



AKTUAR MOLIYA VA BUXGALTERIYA HISOBILMIY JURNALI

Vol. 6 Issue 06 | pp. 116-126 | ISSN: 2181-1865

Available online <https://finance.tsue.uz/index.php/afa>

RAQAMLI VA AQLLI TEXNOLOGIYALAR – TURIZM TARMOG‘I RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISH OMILI SIFATIDA: NAZARIY YONDASHUVLAR VA O‘ZBEKISTON TAJRIBASI



B.B. Sobirov

PhD, dotsent

Ipak Yo‘li Turizm va Madaniy Meros Xalqaro Universiteti

Annotatsiya. Maqolada raqamli va aqli texnologiyalarning zamonaviy turizm tarmog‘i raqobatbardoshligini shakllantirishdagi o‘rni nazariy va amaliy jihatdan tahlil qilingan. Tadqiqotda “aqli turizm” (smart tourism) tushunchasining nazariy asoslari, klassik turistik raqobatbardoshlik modellari (Crouch va Ritchie, 1999; Buhalis, 2000) hamda “aqli turizm” yondashuvining asosiy ustunlari — buyumlar interneti (IoT), katta hajmdagi ma‘lumotlar (Big Data), sun‘iy intellekt (AI) va blokcheyn texnologiyalari — qiyosiy tahlil qilingan. Jahon Iqtisodiy Forumining 2024-yilgi Sayohat va Turizmni Rivojlantirish Indeksi (TTDI) ma‘lumotlari, shuningdek O‘zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo‘mitasining 2025-yil yanvar-avgust oylari uchun rasmiy turizm statistikasi asosida mamlakat turizm tarmog‘ining raqamlashtirish darajasi va xalqaro raqobatbardoshlik mavqei tahlil qilingan. Tadqiqotda xorijiy sayyohlar oqimi, turizm xizmatlari eksporti va raqamli turizm infratuzilmasi (Wi-Fi nuqtalari, axborot markazlari, turistik yo‘l ko‘rsatkichlari) dinamikasini aks ettiruvchi jadval va diagrammalar ishlab chiqilgan. Tadqiqot natijalariga ko‘ra, raqamli transformatsiya turizm raqobatbardoshligiga bevosita emas, balki xizmat sifatini boshqarish, onlayn reputatsiyani boshqarish va “aqli boshqaruv” amaliyotlari orqali bilvosita ta‘sir ko‘rsatishi aniqlangan. Maqola yakunida O‘zbekistonda yagona milliy turizm platformasi va boshqa raqamli tashabbuslarni samarali joriy etish bo‘yicha ilmiy-amaliy tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Kalit so‘zlar: turizm raqobatbardoshligi, aqli turizm, raqamli transformatsiya, buyumlar interneti, sun‘iy intellekt, turistik hudud, TTDI indeksi, O‘zbekiston.

Аннотация. В статье проведен теоретический и прикладной анализ роли цифровых и умных технологий в формировании конкурентоспособности современной туристской отрасли. Рассмотрены теоретические основы концепции «умного туризма» (smart tourism), классические модели туристской конкурентоспособности (Crouch и Ritchie, 1999; Buhalis, 2000), а также ключевые опоры умного туризма — интернет вещей (IoT), большие данные (Big Data), искусственный интеллект (ИИ) и блокчейн-технологии. На основе данных Индекса развития путешествий и туризма (TTDI) Всемирного экономического форума за 2024 год и официальной туристской статистики Госкомстата Республики Узбекистан за январь-август 2025 года проанализирован уровень цифровизации туристской отрасли страны и её позиции в международном рейтинге конкурентоспособности. Разработаны таблицы и диаграммы, отражающие динамику потока иностранных

туристов, экспорта туристских услуг и цифровой туристской инфраструктуры (точки Wi-Fi, информационные центры, туристские указатели). Установлено, что цифровая трансформация влияет на конкурентоспособность туризма не напрямую, а опосредованно — через управление качеством услуг, управление онлайн-репутацией и практики «умного управления». В заключение разработаны научно-практические рекомендации по эффективному внедрению единой национальной туристской платформы и других цифровых инициатив в Узбекистане.

Ключевые слова: конкурентоспособность туризма, умный туризм, цифровая трансформация, интернет вещей, искусственный интеллект, туристская территория, индекс TTDI, Узбекистан.

