

## TURIZM XIZMATLARINI TASHKIL ETISHDA TRANSFORMATSIYALASH JARAYONLARIDAN FOYDALANISH YO‘LLARI

**Tajieva Shaxnoza Mamarejabovna**

Alfraganus University o‘qituvchisi

ORCID-0009-0008-4720-496

E-mail: [shakhnozatajieva76@icloud.com](mailto:shakhnozatajieva76@icloud.com)

### Аннотация

Ushbu ilmiy maqolada turizm xizmatlarini tashkil etishda transformatsiyalash jarayonlaridan foydalanish masalasi nazariy va amaliy jihatlarini, turizm bozorida yuz berayotgan dinamik o‘zgarishlar, raqobatning kuchayishi, raqamli texnologiyalarning keng qo‘llanilishi va turistik ehtiyojlarning o‘zgarishi o‘rganilgan. O‘zbekistonda turizm sohasini tubdan yangilash va jahon standartlariga moslashtirishga xizmat qiluvchi ilmiy-amaliy muammolar va yechim takliflari ko‘rib chiqilgan. Turizm xizmatlarini tashkil etishda transformatsiya jarayonlarini tizimlashtirish zarurati va turizmni strategik soha sifatida rivojlantirish istiqbollari bo‘yicha xulosalar ishlab chiqilgan.

**Калит so‘zlar:** turizm xizmatlari, transformatsiya, xizmat sifatini oshirish, innovatsion yechimlar, inson kapitali, raqamli infratuzilma, smart tourism, turizm bozori, turistik mahsulotlar, infratuzilmaviy islohotlar, barqaror turizm, turistik marketing, platforma iqtisodiyoti.

### Аннотация

В данной научной статье рассмотрены теоретические и практические аспекты вопроса использования трансформационных процессов в организации туристских услуг, динамические изменения, происходящие на туристском рынке, усиление конкуренции, широкое применение цифровых технологий, изменение туристских потребностей. Рассмотрены научно-практические проблемы и предложения по их решению, способствующие коренному обновлению и приведению в соответствие с мировыми стандартами сферы туризма в Узбекистане. Разработаны выводы о необходимости систематизации процессов трансформации в организации туристского обслуживания и перспективах развития туризма как стратегической сферы.

**Ключевые слова:** туристические услуги, трансформация, повышение качества обслуживания, инновационные решения, человеческий капитал, цифровая инфраструктура, smart tourism, туристический рынок, туристические продукты, инфраструктурные реформы, Устойчивый туризм, туристический маркетинг, экономика платформы.

### Abstract

This scientific article explores the theoretical and practical aspects of the use of transformation processes in the organization of tourism services, dynamic changes taking place in the tourism market, increased competition, widespread use of digital technologies and changes in tourist needs. Scientific and practical problems and solution proposals that serve to radically update the tourism sector and adapt to world

standards have been considered in Uzbekistan. In the organization of tourism services, conclusions have been developed on the need to systematize transformation processes and the prospects for the development of tourism as a strategic area.

**Keywords:** Tourism Services, Transformation, Service Quality Improvement, innovative solutions, Human Capital, Digital Infrastructure, smart tourism, tourism market, tourist products, infrastructure reform, sustainable tourism, tourist marketing, platform economy.

## KIRISH

Jahon iqtisodiyotining yuqori sur'atlarda globallashuvi va raqobat muhitining keskinlashuvi turizm sohasini faqat an'anaviy xizmat turlari bilan cheklanib qolmasdan, doimiy ravishda o'zgarish va yangilanish talab etiladigan sohalar qatoriga kiritmoqda. Turizm bugungi kunda faqat dam olish vositasi emas, balki xalqlar o'rtasidagi madaniy almashinuv, sotsial integratsiya, ekotizimni saqlash va innovatsion iqtisodiyot rivoji uchun samarali mexanizm sifatida qaralmoqda. Shu bois, turizm xizmatlarini tashkil etishda transformatsiyalash jarayonlaridan foydalanish bu sohaning barqaror va tizimli rivojlanishini ta'minlovchi asosiy omillardan biriga aylanmoqda.

Transformatsiya tushunchasi bugungi kunda keng qamrovli mohiyat kasb etgan. U faqat texnik o'zgarishlarni emas, balki strategik boshqaruv, biznes modellar, inson kapitali, mijozlar bilan muloqot usullari va xizmat ko'rsatish madaniyatidagi tub o'zgarishlarni qamrab oladi. Turizm xizmatlari sohasidagi transformatsiya, ayniqsa, raqamli texnologiyalar, sun'iy intellekt, blokcheyn, AR/VR, Big Data, virtual xizmatlar va mobil platformalar asosida tashkil etilayotgan yangi biznes modellari orqali amalga oshirilmoqda. Bu esa turizm salohiyatini rivojlantirishga xizmat qiluvchi muhim vositaga aylandi.

Ayniqsa, COVID-19 pandemiyasi davomida va undan keyingi davrda turizm sohasi oldida turgan yangi muammolar va talablar sohani qayta tashkil etish va o'zgarishlar kiritishni taqozo etdi. An'anaviy xizmat ko'rsatish tizimi samarasizlik ko'rsatdi, turistlar iste'mol madaniyati o'zgardi, xavfsizlik va gibrud xizmatlarga talab orta boshladi. Bu o'z navbatida, turizm subyektlarini o'z xizmatlarini qayta ko'rib chiqish, raqamli platformalarga o'tish, mijoz markazli yondashuvni joriy etish, personallar ko'nikmalarini oshirish va barqarorlik konsepsiyalarini o'z faoliyatiga integratsiya qilishga majbur etdi.

