehend and act on it.
- **Provide uniform employee training and onboarding programs.** Inconsistency in employee training is a significant issue in many organizations, as different managers may have varying approaches and priorities. This can result in an uneven level of knowledge and skill development among the workforce. The problem is particularly evident during onboarding processes, where some employees may be well-prepared while others may struggle to understand their roles. To ensure a seamless guest experience, it is crucial to establish and provide consistent training and onboarding experiences to all staff members.
- **Make sure you can send both urgent and non-urgent communications.** When introducing new internal communication processes, systems, and procedures, it is essential to consider emergency communications. It is crucial to prepare for both immediate and non-immediate communications, enabling you to reach employees promptly during emergencies and when disseminating routine information (Duncan, 2022).

Another important finding is that communication technologies can help improve customer service in hotels. By using technologies such as chatbots, mobile apps, and social media, hotels can provide customers with quick and convenient access to information and services. This can help enhance the customer experience and increase customer satisfaction.

The study also found that communication technologies can help increase operational efficiency in hotels. By using technologies such as property management systems, point of sale systems, and automated workflows, hotels can streamline their operations and reduce the time and resources required to perform routine tasks. This can help hotels save money and improve their bottom line.

5. CONCLUSION

In conclusion, the application of organizational communication technologies in hotel management involves the use of various tools, techniques, and disciplines to manage hotel operations and enhance guest experiences. By leveraging these technologies and disciplines, hotels can improve their efficiency, reduce costs, and provide high-quality services to their guests. As the hospitality industry continues to evolve, it is likely that the role and application of organizational communication technologies in hotel management will continue to expand and evolve as well. However, it is important for hotels to carefully consider the benefits and challenges associated with the use of these technologies and to implement them in a way that is user-friendly, secure, and compliant with relevant regulations. Future research could explore the specific types of communication technologies that are most effective in hotel management and the factors that influence their adoption and use.

References:

1. Adler, R. B. & E. J. M., 2002. *Communication At Work: Principles and Practices For Business and The Professions*. McGraw-Hill, NewYork..
2. Agag, G. & E. M. A. A., 2016. Understanding the determinants of hotel booking intentions and moderating role of habit.. *International Journal of Hospitality Management*, pp. 52-67.
3. Anon., 2016. Hospitality technology lodging industry technology study.. [Online] Available at: <http://htmagazine.com>
4. Anon., n.d. Communication skills in the hospitality industry. [Online] Available at: <https://lesroches.edu/blog/communication-skills-in-hospitality-industry/>



5. Buhalis, D. & L. R., 2018. Smart hospitality—Interconnectivity and interoperability towards an ecosystem.. International Journal of Hospitality Management, pp. 41-50.
6. Choi, S. & K. S. E., 2002. Electronic distribution channels effect on hotel revenue management. Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, 3(43), pp. 23-31.
7. David, K., 2016. Marriott bringing beacons to 500 hotels by the end of 2016.. Geomarketing..
8. Duncan, C., 2022. Improve Communication in the Hospitality Industry - 9 tips. [Online] Available at: <https://www.alert-software.com/blog/communication-in-hospitality-industry>
9. Faruk SEYITOGLU, N. Y., 2015. Organizational Communication in Five Star Hotels and Experienced Problems. International Journal of Science Culture and Sport, p. 15.
10. Ham, S. K. W. & J. S., 2005. Effect of information technology on performance in upscale hotels.. International Journal of Hospitality Management, pp. 281-294.
11. Jeffery, K., n.d. Preno HQ - Hotel Management Software. [Online] Available at: <https://prenoHQ.com/blog/pos-systems-overview-and-why-theyre-important-for-hotels/>
12. Julie Zink, P. a. Z. J., n.d. Organizational Communication. s.l.:s.n.
13. Kasavana, M., 2011. Tablets t-commerce: Innovative guest-facing applications.. [Online] Available at: Hospitalityupgrade.com
14. Mitel., 2017. Top 10 communication trends in hotel technology. [Online] Available at: www.Mitel.com
15. Morosan, C. & J. M., 2008. Users' perceptions of two types of hotel reservation web sites. International Journal of Hospitality Management, 2(27), pp. 284-292.
15. Pullen, R., 2017. Automation of the hotel experience is the future.. [Online] Available at: www.hotelnewsnow.com
16. Rajath, R., 2017. The promise of beacon technology for the hospitality industry.. Lodging Magazine..
17. Sintala, S. K., 2019. INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGY IN THE HOTEL, s.l.: Suraj Kumar Sintala.
18. Tony, S. & T. M., 2013. The marketing role of the internet in launching a hotel: The case of hotel ICON.. Journal of Hospitality Marketing & Management.
19. Winata, L. & M. L., 2005. Information technology and the performance effect of managers' participation in budgeting: evidence from the hotel industry.. International Journal of Hospitality Management, 1(24), pp. 21-39.
20. Rustamovich, Dehganov Burkhan. "FINANCING DOMESTIC TOURISTS AND EXPORT OF TOURISM SERVICES." FAN, TA'LIM, MADANIYAT VA INNOVATSIYA 2.3 (2023): 35-37.
21. Rustamovich D. B. QUALITY AND SAFETY OF PUBLIC CATERING SERVICES IN UZBEKISTAN //European Journal of Life Safety and Stability (2660-9630)(2021/5/23). – C. 19-23.



TURIZM SOHASI ORQALI AHOLI BANDLIGINI TA'MINLASH YO'LLARI

Matkabulova Dilorom Xalilullayevna

“Turizm” kafedrası PhD, dotsent v. b.