Abstract. This article provides a theoretical and applied analysis of the role of digital and smart technologies in shaping the competitiveness of the modern tourism industry. It examines the theoretical foundations of the “smart tourism” concept, classical destination-competitiveness models (Crouch & Ritchie, 1999; Buhalis, 2000), and the core pillars of smart tourism — the Internet of Things (IoT), Big Data, artificial intelligence (AI), and blockchain. Drawing on the World Economic Forum’s 2024 Travel & Tourism Development Index (TTDI) and official tourism statistics of the State Statistics Committee of the Republic of Uzbekistan for January–August 2025, the study assesses the country’s level of tourism digitalization and its international competitiveness standing. Original tables and charts are developed reflecting the dynamics of foreign tourist arrivals, tourism services exports, and digital tourism infrastructure (Wi-Fi points, information centers, tourist signage). The findings indicate that digital transformation affects tourism competitiveness not directly, but indirectly — through quality-of-service management, online reputation management, and smart governance practices. The article concludes with science-based recommendations for the effective implementation of Uzbekistan’s unified national tourism platform and other digital initiatives.

Keywords: tourism competitiveness, smart tourism, digital transformation, Internet of Things, artificial intelligence, tourism destination, TTDI index, Uzbekistan.

1. KIRISH

Turizm sohasi XXI asrda jahon iqtisodiyotining eng dinamik tarmoqlaridan biriga aylanib, mamlakatlar raqobatbardoshligini belgilovchi muhim omillardan biriga aylandi. Turizm jahon yalpi ichki mahsulotining qariyb 10 foizini ta'minlaydi va har o'ninchi ish o'rnini yaratadi. Shu bilan birga, raqamli texnologiyalarning jadal rivojlanishi turizm tarmog'ini tubdan o'zgartirib, “aqli turizm” (smart tourism) deb nomlangan yangi paradigmaning shakllanishiga olib keldi.

Aqli turizm tushunchasi birinchi marta 2010-yillarning boshida ilmiy muomalaga kiritilgan bo'lib, u axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining turizm ekotizimi, biznes va turistik tajriba bilan uyg'unlashishini ifodalaydi (Gretzel va boshq., 2015). Hozirgi kunda buyumlar interneti (IoT), katta hajmdagi ma'lumotlar (Big Data), sun'iy intellekt (AI) va blokcheyn texnologiyalari turistik hudud va korxonalarining raqobat ustunligini ta'minlovchi asosiy vositalarga aylangan (Fernandes va Carvalho, 2025).

O'zbekiston uchun ushbu masala alohida ahamiyat kasb etadi. So'nggi yillarda mamlakatda turizm tarmog'ini raqamlashtirish bo'yicha qator amaliy chora-tadbirlar amalga oshirilmoqda — jumladan, 2026-yil 1-iyuldan boshlab joriy etilishi rejalashtirilgan

yagona milliy turizm platformasi va mobil ilova, xorijiy fuqarolar uchun elektron SIM-karta tizimi, hamda muzey va madaniy meros obyektlariga yagona chipta orqali kirish imkoniyati. Biroq bu kabi raqamli tashabbuslarning real raqobatbardoshlikka ta'sirini ilmiy asoslash, ularni xalqaro tajriba va nazariy modellar, shuningdek rasmiy statistik ma'lumotlar asosida baholash zarurati saqlanib qolmoqda.

Mazkur tadqiqotning maqsadi — raqamli va aqlli texnologiyalarning turizm tarmog'ini raqobatbardoshligini oshirishdagi mexanizmlarini nazariy jihatdan tizimlashtirish, hamda O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasining 2025-yil yanvar-avgust oylari uchun rasmiy ma'lumotlari asosida amaliy tahlil qilishdan iborat. Tadqiqot vazifalari quyidagilardan iborat: 1) aqlli turizm va turistik raqobatbardoshlik nazariyasining evolutsiyasini tizimlashtirish; 2) O'zbekistonning xalqaro raqobatbardoshlik mavqeini baholash; 3) mamlakatda raqamli turizm infratuzilmasi rivojlanish dinamikasini statistik tahlil qilish; 4) raqamli texnologiyalarning raqobatbardoshlikka ta'sir mexanizmini kontseptual model ko'rinishida ifodalash.

