

Shuningdek, raqamli platformalar orqali bronlash, elektron to'lov, virtual gid va AI asosida personallashtirilgan tavsiyalar destinatsiya brendi qiymatini oshiradi. Amsterdamda turistik ma'lumotlar platformasi orqali tashrif vaqti, transport yo'nalishi va obyektlar bo'yicha ma'lumotlar integratsiya qilingan bo'lib, bu xizmat sifatiga ijobiy ta'sir ko'rsatgan.

Iqtisodiy nuqtayi nazardan raqamli ekotizimlar transaksiya xarajatlarini pasaytiradi, xizmat ko'rsatish tezligini oshiradi va marketing xarajatlarini optimallashtiradi. Shuningdek, real vaqt rejimida turistik oqimlar prognoz qilinib, mavsumiy yuklamalar samarali boshqariladi. Bu destinatsiyaning investitsion jozibadorligini ham kuchaytiradi. Xulosa qilib aytganda, raqamli ekotizimlar turistik destinatsiya raqobatbardoshligining yangi institutsional modeli hisoblanadi.

**O'ktam JIYANOV,**  
***O'zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi dotsenti v.b.,***  
***Turizmni rivojlantirish ilmiy tadqiqot instituti mustaqil tadqiqotchisi***

## **TURIZM XIZMATLAR BOZORI SAMARADORLIGINI BAHOLASHNING RAQAMLI INDIKATORLAR TIZIMINI SHAKLLANTIRISH**

**Annotatsiya.** Mazkur maqolada raqamli iqtisodiyot sharoitida turizm xizmatlar bozori samaradorligini baholashning raqamli indikatorlar tizimini shakllantirish masalalari tadqiq etilgan. Tadqiqotda turizm sohasida raqamli transformatsiya jarayonlarining kuchayishi natijasida an'anaviy statistik ko'rsatkichlar bilan bir qatorda raqamli indikatorlardan foydalanish zarurligi asoslab berilgan. Shuningdek, turizm xizmatlari bozori samaradorligini baholashda raqamli infratuzilma, onlayn bronlash, raqamli marketing, mijozlar qoniqishi va innovatsion boshqaruv indikatorlarining ahamiyati yoritilgan. Maqolada O'zbekistonda turizm xizmatlari bozori samaradorligini integral raqamli indeks asosida baholash istiqbollari ham ko'rsatib berilgan.

**Kalit so'zlar:** raqamli iqtisodiyot, turizm xizmatlari bozori, raqamli indikatorlar, smart tourism, onlayn bronlash, turizm samaradorligi, raqamli marketing.

**Аннотация.** В данной статье исследуются вопросы формирования системы цифровых индикаторов оценки эффективности рынка туристских услуг в условиях цифровой экономики. В исследовании обоснована необходимость использования цифровых индикаторов наряду с традиционными статистическими показателями в связи с усилением процессов цифровой трансформации в сфере туризма. Также раскрыта значимость цифровой инфраструктуры, онлайн-бронирования, цифрового маркетинга, удовлетворенности клиентов и инновационного управления при оценке эффективности рынка туристских услуг. В статье также показаны перспективы оценки эффективности рынка туристских услуг Узбекистана на основе интегрального цифрового индекса.

**Ключевые слова:** цифровая экономика, рынок туристских услуг, цифровые индикаторы, smart tourism, онлайн-бронирование, эффективность туризма, цифровой маркетинг.

**Abstract.** This article examines the issues of forming a system of digital indicators for assessing the efficiency of the tourism services market in the context of the digital economy. The study substantiates the necessity of using digital indicators alongside traditional statistical measures due to the intensification of digital transformation processes in the tourism sector. The article also highlights the importance of digital infrastructure, online booking, digital marketing, customer satisfaction, and innovative management indicators in evaluating the efficiency of the

*tourism services market. In addition, the prospects for assessing the efficiency of Uzbekistan's tourism services market based on an integrated digital index are presented.*

**Keywords:** *digital economy, tourism services market, digital indicators, smart tourism, online booking, tourism efficiency, digital marketing.*

