

**O‘ZBEKISTON TURISTIK DESTINATSIYALARINING
RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISHDA RAQAMLI
INNOVATSIYALARDAN FOYDALANISH IMKONIYATLARI**

Toshkent Davlat Iqtisodiyot Universiteti,

Magistratura va kechki ta’lim fakulteti,

Turizm va mehmondo‘stlik kafedrası, 2-kurs, T-25 guruh magistranti

Normaxmadova Feruza Ilhom qizi

Email: ilhomovnaferuza002@gmail.com

ANNOTATSIYA: *Mazkur maqolada O‘zbekiston turistik destinatsiyalarining raqobatbardoshligini oshirishda raqamli innovatsiyalardan foydalanish imkoniyatlari o‘rganiladi. Maqsad — raqamli texnologiyalarning funksional o‘rnini aniqlash, baholash mezonlarini tizimlashtirish hamda O‘zbekiston sharoitida qo‘llashga mo‘ljallangan konseptual mexanizmni taklif qilish. Qiyosiy adabiyotlar tahlili, ikkilamchi statistik ma’lumotlarni o‘rganish va indikatorlarni guruhlash usullaridan foydalanildi. Raqamli infratuzilma, xizmatlarning raqamli mavjudligi, boshqaruv va turistlar tajribasini baholash indikatorlari taklif qilindi. Mexanizm empirik sinovdan o‘tkazilmagan va keyingi tadqiqotlar uchun konseptual asos hisoblanadi.*

Kalit so‘zlar: *turistik destinatsiya, raqobatbardoshlik, raqamli innovatsiya, raqamli transformatsiya, aqlli turizm, destinatsiya boshqaruvi.*

АННОТАЦИЯ: *В статье рассматриваются возможности использования цифровых инноваций для повышения конкурентоспособности туристских дестинаций Узбекистана. Цель — систематизировать критерии оценки и предложить концептуальный механизм цифрового развития. Используются сравнительный анализ литературы, вторичные статистические данные и группировка*

показателей. Предложены показатели цифровой инфраструктуры, доступности услуг, управления и туристского опыта. Механизм требует дальнейшей эмпирической проверки.

Ключевые слова: туристская дестинация, конкурентоспособность, цифровые инновации, цифровая трансформация, умный туризм.

ABSTRACT: This article examines opportunities for using digital innovations to enhance the competitiveness of tourism destinations in Uzbekistan. It aims to systematize assessment criteria and propose a conceptual framework adapted to the national tourism sector. The study uses comparative literature analysis, secondary statistical information and indicator classification. Indicators of digital infrastructure, online services, destination governance and tourist experience are proposed. The framework has not yet been empirically validated.

Keywords: tourism destination, competitiveness, digital innovation, digital transformation, smart tourism, destination management.

1. KIRISH (INTRODUCTION)

Jahon turizm bozorida raqobatning kuchayishi, axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining rivojlanishi va iste'molchilarning raqamli xizmatlarga bo'lgan talabi turistik destinatsiyalarni boshqarishning yangi yondashuvlarini shakllantirmoqda. Turistlar sayohatni rejalashtirish, transport va joylashtirish xizmatlarini bron qilish hamda taassurotlarini baholash jarayonida raqamli platformalardan foydalanmoqda. Turistik destinatsiya — turistik resurslar, infratuzilma, xizmat ko'rsatuvchi subyektlar va boshqaruv institutlari o'zaro bog'langan geografik hududdir. Uning raqobatbardoshligi turistlarni jalb etish, sifatli tajriba yaratish va iqtisodiy hamda ijtimoiy manfaatlarni barqaror shakllantirish qobiliyatini ifodalaydi.

O'zbekistonning tarixiy-madaniy merosi, ziyorat, gastronomik va tabiiy turizm imkoniyatlari turistik mahsulotlarni diversifikatsiya qilish uchun asos yaratadi. Biroq resurslarning mavjudligi o'z-o'zidan raqobat ustunligini kafolatlamaydi: axborotdan foydalanish, xizmatlarning o'zaro integratsiyasi va boshqaruv samaradorligi ham ahamiyatli.