2. MAVZUGA OID ADABIYOTLARTAHLILI

2.1. *Turistik raqobatbardoshlikning klassik nazariy modellari*

Turistik raqobatbardoshlik nazariyasi 1990-yillarning oxiridan boshlab mustaqil ilmiy yo'nalish sifatida shakllana boshladi. Crouch va Ritchie (1999) tomonidan ishlab chiqilgan "Turizm, raqobatbardoshlik va ijtimoiy farovonlik" kontseptual modeli turistik hudud raqobatbardoshligini bir vaqtning o'zida tabiiy-madaniy resurslar, ta'minlovchi omillar, boshqaruv siyosati va talabni shakllantiruvchi omillarning o'zaro ta'siri natijasi sifatida talqin qiladi. Ushbu model keyinchalik turistik hudud raqobatbardoshligini o'rganishning asosiy nazariy negizlaridan biriga aylandi va undan keyingi ko'plab tadqiqotlarda foydalanildi.

Buhalis (2000) o'zining "Kelajak raqobatbardosh turistik hududini marketing qilish" asarida raqobatbardoshlikni resurslar bilan emas, balki ularni samarali boshqarish va texnologik vositalar orqali boyitish bilan bog'laydi, hamda axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining (ICT) turistik hudud marketingi va boshqaruvidagi strategik ahamiyatini birinchilardan bo'lib asoslab berdi. Bu asar, mohiyatan, keyinchalik "aqlli turizm" kontseptsiyasining nazariy ildizlaridan biriga aylandi.

2.2. *"Aqlli turizm" kontseptsiyasining shakllanishi*

Aqlli turizm va raqobatbardoshlik o'rtasidagi bog'liqlik xorijiy ilmiy adabiyotlarda keng tahlil qilingan. Gretzel va boshqalar (2015) aqlli turizmni axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining turizm ekotizimi bilan chuqur integratsiyalashuvi natijasida vujudga kelgan yangi paradigma sifatida ta'riflab, uning nazariy asoslarini shakllantirdi. Buhalis va Amarangana (2015) aqlli turistik hududni texnologik infratuzilma orqali xizmatlarni shaxsiylashtirish va turistlar tajribasini boyitish tizimi sifatida ta'riflaydi. Boes, Buhalis va Inversini (2016) esa aqlli turistik hudud kontseptsiyasini raqobatbardoshlikni ta'minlovchi ekotizim sifatida ko'rib, uning uch asosiy xususiyatini — instrumentallashtirilganlik, o'zaro bog'liqlik va aqllilik — ajratib ko'rsatadi va bu xususiyatlarni Crouch-Ritchie modelidagi "ta'minlovchi omillar" bilan uzviy bog'liq deb hisoblaydi.

2.3. Raqamli texnologiyalar va turizm raqobatbardoshligi: so‘nggi empirik tadqiqotlar

So‘nggi tadqiqotlar aqlli turizmning texnologik asosini yanada chuqur ochib bermoqda. Fernandes va Carvalho (2025) tomonidan o‘tkazilgan bibliometrik tahlil shuni ko‘rsatadiki, IoT texnologiyasi katta ma’lumotlar, sun’iy intellekt va blokcheyn bilan birgalikda “aqlliroq va xavfsizroq” turizm xizmatlari ko‘rsatish tizimining asosiy ustunlarini tashkil etadi. Koo va boshqalar (2025) o‘zlarining 2015-yilgi dastlabki modelini qayta ko‘rib chiqib, sun’iy intellekt va metaverse texnologiyalarini qamrab oluvchi “Aqlli turizm 2.0” yangilangan modelini taklif qiladi.

Raqamli transformatsiyaning turizm raqobatbardoshligiga ta’sir mexanizmini empirik jihatdan o‘rganishda Pisker (2026) tomonidan rivojlanayotgan iqtisodiyotlar bo‘yicha o‘tkazilgan tadqiqot alohida ahamiyatga ega. 242 nafar turizm sohasi manfaatdor tomoni ishtirokida o‘tkazilgan so‘rov natijalariga ko‘ra, raqamli transformatsiyaning turistik hudud raqobatbardoshligiga umumiy ijobiy ta’siri statistik jihatdan ahamiyatli bo‘lsa-da ($\beta = 0,48$; $p < 0,001$; $R^2 = 0,56$), ushbu ta’sirning taxminan 41 foizi sifat yo‘naltirilgan turistik taklif orqali bilvosita amalga oshadi. Bu, raqamlashtirishning o‘zi emas, balki uning xizmat sifatini boshqarish, onlayn obro‘-e’tiborni boshqarish va “aqlli boshqaruv” amaliyotlari bilan uyg‘unlashgan holda qo‘llanilishi raqobatbardoshlikka kuchliroq ta’sir ko‘rsatishini tasdiqlaydi.