Annotatsiya: O'zbekistonda turizm sohasini rivojlantirish maqsadida amalga oshirilayotgan tashabbuslar, turizm sohasida malakali kadrlarni ko'paytirishni talab etadi.

Kalit so'zlar: Ta'lim sohasi, oliy ta'lim tizimidagi islohotlar, malakali kadrlar, ijtimoiy soha, raqamli texnologiyalar, ta'lim platforma, oliy o'quv yurtlari, dunyodagi yetakchi universitetlar, xorijiy universitetlar.

Abstract: Initiatives implemented in Uzbekistan through the development of the tourism sector require the increase of tourism qualified personnel.

Key words: Educational sector, processes in the higher education system, qualified personnel, social sector, computer technologies, educational sector, platform of higher education institutions, platform of higher education institutions, top-level universities, universities.

Аннотация: Реализуемые в Узбекистане инициативы по развитию туристической сферы требуют увеличения количества квалифицированных кадров в сфере туризма.

Ключевые слова: Образовательный сектор, реформы системы высшего образования, квалифицированные кадры, социальная сфера, цифровые технологии, образовательная платформа, высшие учебные заведения, ведущие университеты мира, зарубежные университеты.

Turizm sohasi orqali aholi bandligini oshirish uchun olib borilayotgan islohotlarning natijasi tez orada bilinmasligi mumkin, ammo bu bo'yicha kompleks o'zgarishlarning olib borilishi o'z navbatida uzoq muddatli iqtisodiy o'sishga ta'sir ko'rsatishi tabiiydir. Bunda har bir davlat o'zining xususiyatlaridan kelib chiqqan holda chora tadbirlarni ishlab chiqishlari talab etiladi, bu ularning aktivlari hisoblanadi, bu aktivlarga tarixiy obidalar, ziyoratgoh joylar, xushmanzara tabiat qo'ynidagi turli xil joylar, milliy taomlar, festivallar va hokazolar kirishi mumkin.

Turizm sohasi orqali aholi bandligini ta'minlash uchun dastlab turistlar oqimini yaxshilash lozim, bundan avval esa turistlarni sayohat qilishga undovchi sabab va motivlarni o'rganib chiqamiz.

Sayohat qilish motivatsiyasi turli kontekst va madaniyatlarda o'zgaruvchan bo'lib, bir turistni boshqasidan ajratib turadigan elementni aniqlash qiyin hisoblanadi. Krompton turizm psixologiyasi sohasida odamlarni ta'tilga chiqishga undaydigan omillarni ikkita makro toifaga ajratdi.

- sayohat qilish istagini tushuntiruvchi turtki omillar;
- maqsadni tanlashni tushuntiruvchi jalb qilish omillari.

Ushbu tasnifga ko'ra, ta'tilni tanlashda ikki xil jihat o'ynaydi va ba'zan ziddiyatli ham hisoblanadi: psixo-ijtimoiy bu yerda muallif sayohat qilish uchun yetti motivatsiyani aniqlaydi:

- kundalik hayotdan va uning atrof-muhitidan qochish;
- o'zini o'zi qidirish va baholash;
- jismoniy va ruhiy yengillik, hashamat uchun,
- oilaviy munosabatlar va do'stlikni yaxshilash va mustahkamlash;
- ijtimoiy munosabatlarni osonlashtirish.
- "moddiy narsalar", bayramning iqtisodiy imkoniyatlari va madaniy-geografik elementlarini nazarda tutadi.

Ushbu muammolar ta'tilni tanlash jarayonida bir-biriga ta'sir qiladi. Turtki omillar ijtimoiy-psixologik xarakterga ega bo'lib, shaxsning ichki ehtiyojlari bilan bog'liq. Ularning orasida asosiy omil stress va kundalik cheklovlardan "qochish" istagi kabi ko'rinadi.

Jalb qilish omillar o'rniga ma'lum bir maqsadning jozibali elementlarini anglatadi. Bu, odatda, dam olish va sayohat yo'nalishlarini sinchkovlik bilan tanlaydigan va oraliq bosqichlarga e'tibor qaratgan sayyohlarda namoyon bo'ladi, masalan, dunyoqarashni kengaytirish imkoniyatlari.

Sayyohlarni odatda ma'lum bir sayohat tanloviga undaydigan sabablarni topish uchun ko'plab tadqiqotchilar kundalik hayotdan va jamiyat keltirib chiqaradigan muammolardan "qochish" sayohatni



tanlashda takrorlanadigan element ekanligini ta'kidlaydilar. Bunday holda, bayram kundalik hayotda (quyosh, dengiz, dam olish, o'yin-kulgi va boshqalar) seziladigan ba'zi ehtiyojlar va kamchiliklarga nisbatan kompensatsiya rolini bajaradi. Shu bilan bir qatorda, bu yil davomida qilgan ishlari uchun odamlarni mukofotlash usuliga aylanadi: bu tanlov orqali har bir kishi o'zini boshqalardan ajratib turishiga e'tibor qaratishadi. Va nihoyat, shuni ta'kidlash kerakki, ko'pincha sayohat qilish motivatsiyasi tanlangan ta'til turiga bog'liq. Masalan, turizmning ayrim turlari bilan bog'liq bo'lgan ba'zi sabablarni ko'rib chiqishimiz mumkin.