Milliy statistika qo'mitasi ma'lumotlarida 2025-yilda turistik maqsadlarda O'zbekistonga kelgan xorijiy fuqarolar tashriflari 11,7 million atrofida qayd etilgan [2]. Jahon iqtisodiy forumining 2024-yilgi Travel & Tourism Development Index hisobotida O'zbekiston 78-o'rinda ko'rsatilgan [1]. Biroq bu ko'rsatkichlar o'sishining aynan raqamlashtirish sababli yuz berganini isbotlamaydi. Ilmiy adabiyotlarda aqlli turistik destinatsiyalar raqamli texnologiyalar, inson kapitali va boshqaruv hamkorligining birikmasi sifatida talqin qilinadi. Raqamli tayyorgarlik va turizmning iqtisodiy natijalari o'rtasidagi bog'liqlik esa turli tadqiqotlarda bir xil emas.

Tadqiqot maqsadi — O'zbekiston turistik destinatsiyalari raqobatbardoshligini oshirishda raqamli innovatsiyalardan foydalanish imkoniyatlarini aniqlash va ularni baholash uchun konseptual indikatorlar tizimi hamda joriy etish mexanizmini taklif qilish.

2. TADQIQOT METODOLOGIYASI (METHODS)

Tadqiqot konseptual-tahliliy xarakterga ega. Unda turistik destinatsiyalar raqobatbardoshligi va raqamli transformatsiyaga oid ilmiy manbalarni qiyosiy tahlil qilish, rasmiy ikkilamchi statistik ma'lumotlarni tavsifiy o'rganish va indikatorlarni tizimlashtirish usullari qo'llanildi. Statistik ma'lumotlar raqamlashtirishning sababiy ta'sirini baholash uchun emas, turizm rivojlanishining umumiy kontekstini ko'rsatish uchun ishlatildi.

Konseptual munosabat: $DI \rightarrow SQ \rightarrow DC$; bunda DI — raqamli innovatsiyalar darajasi, SQ — xizmatlar sifati va foydalanish qulayligi, DC — destinatsiya raqobatbardoshligi. Ushbu zanjir empirik tasdiqlangan model emas, tekshirilishi lozim bo'lgan gipotezadir.

Indikatorlar raqamli innovatsiyalarni joriy etishning turli jihatlarini o'lchaydi. Internet qamrovi va tezligi texnologik sharoitni, onlayn bronlash ulushi xizmatlarning raqamli mavjudligini, axborot auditi ma'lumotlarning foydalanishga qulayligini, boshqaruv indeksi tashkilotlararo integratsiyani, qoniqish balli esa turistning bevosita tajribasini ifodalaydi. Turistik daromad natijaviy ko'rsatkich hisoblanadi. Indikatorlar o'zaro teng ma'noli emas: ulardan yagona indeks tuzishdan avval ma'lumot manbalari, normallashtirish, vaznlar va hududlararo qiyoslanuvchanlik asoslanishi kerak. Shu bois jadval baholashning tayyor statistik natijasi emas, balki keyingi empirik kuzatuvlar uchun operatsionlashtirish taklifidir. Masalan, onlayn bronlash imkoniyatiga ega korxonalar ulushi barcha faol joylashtirish subyektlari soniga nisbatan hisoblanishi mumkin; turistlar qoniqishi esa bir xil savollar va tanlanma qoidalar bilan o'tkazilgan so'rovnomada baholanadi. Indikatorlar ma'lumot mavjudligiga qarab tanlanishi lozim. Ularning bir qismi rasmiy statistikadan, boshqalari esa xizmat ko'rsatuvchilar auditi va turistlar so'rovi orqali olinadi.

