

O‘ZBEKISTON ZIYORAT TURIZMI BOZORINING TARKIBIY TUZILISHI VA HUDUDLARNI BARQAROR RIVOJLANTIRISHNING “SMART” MODELI

Annotatsiya. Ushbu maqolada O‘zbekiston turizm industriasining strategik yo‘nalishi hisoblangan ziyorat turizmini rivojlantirishda raqamli texnologiyalar va “Smart” boshqaruv tizimlarini joriy etish masalalari tahlil qilingan. Tadqiqot davomida sohadagi statistik ko‘rsatkichlarning o‘shish dinamikasi va o‘tkazilgan sotsiologik so‘rovnomalar natijalari asosida mavjud infratuzilmaviy hamda ijtimoiy-ekologik muammolar aniqlangan. Maqolada ziyoratgohlarda yuklamani kamaytirish, aholi daromadlarini oshirish va boshqaruv samaradorligini ta‘minlashga qaratilgan “Smart model”ning to‘rtta ustuni (Big Data, E-Participation, Smart Utility, Digital Marketplace) kontseptual jihatdan asoslab berilgan. Shuningdek, xalqaro tajriba sintezi asosida ziyorat turizmini raqamli ekotizimga aylantirish bo‘yicha ilmiy taklif va tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Kalit so‘zlar: ziyorat turizmi, Smart Destination, raqamlashtirish, Big Data, IoT, raqamli ekotizim, barqaror rivojlanish, ijtimoiy-iqtisodiy samaradorlik.

Аннотация. В данной статье анализируются вопросы внедрения цифровых технологий и систем «Smart» управления в развитие паломнического туризма, являющегося стратегическим направлением туристической индустрии Узбекистана. В ходе исследования на основе динамики роста статистических показателей и результатов социологического опроса выявлены существующие инфраструктурные и социально-экологические проблемы отрасли. В статье концептуально обоснованы четыре столпа «Smart-модели» (Big Data, E-Participation, Smart Utility, Digital Marketplace), направленные на снижение нагрузки на объекты паломничества, повышение доходов населения и обеспечение эффективности управления. Также на основе синтеза международного опыта разработаны научные предложения и рекомендации по трансформации паломнического туризма в цифровую экосистему.

Ключевые слова: паломнический туризм, Smart Destination, цифровизация, Big Data, IoT, цифровая экосистема, устойчивое развитие, социально-экономическая эффективность.

Abstract. This article analyzes the issues of introducing digital technologies and “Smart” management systems into the development of pilgrimage tourism, which is a strategic direction of the tourism industry in Uzbekistan. During the study, based on the growth dynamics of statistical indicators and the results of a sociological survey, existing infrastructural and socio-environmental problems of the sector were identified. The article conceptually justifies the four pillars of the “Smart Model” (Big Data, E-Participation, Smart Utility, Digital Marketplace) aimed at reducing the load on pilgrimage sites, increasing local incomes, and ensuring management efficiency. Also, based on the synthesis of international experience, scientific proposals and recommendations for the transformation of pilgrimage tourism into a digital ecosystem have been developed.

Keywords: pilgrimage tourism, Smart Destination, digitalization, Big Data, IoT, digital ecosystem, sustainable development, socio-economic efficiency.

O‘zbekistonning zamonaviy turizm strategiyasida ziyorat yo‘nalishi ustuvor ahamiyat kasb etib, u madaniy-tarixiy meros obyektlari mavjud hududlarning iqtisodiy barqarorligi va infratuzilmasini yuksaltirishda asosiy drayver vazifasini o‘tamoqda. Shu bilan birga, tarmoqda diversifikatsiya jarayonlari jadallashib, gastronomik, rekreatsion va ta‘lim turizmi kabi yo‘nalishlar ham kompleks

rivojlantirilmoqda. Xususan, “O‘zbekiston – 2030” strategiyasida²¹⁰ belgilangan maqsadli ko‘rsatkichlar, jumladan, ziyoratchilar oqimini 3 million nafarga yetkazish vazifasi xizmatlar ko‘lamini kengaytirish va yangi bandlik loyihalarini amalga oshirish uchun huquqiy-iqtisodiy zamin yaratadi. Shu munosabat bilan, so‘nggi yillarda O‘zbekiston Respublikasida turizm industriyasi, ayniqsa, ziyorat turizmini taraqqiy ettirish davlat strategiyasining fundamental yo‘nalishlaridan biri sifatida belgilandi. Sohadagi ijobiy dinamika va statistik ko‘rsatkichlarning barqaror o‘shish tendensiyasi ushbu islohotlarning amaliy natijasini tasdiqlaydi (1-rasm).