- fiziologik: sog'lomlashtirish turizmi, sport turizmi;
- chalg'ish: kundalik hayotdan chalg'ish turizmi;
- madaniy: madaniy, tarixiy, badiiy turizm va boshqalar;
- ekologik: ekoturizm va boshqalar;
- hashamat: elita turizmi, bir xil ijtimoiy sinf yoki undan yuqori toifadagi odamlar uchun;
- kashfiyot: sarguzasht turizmi, piyoda sayr qilish va boshqalar.

"Turistning ehtiyojlari odamlarning oddiy hayotdan qochib ketishini his qilishlari zaruratidan kelib chiqadi, shuning uchun kundalik hayot bilan solishtirganda yetarlicha idrok qilinadigan uzilishlar va qaytish istiqboliga nisbatan asosli shubhalar paydo bo'ladi". Shu nuqtayi nazardan, ushbu motivatsiyalarni ikki sinfga bo'lish mumkin:

- o'yin-kulgi, o'yin-kulgi va dam olishni qidirishda yuzaga keladigan bo'sh vaqt motivlari yoki istaklari;
- bilim, o'rganish, yangilik izlashda yuzaga keladigan madaniy motivlar yoki istaklar.

Insoniyatning butun tarixi davomida odamlar san'at, savdo va migratsiya orqali madaniy tajriba, g'oyalar, qadriyatlar va tovarlar almashishgan. Odamlarning madaniy o'zini namoyon qilishlari doimo qiziqish uyg'otadi. Turistning dunyoning turli burchaklariga nisbatan tabiiy izlanuvchanligi eng kuchli turistik motivlardan birini tashkil qiladi. Sayyohlar tashrif buyuradigan obyektlar ularning ma'naviy boyishi, dunyoqarashi kengayishiga xizmat qilmoqda.

Mamlakatning tarixiy va madaniy salohiyati turizmning asosiy omillaridan biridir, chunki:

- 1) Turistlarni jalb qilishning muhim vositasi, sababi tarixiy-madaniy meros bilan tanishish turistik motivlarning eng kuchli rag'batidir;
- 2) madaniy va tarixiy meros obyektlari zamonaviy shaharlarning muhim boyligi bo'lib, ular foyda keltirishi va ularning iqtisodiy rivojlanishiga sezilarli ta'sir ko'rsatishi mumkin;
- 3) Ijtimoiy sohada mavsumiy tebranishlarni tenglashtirish va turistik oqimlarni hududda bir tekis taqsimlashda katta ahamiyatga ega;
- 4) Bu mintaqaning qulay imidjini yaratadi, tarixiy va madaniy merosning "brendini" yaratadi, bu esa turistik maydonda yetakchilikni qabul qilishning samarali vositasi sifatida ishlatiladi.

Va nihoyat, madaniy-tarixiy markazlar nafaqat hududga daromad keltirmoqda, balki mahalliy aholining noyob merosi bilan faxrlanishlariga zamin yaratadi va uni sayyohlar bilan baham ko'rish imkonini beradi. Deyarli har qanday ma'lumotni bosma nashrlar, badiiy adabiyot va boshqa manbalardan olish mumkin bo'lsa-da, tarixiy haqiqat eskirmaydi: "Rasm ming so'zga arziydi". Mintaqaning madaniy salohiyati uning tarixiy merosida namoyon bo'ladi. Noyob tarixiy obyektlarning mavjudligi mintaqada turizmning muvaffaqiyatli rivojlanishini oldindan belgilashi mumkin. Turistik motivlarning eng kuchli rag'batlantiruvchisi bo'lgan tarixiy-madaniy turizm turistlarni jalb qilish resurslarini kengaytirishga ham yordam beradi. Turistik xarajatlar tufayli shahar iqtisodiyotiga qo'shimcha pul keladi. Viloyatga kelayotgan sayyohlar sonining ortib borayotgani, shubhasiz, turistik mahsulotlar ishlab chiqarish hajmining oshishiga, turistik markazda faol iste'mol bozorining shakllanishiga va mahalliy turistik industriyaning sarmoyaviy jozibadorligi oshishiga sabab bo'lmoqda. Turistlar talabidan kelib chiqqan holda turistik mahsulotni ishlab chiqarish va sotish hajmining ortishi turizm industriyasining yangi obyektlarini (mehmonxonalar, umumiy ovqatlanish korxonalari, hordiq chiqarish va ko'ngilochar joylar) yaratishga, mavjud obyektlarni modernizatsiya qilish va ishlab chiqarish samaradorligini oshirishga olib keladi. Mahalliy turistik industriya korxonalari sonining ko'payishi turizm sohasida band bo'lgan mehnat resurslari hajmini oshirishni taqozo etadi, bu esa ko'plab ayollar va yoshlarni ish bilan ta'minlash imkoniyatini yaratadi. Mavsumiy tebranishlarni tekislash va hududda turistik oqimlarni bir tekis taqsimlash tarixiy-madaniy turizm o'zgarmas kompensator bo'lib, hududning alohida qismlar-



ining iqtisodiy rivojlanishining notekisligini hal qiladi. Bu qoloq hududlarni ilg'or sanoat rayonlari darajasiga ko'tarish imkonini beradigan iqtisodiy, transport, kommunal va boshqa faoliyat turlarining paydo bo'lishi va kengayishiga yordam beradi. Tarixiy va madaniy meros tufayli mintaqada bozorda o'ziga xos obro'ga ega bo'lishi mumkin. Madaniyat elementlari va omillari tumanning turistik imkoniyatlari to'g'risidagi ma'lumotlarni tarqatish kanallari bo'lishi mumkin. Turizmni rivojlantirishning muvaffaqiyati nafaqat moddiy bazaga, balki tarixiy va madaniy merosning o'ziga xosligiga ham bog'liq.

