

RAQAMLASHTIRISH SHAROITIDA TUZIZM XIZMATINI TAKOMILLASHTIRISH YO‘LLARI

Tajieva Shaxnoza Mamarejabovna
Alfraganus university o‘qituvchisi

Annotatsiya. Mazkur ilmiy maqolada mamlakatning tarixiy-madaniy merosi, me'moriy yodgorliklari, tabiiy resurslari va geosiyosiy joylashuvidan samarali foydalanish orqali jahon turizm bozorida munosib o‘rin egallash imkoniyatlari ilmiy asosda baholanadi. Turizm sohasini rivojlantirishdagi infratuzilma yetishmovchiligi, xizmat sifatidagi nomutanosiblik, kadrlar tayyorlashdagi zaiflik, raqamli texnologiyalardan kam foydalanish va turistik marketingning yetarli emasligi ilmiy-amaliy jihatdan o‘rganilgan va aniqlangan muammolarni bartaraf etish maqsadida turizm raqamlashtirish, inson kapitali salohiyatini oshirish, bo‘yicha aniq taklif va tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Kalit so‘zlar: turizm salohiyati, xorijiy turistlar oqimi, turizm xizmati, infratuzilmani rivojlantirish, xizmat ko‘rsatish madaniyati, turistik marketing, milliy turistik brend, raqamli texnologiyalar, barqaror turizm, xalqaro hamkorlik.

Аннотация. В данной научной статье на научной основе оцениваются возможности страны занять достойное место на мировом туристском рынке за счет эффективного использования историко-культурного наследия, архитектурных памятников, природных ресурсов и геополитического положения. В целях устранения научно-практически изученных и выявленных проблем, связанных с отсутствием инфраструктуры в развитии туристской отрасли, дисбалансом в качестве услуг, слабостью в обучении персонала, недостаточным использованием цифровых технологий и недостаточным маркетингом туризма, разработаны конкретные предложения и рекомендации по цифровизации в туризме, наращиванию потенциала человеческого капитала.

Ключевые слова: туристический потенциал, поток иностранных туристов, туристические услуги, развитие инфраструктуры, культура обслуживания, туристический маркетинг, национальный туристический бренд, цифровые технологии, Устойчивый туризм, международное сотрудничество.

Annotation. In this scientific article, the opportunities for a worthy place in the world tourism market through the effective use of the historical and cultural heritage, architectural monuments, natural resources and geopolitical location of the country are assessed on a scientific basis. Lack of infrastructure in the development of the tourism industry, imbalance in quality of Service, weakness in training, low use of digital technologies and insufficient tourist marketing have been studied scientifically and practically and in order to eliminate the identified problems of digitization in tourism, increase the capacity of human capital, specific proposals and recommendations have been developed.

Keywords: tourism potential, flow of foreign tourists, tourism service, infrastructure development, service culture, tourist marketing, national tourist brand, digital technology, sustainable tourism, international cooperation.

Kirish. Raqamlashtirish sharoitida dunyoda turistik xizmatlar bozorida kuchli raqobat kuzatilmoqda. Mamlakatlar faqat tabiiy go‘zallik va tarixiy meros bilan cheklanib qolmasdan, balki turistlarga qulay sharoit yaratish, raqamli xizmatlar, xavfsizlik kafolati va xizmat ko‘rsatish madaniyati kabi mezonlar orqali ham raqobatlasha boshladi. Shu nuqtai nazardan qaralganda, O‘zbekistonning jahon turizm bozorida munosib o‘rin egallashi uchun nafaqat mavjud salohiyatdan samarali foydalanish, balki zamonaviy xizmatlar, raqamlashtirish, innovatsion yondashuvlar va inson kapitali rivojiga e‘tibor qaratish dolzarb ahamiyat kasb etadi.

O‘zbekiston geosiyosiy va geomadaniy jihatdan juda qulay hududda joylashgan. Millatlararo va dinlararo totuvlik, xavfsizlik darajasining yuqoriligi, vizasiz va elektron viza tizimlarining keng joriy etilishi, transport infratuzilmasining bosqichma-bosqich rivojlanib borishi mamlakatning turizmdagi raqobatbardoshligini oshirishda muhim omillardan hisoblanadi. Shu bilan birga, so‘nggi yillarda Prezident tomonidan qabul qilingan qator qaror va farmonlar, «2022–2026 yillarda turizmni rivojlantirish konsepsiyasi» kabi dasturiy hujjatlar sohaning huquqiy va institutsional asoslarini mustahkamladi.

