Materiallar to’plami · Conference Proceedings

“Iqtisodiy, ijtimoiy va madaniy huquqlarni ta’minlash: global chaqiriqlar va milliy yechimlar(Fuqarolarning iqtisodiy, ijtimoiy va madaniy huquqlari: transmilliy muammolar va ularni hal etish mexanizmlari)”

01 October – 14 November 2026

UDK 338.48

IQTISODIY, IJTIMOIY VA MADANIY HUQUQLARNI TA’MINLASH: GLOBAL CHAQIRIQLAR VA MILLIY YECHIMLAR

RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA TURIZMNI BOSHQARISH MEXANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH

Shohsanamxon Isoqjon qizi Sattorova*

Farg‘ona davlat universiteti iqtisodiyot fakulteti tayanch doktoranti

✉ sattorova.shohsanamxon2@gmail.com

ANNOTATSIYA

Maqolada raqamli iqtisodiyot sharoitida turizm sohasini boshqarish mexanizmlarini takomillashtirishning nazariy va amaliy jihatlari tahlil qilinadi. Turistik xizmatlarni yagona raqamli platformada birlashtirish, ma’lumotlarga asoslangan boshqaruv, sun’iy intellekt, elektron to‘lovlar, raqamli marketing hamda davlat-xususiy sheriklikning o‘zaro bog‘liqligi yoritiladi. O‘zbekiston Respublikasida turizmni raqamlashtirishga qaratilgan normativ-huquqiy hujjatlar asosida mavjud imkoniyatlar va boshqaruvdagi ustuvor vazifalar ko‘rib chiqilib, integratsiyalashgan raqamli turizm ekotizimini rivojlantirish bo‘yicha takliflar ishlab chiqiladi.

Kalit so‘zlar

raqamli iqtisodiyot, turizm, boshqaruv mexanizmi, raqamli platforma, sun’iy intellekt, katta ma’lumotlar, elektron xizmatlar, turistik destinatsiya, innovatsiya.

KIRISH

Jahon iqtisodiyotida raqamli texnologiyalarning jadal rivojlanishi xizmatlar sohasi, xususan, turizm faoliyatining tashkiliy-iqtisodiy asoslarini tubdan o‘zgartirmoqda. Turistlar safarni rejalashtirish, transport va mehmonxonalarni band qilish, to‘lovlarni amalga oshirish, diqqatga sazovor joylar haqida ma’lumot olish hamda xizmatlar sifatini baholash jarayonlarida tobora ko‘proq raqamli vositalardan foydalanmoqda. Shu sababli turizmni boshqarish an’anaviy ma’muriy usullardan ma’lumotlar almashinuvi, platformaviy hamkorlik va real vaqt rejimidagi tahlilga asoslangan boshqaruv modeliga o‘tmoqda.

Raqamli transformatsiya faqat alohida onlayn xizmatlarni joriy etish bilan cheklanmaydi. U davlat organlari, turistik korxonalar, transport tashkilotlari, joylashtirish vositalari, gidlar, madaniy meros obyektlari va iste’molchilar o‘rtasidagi munosabatlarni yagona axborot muhitida muvofiqlashtirishni talab qiladi. Bunday yondashuv xizmatlar zanjiridagi uzilishlarni kamaytirish, turistlar tajribasini yaxshilash va hududlarning turistik salohiyatidan samarali foydalanishga xizmat qiladi.

O‘zbekistonda ham turizm xizmatlarini raqamlashtirish davlat siyosatining muhim yo‘nalishiga aylangan. Vazirlar Mahkamasining 2024-yil 7-dekabrdagi 820-son qarorida Milliy turizm yagona platformasini shakllantirish, joylashtirish vositalari, turoperatorlar, turagentlar, transport ijarasi, gid-tarjimon va boshqa xizmatlarni yagona raqamli muhitda taklif etish vazifalari belgilangan [1]. 2025-yil 19-noyabrdagi PQ-348-son qaror esa turizm sohasini boshqarish va raqamlashtirish bo‘yicha qo‘shimcha mexanizmlarni nazarda tutadi [2].