Mintaqamiz misolida olib borilgan tadqiqotlardan biri sifatida Jafarova va boshqalarning (2026) Buxoro shahri — YuNESKOning jahon merosi ro‘yxatiga kiritilgan tarixiy shahar — misolida o‘tkazilgan tadqiqotini keltirish mumkin. PLS-SEM usuli yordamida 50 nafar turizm sohasi manfaatdor tomoni ishtirokida o‘tkazilgan ushbu tadqiqotda ekologik, ijtimoiy va boshqaruv (ESG) omillarining barchasi barqaror turizm rivojlanishiga ijobiy ta’sir ko‘rsatishi aniqlangan (mos ravishda $\beta = 0,267$; $0,398$; $0,312$), bunda ijtimoiy omil eng kuchli, boshqaruv omili esa eng past samaradorlik ko‘rsatkichiga ega (100 balldan 36,2 ball) ekanligi, demak u eng ustuvor aralashuv yo‘nalishi ekanligi ta’kidlangan.

Yuqorida ko‘rib chiqilgan manbalarni umumlashtirish maqsadida 1-jadvalda asosiy nazariy va empirik tadqiqotlarning qiyosiy tahlili keltirilgan.

1-jadva

Turistik raqobatbardoshlik va aqlli turizm bo‘yicha tanlangan tadqiqotlarning qiyosiy tahlili

Muallif(lar), yil	Yo‘nalish / diqqat markazi	Metod	Asosiy natija
Crouch, Ritchie (1999)	Turistik hudud raqobatbardoshliginin g integral modeli	Kontseptual model	Raqobatbardoshlik resurslar, ta’minlovchi omillar va boshqaruv siyosatining o‘zaro ta’siri natijasi
Buhalis (2000)	ICT va turistik hudud marketingi	Nazariy tahlil	ICTning strategik boshqaruv va

			marketingdagi ahamiyati asoslab berilgan
Gretzel va boshq. (2015)	Aqlli turizm paradigmasi	Kontseptual tahlil	Aqlli turizmning nazariy asoslari va ekotizim sifatidagi tarkibi shakllantirilgan
Buhalis, Amaranggana (2015)	Xizmatlarni shaxsiylashtirish	Kontseptual model	Texnologik infratuzilma orqali turistik tajribani shaxsiylashtirish mexanizmi taklif etilgan
Boes, Buhalis, Inversini (2016)	Aqlli turistik hudud ekotizimi	Kontseptual tahlil	Instrumentallashtirilganlik, o‘zaro bog‘liqlik va aqliylik — raqobatbardoshlikning uch ustuni
Fernandes, Carvalho (2025)	IoT, Big Data, AI, blokcheyn	Bibliometrik tahlil	To‘rt texnologiya aqlli turizmning asosiy ustunlarini tashkil etadi
Koo va boshq. (2025)	AI va metaverse	Model yangilash (retrospektiv)	“Aqlli turizm 2.0” — AI va metaversega asoslangan yangilangan model
Pisker (2026)	Raqamli transformatsiya → raqobatbardoshlik	So‘rov, regressiya tahlili (n=242)	Qisman mediatsiya: ta’sirning ~41% i xizmat sifati orqali bilvosita amalga oshadi ($\beta=0,48$; $R^2=0,56$)
Jafarova va boshq. (2026)	ESG va raqamli texnologiyalar (Buxoro)	PLS-SEM (n=50)	Boshqaruv omili eng past samaradorlikka ega (36,2/100) — ustuvor aralashuv sohasi

Manba: muallif tomonidan tahlil qilingan ilmiy adabiyotlar asosida tuzilgan.

Shunday qilib, ilmiy adabiyotlar tahlili shuni ko‘rsatadiki, turistik raqobatbardoshlik nazariyasi klassik resurs-asoslangan modellardan (Crouch va Ritchie, 1999) bosqichma-bosqich texnologik-institutsional yondashuvga (aqlli turizm kontseptsiyasi) tomon evolutsiya bosqichini bosib o‘tgan, biroq barcha bosqichlarda ham raqobatbardoshlikka ta’sir bevosita emas, balki institutsional, boshqaruv va sifat omillari orqali amalga oshadigan murakkab, ko‘p bosqichli jarayon ekanligi ta’kidlanadi.