O'zbekiston sharoitida ham turizm sohasi so'nggi yillarda davlat siyosatining ustuvor yo'nalishlaridan biriga aylangan. Prezident tomonidan qabul qilingan bir qator farmon va qarorlar, jumladan Turizm infratuzilmasidagi mavjud muammolarni hal etish, taqdim etilayotgan xizmatlar sifatini oshirish va jahon bozorlarida milliy turizm mahsulotlarini faol targ'ib qilish, turizm tarmog'ining kadrlar salohiyatini kuchaytirish orqali turizm sohasida amalga oshirilayotgan islohotlar samaradorligini oshirish hamda respublikaga kirib kelayotgan xorijiy fuqarolar sonini keskin ko'paytirish maqsadida, shuningdek, 2019-2025-yillarda O'zbekiston Respublikasida turizm sohasini rivojlantirish maqsadida bir qator islohotlar amalga oshirilmoqda.[1]

Mamlakatimizda turizm sohasini iqtisodiyotning muhim strategik tarmogʻi sifatida yanada rivojlantirish, sayyohlar oqimini keskin oshirish, yangi turizm obyektlarini tashkil etish, sohadagi tadbirkorlarni qoʻshimcha ravishda qoʻllab-quvvatlash, yangi ish oʻrinlarini yaratish hamda mavjud ish oʻrinlarini saqlab qolish maqsadida quyidagi ishlarni amalga oshirish belgilab berilgan: respublika hududlariga 15,8 million nafar xorijiy turistlarning safarlarini tashkil etish, turizm xizmatlari eksportini 4 milliard AQSh dollariga yetkazish; ichki turizmni rivojlantirish hisobiga 40 millionta mahalliy sayyohlarning hududlarga safarlarini tashkil etish, qoʻshimcha 378 ta turoperator faoliyatini yoʻlga qoʻyish; respublika hududlarida yangi 108 ta mehmonxona, 375 ta oilaviy mehmon uyi va 123 ta xostel qurish, 745 ta kapsula va oʻtov uylari, apart-otel, modulli mehmonxonalar hamda 12 ta turizm qishlogʻi va turizm mahallasini tashkil etish.[2]

Shu bilan bir qatorda mamlakatimizda turizm sohasini rivojlantirish maqsadida, vizasiz rejimlar joriy etilishi, yangi aviaqatnovlar va temiryoʻl yoʻnalishlari faollashtirilishi, mehmonxona infratuzilmasining kengayishi va raqamli xizmat platformalarining yaratilishi — bularning barchasi turizmni tubdan transformatsiya qilishga yoʻnaltirilgan amaliy qadamlardir. Biroq ushbu oʻzgarishlar tizimli va maqsadli ravishda joriy etilmasa, ularning ijobiy taʼsiri cheklangan holda qolishi mumkin.

Shu sababli, turizm xizmatlarini tashkil etishda transformatsiyalash jarayonlari nafaqat texnologik, balki tashkiliy, ijtimoiy va iqtisodiy oʻzgarishlar majmuini qamrab olgan holda amalga oshirilishi talab etiladi. Bu jarayonda eng muhim vazifalardan biri — xizmatlarni mijozlar ehtiyoj va intilishlariga mos ravishda yangilash, har bir turist uchun individual yondashuvni shakllantirish, xizmat koʻrsatish madaniyatini xalqaro standartlar darajasiga koʻtarishdir.

Oʻzbekistonda turizm sohasini rivojlantirish milliy iqtisodiyotni diversifikatsiya qilish, yangi ish oʻrinlari yaratish, hududlarni ijtimoiy-iqtisodiy jihatdan rivojlantirishda muhim mexanizm sifatida belgilangan. Davlat rahbariyati tomonidan turizmni strategik tarmoq sifatida belgilash, xorijiy turistlar oqimini koʻpaytirish, ichki turizmni ragʻbatlantirish, taʼlim va kadrlar salohiyatini kuchaytirish, raqamli yechimlarni joriy etish borasidagi islohotlar bu sohaning transformatsiyasini tezlashtirmoqda. Jumladan:

- turizm sohasini raqamlashtirishga doir dasturlar joriy etildi;
  - turizm subyektlari uchun soliq va bojxona imtiyozlari yaratildi;
  - «Smart tourism», «Green tourism», «Halal tourism» kabi zamonaviy yoʻnalishlar rivojlantirilmoqda;
  - mahalliy va xalqaro investitsiyalarni jalb etish uchun qator qulayliklar yaratildi.
- Shu bilan birga, turizm xizmatlari bozorida hali hal qilinmagan masalalar ham mavjud:
- xizmat koʻrsatish sifatining notekisligi,
  - kadrlar yetishmasligi va ularning malakasi pastligi,
  - raqamli yechimlardan foydalanish darajasining pastligi,
  - mintaqaviy turizm infratuzilmasining yetarli emasligi,

-turizm xizmatlarining tarkibiy transformatsiyasiga bo'lgan yetarli yondashuv mavjud emasligi.