1-rasmda keltirilgan retrospektiv tahlil sohadagi tub transformatsion o‘zgarishlarni ko‘rsatmoqda: xususan, 2015-yilda ziyorat maqsadidagi xorijiy tashriflar 211 ming nafarni tashkil etgan bo‘lsa, 2024-yilga kelib ushbu ko‘rsatkich 1,6 millionga yetdi va qariyb 7,6 barobar o‘shish dinamikasini qayd etdi. Pandemiya inqirozidan keyingi reabilitatsiya davriga nazar tashlasak, 2020-yildagi keskin pasayishdan so‘ng (umumiy oqim 1,5 mln. kishigacha qisqargan), aynan ziyorat turizmi 2021-yildan e‘tiboran eng barqaror tiklanish trayektoriyasini namoyish etganligi diqqatga sazovordir. 2024-yil yakuni bo‘yicha jami 10,2 million nafar sayyohning 15,6 foizi (1,6 mln. kishi) bevosita ziyorat yo‘nalishi hissasiga to‘g‘ri kelishi, mazkur segmentning milliy turizm bozoridagi strategik ulushi ortib borayotganini tasdiqlaydi.



1-rasm. 2015-2024-yillar kesimida O‘zbekistonga tashrif buyurgan xorijiy sayyohlar hamda ziyorat turizmi maqsadida amalga oshirilgan tashriflar (ming nafar)²¹¹

Turizmni rivojlantirish ilmiy-tadqiqot instituti tomonidan o‘tkazilgan sotsiologik so‘rov natijalari (n=240) shuni ko‘rsatadiki, sohada ekonometrik samaradorlikdan ko‘ra, “Smart” boshqaruv mexanizmlariga asoslangan barqaror rivojlanish modeliga ehtiyoj yuqori. Respondentlar javoblari asosida aniqlangan tizimli disproporsiyalarni quyidagicha klassifikatsiyalash mumkin: 1) kognitiv uzilish: respondentlarning 11,7 foizi mahalliy rekreatsion resurslar haqida axborot

²¹⁰ O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni. “O‘zbekiston – 2030” strategiyasi to‘g‘risida: [2023-yil 11-sentabrdagi PF-158-son] // Qonun hujjatlari ma’lumotlari milliy bazasi. – 2023. – 12.09.2023-y., 06/23/158/0694-son.

²¹¹ O‘zbekiston Respublikasi Milliy Statistika Qo‘mitasi ma’lumotlari asosida muallif tomonidan tayyorlandi.

tanqisligiga duch kelmoqda; antropogen va infratuzilmaviy yuklama: so'rovda ishtirok etganlarning 33,8 foizi ekologik degradatsiyani, 17,5 foizi esa transport kollapsini asosiy risk sifatida qayd etgan (infratuzilmaning funksional holati aholining atigi 28,3 foizi tomonidan ijobiy baholangan); ijtimoiy-iqtisodiy asimmetriya: turizmning ijobiy ta'sirini e'tirof etuvchi ko'pchilik (84,6%) fonida, daromadlar taqsimotidagi adolatsizlik muammosi dolzarbligicha qolmoqda; inklyuziv muhitning yetishmasligi: obyektlarning 14,2 foizida imkoniyati cheklangan shaxslar uchun sharoitlar mutlaqo mavjud emas.

Mazkur holat an'anaviy boshqaruv paradigmasidan voz kechib, hududni rivojlantirishning "Smart model"ga o'tish obyektiv zaruriyat ekanligini tasdiqlaydi. Strategik maqsad – raqamli platformalar orqali barcha subyektlar o'rtasida integratsiyalashgan ekotizimni shakllantirishdan iborat bo'lib, bu xalqaro ilg'or tajribalarni chuqur tahlil qilishni talab etadi.

Zamonaviy turizm modellarining evolyutsion taraqqiyoti bugungi kunda texnologik jihatdan ilg'or mamlakatlarda "Smart Destination" (Aqlli manzil) konsepsiyasining keng joriy etilishi bilan tavsiflanadi. Xususan, Ispaniyaning SEGITTUR modeli ushbu yo'nalishdagi eng mukammal xalqaro etalon sifatida e'tirof etiladi²¹². Ispaniya hukumati tomonidan 500 dan ziyod turistik lokatsiyalarni qamrab oluvchi Aqlli turistik manzillar tarmog'ining yaratilishi, sohani boshqarishda beshta fundamental ustun: Boshqaruv, Texnologiya, Innovatsiya, Barqarorlik va Ochiqlik tamoyillari asosida real vaqt rejimida qaror qabul qilish imkonini berdi.