3. TADQIQOT METODOLOGIYASI

Tadqiqotda ikkilamchi ma'lumotlarni tahlil qilish usuli qo'llanilgan. Asosiy ma'lumot manbalari sifatida quyidagilardan foydalanilgan: 1) xorijiy ilmiy nashrlarda e'lon qilingan empirik tadqiqotlar (2024–2026-yillar); 2) Jahon Iqtisodiy Forumining Sayohat va Turizmni Rivojlantirish Indeksi (Travel & Tourism Development Index, TTDI) 2024-yilgi hisoboti; 3) O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasining "Turizm statistikasi: 2025-yil yanvar-avgust" rasmiy hisoboti (01.09.2025-yil holatiga, 2025-yil sentyabr oyida e'lon qilingan), unda xorijiy sayyohlar oqimi, turizm xizmatlari eksporti, ichki turizm va turizm infratuzilmasi obyektlari bo'yicha 2016–2025-yillar kesimidagi rasmiy ko'rsatkichlar keltirilgan. Tahlil jarayonida qiyosiy tahlil, dinamik qatorlar tahlili, statistik ma'lumotlarni grafik va jadval ko'rinishida vizuallashtirish, hamda tizimli (kontseptual modellashtirish) usullaridan foydalanilgan. Tadqiqot doirasi raqamli/aqli texnologiyalarning makro (milliy) darajadagi turizm raqobatbardoshligiga ta'siri bilan chegaralangan.

4. TAHLIL VA NATIJALAR

4.1. O'zbekiston turizm tarmog'ining xalqaro raqobatbardoshlik mavqei

Jahon Iqtisodiy Forumining 2024-yilgi TTDI hisobotiga ko'ra, O'zbekiston 119 mamlakat orasida 78-o'rinni egallab, 2019-yilgi 94-o'rindan 16 pog'ona yuqoriga ko'tarilgan. Bu davrda mamlakatning umumiy indeks bahosi 7,8 foizga oshgan bo'lib, ushbu ko'rsatkich indeksiga yangi kiritilgan mamlakatlar orasida eng yuqori o'sish sur'ati hisoblanadi. Bu natija so'nggi yillarda amalga oshirilgan vizalarni soddalashtirish, turistik infratuzilmani rivojlantirish va raqamli xizmatlarni joriy etish bo'yicha islohotlarning samarasi sifatida baholanishi mumkin.

4.2. Xorijiy sayyohlar oqimi dinamikasi (2016–2025)

O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasining rasmiy ma'lumotlariga ko'ra, 2025-yil yanvar-avgust oylarida mamlakatga tashrif buyurgan xorijiy turistlar soni 7 million 516,7 ming nafarga yetib, 2024-yilning mos davriga nisbatan 112,2 foizga oshdi. 2-jadvalda va 1-rasmda 2016–2025-yillar (2025 — yanvar-avgust) davomidagi xorijiy sayyohlar oqimi dinamikasi keltirilgan.

2-jadval

O'zbekistonga tashrif buyurgan xorijiy sayyohlar soni, 2016–2025-yillar

Yil	Xorijiy sayyohlar soni, ming nafar
2016	2 027,0
2017	2 690,1
2018	5 346,2
2019	6 748,5
2020	1 504,1
2021	1 881,3
2022	5 232,8

2023	6 626,3
2024	10 060,9
2025 (yanvar-avgust)	7 516,4

Manba: O‘zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo‘mitasi, “Turizm statistikasi: 2025-yil yanvar-avgust” (2025).



1-rasm. O‘zbekistonga tashrif buyurgan xorijiy sayyohlar soni dinamikasi, ming nafar

Sayyohlar oqimining hududiy-geografik tarkibini tahlil qilish ham muhim ahamiyatga ega. 3-jadvalda ko‘rsatilganidek, xorijiy sayyohlarning katta qismi (2025-yil yanvar-avgustda 82,3 foizi) qo‘shni davlatlardan kelib, bu hudud yaqinligi va vizasiz rejim samarasini ko‘rsatadi.