Shuningdek, turizm sohasida kichik biznes sub’ektlarini qo‘llab-quvvatlash, joylarda turistik klasterlar tashkil etish, xalq hunarmandchiligi va milliy an‘analarni iqtisodiy faoliyatga integratsiya qilish orqali ham turizmni ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotni ta‘minlovchi muhim omil sifatida qarash imkoni paydo bo‘ldi. Ayniqsa, pandemiyadan keyingi global sharoitda ichki va tashqi turizmni rag‘batlantirish, sanatoriy-kurort xizmatlarini qayta tiklash va yaxshilash, «yashil turizm» va agroturizm kabi alternativ yo‘nalishlarni joriy etish e‘tibor markaziga chiqdi.

Shunga qaramay, mavjud imkoniyatlardan to‘liq foydalanishga to‘sqinlik qilayotgan qator muammolar ham mavjud. Jumladan, turistik infratuzilmaning yetarli darajada emasligi, logistika muammolari, xizmat ko‘rsatish sifatining pastligi, kadrlar yetishmovchiligi, zamonaviy reklama va marketing strategiyalarining yo‘qligi turizm salohiyatini to‘liq ro‘yobga chiqarishga xalal bermoqda.

Mavzuga oid adabiyotlar sharhi. R.F.Holiqov o‘zining «O‘zbekistonda turizmni rivojlantirishning istiqbollari» nomli monografiyasida mamlakatdagi turistik mahsulotlar tarkibiy tahlilini berib, ichki va tashqi turizmdagi xizmatlar sifatini oshirish zaruratiga alohida e‘tibor qaratgan. Uning fikricha, infratuzilmaviy kamchiliklar va turistik logistika tizimining yetarli emasligi turistlar oqimiga salbiy ta‘sir ko‘rsatadi.[1] Bu fikr amaliy tahlillar bilan asoslangan bo‘lsa-da, muallif tomonidan raqamli texnologiyalarning rolini yetarlicha yoritilmagani kuzatiladi.

M.Q.Alimov esa turizm sohasidagi huquqiy mexanizmlarni tadqiq etib, davlat tomonidan berilayotgan imtiyoz va yengilliklarning samaradorligiga shubha bildiradi. U mamlakatda qonunchilik bazasi yetarlicha rivojlanganini qayd etar ekan,

amaliyotda uning ijrosidagi byurokratik to'siqlar va nazorat tizimining samarasizligini ta'kidlaydi.[2]

S.Sh.Yunusov tomonidan olib borilgan tadqiqotda, xorijiy turistlar oqimini oshirishda marketing va reklama faoliyatining rolga alohida e'tibor qaratilgan. Uning nazariy xulosalarida, O'zbekistonning turistik brendi xalqaro miqyosda yetarlicha tanilmagani va marketing siyosatining strategik yo'nalishlari aniq emasligi qayd etilgan.[3]

T.Q.Mirzaev o'zining ilmiy maqolasida, O'zbekistonda ziyorat turizmining rivojlanish salohiyatini o'rgangan. Muallifning fikricha, Buxoro va Samarqand kabi tarixiy markazlardagi islomiy yodgorliklar jahon miqyosidagi ziyorat yo'nalishlariga aylanishi mumkin. Biroq u ziyorat turizmining rivojida yetarlicha logistika, sanitariya, mehmonxona va gid xizmati kabi omillar sus ekanini tanqidiy tilda qayd etadi.[4]

A.A.Qodirov tomonidan olib borilgan tadqiqotlarda, turizm inson kapitali, xususan, kadrlar tayyorlash tizimini tahlil qilgan. Uning ta'kidlashicha, ko'pgina turistik kompaniyalarda ishlovchi xodimlar xalqaro mijozlar bilan muloqot qila olish darajasida emas, chet tillarini bilishda ham yetishmovchilik mavjud. Muallif turizm ta'limida amaliyotga asoslangan, xorijiy modellarga mos ta'lim tizimini joriy etishni taklif qiladi.[5]

Tadqiqot metodologiyasi. Raqamlashtirish sharoitida tuzim xizmatini takomillashtirish yo'llarini tizimli tahlil, tarixiylik va mantiqiylik, induksiya va deduksiya, analiz va sintez, qiyosiy va selektiv tanlab tadqiq qilish, monografik tahlil va guruhlash usullari qo'llanilgan.