1-jadval

***Raqamli innovatsiyalarni baholash uchun taklif etilayotgan
indikatorlar***

Yo'nalish	Indikator	O'lchash usuli
Raqamli infratuzilma	Internet qamrovi va sifati	Foiz, tezlik
Raqamli xizmatlar	Onlayn bronlash imkoniyatiga ega subyektlar ulushi	%
Raqamli axborot	Turistik ma'lumotlarning onlayn mavjudligi	Audit balli
Raqamli boshqaruv	Integratsiyalashgan tizimlardan foydalanish	Indeks

Turistlar tajribasi	Raqamli xizmatlardan qoniqish	So‘rovnoma balli
Iqtisodiy natija	Turistik xizmatlar daromadi va turist xarajatlari	So‘m yoki AQSH dollari

Indikatorlar raqamli innovatsiyalarni joriy etishning turli jihatlarini o‘lchaydi. Internet qamrovi va tezligi texnologik sharoitni, onlayn bronlash ulushi xizmatlarning raqamli mavjudligini, axborot auditi ma’lumotlarning foydalanishga qulayligini, boshqaruv indeksi tashkilotlararo integratsiyani, qoniqish balli esa turistning bevosita tajribasini ifodalaydi. Turistik daromad natijaviy ko‘rsatkich hisoblanadi. Indikatorlar o‘zaro teng ma’noli emas: ulardan yagona indeks tuzishdan avval ma’lumot manbalari, normallashtirish, vaznlar va hududlararo qiyoslanuvchanlik asoslanishi kerak. Shu bois jadval baholashning tayyor statistik natijasi emas, balki keyingi empirik kuzatuvlar uchun operatsionlashtirish taklifidir. Masalan, onlayn bronlash imkoniyatiga ega korxonalar ulushi barcha faol joylashtirish subyektlari soniga nisbatan hisoblanishi mumkin; turistlar qoniqishi esa bir xil savollar va tanlanma qoidalari bilan o‘tkazilgan so‘rovnomada baholanadi. Indikatorlar ma’lumot mavjudligiga qarab tanlanishi lozim. Ularning bir qismi rasmiy statistikadan, boshqalari esa xizmat ko‘rsatuvchilar auditi va turistlar so‘rovi orqali olinadi.

3. TADQIQOT NATIJALARI (RESULTS)

O‘zbekiston turizm sektorida xorijiy tashriflar sonining ortishi kuzatilmoqda. Milliy statistika qo‘mitasining SIAT bazasida quyidagi yillik qiymatlar keltirilgan .

2-jadval

***O‘zbekistonga turistik maqsadlarda xorijiy fuqarolar tashriflari
(million, yaxlitlangan)¹***

¹ Manba: O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi ma’lumotlari

Yil	Tashriflar soni
2021	1,88
2022	5,23
2023	6,63
2024	7,96
2025	11,68

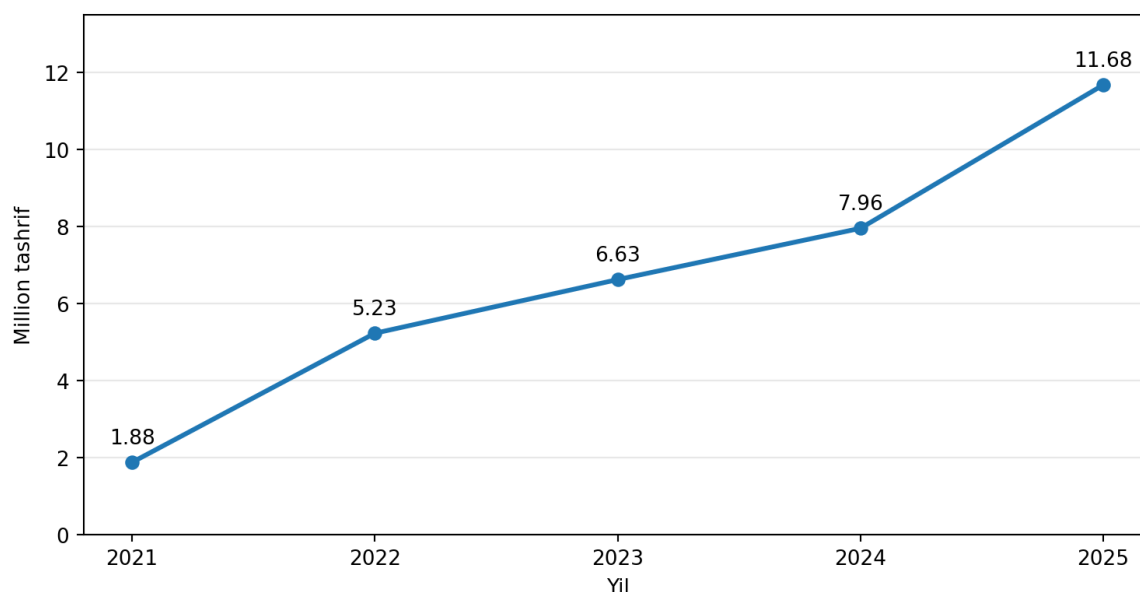
Jadvalda 2021–2025-yillarda O‘zbekistonga turistik maqsadlarda xorijiy fuqarolar tashriflari ko‘rsatilgan. 2021-yilga nisbatan 2025-yil ko‘rsatkichi taxminan 6,2 baravar yuqori. 2021-yil pandemiyadan keyingi tiklanish bosqichi bo‘lganligi sababli ushbu ko‘payishni faqat raqamlashtirish natijasi sifatida talqin qilish mumkin emas. Tashriflar soni noyob shaxslar soniga teng bo‘lmasligi mumkin; statistik qatorni izohlashda metodologik ta’rif bir xil bo‘lishi shart.