Xalqaro Savdo Markazi (ITC) - Jahon Savdo Tashkiloti va Birlashgan Millatlar Tashkilotining qo'shma agentligi, savdoni qo'llab-quvvatlash institutlari va siyosatchilarga hamkorlar bilan barqaror va inklyuziv rivojlanish yechimlarini taqdim etish orqali rivojlanayotgan va o'tish iqtisodiyoti davridagi mamlakatlarda kichik biznes eksporti muvaffaqiyatini ta'minlashdan iborat bo'lgan vazifalarga e'tibor qaratadi. Inklyuziv turizm dasturi turizm industriyasining rivojlanish va qashshoqlikni kamaytirishga hissa qo'shish salohiyatini oshirish maqsadida tashkil etilgan. U turizmning salbiy ta'sirini kamaytirishga qaratilgan bo'lib, buning o'rniga turistik yo'nalishlarda va ularga tutash joylarda yashovchi mahalliy zaif erkaklar va ayollar va turizm sektori o'rtasidagi aloqalarni kuchaytirishga qaratilgan. Dastur inklyuziv turizm biznes modellarini yaratadigan, manfaatdor tomonlarning hamkorligini va mahalliy ishlab chiqaruvchilar va xizmat ko'rsatuvchi provayderlarni turizm ta'minoti zanjiriga qo'shadigan tadbirlarni rag'batlantiradi. Bu mahalliy ishlab chiqaruvchilar va xizmat ko'rsatuvchi provayderlarga zarur tovar va xizmatlarni yetkazib berish imkonini beradi va xaridorlarga mahalliy ishlab chiqaruvchilar bilan barqaror hamkorlikni rivojlantirish ko'nikmalarini beradi. Dastur potensial mahalliy ta'minot imkoniyatlarini baholaydi va bozorlarga kirishni osonlashtiradi, shu bilan tashqi yetkazib beruvchilardan import qilinadigan mahsulot va xizmatlar miqdorini kamaytiradi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Crompton, J.L. (1979). Motivation for pleasure vacation. —Annals of Tourism Research, 6, 409-424.
2. Wasche, H., Woll, A. (2010). Regional Sport Tourism Networks: a conceptual framework. Journal of Sport&Tourism, 15(3), 191-214.
3. United Nations World Tourism Organization (UNWTO) (2012). World Tourism Barometer, 10/March.
4. Zhao, W.; Ritchie, J.R.B. Tourism and Poverty Alleviation: An Integrative Research Framework. —Curr. Issues Tour. —2007.10.119.
5. Zagnoli, P., Radicchi, E. (2011). Sport Marketing e Nuovi Media /Sport Marketing and New Media/. Milano: Franco Angeli.
6. <https://factory.dev/blog/travel-tourism-mobile-app>
7. <https://www.trt.net.tr/uzbek/turk-dunyosi/2019/02/22/buxoroda-o-tayotgan-birinchi-ziyorat-turizmida-tashrif-buyuru-vchilar-soni-ortmoqda-1150771>



MUNDARIJA

1-ШУЪБА

ЎЗБЕКИСТОНДА SMART-ТУРИЗМНИ ЗАМОНАВИЙ ПРИНЦИПЛАРИ АСОСИДА РИВОЖЛАНТИРИШ ВА БУНДА ХОРИЖ ТАЖРИБАСИДАН ФОЙДАЛАНИШ

Ўзбекистонда Smart-туризмни ривожлантириш истиқболлари.....	5
Шарипов Конгратбай Аvezимбетович	
Рақамли инновацион технологиялардан туризмда самарали фойдаланиш йўллари	7
Эшов Мансур Пулатович	
Туристтик кластерларнинг технологик платформасини ишлаб чиқиш.....	10
Абдурахмонова Гулнора Каландаровна	
Tourism Development in Uzbekistan: Comprehensive Analysis of Current Trends and Future Prospects	13
Zufarova Nozima Gulamiddinova	
Қорақалпоғистон Республикасида туризм соҳасининг янги йўналишларини ташкил этиш имкониятлари	17
Эштаев Алишер Абдуғаниевич, Хошимов Бахром Бахадирович	
Ўзбекистонда тоғ туризмнинг ривожлантириш йўналишлари	20
Ахмедов Икром Акрамович	
Туристтик-рекреацион ресурслари юқори бўлган минтақаларда кластерларни ташкил қилиш механизмлари.....	24
Норчаев Асатулло Норбўтаевич	
Развития smart туризм в Узбекистане.....	28
М. Т. Алиева	
Smart Tourism Analysis and Future Trends.....	31
Sayyora Safaeva	
Opportunities for Developing Smart Tourism and Foreign Experience in Uzbekistan	34
N. Sh. Kabilova	
O'zbekiston turizmida XXR bozori va bunda smart turizmning o'rni	37
Temur Mirzayev	
Смарт-туризм: зарубежный опыт и перспективы его применения в Узбекистане.....	42
Хушназарова М. Г.	
Development of Smart Tourism in Uzbekistan	45
Narzullaeva Umidakhon, Abzalova Nozima	
O'zbekistonda turizm xizmatlari sohasining aholi bandligiga multiplikativ ta'siri	48
To'rabekov Sohibjon Sherboy o'g'li	
Smart-turizmni xorijiy tajribalar asosida rivojlantirish istiqbollari.....	53
Isroilov Xusanboy Ibrohimjon o'g'li, Nishonboyev Doniyor Erkinjon o'g'li	
Smart-turizm: xorijiy tajriba va uni O'zbekistonda qo'llash istiqbollari.....	55
Ulugboyeva Ezozahon Inomjanovna	
O'zbekistonning Smart-turizm salohiyatini jahon turizm bozorida targ'ib qilishning zamonaviy marketing strategiyalari.....	58
Fayyoza Ahmedova Rashidovna	
Modern Trends in the Development of Tourism and the Experience of Foreign Countries in the Application of Smart Innovations in Personnel Training.....	62
Iskandarova Nargiza Mashrabjonovna	