3-jadval

Xorijiy sayyohlar oqimining davlatlar guruhlari kesimida tarkibi, ming nafar

Toifa	2023 yil	2024 yil	2025 yil (yan-avg)	Ulushi, 2025 (yan-avg), %
Qo‘shni davlatlardan	5 349,5	8 401,1	6 182,4	82,3
Qolgan MDH davlatlaridan	763,2	923,9	711,4	9,5
Boshqa davlatlardan	513,7	735,9	622,5	8,3
JAMI	6 626,3	10 060,9	7 516,4	100,0

Manba: O‘zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo‘mitasi, “Turizm statistikasi: 2025-yil yanvar-avgust” (2025).

4.3. Turizm xizmatlari eksporti dinamikasi

2025-yil yanvar-avgust oylari davomida turistik xizmatlar eksporti 3 milliard 445,6 million AQSh dollarini tashkil etdi (yillik reja — 4 milliard dollar), bu 2024-yilning mos

davriga nisbatan 165,3 foizga o‘shishni bildiradi. 4-jadvalda 2018–2025-yillar (2025 — yanvar-avgust) kesimida turizm xizmatlari eksporti hajmining dinamikasi keltirilgan.

4-jadval

O‘zbekiston Respublikasida turizm xizmatlari eksporti hajmi, mln AQSh doll.

Yil	Eksport hajmi (amalda), mln AQSh doll.
2018	1 041,1
2019	1 313,0
2020	260,9
2021	422,1
2022	1 610,1
2023	2 143,5
2024	3 395,2
2025 (yanvar-avgust)	3 445,6

Manba: O‘zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo‘mitasi, “Turizm statistikasi: 2025-yil yanvar-avgust” (2025).

4.4. Raqamli turizm infratuzilmasining rivojlanish dinamikasi

O‘zbekiston hukumati tomonidan 2026-yil 1-iyuldan e‘tiboran ishga tushirilishi rejalashtirilgan yagona milliy turizm platformasi va mobil ilovasi mamlakat turizm tarmog‘ini raqamlashtirish bo‘yicha eng yirik tashabbuslardan biri hisoblanadi. Biroq raqamli infratuzilmaning rivojlanishi bu loyihadan ancha oldin boshlangan: Davlat statistika qo‘mitasining ma‘lumotlariga ko‘ra, mamlakat bo‘yicha Wi-Fi nuqtalari soni 2016-yildagi 346 donadan 2025-yil 1-sentyabr holatiga 10 984 donaga, turistik yo‘l ko‘rsatkichlari soni 74 donadan 3 579 donaga, axborot markazlari soni esa 2018-yildagi 35 donadan 174 donaga yetgan (5-jadval, 2-rasm).

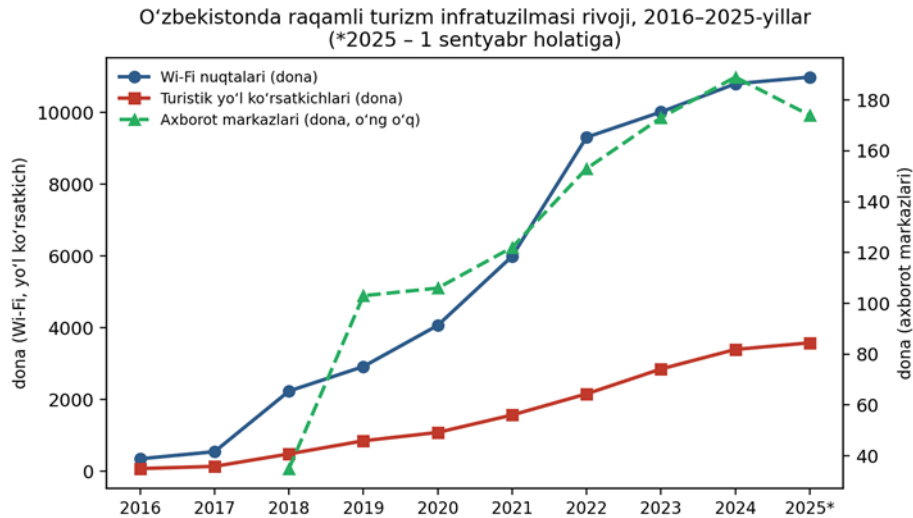
5-jadval

O‘zbekistonda raqamli turizm infratuzilmasi obyektlari, dona

Yil	Wi-Fi nuqtalari	Turistik yo‘l ko‘rsatkichlari	Axborot markazlari
2016	346	74	—
2017	545	136	—
2018	2 234	482	35
2019	2 917	848	103
2020	4 066	1 081	106
2021	5 991	1 567	122

2022	9 307	2 155	153
2023	10 011	2 849	173
2024	10 797	3 394	189
2025 (1 sentyabr)	10 984	3 579	174

Manba: O‘zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo‘mitasi, “Turizm statistikasi: 2025-yil yanvar-avgust” (2025).