Hozirgi kunda jahon iqtisodiyotida raqamli transformatsiya jarayonlari barcha tarmoqlar qatori turizm sohasiga ham chuqur kirib bormoqda. Raqamli iqtisodiyot sharoitida turizm xizmatlarini ishlab chiqarish, sotish, targ'ib qilish va iste'mol qilish jarayonlari tobora raqamli platformalar, onlayn bronlash tizimlari, mobil ilovalar, sun'iy intellekt, Big Data va bulut texnologiyalari asosida amalga oshirilmoqda. Natijada turizm bozori an'anaviy bozordan raqamli ekotizimga aylanish jarayonini boshdan kechirmoqda. Bu esa turizm xizmatlar bozori faoliyatini baholash, monitoring qilish va boshqarish usullarini ham tubdan o'zgartirishni talab etmoqda.

An'anaviy yondashuvlarda turizm samaradorligi asosan turistlar soni, turizm daromadlari, bandlik darajasi va investitsiyalar hajmi kabi makroiqtisodiy ko'rsatkichlar orqali baholanadi. Biroq raqamli iqtisodiyot sharoitida ushbu ko'rsatkichlar turizm xizmatlar bozori samaradorligini to'liq aks ettira olmaydi. Chunki bugungi kunda turizm bozori samaradorligi nafaqat iqtisodiy natijalar, balki xizmatlar sifati, mijozlar qoniqishi, onlayn platformalardagi reytinglar, raqamli infratuzilma darajasi, onlayn bronlash ulushi, raqamli marketing samaradorligi, xizmatlarning innovatsionligi va axborot texnologiyalaridan foydalanish darajasi kabi ko'rsatkichlar bilan ham bevosita bog'liq hisoblanadi.

Shu sababli turizm xizmatlar bozori samaradorligini baholashda an'anaviy statistik ko'rsatkichlar bilan bir qatorda raqamli indikatorlar tizimini shakllantirish muhim ilmiy va amaliy ahamiyat kasb etadi. Raqamli indikatorlar turizm bozorining real vaqt rejimida rivojlanish tendensiyalarini aniqlash, hududlar kesimida turizm xizmatlari samaradorligini solishtirish, turizm siyosatini ishlab chiqish va strategik qarorlar qabul qilishda muhim axborot bazasi bo'lib xizmat qiladi.

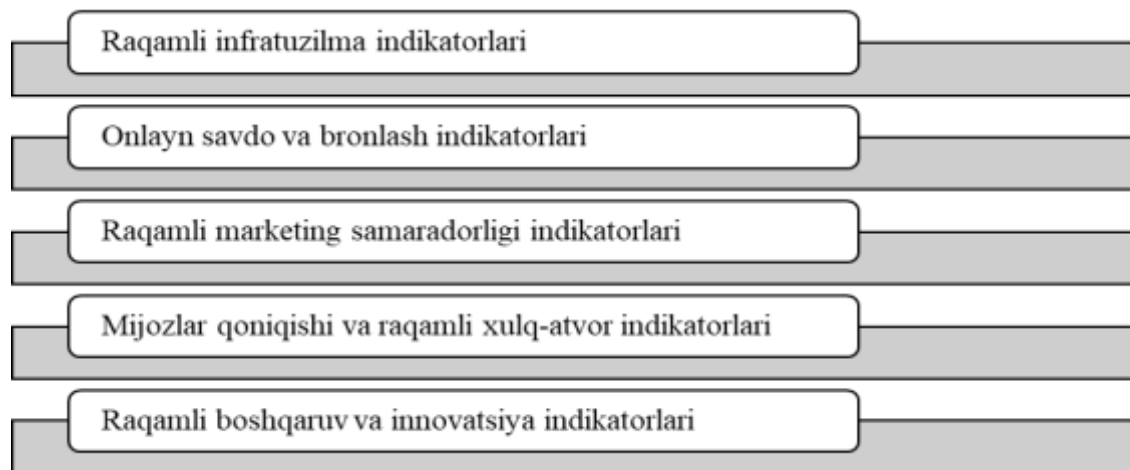
Bugungi kunda rivojlangan davlatlarda turizm samaradorligini baholashda "Smart tourism", "Digital tourism", "E-tourism" konsepsiyalari doirasida raqamli ko'rsatkichlar tizimidan keng foydalanilmoqda. Xususan, onlayn bronlash darajasi, mobil ilovalar orqali sotilgan xizmatlar ulushi, turistlarning raqamli faolligi, onlayn reyting va sharhlar indeksi, raqamli infratuzilma indeksi kabi ko'rsatkichlar turizm rivojlanishini baholashning muhim mezonlariga aylanib bormoqda. O'zbekistonda ham turizm sohasini raqamlashtirish jarayonlari jadallashib borayotgan bo'lsa-da, turizm xizmatlar bozori samaradorligini baholashning yagona raqamli indikatorlar tizimi hali to'liq shakllantirilmagan.