Bevosita diniy-ma'rifiy ziyoratlarni raqamli transformatsiya qilish borasida Saudiya Arabistonining "Vision 2030" dasturi doirasidagi tajribasi alohida diqqatga sazovordir. Mazkur mamlakatda Haj va Umra tadbirlarini tashkil etishda sun'iy intellekt algoritmlaridan foydalanish orqali transport logistikasidagi yuklamalarni 30 foizgacha kamaytirishga hamda har bir ziyoratchi uchun shaxsiylashtirilgan "Smart Card" tizimini joriy etishga erishildi²¹³. Shuningdek, Niderlandiya tajribasidagi "City Card" mexanizmi ham muhim metodologik ahamiyatga ega bo'lib, u sayyohlar oqimini markaziy nuqtalardan chekka hududlarga differensial yo'naltirish orqali "overtourism" (haddan tashqari yuklama) muammosini samarali hal etish hamda mahalliy aholining hayot sifatini yaxshilash imkonini berdi²¹⁴.

Xalqaro amaliyotning ko'rsatishicha, Smart modelni tatbiq etish quyidagi multiplikativ samaralarni beradi: birinchidan, resurslarni optimallashtirish (aqlli yoritish va chiqindilarni utilizatsiya qilish orqali xarajatlarni 20-25 foizga qisqartirish); ikkinchidan, oqimni strategik boshqarish (Big Data tahlili yordamida ziyoratgohlardagi tirbandliklarni prognozlash); uchinchidan, ijtimoiy inkluzivlik (turizmdan tushadigan daromadlarni raqamli platformalar orqali bevosita mahalliy hunarmandlar va mehmon uylari egalariga yo'naltirish). Ushbu xalqaro tajriba asosida O'zbekistonning ziyorat markazlarida Smart modelni joriy etishning SWOT tahlili, strategik imkoniyatlar bilan bir qatorda, mavjud institutsional va texnik

²¹² SEGITTUR. Guide to Smart Tourism Destinations: Building the future of tourism. – Madrid: Ministry of Industry, Commerce and Tourism of Spain, 2023. – 120 p.

²¹³ Vision 2030: Pilgrimage Experience Program [Elektron resurs] // Official Portal of Saudi Vision 2030. – URL: <https://www.vision2030.gov.sa/v2030/v2030-projects/pilgrimage-experience-program/>

²¹⁴ I amsterdam City Card: Official smart tourism tool for Amsterdam [Elektron resurs]. – URL: <https://www.iamsterdam.com/en/see-and-do/city-card>

to‘siqlarni obyektiv baholash imkonini beradi.

O‘zbekiston ziyorat turizmi hududlarida Smart modelni joriy etishning SWOT tahlili shuni ko‘rsatadiki, mazkur strategiyaning kuchli tomonlari sifatida davlat tomonidan amalga oshirilayotgan tizimli raqamlashtirish siyosati, noyob moddiy-madaniy meros resurslari hamda mahalliy aholining sohadagi islohotlarga nisbatan yuqori xayrixohligi (87,5%) namoyon bo‘ladi. Shu bilan birga, hududiy internet qamrovining notekisligi, jismoniy infratuzilmadagi disproporsiyalar va aholining ma‘lum qismida (11,7%) raqamli kompetensiyalarning yetishmasligi tizimning kuchsiz tomonlari (to‘siqlari) sifatida baholandi.



2-rasm. O‘zbekistonda smart model joriy etilishining SWOT tahlili²¹⁵

Shunga qaramay, ziyoratchilar oqimini intellektual boshqarish orqali antropogen yuklamani kamaytirish va aholini yagona raqamli platformada birlashtirish orqali daromadlilikni oshirish kabi strategik imkoniyatlar mavjud. Ushbu jarayonda an’anaviy menejment uslublaridan voz kechishga nisbatan psixologik qarshilik, kiberxavfsizlik tahdidlari va ekologik degradatsiya sur’atining texnologik yechimlardan jadalroq o’sishi (33,8% respondent e’tirozi) asosiy xavf-hatarlar sifatida tasniflanadi.