2-rasm. O‘zbekistonda raqamli turizm infratuzilmasi obyektlari sonining o‘shish dinamikasi

Yuqoridagi statistik ko‘rsatkichlar shuni ko‘rsatadi: o‘tgan to‘qqiz yil davomida raqamli turizm infratuzilmasi miqdoriy jihatdan o‘rtacha 30 barobardan ortiq o‘sgan (Wi-Fi nuqtalari bo‘yicha). Biroq yuqorida tahlil qilingan xalqaro tajriba (2-bo‘lim) shuni ko‘rsatadiki, ushbu kabi texnologik tashabbuslarning o‘zi raqobatbardoshlikni avtomatik ravishda oshirmaydi — ularning samarasi xizmat sifatini boshqarish tizimlari, kadrlar tayyorgarligi va institutsional boshqaruv sifati bilan uzviy bog‘liqdir. Xususan, Jafarova va boshqalarning (2026) Buxoro misolidagi tadqiqotida aniqlangan “boshqaruv” omilining past samaradorligi (36,2/100 ball) O‘zbekiston kontekstida ham raqamli tashabbuslarni institutsional shaffoflik va monitoring mexanizmlari bilan mustahkamlash zarurligini ko‘rsatadi.

5. XULOSA VA TAVSIYALAR

O‘tkazilgan tahlil shuni ko‘rsatadiki, raqamli va aqlli texnologiyalar zamonaviy turizm tarmog‘i raqobatbardoshligini oshirishning zaruriy, ammo yetarli bo‘lmagan sharti hisoblanadi. Texnologik infratuzilmaning o‘zi emas, balki uning xizmat sifati boshqaruvi, institutsional shaffoflik va inson kapitali bilan uyg‘unlashtirilgan holda joriy etilishi haqiqiy raqobat ustunligini ta‘minlaydi.

O‘zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo‘mitasining rasmiy ma‘lumotlari asosida olib borilgan tahlil quyidagi xulosalarni shakllantirish imkonini berdi: birinchidan,

mamlakat 2019–2024-yillar davomida xalqaro turizm raqobatbardoshligi reytingida sezilarli yutuqlarga erishgan (TTDI bo‘yicha 94-o‘rindan 78-o‘ringa), biroq bu o‘rin hali ham rivojlangan davlatlar ko‘rsatkichlaridan ancha past bo‘lib qolmoqda; ikkinchidan, 2016–2025-yillar davomida raqamli turizm infratuzilmasi (Wi-Fi nuqtalari, yo‘l ko‘rsatkichlari, axborot markazlari) sezilarli darajada — o‘n barobardan ortiq — o‘sgan, biroq bu o‘shish xorijiy sayyohlar oqimi va eksport hajmidagi notekis (pandemiya davridagi pasayish va undan keyingi tezlashgan o‘shish) dinamikaga to‘liq mos kelmaydi, bu esa raqamli infratuzilmaning o‘zi yetarli emasligini ko‘rsatadi; uchinchidan, xalqaro tajriba (xususan, Buxoro misolidagi tadqiqot natijalari) shuni ko‘rsatadiki, “boshqaruv” omili ko‘pincha eng zaif bo‘g‘in hisoblanadi va aynan shu yo‘nalishga ustuvor e‘tibor qaratilishi lozim.