Grafik 2021-yildan 2025-yilgacha tashriflar sonining izchil o‘sganini ko‘rsatadi. 2024-yildagi qariyb 7,96 milliondan 2025-yilda 11,68 millionga ko‘tarilish kuzatiladi. Biroq grafikda raqamli innovatsiyalarni joriy etish darajasi yoki boshqa ta’sir etuvchi omillar aks ettirilmagan. Shuning uchun bu chizma turizm oqimining dinamikasini tasvirlaydi, raqamli texnologiyalarning sababiy ta’sirini isbotlamaydi. 2021–2025-yillarda ko‘rsatkich qariyb 6,2 baravarga oshgan. Biroq 2021-yil pandemiyadan keyingi tiklanish davriga to‘g‘ri kelgani va tashriflar noyob shaxslar soni bilan aynan bir xil bo‘lmasligi hisobga olinishi kerak. Ushbu o‘shish raqamli innovatsiyalarning mustaqil iqtisodiy ta’sirini o‘lchamaydi.

1-rasm

***O‘zbekistonga turistik maqsadlarda xorijiy fuqarolar tashriflari
dinamikasi, 2021–2025-yillar (million).²***

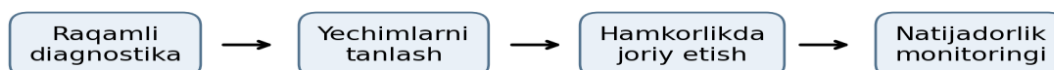
² Muallif tomonidan yaratildi



Adabiyotlar tahlili asosida raqamli innovatsiyalarni to'rtta yo'nalishda tizimlashtirish mumkin: ko'p tilli raqamli axborot va marketing; onlayn bronlash, elektron to'lov va navigatsiya; turistlar oqimi va talab bo'yicha ma'lumotlarga asoslangan boshqaruv; raqamli fikr-mulohazalar orqali turistlar tajribasini boshqarish.

Tadqiqotda to'rt bosqichli konseptual mexanizm taklif etiladi: raqamli diagnostika → innovatsion yechimlarni tanlash → manfaatdor tomonlar hamkorligida joriy etish → xizmat sifati, qoniqish va iqtisodiy ko'rsatkichlar monitoringi. Mexanizmning asosiy xususiyati texnologiya joriy etilishini uning natijadorligidan alohida baholashdir.

Dastlab destinatsiyaning raqamli tayyorgarligi va turist ehtiyojlari baholanadi. Keyingi bosqichda mavjud resurslar va aniqlangan muammolarga mos texnologiyalar tanlanadi. Joriy etishda davlat, turizm korxonalari va xizmat ko'rsatuvchilar o'rtasidagi koordinatsiya muhim. Yakuniy monitoring esa texnologiyaning o'rnatilganligini emas, balki xizmat sifati, turistlar qoniqishi va iqtisodiy natijalardagi o'zgarishlarni kuzatishga qaratiladi. Ushbu sxema konseptual taklif bo'lib, amaliy samaradorligi hali empirik sinovdan o'tkazilmagan.