Shu nuqtai nazardan, turizm xizmatlar bozori samaradorligini baholashning raqamli indikatorlar tizimini shakllantirish, ularni tizimlashtirish va baholash metodologiyasini ishlab chiqish dolzarb ilmiy masalalardan biri hisoblanadi.

Raqamli iqtisodiyot sharoitida turizm xizmatlar bozori samaradorligini baholash an'anaviy statistik ko'rsatkichlar bilan cheklanib qolmay, balki raqamli muhitda shakllanayotgan yangi ko'rsatkichlar tizimini ham o'z ichiga olishi zarur. Chunki bugungi kunda turizm xizmatlarining katta qismi onlayn platformalar orqali sotilmoqda, turistlar oqimi mobil ilovalar, bronlash tizimlari va raqamli platformalar orqali shakllanmoqda, xizmatlar sifati esa ko'p jihatdan onlayn reytinglar va sharhlar

orqali baholanmoqda. Shu sababli turizm xizmatlar bozori samaradorligini baholashda raqamli indikatorlar tizimini shakllantirish muhim ahamiyat kasb etadi.

Raqamli indikatorlar tizimi turizm xizmatlar bozori faoliyatini raqamli muhitda aks ettiruvchi ko'rsatkichlar majmuasi bo'lib, ular turizm xizmatlari ishlab chiqarish, sotish, iste'mol qilish va boshqarish jarayonlarining raqamlashtirilganlik darajasini hamda ularning samaradorligini ifodalaydi. Ushbu indikatorlar tizimini shakllantirishda ularni bir nechta asosiy guruhlariga ajratish maqsadga muvofiq hisoblanadi.



**1-rasm. Turizm xizmatlar bozori samaradorligini baholashning raqamli indikatorlar tizimining asosiy yo'nalishlarni**

Birinchi guruh – raqamli infratuzilma indikatorlari hisoblanadi. Ushbu ko'rsatkichlar turizm sohasida axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining rivojlanish darajasini tavsiflaydi. Unga internet qamrovi darajasi, turizm obyektlarida Wi-Fi mavjudligi, onlayn to'lov tizimlaridan foydalanish darajasi, elektron bronlash tizimlari mavjudligi, turizm xizmatlarining raqamli platformalarga integratsiya darajasi kabi ko'rsatkichlar kiradi. Raqamli infratuzilma darajasi qanchalik yuqori bo'lsa, turizm xizmatlari bozori shunchalik samarali faoliyat yuritadi.

Ikkinchi guruh – onlayn savdo va bronlash indikatorlari hisoblanadi. Bu indikatorlar turizm xizmatlarining qanchalik darajada raqamli kanallar orqali sotilayotganligini ko'rsatadi. Ushbu guruhga onlayn bronlash ulushi, onlayn sotilgan turpaketlar ulushi, mobil ilovalar orqali amalga oshirilgan bronlashlar ulushi, elektron to'lovlar ulushi, OTA (Online Travel Agencies) orqali sotilgan xizmatlar ulushi kabi ko'rsatkichlar kiradi. Bu indikatorlar turizm xizmatlar bozori raqamli transformatsiya darajasini baholash imkonini beradi.

Uchinchi guruh – raqamli marketing samaradorligi indikatorlari hisoblanadi. Hozirgi kunda turizm xizmatlari reklamasining asosiy qismi internet va ijtimoiy tarmoqlar orqali amalga oshirilmoqda. Shu sababli turizm xizmatlar bozori samaradorligini baholashda veb-saytga tashrif buyuruvchilar soni, konversiya darajasi (saytga kirgan foydalanuvchilarning xarid qilganlar ulushi), ijtimoiy tarmoqlardagi faollik darajasi, reklama ROI (Return on Investment), onlayn reklama samaradorligi kabi ko'rsatkichlardan foydalanish maqsadga muvofiqdir.