Aynan shu jihatdan kelib chiqib, turizm xizmatlarini tashkil etishda transformatsiyalash jarayonlarini chuqur o'rganish, amaldagi muammolarni tahlil qilish va innovatsion yechimlarni ishlab chiqish muhim ahamiyat kasb etadi. Chunki samarali tashkil etilgan, raqobatbardosh va transformatsiyalashgan turizm xizmatlari O'zbekistonni Markaziy Osiyoning turizm markaziga aylantirishga xizmat qiladi. Bu esa mamlakatning xalqaro maydondagi nufuzini oshirishga, eksportga yo'naltirilgan xizmatlar ulushini ko'paytirishga va milliy madaniyatni jahonga namoyon etishga zamin yaratadi.

### **ADABIYOTLAR SHARHI**

Turizm xizmatlarini tashkil etishda transformatsiyalash jarayonlarining ilmiy asoslarini tahlil qilishda mahalliy va xalqaro tadqiqotchilar tomonidan yozilgan ishlar alohida ahamiyat kasb etadi. Ushbu sohadagi nazariy yondashuvlar, modellar va amaliy tadqiqotlar turizm xizmatlarini tubdan yangilashning turli aspektini qamrab olgan bo'lsa-da, ularni tanqidiy tahlil qilish sohadagi bo'shliqlarni ko'rsatib beradi.

Filip Kotler va Djon Boudenlar tomonidan olib borilgan tadqiqotlarda, xizmatlar marketingi bo'yicha asosiy nazariy yondashuvlarni ishlab chiqqan. Ular turizm xizmatlarida mijoz qiymatini yaratish va individuallashtirilgan xizmat ko'rsatish modellarining muhimligini ta'kidlaydi. Mualliflar transformatsiya jarayonlarini faqat texnologik o'zgarish sifatida emas, balki strategik yo'nalish sifatida qarashni taklif etadi.[3] Biroq ularning modellari ko'proq taraqqiy etgan bozorlar uchun moslashtirilgan bo'lib, rivojlanayotgan mamlakatlardagi infratuzilmaviy va kadr muammolarini yetarlicha qamrab olmaydi.

Jeyson S. Rayan tomonidan olib borilgan tadqiqotlarda, turizm xizmat sifatining transformatsiyasiga qaratilgan tadqiqotida, xizmatlarni personallashtirish va raqamlashtirish turistik tajribani kuchaytirishini qayd etadi. Uning fikriga ko'ra, turizmdagi «experience economy» modeli asosida mijoz hissiy va ma'naviy ehtiyojlarini qondirish transformatsiyaning markaziy vazifasiga aylanmoqda.[4]

Bundan tashqari, UNWTO tashkiloti tomonidan e'lon qilingan hisobotda «Turizmning raqamli transformatsiyasi» konsepsiyasi asosida soha faoliyatiga IoT, Big Data, AI va immersive technology (VR/AR) texnologiyalarini joriy etish muhimligi ta'kidlangan.[5] Ammo hisobotlarda ko'proq imkoniyatlar haqida so'z borib, ushbu jarayonlarning ijtimoiy oqibatlari yoki kichik turizm subyektlariga bo'lgan ta'siri yetarlicha yoritilmagan.

U.Gretzel, o'z tadqiqotida «smart tourism» konsepsiyasini ilgari surib, raqamlashtirish jarayoni turizm xizmatlarini individuallashtirish va avtomatlashtirish imkonini berishi, servislarda inson omili kamayib, sifatda barqarorlik ta'minlanishini qayd etadi. Uningcha, turizm xizmatlarining transformatsiyasi ma'lumotlar asosida qaror qabul qilish (data-driven decision making) bilan chambarchas bog'liq.[6] Ammo mazkur yondashuv rivojlanayotgan davlatlardagi ma'lumot infratuzilmasi va kadrlar yetishmasligi muammolarini yetarlicha hisobga olmaydi.

A.Poon tomonidan olib borilgan ilmiy izlanishlarda, «Flexible Specialization» konsepsiyasi asosida turizmning yangi avlodi (New Tourism) xizmatlarini yaratishni taklif etadi. Uningcha, turistlar endi standart tur paketlarga emas, balki «tajribaga yoʻnaltirilgan», ixcham, ekologik va shaxsiylashtirilgan xizmatlarga qiziqmoqda. Poon buni xizmatlarni transformatsiya qilish zarurati bilan izohlaydi.[7] Bugungi kunda bu fikrlar «experience-based tourism» modellari orqali oʻz tasdigʻini topmoqda.

M.Sigala esa raqamli transformatsiyaning strategik menejmentga taʼsiri haqida soʻz yuritib, turizm tashkilotlari innovatsiyani faqat texnik vosita sifatida emas, balki boshqaruvdagi madaniy oʻzgarish sifatida qabul qilishi kerakligini taʼkidlaydi. Muallifning fikricha, raqamli texnologiyalardan foydalanishdan oldin rahbarlar va xodimlarda «raqamli fikrlash» (digital mindset) shakllantirilishi zarur.[8] Bu xulosa ayniqsa Oʻzbekiston kabi raqamli transformatsiya jarayoni hali toʻliq amalga oshmagan davlatlar uchun juda muhim.

Oʻzbekistondagi ilmiy tadqiqotchilar ham turizm sohasidagi transformatsiya jarayonlariga eʼtibor qaratmoqda. Masalan, M.Muxitdinova oʻz tadqiqotida raqamli texnologiyalarning turizm xizmatlari sifatiga taʼsirini tahlil qilib, onlayn bron qilish, elektron toʻlov, mobil dasturlar kabi vositalar mijozlarga qulaylik yaratishini taʼkidlaydi.[9] Muallifning yutugʻi shundaki, u Oʻzbekiston misolida aniq keyslar orqali raqamlashtirishning ijobiy taʼsirini koʻrsatadi, biroq tadqiqotda raqamli tengsizlik, kadrlarning raqamiy koʻnikmalari kamligini hal qilish boʻyicha aniq yechimlar berilmagan.