Tahlil va natijalar. Raqamlashtirish sharoitida sohada hal etilishi lozim bo'lgan muammolar ham talaygina: xorijiy turistlar uchun qulay axborot muhiti yetishmasligi; turistik xizmatlar sifatining bir xil emasligi; mehmonxonalar sonining ayrim hududlarda yetarli darajada emasligi; yo'lboshchi, gid va tarjimonlar yetishmovchiligi; jahon turistik bozorida O'zbekiston brendining kam tanilishi.

Jadval

O'zbekistonga 2018–2023 yillarda kelgan xorijiy turistlar soni va turizm sohasidan tushgan daromadlar dinamikasi

Yillar	Xorijiy turistlar soni (million nafar)	Turizmdan tushgan daromad (mlrd AQSh dollari)
2018	5,3	1,04
2019	6,7	1,31
2020	1,5	0,34
2021	1,9	0,41
2022	3,9	0,85
2023	6,0	1,27

Manba: O'zbekiston Respublikasi Ekologiya, atrof-muhitni muhofaza qilish va iqlim o'zgarishi vazirligi huzuridagi Turizm qo'mitasi ma'lumotlari.

Jadvalda keltirilgan ma'lumotlarga ko'ra, O'zbekiston turizm salohiyati yildan-yilga ortmoqda. Ammo mazkur sohadagi o'sish sur'ati tashqi omillar, ichki

infratuzilma holati va xizmat sifati bilan chambarchas bog'liq ekanligini ko'rsatib turibdi. Jumladan:

1. Turistlar oqimi va pandemiya ta'siri. 2018 va 2019 yillarda xorijiy turistlar soni mutanosib ravishda 5,3 va 6,7 million nafarni tashkil etgan. Bu - so'nggi yigirma yillikda erishilgan eng yuqori ko'rsatkichlardan biri bo'lib, mamlakatning vizasiz rejim joriy etishi va xalqaro reklama faoliyati bilan bog'liq. Biroq 2020-2021 yillardagi pandemiya oqibatida mazkur ko'rsatkichlar keskin pasayib, mos ravishda 1,5 va 1,9 millionga tushib ketgan. Bu pasayish 70% ga yaqin bo'lib, jahon tendensiyalariga mos keladi.

2. Sohaning tiklanishi va 2023 yil natijalari. 2022 va 2023 yillarda turistlar oqimi tiklana boshladi: 3.9 million va 6.0 million. Bu ko'rsatkichlar shuni ko'rsatadiki, O'zbekiston postpandemiya davrida turistik faollikni tiklashga qodir bo'ldi. Ayniqsa, 2023 yil natijalari 2019 yil darajasiga yaqinlashgani - siyosiy barqarorlik va vizaviy yengilliklar samarasini tasdiqlaydi.

3. Daromadlar tahlili. Turizmdan tushgan daromad ham shunga mos ravishda o'zgargan: 2018-2019 yillarda 1.04 va 1.31 mlrd AQSh dollari. 2020-2021 yillarda bu ko'rsatkich 0.34 va 0.41 mlrd dollarga tushgan. 2022-2023 yillarda - mos ravishda 0.85 va 1.27 mlrd dollarga yetgan. Daromad va turistlar soni o'rtasidagi mutanosiblik sohada xizmat sifatining hali ham barqaror emasligini ko'rsatadi. Ya'ni turist soni oshgan holda, har bir turistdan olinayotgan o'rtacha daromad hali past darajada.