Yuqoridagilardan kelib chiqib, quyidagi ilmiy-amaliy tavsiyalar ishlab chiqilgan: yagona milliy turizm platformasi negizida xizmat sifatini real vaqt rejimida baholash va monitoring qilish tizimini joriy etish; turistik hudud va korxonalar darajasida raqamli boshqaruv (smart governance) bo‘yicha kadrlar malakasini oshirish dasturlarini kengaytirish; IoT, Big Data va sun‘iy intellekt texnologiyalarini joriy etishda xalqaro standartlar va shaffof monitoring ko‘rsatkichlarini joriy etish; raqamli infratuzilma obyektlarini (Wi-Fi nuqtalari, axborot markazlari) hududlar bo‘yicha notekis joylashishini bartaraf etish maqsadida hududiy rivojlanish dasturlarini ishlab chiqish; raqamli tashabbuslarning turizm raqobatbardoshligiga ta‘sirini muntazam baholash uchun milliy darajada empirik tadqiqotlar (jumladan, PLS-SEM kabi statistik usullarni qo‘llagan holda) olib borish amaliyotini yo‘lga qo‘yish.

Kelajakda olib boriladigan tadqiqotlarda raqamli texnologiyalarning O‘zbekistonning turli turistik hududlari (Samarqand, Buxoro, Xiva va boshqalar) bo‘yicha mintaqaviy kesimda, shuningdek alohida turizm subyektlari (mehmonxonalar, tur-operatorlar, restoranlar) darajasida, birlamchi (so‘rovnomasidagi) ma‘lumotlardan foydalanib empirik tahlil qilinishi maqsadga muvofiqdir.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Boes, K., Buhalis, D., & Inversini, A. (2016). Smart tourism destinations: ecosystems for tourism destination competitiveness. *International Journal of Tourism Cities*, 2(2), 108–124. <https://doi.org/10.1108/IJTC-12-2015-0032>
2. Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21(1), 97–116. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00095-3](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00095-3)
3. Buhalis, D., & Amarangana, A. (2015). Smart Tourism Destinations Enhancing Tourism Experience Through Personalisation of Services. In I. Tussyadiah & A. Inversini (Eds.), *Information and Communication Technologies in Tourism 2015* (pp. 377–389). Springer.
4. Crouch, G. I., & Ritchie, J. R. B. (1999). Tourism, competitiveness, and societal prosperity. *Journal of Business Research*, 44(3), 137–152. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(97\)00196-3](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(97)00196-3)
5. Fernandes, S., & Carvalho, F. (2025). Shaping smart tourism: a bibliometric and benchmarking analysis of IoT trends. *Discover Internet of Things*, 5, 125. <https://doi.org/10.1007/s43926-025-00235-0>

6. Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: foundations and developments. *Electronic Markets*, 25(3), 179–188. <https://doi.org/10.1007/s12525-015-0196-8>
7. Jafarova, K., Farmanov, E., Kadirova, S., Makhmudova, N., & Khodjaeva, F. (2026). Integrating ESG dimensions through digital technologies for sustainable tourism development: evidence from heritage destinations in Uzbekistan. *Frontiers in Sustainability*, 7, 1784778. <https://doi.org/10.3389/frsus.2026.1784778>
8. Koo, C., Shin, S., Gretzel, U., & Xiang, Z. (2025). AI-powered smart tourism 2.0: A 10-year retrospective and updated model. *Electronic Markets*, 35(1), 1–17. <https://doi.org/10.1007/s12525-025-00847-y>
9. Pisker, B. (2026). Digital Transformation and Quality-Oriented Tourism Supply as Determinants of Destination Competitiveness in Developing Economies. *Economies*, 14(4), 124. <https://doi.org/10.3390/economies14040124>
10. World Economic Forum. (2024). Travel & Tourism Development Index 2024: Insight Report. <https://www.weforum.org/publications/travel-tourism-development-index-2024/>
11. O‘zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo‘mitasi. (2025). Turizm statistikasi: 2025-yil yanvar-avgust (01.09.2025-yil holatiga). <https://stat.uz>
12. O‘zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo‘mitasi. (2026). O‘zbekistonga tashrif buyurgan xorijlik sayyohlar soni va turizm xizmatlari eksporti bo‘yicha rasmiy ma‘lumotlar. <https://stat.uz>
13. Travel And Tour World. (2026). Uzbekistan’s 2026 Tourism Overhaul: Digital Ticketing and Seamless Travel Across Samarkand, Bukhara, and Khiva. <https://www.travelandtourworld.com>
14. Travel And Tour World. (2026). Uzbekistan’s Digital Silk Road: Targeting 12 Million Tourists in 2026 with an AI Revolution. <https://www.travelandtourworld.com>

Copyright: ©2026 by the authors. This work is licensed under a Creative Commons Attribution- 4.0 International License (CC - BY 4.0)