Yu.A.Toʻraeva oʻzining ilmiy ishida turizm sohasini transformatsiya qilish jarayonida kadrlar tayyorlash va xizmat madaniyatini oshirish masalasiga alohida eʼtibor qaratadi. Uning fikriga koʻra, xizmatlar sifatini oshirish faqat texnologik oʻzgarish emas, balki inson kapitali rivoji bilan chambarchas bogʻliq.[10] Bu fikr Oʻzbekiston sharoitida juda dolzarb, chunki sohadagi asosiy muammolardan biri - sifatli kadrlar yetishmasligi.

Shuningdek, I.Hasanov tomonidan olib borilgan ilmiy izlanishlarda, turizm xizmatlarini tashkil etishda biznes modellar transformatsiyasini tadqiq etib, startap yondashuvi, raqamli platforma iqtisodiyoti va agregator xizmatlarining samaradorligiga eʼtibor qaratadi.[11] Uning tadqiqoti innovatsion yondashuvlarning mahalliy bozorga moslashtirilishi zarurligini qayd etadi.

S.Qurbonov oʻzining ilmiy tadqiqotlarida, Oʻzbekistonda turizm xizmatlarini diversifikatsiya qilishga qaratilgan ilmiy ishida mintaqaviy turizm yoʻnalishlarini shakllantirishda lokal infratuzilma, mahalliy resurslar va raqamli yechimlarni uygʻunlashtirish transformatsiyaning asosiy ustunlaridan biri ekanligini taʼkidlaydi.[12] Lekin muallifning ishida biznes modellarning transformatsiyasi, ayniqsa xususiy sektordagi holati yetarli darajada chuqur yoritilmagan.

X.Yusupov esa turistik xizmatlarda xizmat madaniyatini rivojlantirishga eʼtibor qaratib, zamonaviy talablarga mos xizmat koʻrsatish faqat moddiy bazaga emas, balki inson kapitaliga bogʻliq ekanini koʻrsatadi. Muallif Oʻzbekiston sharoitida «texnologik transformatsiya» bilan «inson omili» birgalikda qaralishi kerakligini ilgari suradi.[13]

N. Tojiboevning tadqiqotida innovatsion turizm xizmatlari (agro-tourism, medical tourism, cultural tourism) ni transformatsiya jarayonidagi asosiy yoʻnalishlardan biri sifatida koʻrsatadi. Uningcha, xizmatlar transformatsiyasi faqat tashqi turistlarni jalb etish bilan cheklanmasdan, ichki turizmni ham rivojlantirishi shart.[14] Ammo tadqiqotda raqamli marketing, turizm startaplari va investitsiya muhiti masalalari kamroq yoritilgan.

Adabiyotlar tahlili shuni koʻrsatadiki, xorijiy tadqiqotlar koʻproq texnologiya, strategiya va bozor samaradorligi nuqtai nazaridan yondashsa, mahalliy tadqiqotlar esa infratuzilma, kadrlar, boshqaruv va institutsional islohotlarga koʻproq eʼtibor qaratadi. Har ikki yondashuvni integratsiya qilgan holda kompleks transformatsiya modelini yaratish hozirgi davr talabi hisoblanadi.

Mavjud tadqiqotlar koʻpincha oʻziga xos jihatlarni alohida yoritadi — masalan, raqamlashtirish, xizmat sifati, kadrlar tayyorlash. Biroq ular oʻrtasidagi bogʻliqlik, integral transformatsiya mexanizmi, davlat siyosati va xususiy sektor oʻrtasidagi hamkorlikning tizimli tahlili hali yetarli emas. Shu bois ushbu ilmiy maqolada aynan ushbu boʻshliqlarni toʻldirishga urinish qilingan.

## **METODOLOGIYA**

Turizm xizmatlarini tashkil etishda transformatsiyalash jarayonlaridan foydalanish yoʻllarini tizimli tahlil, tarixiylik va mantiqiylik, induksiya va deduksiya, analiz va sintez, qiyosiy va selektiv tanlab tadqiq qilish, monografik tahlil va guruhlash usullari qoʻllanilgan.