The Main Role of Smart – Tourism in Modern XXI Century Uzbekistan as an Example.....	65
Narzullayeva Fariza Akmalevna, Saydaliyeva Feruza Bakhtiyorovna	
How Does Smart Tourism Support Sustainable Tourism Development: the Case of Uzbekistan	67
Khusniddin Egamnazarov	
Appearances, Classification and Application of Smart Tourism.....	70
Akhmadjanova Mukhtasarkhan Anvar qizi, Sharifboyeva Fazilatxon Odilbek qizi, Dadamirzayev Sarvarbek Ulug'bek o'g'li	
Фарғона водийсининг қишлоқ аҳоли пунктларида агротуризмни ривожлантиришнинг стратегик режасини ва смарт-технология концепциясини ишлаб чиқиш бўйича услубий ёндашувлар.....	74
Жумабаева Дилафруз Тожиidinovna	
Butun jahon smart turizmi bozorining rivojlanish xususiyatlari.....	78
Ravshanov To'g'li Gulmurodovich	
Основные тенденции развития смарт туризма в условиях цифровой экономики в Республике Узбекистан.....	81
Салиева Екатерина Сергеевна	
Развитие Смарт-туризма в Узбекистане на основе современных принципов и использования зарубежного опыта	84
Ахмеджанова Ирада Усмановна, Халилова Нодира Абдухамид кизи	
Будущая роль Смарт-туризма на мировом туристическом рынке.....	88
Уралова Матлюба Ахоровна	
Проблемы и перспективы развития Smart-туризма в Узбекистане.....	95
Очилова Хилола Фармоновна, Раимова Севара Ойбековна	
Перспективы развития Смарт-туризма в Республике Узбекистан на основе современных технологий и использования зарубежного опыта	102
Рустамов Абдор Равшан угли	
Перспективы развития зелёного смарт туризма в Республики Узбекистан.....	106
Расулова Нигора Юсуповна	
Перспективы развития смарт туризма в Узбекистане на основе современных принципов	110
Сайфутдинов Шухратжон Султонович, Рахимова Дилфуза Мирзакасимовна	
Перспективные направления развития смарт туризма в Узбекистане	113
Гузал Шеровна Хонкелдиева	
Развитие культурного Смарт-туризма в Узбекистане, с использованием опыта зарубежной компании «POLYMEDIA»	116
Караева Алёна Викторовна	
Turistik xizmatlar bozorini shakllantirishning rekreatsion dinamikasi.....	118
Bahrieva Zarina Nasimovna	

2-ШУЪБА

SMART-ТУРИЗМИНИ ТАШКИЛ ЭТИШНИНГ АСОСИЙ ХУСУСИЯТЛАРИ

Main Features of Smart Tourism Organization.....	121
Narzullaeva Umidakhon	
The Role Smart-City Infrastructure in the Tourism and Architecture	124
Mukhlisa Akromova Saydimukhtor qizi	
The Main Components of the Development of “Smart” Tourism in the Region	130
Agzamova Nargiza Gapurovna	
Туризм соҳасида рақамли технологиялар орқали смарт туризмни ташкил этишнинг асосий хусусиятлари	135
Ҳамдамов Амриддин Ҳамдам ўғли	