Raqamli innovatsiyalarni joriy etishning konseptual mexanizmi**4. MUHOKAMA (DISCUSSION)**

Aqlli turistik destinatsiyalar bo'yicha tadqiqotlarda raqamli texnologiyalar boshqaruv, inson kapitali va hamkorlik bilan uyg'unlashgandagina raqobat ustunligi shakllanishi mumkinligi ta'kidlanadi. Xitoyning aqlli destinatsiyalariga oid DEA–Tobit tadqiqoti raqamli iqtisodiyot va destinatsiya samaradorligi o'rtasidagi munosabatni o'rgangan. Biroq boshqa tadqiqotlar raqamli tayyorgarlik ko'rsatkichlari har doim ham iqtisodiy natijalar bilan bir xil darajada bog'liq emasligini ko'rsatadi.

O'zbekiston sharoitida uch masala dolzarb: raqamli xizmatning mavjudligi va undan real foydalanishni farqlash; tashriflar sonidan tashqari turist xarajatlari va qoniqishini o'lchash; hududlar o'rtasidagi raqamli tafovutlarni hisobga olish. Taklif etilgan indikatorlar ushbu yo'nalishlarni birgalikda kuzatishga yordam berishi mumkin. Tadqiqotning asosiy cheklovi — hududiy ma'lumotlar va maxsus so'rovlar mavjud bo'lmagani sababli raqamli innovatsiyalar bilan raqobatbardoshlik o'rtasidagi munosabat ekonometrik sinovdan o'tkazilmagan. Shuning uchun tavsiya etilgan mexanizmning samaradorligi tasdiqlangan natija sifatida taqdim etilmaydi.

5. XULOSA (CONCLUSION)

Raqamli innovatsiyalar turistik axborotga kirish, xizmatlardan foydalanish qulayligi va destinatsiya boshqaruvini takomillashtirish uchun imkoniyat yaratadi. Shu bilan birga, texnologiyalarning mavjudligi ularning iqtisodiy samaradorligini avtomatik ravishda anglatmaydi.

Maqolada raqamli infratuzilma, xizmatlar, boshqaruv, turistlar tajribasi va iqtisodiy natijalarni qamrab oluvchi indikatorlar tizimi hamda diagnostika, yechim tanlash, joriy etish va monitoringdan iborat konseptual mexanizm taklif qilindi. Keyingi bosqichda ushbu yondashuvni O‘zbekiston hududlari kesimida rasmiy statistika, raqamli audit va turistlar so‘rovlari asosida empirik tekshirish zarur.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. World Economic Forum. (2024). Travel & Tourism Development Index 2024. <https://www.weforum.org/publications/travel-tourism-development-index-2024/>
2. O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi. (2026). 2025-yilda O‘zbekistonga 11,7 million turist tashrif buyurgan. <https://stat.uz/oz/matbuot-markazi-2/qo-mita-yangiliklar-2/66311-11-7-million-tourists-visited-uzbekistan-in-2025>
3. O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi. SIAT: The number of inbound tourist trips by foreign citizens to the Republic of Uzbekistan. <https://siat.stat.uz/data/1038/?lang=en>
4. Smart tourism destinations: ecosystems for tourism destination competitiveness. (2016). International Journal of Tourism Cities, 2(2), 108–124. <https://doi.org/10.1108/IJTC-12-2015-0032>
5. Lasisi, T. T., Odei, S. A., & Eluwole, K. K. (2024). Smart destination competitiveness: underscoring its impact on economic growth. Journal of Tourism Futures. <https://doi.org/10.1108/JTF-09-2022-0243>
6. Measurement and determinants of smart destinations’ sustainable performance: a two-stage analysis using DEA-Tobit model. (2023). Current Issues in Tourism. <https://doi.org/10.1080/13683500.2023.2228977>