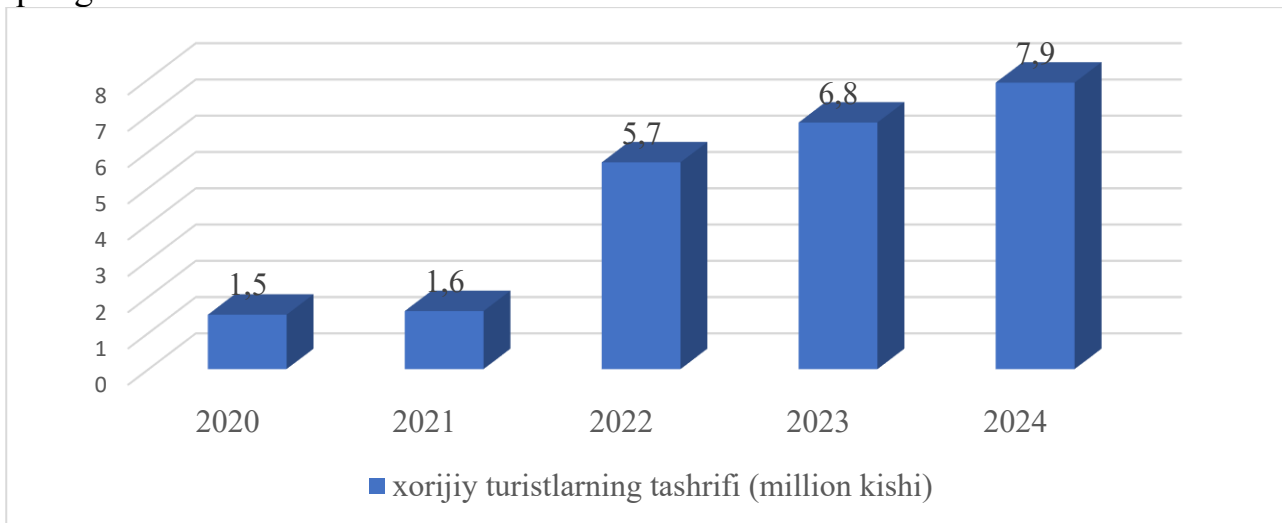
## **TAHLIL VA NATIJALAR**

Turizm – bugungi kunda global miqyosda strategik ahamiyat kasb etuvchi sohalardan biri sifatida qaralayotgan, mamlakatlar iqtisodiy oʻsishida, ishsizlikni kamaytirishda, eksportni diversifikatsiya qilishda va xalqaro imijni shakllantirishda muhim rol oʻynaydigan tarmoqdir. Butun dunyoda turizmning ulushi yalpi ichki mahsulotda va xizmatlar eksportida izchil oʻsib borayotgani, bu sohani nafaqat iqtisodiy, balki ijtimoiy va madaniy taraqqiyotning ham drayveriga aylantirayotganini koʻrsatadi. Shu nuqtai nazardan turizm xizmatlarini tashkil etishda zamon talabiga mos ravishda transformatsiyalash jarayonlarini amalga oshirish murakkab, biroq hal qiluvchi vazifalardan biriga aylangan.

Dunyo boʻylab turizm sohasi raqobati tobora kuchayib borayotgan sharoitda xizmatlar tizimidagi statik va anʼanaviy yondashuvlar oʻz samaradorligini yoʻqotmoqda. Mijozlarning kutilmalari faol oʻzgarmoqda, raqamli texnologiyalar jadal tatbiq etilayotgani turistik xizmatlarni tezkor, interaktiv va personallashtirilgan tarzda tashkil etishni talab qilmoqda. Shu bilan birga, ekologik barqarorlik, madaniy merosni asrash, mahalliy aholining faol ishtiroki kabi ijtimoiy omillar ham xizmatlar transformatsiyasini yangi bosqichga olib chiqmoqda.

Turizm xizmatlarini tashkil etishda transformatsiya jarayonlaridan foydalanish darajasini baholash uchun bir nechta koʻrsatkichlarni tahlil qiladigan boʻlsak: xalqaro turistlarning tashrifi, ichki va tashqi aeroportlar foydalanuvchilari, raqamli infrastruktura va internet foydalanuvchilari, hamda turizm xizmatlarining eksport

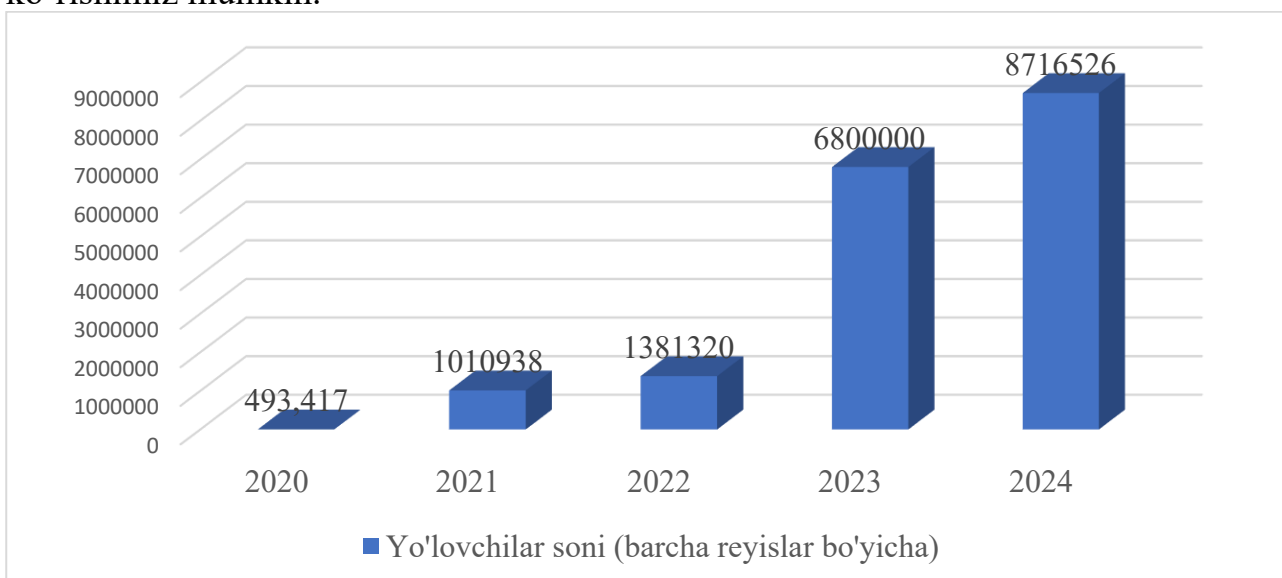
hajmi. Quyida jadvallar va sxema orqali bu ko'rsatkichlarning o'zgarishi tahlil qilingan.