Минтақа туризмни ривожлантиришда хизмат кўрсатиш корхоналарининг Smart-ахборот моделлари асосида ривожланиши	140
Ш.Х.Мухитдинов	
Analysis of Cases of Use of Smart Technologies in Tourism and Hotel Enterprises.....	146
Hamidova Muxtasarxon Iqboljon qizi, Egamberdiyev Sirojiddin Sattor o'g'li	
Tarixiy shaharlarda turizmni rivojlanishida raqamli texnologiyalarning o'rni.....	152
Ro'zibayeva Zulayho Baxrombek qizi	
Turizm sohasi rivojlanishida Smart-turizmning o'rni	159
Dadamuxamedova Mushtariy Maxmudjon qizi	
Mamlakatimizda turizm sohasini raqamlashtirish va boshqarishni takomillashtirish	162
Mardiyev Bunyod Sirojiddin o'g'li	
Development of Smart Tourism in Uzbekistan Based on Modern Principles and Using Foreign Experience	165
Gulrukh Yusupova, Nilufarkhon Ashuralieva	
Jizzax viloyatining ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishida turizmning ahamiyati va roli: yangicha Smart yo'nalishlar va mexanizmlar	168
Aynakulov Muxitdin Abduxamidovich	
The Role of Smart Technologies in the Development of Agrotourism.....	172
Yoriyeva Farangiz Murodilloyevna	
Turizmning rivojlanishini barqarorlashtirishda prognozlashning mohiyati va obyekti.....	175
Axmadjanova Muxtasarxon Anvar qizi, Dadamirzayev Sarvarbek Ulug'bek o'gli, Sharifboyeva Fazilat Odilbek qizi	
The Main Trends in the Development of Digital Tourism in Uzbekistan.....	181
Ismailova Sayyora Ulugbekovna	
Jahon ziyorat turizmi obyektlarining turizm rivojlanishiga ta'siri	186
Karimova Maftuna Komiljon qizi	
The Future of Smart Tourism: Transforming Travel Experiences	191
Nurmukhammad Oppokkxonov	
Sayyohlik yo'nalishlariga tashrif buyuruvchilar uchun aqlli texnologiyalarning ahamiyati	193
To'xtayeva Xurshida Farhodovna	
O'zbekistonda Smart-turizmni rivojlantirish choralari.....	200
Raximova Dिल्фуза Mirzakasimovna	
Exploring Smart Tourism: Lessons From Abroad and Opportunities for Uzbekistan	206
Nasiba Mukhtorova, Zohid Askarov, Angelo Battaglia	
Smart Tourism: Pros, Cons and Potential Future Development.....	215
Baratov Asadbek	
Turistik destinatsiyalarni boshqarish orqali turistik mintaqalarni rivojlantirish.....	218
Toirova Nozima Miraxmad qizi	
Hududlarda turizm sohasini rivojlantirishning multiplikativ samarasi	221
Karshiyev A. A.	
Основные компоненты развития смарт туризма в Ташкентском регионе: перспективы и вызовы	223
Зиёвиддинова Тарона Ойбек кизи	
Инновационные тенденции применения умных технологий в развитии туризма и гостиничного бизнеса.....	226
Мусаева Сайёра Абдихитовна	
Цифровизация как важнейший двигатель индустрии туризма	234
Д. Абидова	



Путешествие будущего: формирование и инновационное развитие направления Смарт-туризм	239
Курашева Валерия Олеговна, Ивонина Наталья Викторовна	
Основные особенности организации смарт-агротуризма в Узбекистане.....	241
Анваров Нодир Аллаёрович	

3-ШУЪБА

ЎЗБЕКИСТОННИНГ SMART-ТУРИЗМ САЛОҲИЯТИНИ JAҲОН ТУРИЗМ БОЗОРИДА
ТАРҒИБ ҚИЛИШНИНГ ЗАМОНАВИЙ МАРКЕТИНГ СТРАТЕГИЯЛАРИ

Enhancing Marketing Strategy for the Development of Mountain Tourism.....	255
Mavlanov Golibjon Mahammad o'g'li	
Smart Destination Management: Challenges and Practices	258
Nurmukhammad Oppokkhonov	
O'zbekistonda qishloq turizmining shakllanish va rivojlanishi.....	260
Usmonov Sardor	
Фарғона водийсида туризм соҳасини ривожлантиришнинг ҳудудий дифференциал хусусиятлари	263
Максумов Азизхон Нодиржон ўғли	
O'zbekistonda turizmni rivojlantirishning jahon tajribasi muammo va istiqbollari	268
Aynaqulov Xusniddin Abduxamidovich, Teshayeva Farida Shuxrat qizi	
Hududlarda Smart-turizmni rivojlantirishda xorij tajribasini qo'llash istiqbollari	271
Islomova Dilrabo Salomovna	
Consideration of Positive and Negative Impacts of Smart Tourism on Destination Branding, Case of Uzbekistan.....	274
Ms. Yulduz Yakubova	
Analysis of the State of Use of Smart Technology in Hotels.....	276
Uralova Dilbar Anorbayevna, Egamberdiyev Sirojiddin Sattor o'g'li	
Hududlarda smart turizmni rivojlantirishda xorij tajribasini qo'llash istiqbollari.....	281
Islomova Dilrabo Salomovna	
Smart-turizmni tashkil etishning asosiy xususiyatlari	284
Uralova Matlyuba Axrorovna	
O'zbekistonning iqtisodiy rivojlanishida turizm sohasining o'rni.....	286
Matchanov Azizbek Umirbek o'g'li	
Mehmonxona xo'jaligida yashil texnologiyalarni joriy qilish.....	289
Xakimova Nargiza Axadjon qizi	
Mamlakatimizda Smart-turizmni rivojlantirish masalalari va iqtisodiyotda tutgan o'rni.....	293
Xomidov Mirodiljon Xasanboy o'g'li, Nishonboyev Doniyor Erkinjon o'g'li	
Dam olish turizmida Smart parklarning o'rni	295
Shaymanova Nigora Yusupovna	
Rekreatsiya turizmni rivojlantirishda Smart texnologiyalardan foydalanish	297
Shaymanova Nigora Yusupovna	
Smart Tourism: Foreign Experience and Prospects for Its Application in Uzbekistan.....	299
Avezova Nilufar	
Использование BIG DATA и AI для реинвентаризации маркетинга туризма в Узбекистане: новые перспективы в глобальной конкуренции.....	304
Турабекова Фарангиз Наримонбек кизи	
Проблема в смарт туризме	310
Аскаралиева Муштарий Баходировна	



Смарт туризм в Узбекистане: новые подходы и современные решения	313
Узганбаева Дилноза Тохтасиновна	
Смарт туризм в Узбекистане: новые возможности и вызовы.....	315
Бекмурадова Лайло Турсунматовна	
Влияние цифровых технологий на развитие туристского рынка в Узбекистане	323
Мустаева Шохида Саъдуллаевна	