To'rtinchi guruh – mijozlar xulq-atvori va qoniqish darajasini aks ettiruvchi raqamli indikatorlar hisoblanadi. Ushbu indikatorlarga onlayn reytinglar (Booking, TripAdvisor va boshqa platformalar reytinglari), mijozlar sharhlari soni, mijozlar

qoniqish indeksi (CSI), Net Promoter Score (NPS), qayta tashrif buyurish darajasi, xizmatlarni tavsiya qilish darajasi kabi ko'rsatkichlar kiradi. Ushbu indikatorlar turizm xizmatlari sifati va bozor samaradorligini baholashda muhim ahamiyatga ega.

Beshinchi guruh – raqamli boshqaruv va innovatsiya indikatorlari hisoblanadi. Ushbu indikatorlar turizm korxonalarida raqamli texnologiyalarni joriy etish darajasini tavsiflaydi. Masalan, CRM tizimlaridan foydalanish darajasi, ERP tizimlaridan foydalanish, sun'iy intellekt texnologiyalaridan foydalanish, Big Data tahlilidan foydalanish, elektron hujjat aylanishi darajasi, aqlli turizm (Smart tourism) texnologiyalaridan foydalanish darajasi kabi ko'rsatkichlar kiradi.

Mazkur indikatorlar tizimi turizm xizmatlar bozori samaradorligini kompleks baholash, hududlar kesimida solishtirish, turizmni raqamlashtirish darajasini aniqlash va turizm sohasini strategik rivojlantirish yo'nalishlarini belgilash imkonini beradi. Kelgusida ushbu indikatorlar asosida turizm xizmatlar bozori samaradorligining integral raqamli indeksini hisoblash mumkin bo'ladi.

O'zbekistonda so'nggi yillarda turizm sohasini raqamlashtirish va turizm xizmatlarini onlayn platformalar orqali rivojlantirish bo'yicha keng ko'lamli islohotlar amalga oshirilmoqda. Xususan, elektron vizalar tizimi, onlayn mehmonxona bronlash platformalari, raqamli to'lov tizimlari, turizm portallari, mobil ilovalar va elektron marketing vositalari joriy etilishi turizm xizmatlari bozorining raqamli transformatsiyasini tezlashtirmoqda. Bu jarayonlar turizm xizmatlar bozori samaradorligini raqamli indikatorlar asosida baholash imkoniyatlarini kengaytirmoqda.

O'zbekiston sharoitida turizm xizmatlar bozori samaradorligini baholashning raqamli indikatorlar tizimini joriy etish quyidagi imkoniyatlarni yaratadi:

Birinchiidan, turizm xizmatlar bozori faoliyatini real vaqt rejimida monitoring qilish imkoniyati paydo bo'ladi. Masalan, onlayn bronlashlar soni, turistlar oqimi, mehmonxonalar bandlik darajasi, transport xizmatlaridan foydalanish ko'rsatkichlari kabi ma'lumotlarni raqamli platformalar orqali tezkor tahlil qilish mumkin bo'ladi.

Ikkinchiidan, hududlar kesimida turizm xizmatlari samaradorligini baholash imkoniyati oshadi. Raqamli indikatorlar yordamida qaysi hududda turizm infratuzilmasi rivojlanganligi, qaysi hududda onlayn xizmatlar ulushi yuqoriligi, qaysi hududda mijozlar qoniqish darajasi yuqori ekanligini aniqlash mumkin bo'ladi. Bu esa hududiy turizm siyosatini samarali olib borish imkonini beradi.

Uchinchiidan, turizm xizmatlari sifatini baholash imkoniyati kengayadi. An'anaviy statistikada xizmatlar sifati aniq o'lchanmaydi, ammo raqamli platformalardagi reytinglar, sharhlar, mijozlar baholari orqali xizmatlar sifatini baholash mumkin bo'ladi.