**1-rasm. O'zbekistonda 2020-2024-yillarda xalqaro turistlar tashrifi ko'rsatkichlari<sup>1</sup>**

Rasmda keltirilgan ma'lumotlarga ko'ra, 2020-yilda COVID-19 ta'siri va turli cheklovlar hisobiga xorijiy turistlarning mamlakatimizda kelishi 1,5 million kishini tashkil qilgan. 2021-yilda ham xorijiy turistlarning kelishi deyarli oshmagan desak ham bo'ladi, lekin 2022-yilda 5,7 mln. nafarni, 2023-yilda 6,8 mln. nafarni hamda 2024-yilda 7,9 mln. nafarni tashkil etmoqda.

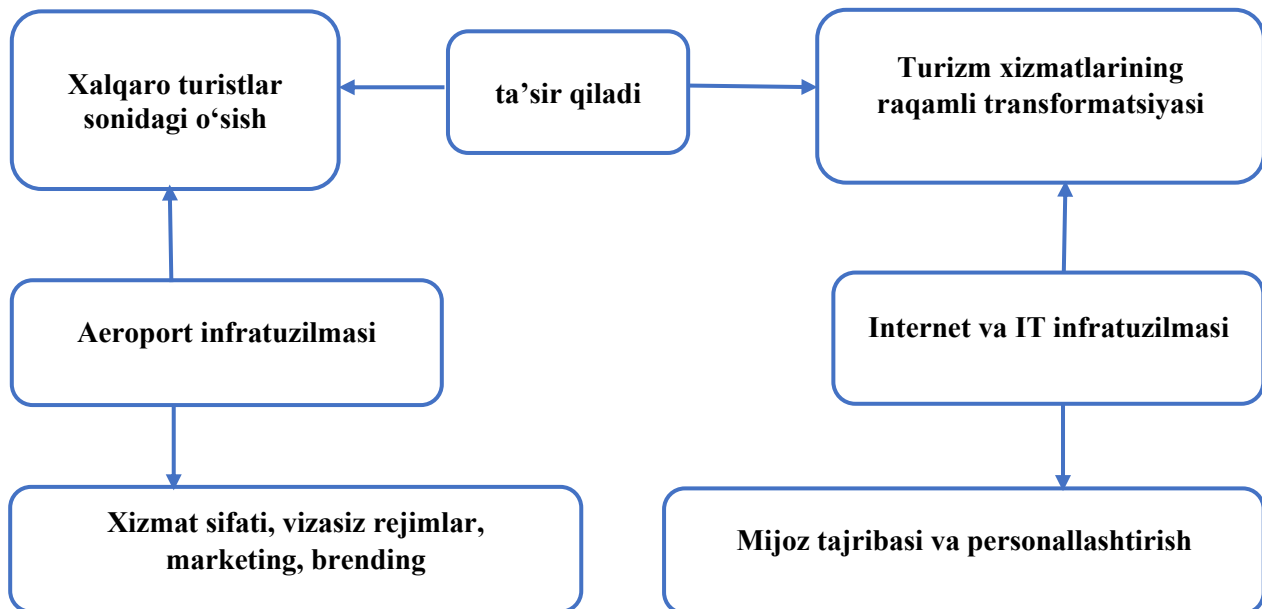
Yuqorida keltirilgan 1-rasm ma'lumotlarini asoslanishiga ko'ra, mahalliy aholi va xorijiy turistlar tomonidan Samarqand va Toshkent aeroportlarida yo'lovchilar oqimining o'zgarish dinamikasini tahlil qiladigan bo'lsak (2-rasm), quyidagi holatni ko'rishimiz mumkin.



**2-rasm. Samarqand va Toshkent aeroportlaridagi 2022-2024 yillarda yo'lovchi oqimi**

<sup>1</sup> Muallif ishlanmasi

Rasmda keltirilgan ma'lumotlarni tahlil qiladigan bo'lsak, 2022-2024 yillarda o'sish tendensiyasi, ya'ni turistlar sonining tez o'sishi va aeroportlar yo'lovchi oqimining sezilarli ko'payishi, transformatsiya jarayonlari samaradorlik bilan amalga oshirilayotganligini ko'rsatmoqda. Jumladan, Toshkent va Samarqand aeroportlari yo'lovchi oqimini bir yarim hissa va undan yuqori darajada oshirgan.



**3-rasm. Turizm xizmatlarining transformatsiyalash jarayonlariga ta'sir qiluvchi omillar va ularning o'zaro munosabati<sup>1</sup>**

Rasmdan ko'rishimiz mumkinki, xizmatlarning sifat va qulaylik jihatidan yaxshilanishi (vizasiz rejim, transport infratuzilmasi, aeroport modernizatsiyasi, xizmat ko'rsatish standartlari) turistlar uchun ta'sirchan imkoniyatlar yaratdi va turistlar kelishiga ijobiy ta'sir qildi.