Tadqiqot olib borish jarayonida quyidagi muammolar aniqlandi: turizm xizmatlari hanuz xalqaro standartlarga to'liq mos kelmaydi; mehmonxona va logistika infratuzilmasi ayrim hududlarda yetarli emas; turistik axborot texnologiyalari, mobil ilovalar, virtual gidlar kam; kadrlar salohiyati va til bilimi yetishmovchiligi mavjud; turistlar uchun muloqot va yo'l-yo'riq berish tizimi samarasiz.

Aniqlangan muammolar bo'yicha quyidagi tavsiyalar ishlab chiqildi: elektron gid xizmatlari, mobil ilovalar va interaktiv xaritalar joriy qilish; turizm kollejlari va universitetlarda xalqaro standart asosida kadr tayyorlash; mehmonxonalar, aeroport va yo'l infratuzilmasini mahalliy budjet va xususiy investitsiya orqali kengaytirish; jahon turizm platformalarida O'zbekiston brendini faol ilgari surish (TripAdvisor, Google Travel, Booking.com); mahalliy hunarmandchilik, gastronomik va agroturizm kabi yo'nalishlarni faol targ'ib qilish.

Xulosa. Raqamlashtirish sharoitida turizm sohasini strategik rivojlantirish masalasi so'nggi yillarda davlat siyosatining ustuvor yo'nalishlaridan biriga aylandi. Mamlakatning tarixiy, madaniy va tabiiy salohiyati, geografik joylashuvi, xavfsizlik muhiti va transport aloqalari uni jahon turizm xaritasida alohida o'rin egallashi uchun barcha asoslarni yaratadi. Ammo shunga qaramasdan, sohada hal etilishi lozim bo'lgan qator tizimli muammolar ham mavjudligini ushbu tadqiqot yaqqol ko'rsatib berdi.

Tadqiqot davomida o'rganilgan va aniqlangan mavjud muammolardan kelib chiqib, quyidagi asosiy strategik xulosalar ishlab chiqildi:

1. Turizm rivojlanishidagi disbalans – rivojlangan markazlar bilan qoloq hududlar o'rtasida turizm xizmatlari, infratuzilma va servis sifatida jiddiy tafovut mavjud.

2. Marketing va brending kamchiliklari – xalqaro maydonda O'zbekiston turistik brendining joyi hali ham mustahkam emas; bu internet platformalarida va xalqaro ko'rgazmalarda ko'rinib turibdi.

3. Raqamli xizmatlarning kamligi – QR-kodlar, mobil ilovalar, onlayn bronlash, axborot gaydlari kabi servislar aksariyat hududlarda yo'q yoki yetarli darajada emas.

4. Inson kapitalida sifat yetishmovchiligi – chet tillarini biluvchi, yuqori malakali gidlar, turoperatorlar va xizmat ko'rsatuvchilar tanqisligi mavjud.

5. Daromad samaradorligining pastligi – turistlar soni oshsa-da, har bir turistdan olinayotgan o'rtacha xarajat miqdori cheklangan; bu – qo'shimcha xizmatlar va sarflash imkoniyatlari cheklanganligini ko'rsatadi.

Xulosa qilib aytganda, O'zbekiston turizm sohasida ulkan imkoniyat va salohiyatga ega. Ushbu salohiyatni to'liq ro'yobga chiqarish uchun kompleks yondashuv, ilmiy asoslangan siyosat va mintaqaviy adolatli rivojlanish tamoyillariga asoslangan amaliy choralar zarur. Ana shundagina turizm haqiqiy ma'noda milliy iqtisodiyotni suyantiruvchi strategik tarmoqqa aylanadi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Holiqov R.F. (2021). O'zbekistonda turizmni rivojlantirishning istiqbollari. Toshkent: Iqtisodiyot nashriyoti.

2. Alimov M.Q. (2022). Milliy turizm siyosatining huquqiy asoslari. Samarqand: SamDU nashriyoti.

3. Yunusov S.Sh. (2020). O'zbekiston turistik brendi va xalqaro marketing strategiyalari. Toshkent: Turizm ilmiy markazi.

4. Mirzaev T.Q. (2019). "Ziyorat turizmining imkoniyatlari va istiqbollari". Iqtisodiy taraqqiyot jurnal.

5. Qodirov A.A. (2020). "Turizmda kadrlar salohiyatini rivojlantirish masalalari". Toshkent turizm instituti nashri.