ADABIYOTLAR TAHLILI

O‘zbekistonning turizm sohasini raqamlashtirish siyosatida Milliy turizm yagona platformasi muhim o‘rin tutadi. 820-son qarorda platforma orqali joylashtirish vositalarini masofadan band qilish, turistik xizmat-

lar va transport ijarasidan foydalanish imkoniyatlarini birlashtirish ko‘zda tutilgan [1]. Bu yondashuv xizmatlar bozorida axborotning ochiqligini oshirishi, kichik biznes subyektlarining mijozlarga chiqish imkoniyatini kengaytirishi va turistlar uchun qidiruv xarajatlarini kamaytirishi mumkin.

PQ-348-son qarorda Milliy turizm yagona platformasi va mobil ilovasi orqali transport turlarini integratsiya qilish, maqbul yo‘nalishni tanlash, chiptalarni onlayn xarid qilish, turistik obyektlarga yagona chipta tizimini joriy etish, shuningdek, raqamli gid xizmatlarini rivojlantirish kabi yo‘nalishlar belgilangan [2]. Hujjatda turistlar oqimi va ularning xohishlarini tahlil qilish, personallashtirilgan marshrut hamda takliflarni shakllantirishda sun’iy intellekt va katta ma’lumotlardan foydalanish vazifalari ham nazarda tutiladi.

Mazkur tashabbuslarning iqtisodiy ahamiyati shundaki, ular turistik xizmatlarni alohida mahsulotlar yig‘indisidan yaxlit turistik tajribaga aylantirish imkonini beradi. Shu bilan birga, raqamli platformaning samarasi unga qancha xizmat ko‘rsatuvchi ulanganligi, ma’lumotlarning aniqligi, foydalanuvchilar ishonchi, to‘lov infratuzilmasi va hududlardagi internet sifati bilan bevosita bog‘liq.

METODOLOGIYA

Tadqiqotning maqsadi raqamli iqtisodiyot sharoitida turizmni boshqarish mexanizmlarining tarkibiy elementlarini aniqlash hamda O‘zbekiston sharoitida ularni takomillashtirish bo‘yicha ilmiy-amaliy takliflar ishlab chiqishdan iborat. Tadqiqotda tizimli tahlil, qiyosiy tahlil, umumlashtirish, normativ-huquqiy hujjatlarni o‘rganish va mantiqiy xulosa chiqarish usullaridan foydalanildi. Maqola konseptual-tahliliy xususiyatga ega bo‘lib, unda alohida so‘rovnoma yoki mualliflik statistik modeli natijalari keltirilmagan.

MUHOKAMA VA NATIJALAR

Turizmni boshqarish mexanizmi — turistik faoliyat ishtirokchilarining iqtisodiy manfaatlarini muvofiqlashtirish, resurslarni taqsimlash, xizmatlar sifatini nazorat qilish va hududiy rivojlanishni ta’minlashga qaratilgan tashkiliy, iqtisodiy, huquqiy hamda axborot vositalari majmuasidir. Raqamli iqtisodiyot sharoitida ushbu mexanizmning axborot-texnologik tarkibi kuchayadi: qarorlar statistik hisobotlargina emas, balki real vaqt ma’lumotlari, iste’molchi xatti-harakati va prognozlash natijalariga ham tayanadi.

Raqamli boshqaruvning asosiy xususiyati — turistik xizmatlar zanjirining o‘zaro bog‘langanligidir. Masalan, turist safar yo‘nalishini tanlaganida transport, mehmonxona, ovqatlanish, gid xizmati va muzey chiptalariga oid ma’lumotlarni bir joydan olishi mumkin. Bunda platforma faqat axborot beruvchi vosita emas, balki xizmat ko‘rsatuvchilarni bog‘lovchi, tranzaksiyalarni yengillashtiruvchi va talab to‘g‘risidagi ma’lumotlarni jamlovchi iqtisodiy infratuzilma vazifasini bajaradi.

Boshqaruv samaradorligi uchun raqamli tizimlar o‘zaro integratsiyalashgan bo‘lishi lozim. Alohida-alohida ishlaydigan bronlash, to‘lov, ro‘yxatga olish va statistika tizimlari ma’lumotlarning takrorlanishi hamda boshqaruv xarajatlarining ortishiga olib kelishi mumkin. Yagona standartlar va ma’lumot almashish protokollari esa davlat boshqaruvi, biznes va turistlar o‘rtasidagi aloqalarni soddalashtiradi.