4-ШУЪБА

ТУРИЗМ ВА ТАЪЛИМ: ШАРТ-ШАРОИТИ ВА ИСТИҚБОЛЛАРИ

Таълим туризми тушунчаси моҳияти ва уни ривожлантиришнинг хориж тажрибалари	327
Саъдуллаева Гулноза Содиқ қизи	
Toshkent viloyatida agroturizm obyektlarini rivojlantirish va kadrlar salohiyatini oshirish istiqbollari.....	330
Jo'rayeva Nargiza Abduvohidovna	
Smart-turizm faoliyatini boshqarish jarayoniga yondashuvlar	337
Mirzayev Abdullajon Topilovich	
Ilmiy faoliyani rivojlantirishda ta'lim tashkilotlaridan maqsadli foydalanish.....	341
Mirzaliyev Sanjar Maxamatjon o'g'li	
Turistik xizmatlarning reklamasini amalga oshirishda ijtimoiy tarmoqlarning ahamiyati	349
O. A. Norbo'tayev	
Ta'lim turizmining mohiyati va uni O'zbekistonda rivojlantirish imkoniyatlari.....	351
Jiyanov Uktam Panjievich	
Smart Tourism and Education: Conditions and Prospects in Uzbekistan	354
Gulrukh Yusupova, Sabina Turakulova	
Uzbekistan: Theory and Practice of Personnel Training for Tourism	361
Ochilova Hilola Farmonovna	
Marketing strategiyalarini qo'llash orqali mamlakat turizm bozorini rivojlantirish istiqbollari	365
Nurfayzieva Moxinur Zayniddinovna	
Turistik mahsulotlar shakllanishi bo'yicha nazariy yondashuvlar va narxlar tahlili	372
Imomov Sanjar Muxammadievich	
Mehmonxona sohasida Big Data texnologiyalarini qo'llash	376
Shermakhmadova Zarina Shavkat qizi	
Promoting Environmental Entrepreneurship And Innovation in a Green Economy.....	379
Embergenova Anjim Aydosbaevna	
Turizm xizmatlari eksportini oshirishda innovatsion marketing va raqamli texnologilayar ta'siri	381
Bakhromov Akmal Abduvahid o'g'li	
Samarali marketing strategiyalari orqali O'zbekistonni raqobatbardosh turizm yo'nalishi sifatida jonlantirish	385
Xusniddinova Munavvar Sur'at qizi	
O'zbekistonda Smart-turizmni zamonaviy prinsiplari asosida rivojlantirish va bunda xorij tajribasidan foydalanish.....	388
Tojiboyev Toxirjon Zoxirjon o'g'li	
Mehmonxona va xizmatlar bozorini takomillashtirish, mehmonxonalarda Smart mehmonxona xizmatlarning tizimini joriy qilish	391
Mansurov Zokir Xusanovich	
Туризмни қўллаб-қувватлаш жамғармасининг соҳа ривожини молиялаштиришдаги аҳамияти.....	394
Примова Нигора Икром қизи	



Turizm – dunyo madaniyatiga ko'prik.....	397
Abdullayeva Nilufar Sultanbayevna	
Key Features of Digital Advertising Development in Tourism in Uzbekistan	399
Mirziyo Sodikov Odiljon ogli	
Xizmat ko'rsatish tarmoqlarida turizm va bank xizmatlarini bog'liqlilari	404
Xakimov Zoxid Norbo'tayevich	
Innovative Management in Smart Tourism: a Digital Economy Imperative for Tourist Enterprises	406
Mamanov Mukhammadamin	
The Role of The Capacity of Service Personnel in the Organization of the Quality Service Process in Hotel Enterprises.....	409
Rakhmonova Nigina Anvarovna	
Развитие умного туризма – перспектива кадров в сфере туризма.....	412
Бухарова Нигора Газиевна	
Состояние гостиничного бизнеса в Самарканде и важность его развития	415
Мардонова Дилрабо Ширинбоевна	
Организационно-экономический механизм развития туристических комплексов	418
Хомидов Қаххорали Қурбонали ўғли	
5-ШУЪБА	
ҚОРАҚАЛПОҒИСТОН РЕСПУБЛИКАСИДА ТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ТЕНДЕНЦИЯЛАРИ	
Қорақалпоғистон Республикасида туризмни ривожлантириш имкониятлари.....	422
Эштаев Алишер Абдуганиевич, Маткаримов Жаҳонгир	
Вопросы развития Smart-туризма в Республике Каракалпакистан	425
Абдувахидов Абдумалик Махкамович	
Qoraqalpog'istonning o'ziga xos madaniy va tarixiy merosi.....	427
Xoshimov Baxrom Baxadirovich	
O'zbekistonda ziyorat turizmini rivojlantirish istiqbollari.....	429
Matkabulova Dilorom, Abdug'aniyev Toxirjon	
Соғломлаштириш туризми фаолиятини бошқаришда туристик кластерларни шакллантириш механизмларини баҳолаш.....	432
Ғофуров Азизбек Умаржонович	
Qoraqalpog'iston Respublikasining o'ziga xos ekologik merosi	435
Xoshimov Baxrom Baxadirovich	
Qoraqalpoq o'lkasi turizm istiqbollari.....	437
Dehqonov Burxon Rustamovich	
Implementing Smart Tourism Strategies in Karakalpakstan.....	439
Mukhanov Murod Mukhan ugli	
Qoraqalpog'iston Respublikasi turizm sektoridagi integratsiyaning nazariy asoslari	442
Xalimova Fayyoza Nafasovna	
Qoraqalpoqiston Respublikasida turizmni rivojlanish yo'llari	445
Xushnazarova Maxzuna Gulamjonovna	
Turistik hududlarda turizmning barqaror rivojlanish konsepsiyalariga yondashuvlar	452
A. Asraqulov	
Минтақада туризм соҳасини бошқаришнинг ўзига хос хусусияти	455
Ембергенова Анжим Айдосбаевна	