To'rtinchiidan, turizm sohasiga investitsiyalarni jalb qilish samaradorligi oshadi. Chunki raqamli indikatorlar orqali turizm bozori holati, talab darajasi, xizmatlar sifati va bozor sig'imi haqida aniq ma'lumotlar shakllanadi. Bu esa investorlar uchun muhim axborot bazasi bo'lib xizmat qiladi.

Beshinchiidan, turizm sohasini boshqarish samaradorligi oshadi. Raqamli indikatorlar asosida turizm rivojlanish strategiyasini ishlab chiqish, hududiy dasturlarni shakllantirish va turizm siyosatini takomillashtirish mumkin bo'ladi.

O'zbekistonda turizm xizmatlar bozori samaradorligini baholashning raqamli

indikatorlar tizimini joriy etish turizm sohasini boshqarishning zamonaviy mexanizmlaridan biri hisoblanadi.

Raqamli iqtisodiyot sharoitida turizm xizmatlar bozori samaradorligini baholash an'anaviy statistik ko'rsatkichlar bilan cheklanib qolmasdan, balki raqamli muhitda shakllanayotgan yangi ko'rsatkichlar tizimini ham o'z ichiga olishi zarur. Tadqiqot natijalariga ko'ra, turizm xizmatlar bozori samaradorligini baholashning raqamli indikatorlar tizimi beshta asosiy guruhdan iborat bo'lishi maqsadga muvofiq: raqamli infratuzilma indikatorlari, onlayn savdo va bronlash indikatorlari, raqamli marketing samaradorligi indikatorlari, mijozlar qoniqishi va raqamli xulq-atvor indikatorlari hamda raqamli boshqaruv va innovatsiya indikatorlari.

Mazkur indikatorlar tizimi turizm xizmatlar bozori samaradorligini kompleks baholash, turizm sohasini raqamlashtirish darajasini aniqlash, hududlar kesimida turizm rivojlanishini solishtirish va turizm siyosatini takomillashtirish imkonini beradi. Shuningdek, ushbu indikatorlar asosida turizm xizmatlar bozori samaradorligining integral raqamli indeksini hisoblash mumkin bo'ladi.

O'zbekiston sharoitida turizm xizmatlar bozori samaradorligini baholashning raqamli indikatorlar tizimini joriy etish turizm sohasini boshqarish samaradorligini oshirish, turizm xizmatlari sifatini yaxshilash, raqamli turizmni rivojlantirish va turizmning iqtisodiyotdagi rolini oshirishga xizmat qiladi. Shu sababli turizm xizmatlar bozori samaradorligini baholashning raqamli indikatorlar tizimini shakllantirish va amaliyotga joriy etish turizm sohasini rivojlantirishning muhim yo'nalishlaridan biri hisoblanadi.

#### **Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:**

1. O'zbekiston Respublikasi Statistika qo'mitasi. O'zbekiston Respublikasida turizm statistikasi to'plami – 2024. – Toshkent: Statistika agentligi, 2024. – 156 b.
2. O'zbekiston Respublikasi Raqamli texnologiyalar vazirligi. O'zbekistonda raqamli iqtisodiyotning rivojlanish holati to'g'risida hisobot – 2024. – Toshkent, 2024. – 98 b.
3. UN Tourism. World Tourism Barometer 2025. – Madrid: UN Tourism, 2025. – 52 p.
4. World Bank. Digital Development Overview Report 2024: Digital Transformation for Economic Growth. – Washington DC: World Bank, 2024. – 140 p.

***Moxigul PULATOVA,***  
***Oriental universiteti o'qituvchisi***

## **TURIZMNING IQTISODIY O'SISHGA MULTIPLIKATIV TA'SIRI**

**Annotatsiya.** Mazkur maqolada turizmning iqtisodiy o'sishga multiplikativ ta'siri nazariy va amaliy jihatdan tahlil qilingan. Turizm sohasining rivojlanishi mehmonxona, transport, savdo, umumiy ovqatlanish va xizmat ko'rsatish tarmoqlarida iqtisodiy faollikni kuchaytirib, yangi ish o'rinlari yaratish hamda aholi daromadlarini oshirishga xizmat qilishi yoritilgan. Shuningdek, turizm orqali shakllanuvchi multiplikativ samaraning milliy iqtisodiyot va hududiy rivojlanishga ta'siri baholangan.