Ziyorat turizmi klasterlarida Smart modelning tatbiq etilishi an’anaviy turizm industriyasini yuqori texnologik va ijtimoiy mas’uliyatli ekotizimga transformatsiya qilish imkonini beradi. Sotsiologik so‘rovnoma natijalari va xalqaro tajribaning o‘zaro sintezi raqamli integratsiyaning quyidagi ijobiy natijalarini prognoz qilish imkonini beradi: birinchidan, raqamli platformalar orqali aholining boshqaruvdagi ishtiroki ta’minlanishi hamjamiyat asosidagi turizm (Community-based tourism) tamoyillarini amalda joriy etadi va ijtimoiy ishonchni mustahkamlaydi; ikkinchidan, Digital Marketplace modullari mahalliy xizmat ko‘rsatuvchilarning ziyoratchilar bilan to‘g‘ridan-to‘g‘ri aloqasini o‘rnatib, turizm daromadlarining vertikal

²¹⁵ Muallif ishlanmasi.

taqsimlanishini va yashirin iqtisodiyot ulushining qisqarishini ta'minlaydi; uchinchidan, narsalar interneti (IoT) sensorlari yordamida ekologik nazorat tizimining o'rnatilishi, respondentlarning 33,8 foizini tashvishga solayotgan ekologik risklarni 20-30 foizgacha minimallashtirishga xizmat qiladi; to'rtinchidan, oqimlarni Big Data vositasida prognozlash hududning tarkibiy sig'imini (carrying capacity) saqlagan holda, infratuzilmaviy yuklamani muvozanatlashtiradi.

Xulosa qilib aytganda, O'zbekistonda ziyorat turizmini raqamli Smart model asosida modernizatsiya qilish – bu nafaqat texnologik innovatsiya, balki mahalliy aholi manfaatlarini ustuvor deb biluvchi inklyuziv taraqqiyot strategiyasidir. Mazkur modelni pilot loyiha sifatida Samarqand yoki Buxoro kabi yirik ziyorat markazlarida sinovdan o'tkazish, so'ngra respublika miqyosida replikatsiya (ommalashtirish) qilish ijtimoiy-iqtisodiy jihatdan yuqori samaradorlikni kafolatlaydi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni. "O'zbekiston – 2030" strategiyasi to'g'risida: [2023-yil 11-sentabrdagi PF-158-son] // Qonun hujjatlari ma'lumotlari milliy bazasi. – 2023. – 12.09.2023-y., 06/23/158/0694-son.

2. SEGITTUR. Guide to Smart Tourism Destinations: Building the future of tourism. – Madrid: Ministry of Industry, Commerce and Tourism of Spain, 2023. – 120 p.

3. Vision 2030: Pilgrimage Experience Program [Elektron resurs] // Official Portal of Saudi Vision 2030. – URL: <https://www.vision2030.gov.sa/v2030/v2030-projects/pilgrimage-experience-program/>

4. I amsterdam City Card: Official smart tourism tool for Amsterdam [Elektron resurs]. – URL: <https://www.iamsterdam.com/en/see-and-do/city-card>

Nozima TOIROVA,
Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti doktoranti

O'ZBEKISTONDA TURIZM BOZORINING RIVOJLANISH TENDENSIYALARI

Annotatsiya. Maqolada O'zbekiston turizm bozorining rivojlanish tendensiyalari, uning tarkibiy xususiyatlari hamda zamonaviy transformatsiya jarayonlari tahlil qilinadi. Tadqiqotda turizm bozorining umumiy hajmi, xizmatlar savdo kanallarining o'zgarishi va turistlarning o'rtacha kunlik xarajatlari dinamikasi asosiy ko'rsatkichlar sifatida tanlab olindi. Tahlillar shuni ko'rsatadiki, O'zbekistonda turizm bozori pandemiyadan keyingi davrda tiklanish bosqichidan barqaror o'sish bosqichiga o'tgan. Ayniqsa, turizm xizmatlarining onlayn kanallar orqali sotilishi ulushining ortib borishi hamda turistlarning kunlik xarajatlari ko'payishi ushbu bozorning raqamli va iqtisodiy jihatdan chuqurlashib borayotganini ko'rsatadi. Shu bilan birga, madaniy meros, tarixiy shaharlar, davlat siyosati va xizmatlar infratuzilmasi bozorning tarkibiy tayanch omillari sifatida namoyon bo'lmoqda. Tadqiqot yakunida O'zbekiston turizm bozorini yanada rivojlantirish uchun raqamli transformatsiya, xizmat sifati, hududiy diversifikatsiya va barqaror turizm tamoyillarini kuchaytirish bo'yicha xulosalar ishlab chiqilgan.

Kalit so'zlar: turizm bozori, turizm daromadlari, raqamlashtirish, onlayn savdo kanallari,