Perspectives for the Further Development of Smart Tourism in Uzbekistan	460
Akhunova Shokhistakhon Nomanjanovna, Askarov Farhod Rakhmatovich	
Қорақалпоғистон Республикаси ички туризм йўналишлари.....	465
Н. А. Норчаев	
Qoraqalpog'iston Respublikasida turizmni rivojlantirish tendensiyalari	467
Islamova Qunduzxon Ikromboy qizi	
Тенденции развития Смарт-туризма в Республике Каракалпакстан	469
Очилова Х. Ф., Нагметуллаев А. А.	
Тенденции развития зеленого туризма в Республике Каракалпакстан.....	472
Расулова Нигора Юсуповна	
Перспективы развития смарт туризма в Республике Каракалпакстан	475
Косбергенова Нурзия Кудайбергеновна, Независимый исследователь	
Role of social media in promoting Sustainable Tourism in Uzbekistan	477
Ms. Nigina Kurbonova, Dr. Shalki	
Jahonda ta'lim turizmining rivojlanish tendensiyalari	487
Uktam Jiyanov, Maksudova Shahlo	
Hududiy turizm rivojlanishining iqtisodiy samaradorligini oshrishda "Smart-turizm" xizmatlaridan maqsadli foydalanish	490
Dustmurodov Orifjon Ismatilloevich	
The role of tourism industry in the country's economy	497
Gofurova Vasila Odiljon qizi	
Tourism Impacts GDP Growth (and Decline).....	500
Gofurova Vasila Odiljon qizi	
Smart turizm texnologiyalarining sayyohlarning xatti-harakatlari, sayohatdan qoniqishlari va baxtli his qilishlariga ta'siri	503
Munajat Isakdjanova Inog'omovna	
Sayohat va turizm rivojlanish indeksi	507
Raxmonova Nilufar Yorqinovna	
O'zbekistonda smart turizmni rivojlantirish imkoniyatlari	512
Kamoliddin Jahongirov	
Xalqaro turizm bozorida ta'lim turizmining o'rni va rivojlanish xususiyatlari	514
Ominaxon Ababaxriyeva, Kamoliddin Jahongirov	
Functional composition of irrealis	517
Ochilova Noila Farmonovna	
Turizmga innovatsiyon texnologiyalarni joriy qilish mohiyati	519
Po'latov Ma'murjon Murodjon o'g'li	
Xizmat ko'rsatish tarmoqlari iqtisodiyotida zamonaviy logistika tizimlari mohiyati	521
Xasanov Sarvar Ulug'bek o'g'li	
Using Innovative Technologies in Hotels as a Factor of Sustainable Development of Tourism Industry	524
Sayfutdinov Shuxratjon Sultonovich, Egamberdiyev Sirojiddin Sattor o'g'li	
Turizm sohasi orqali aholi bandligini ta'minlash yo'llari	532
Matkabolova Dilorom Xalilullayevna	

Jurnal sayti: <https://yashil-iqtisodiyot-taraqqiyot.uz>

Yashil

IQTISODIYOT va TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, siyosiy, ilmiy, ommabop jurnal

Ingliz tili muharriri: Feruz Hakimov

Musahhih: Xondamir Ismoilov

Sahifalovchi va dizayner: Iskandar Islomov

2023. Maxsus son

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Yashil iqtisodiyot va taraqqiyot" jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar ma'sul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelamasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

Mazkur jurnalda maqolalar chop etish uchun quyidagi havolalarga maqola, reklama, hikoya va boshqa ijodiy materiallar yuborishingiz mumkin.

Materiallar va reklamalar pullik asosda chop etiladi.

El.Pochta: sq143235@gmail.com

Bot: [@iqtisodiyot_77](https://t.me/@iqtisodiyot_77)

Tel.: 93 718 40 07

Jurnalga istalgan payt quyidagi rekvizitlar orqali obuna bo'lishingiz mumkin. Obuna bo'lgach, [@iqtisodiyot_77](https://t.me/@iqtisodiyot_77) telegram sahifamizga to'lov haqidagi ma'lumotni skrinshot yoki foto shaklida jo'natishingizni so'raymiz. Shu asosda har oygi jurnal yangi sonini manzilingizga jo'natamiz.

"Yashil iqtisodiyot va taraqqiyot" jurnali 03.11.2022-yildan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Adminstratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan №566955 reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan.

Litsenziya raqami: №046523. PNFL: 30407832680027

Manzilimiz: Toshkent shahar, Mirzo Ulug'bek tumani
Kumushkon ko'chasi, 26-uy.



Jurnalning ilmiyligi:

"Yashil iqtisodiyot va taraqqiyot" jurnali

O'zbekiston Respublikasi
Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar
vazirligi huzuridagi Oliy
attestatsiya komissiyasi
rayosatining
2023-yil 1-apreldagi 336/3-
sonli qarori bilan ro'yxatdan
o'tkazilgan.