Mahalliy xizmat sohasi va subyektlari uchun imkoniyatlar va cheklovlar: mahalliy turizm operatorlari, mehmonxonalar, transport xizmatlari raqamli yoki texnologik o'zgarishlarga tez moslashayotgan bo'lsa-da, qalbidagi kadrlarning raqamli ko'nikmalari, kichik subyektlardagi investitsiya yetishmasligi hali ham muammo. Infratuzilmaning barcha hududlarda birxil darajada emasligi (shahar va qishloq farqi) kuzatildi.

Yuqorida keltirilgan rasmlardagi ma'lumotlarga ko'ra, quyidagilar xulosa qilishimiz mumkin. 2020-2021 yillardagi pasayish turizm sektorini qayta ko'rib chiqish, transformatsiya jarayonlarini tezlashtirish zarurligini ko'rsatdi. 2022-2024 yillardagi o'sishlar transformatsiyalik chora-tadbirlarning samarasini isbotladi: raqamlashtirish, transport va aeroport infratuzilmasi, vizalar siyosati, marketing va xizmat sifatidagi islohotlar turistlar kirishini va yo'lovchi oqimini sezilarli darajada oshirdi.

Yoshlar va internetdan foydalanuvchi aholi segmenti turizm xizmatlarini transformatsiyalashda muhim rol o'ynaydi; raqamli uslublar va mobil texnologiyalar

<sup>1</sup> Muallif ishlanmasi

ushbu segmentdagi xizmatlarga yetakchi omil bo'lmogda. Lekin transformatsiyaning tizimliliigi va barqarorligi uchun hali bir qator muammolar yechimsiz qolgan: ayrim hududlarda infratuzilma yetishmasligi, kadrlar malakasi va raqamli bilimlarning pastligi, texnologik uskunalar va servislarning barcha subyektlar tomonidan teng tatbiq etilmasligi.

## **XULOSA VA TAKLIFLAR**

XXI asr turizm sohasi uchun yangi paradigma davrini boshlab berdi — raqobat, texnologiyalar, mijozlar intilishlari va global muammolar soha faoliyatini mutlaqo qayta shakllantirmogda. Turizm xizmatlarini tashkil etishda transformatsiyalash jarayonlaridan samarali foydalanish hozirgi kunda nafaqat strategik zarurat, balki amalda tirik qolish va rivojlanish garovidir.

O'zbekistonda olib borilayotgan islohotlar, davlat siyosatining ustuvorligi, xalqaro ochiqlik, logistika va infratuzilmadagi o'zgarishlar turizm sohasini sifat jihatidan yangi bosqichga olib chiqmogda. 2020-2024 yillar oralig'ida kuzatilgan statistik o'sishlar (turistlar soni, aeroport yo'lovchi oqimi, eksport hajmlari va raqamli xizmatlardan foydalanish darajasi) bu transformatsiya jarayonlari o'zini oqlayotganini ko'rsatadi.

Biroq raqamli transformatsiya, xizmat madaniyati va turistik muhitni takomillashtirish jarayonlari hali ham qisman fragmentar, mahalliy darajada, to'liq tizimlashmagan holda amalga oshirilmogda. Bu esa mavjud salohiyatdan to'liq foydalanishga to'sqinlik qilmogda. Jumladan:

1. Transformatsiya strategiyasi talab etiladi: Turizm sohasidagi o'zgarishlar epizodik emas, balki rejali, tuzilmaviy va strategik asoslangan bo'lishi kerak. Buning uchun milliy darajada maqsadli turizm xizmatlarini transformatsiya qilish strategiyasi ishlab chiqilishi zarur.

2. Raqamli nosimetriklikni bartaraf etish lozim: Shahar va qishloqlar, markaziy va chekka hududlar o'rtasidagi raqamli infratuzilma va xizmatlardan foydalanish imkoniyatlarida katta farq mavjud. Bu aholining ma'lum bir qismiga sifatli turizm xizmatlari ko'rsatilishini cheklaydi.

3. Kadrlar – barcha jarayonlarning markazida turishi kerak: Har qanday texnologiya, infratuzilma va raqamli yechimlarni joriy etishda inson kapitali asosiy omil bo'lib qolmogda. Turizm sohasi xodimlarining bilim va ko'nikmalarini qayta tayyorlash, ularda mijoz bilan muloqot madaniyati va raqamli salohiyatni rivojlantirish shoshilinch vazifadir.

4. Xizmatlarni diversifikatsiya qilish transformatsiyaning muhim qismi: Faqat an'anaviy madaniy va tarixiy turlar emas, balki agroturizm, ekoturizm, gastro-turizm, tibbiy turizm kabi yo'nalishlarni rivojlantirish orqali turistlar uchun qiymat yaratish mumkin. Bu faqat turistga emas, mahalliy iqtisodiyotga ham ijobiy ta'sir ko'rsatadi.

5. Xususiy sektorni faol jalb qilish kerak: Davlat tashabbuslari bilan birga, xususiy turizm subyektlari ham transformatsiya jarayoniga jalb etilishi lozim. Buning uchun investitsiyaviy motivatsiyalar, soliq imtiyozlari, kredit liniyalari va biznes muhitni yaxshilash kabi mexanizmlar ishlab chiqilishi zarur.

6. Ilmiy tadqiqot va innovatsiyalar asos bo'lishi kerak: Turizm xizmatlari sohasidagi islohotlar tasodifiy yoki faqat davlat topshiriqlariga asoslangan bo'lmashligi kerak. Universitetlar, ilmiy markazlar va tadqiqotchilar tomonidan olib borilayotgan ilmiy tahlillar amaliyotga integratsiya qilinishi kerak. Ilmiy yondashuvlar va ma'lumotlarga asoslangan qarorlar transformatsiya samaradorligini kafolatlaydi.

Transformatsiyaning istiqbolli yo'nalishlari bo'yicha:

-«Smart turizm» ekotizimini yaratish: avtomatlashtirilgan gidlar, AR/VR texnologiyalar, blokcheyn orqali bron qilish, raqamli turist kartalari;

-milliy «turizm ID» platformasini joriy etish: barcha xizmatlar bir elektron tizimda jamlangan holda (mehmonxona, transport, muzey, gid, to'lovlar);

-raqamli ta'lim orqali soha kadrlarini tayyorlash: onlayn kurslar, mikrosertifikatlar, turizm texnoparki;

-turizmning barqarorlik indeksini shakllantirish: ekologik, ijtimoiy va iqtisodiy barqarorlikni baholash vositasi sifatida.

Turizm xizmatlarini transformatsiya qilish - bu faqat texnologik modernizatsiya emas, balki keng qamrovli ijtimoiy-iqtisodiy va tashkilotchilik o'zgarishlar majmuidir. Agar bu jarayon tizimli, bosqichma-bosqich va inson kapitaliga tayangan holda amalga oshirilsa, O'zbekiston nafaqat mintaqada, balki global turizm bozorida ham o'z o'rniga ega bo'ladi.

### **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI**

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 13-avgust PF-5781-son "O'zbekiston Respublikasida turizm sohasini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi Farmoni. <https://lex.uz/ru/docs/4474527>

2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2025-yil 15-may PF-87 son "2025-2026 yillarda sayyohlar oqimini keskin ko'paytirish va turistik xizmatlar ko'lamini jadal kengaytirish orqali turizmning iqtisodiyotdagi o'rnini va ahamiyatini oshirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi Farmoni <https://lex.uz/docs/-7531559>

3. Kotler P., Bowen, J. (2016). Marketing for Hospitality and Tourism. Pearson Education.

4. Ryan C. (2010). Tourist Experiences: Phenomenographic Approaches. Channel View Publications.

5. UNWTO. (2022). Tourism Digital Transformation Report. World Tourism Organization.

6. Gretzel, U. (2011). Intelligent systems in tourism: A social science perspective. Annals of Tourism Research, 38(3), 757-779.

7. Poon A. (1993). Tourism, Technology and Competitive Strategies. CAB International.

8. Sigala M. (2018). Social Media and Customer Engagement in the Context of Collaborative Value Creation in the Tourism Industry. In: Digital Transformation in Tourism, Springer.

9. Muxitdinova M. (2022). Turizm xizmatlarida raqamli texnologiyalarning joriy etilishi va uning xizmat sifatiga ta'siri. // Iqtisod va ta'lim, №4(58), 45-52.

10. To'raeva Yu.A. (2021). Turizmda xizmat ko'rsatish madaniyati va kadrlar tayyorlash tizimini takomillashtirish. // O'zbekiston iqtisodiyotida innovatsiyalar, №3, 89-96.

11. Hasanov I. (2020). Turizm sohasida biznes modellarning transformatsiyasi: zamonaviy yondashuvlar. // Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar, №6, 112-119.

12. Qurbonov S. (2021). Turizm xizmatlarini diversifikatsiya qilishning ustuvor yo'nalishlari. // Iqtisodiy taraqqiyot, №2, 103-109.

13. Yusupov X. (2020). Turistik xizmatlarda xizmat madaniyatini oshirishning innovatsion yondashuvlari. // Iqtisod va turizm, №1, 67-74.

14. Tojiboev N. (2022). Turizm xizmatlarini transformatsiya qilishda innovatsion turizm yo'nalishlarining o'rni. // Jamiyat va innovatsiyalar, №5, 88-96.



# Marketing

*ilmiy, amaliy va ommabop jurnali*

**Muharrir:**

**Ingliz tili muharriri:**

**Rus tili muharriri:**

**Musahhah:**

**Sahifalovchi va dizaynerlar:**

Xakimov Ziyodulla Axmadovich

Tursunov Boburjon Ortiqmirzayevich

Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li

Karimova Shirin Zoxid qizi

Sadikov Shoxrux Shuxratovich

Abidjonov Nodirbek Odijon o'g'li

**2025-yil, oktabr, 10-son**

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar mas'ul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelavermasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

Mazkur jurnalda maqolalar chop etish uchun quyidagi havolalarga murojaat qilish mumkin. Ilmiy maqola, ommabop maqola, reklama, hikoya va boshqa ilmiy-ijodiy materiallar yuborishingiz mumkin.

Materiallar va reklamalar pullik asosda chop etiladi.

Elektron pochta:

[info@marketingjournal.uz](mailto:info@marketingjournal.uz)

Bot:

[@marketinjournalbot](https://t.me/@marketinjournalbot)

Tel.:

+998977838464, +998939266610

Jurnalning rasmiy sayti: <https://marketingjournal.uz>

Marketing jurnali O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi **Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining 2024-yil 04-oktabrdagi 332/5 sonli qarori** bilan milliy ilmiy nashrlar ro'yxatiga kiritilgan



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali 2024-yil 15-martdan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan **C-5669517** reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan. **Litsenziya raqami: №240874**



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnalining xalqaro darajasi: **9710**. GOCT 7.56-2002 " Seriyali nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlataro standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**