Turizmni boshqarish mexanizmlarini takomillashtirish yo‘nalishlari

1. Yagona raqamli ekotizim va idoralararo integratsiyani kuchaytirish

Milliy platforma turizmga aloqador davlat axborot tizimlari va xususiy xizmat ko‘rsatuvchilar bilan bosqichma-bosqich integratsiya qilinishi zarur. Bunda transport, mehmonxona, muzey, madaniy meros obyektlari, gidlik, ovqatlanish va tadbirlar haqidagi ma’lumotlar yagona formatda taqdim etilishi lozim. Platformada ochiq dasturiy interfeyslar (API) va umumiy ma’lumot standartlaridan foydalanish xususiy innovatsion xizmatlarning ulanishini osonlashtiradi.

2. Ma’lumotlarga asoslangan boshqaruvni joriy etish

Turistik oqimlar, tashrif davomiyligi, xarajatlar tarkibi, mavsumiylik, transport yuklamasi va xizmatlar sifati bo‘yicha ma’lumotlar muntazam tahlil qilinishi kerak. Hududiy turizm boshqaruvi organlari uchun interaktiv tahliliy panel yaratish orqali talab yuqori va past bo‘lgan davrlar aniqlanadi, infratuzilma investitsiyalari ustuvorligi belgilanadi. Bunda shaxsga doir ma’lumotlarni himoya qilish, ma’lumotlardan foydalanish maqsadini aniq belgilash va anonimlashtirish talablariga qat’iy rioya etish muhim.

3. Sun’iy intellekt va personallashtirilgan xizmatlardan foydalanish

Sun’iy intellekt turistning qiziqishi, safar muddati, budjeti va joylashuviga mos marshrutlarni tavsiya etish, ko‘p tilli virtual yordamchi xizmatini ko‘rsatish, talabni prognozlash va xizmatlar narxini tahlil qilishda qo‘llanishi mumkin. Biroq algoritmik tavsiyalar shaffof bo‘lishi, turistga muqobil tanlov imkonini berishi hamda kichik xizmat ko‘rsatuvchilarni asossiz ravishda chetda qoldirmasligi lozim.

4. Kichik va o‘rta turizm biznesining raqamli salohiyatini oshirish

Oilaviy mehmon uylari, hunarmandlar, mahalliy gidlar va kichik turoperatorlar raqamli platformalardan foydalanish bo‘yicha amaliy ko‘makka muhtoj. Ular uchun elektron bronlash, raqamli marketing, onlayn to‘lov, mijozlar bilan ishlash va kiberxavfsizlik bo‘yicha qisqa o‘quv dasturlarini tashkil etish maqsadga muvofiq. Platformaga ulanish jarayonini sodda va xarajat jihatidan maqbul qilish hududiy turistik mahsulotlar xilma-xilligini oshiradi.

5. Raqamli marketing va turistik brendni rivojlantirish

Raqamli marketing strategiyasi maqsadli xorijiy bozorlar, turistlarning qiziqishlari va hududlarning o‘ziga xos jihatlariga moslashtirilishi lozim. Ko‘p tilli kontent, virtual sayohatlar, qisqa videolar, foydalanuvchi sharhlari va ijtimoiy tarmoqlardagi maqsadli reklama turistik hududlarning tanilishini oshiradi. Marketing samaradorligi ko‘rishlar soni bilangina emas, balki bronlashga aylanish darajasi, turist jalb qilish xarajati va takroriy tashriflar ulushi orqali baholanishi kerak.

6. Raqamli xavfsizlik va xizmatlar sifatini boshqarish

Turizm platformalarida shaxsiy va to‘lov ma’lumotlari qayta ishlanishi sababli axborot xavfsizligi boshqaruv mexanizmining ajralmas qismi bo‘lishi kerak. Ko‘p bosqichli autentifikatsiya, ma’lumotlarni shifrlash, muntazam xavfsizlik auditi, zaxira nusxalash va hodisalarga tezkor javob berish tartiblarini joriy etish zarur. Shuningdek, turistlarning shikoyat va takliflarini yagona raqamli kanal orqali qabul qilish hamda murojaatlarni ko‘rib chiqish muddatlarini nazorat qilish xizmatlar sifatini oshiradi.

Taklif etilayotgan boshqaruv modeli va samaradorlik ko‘rsatkichlari

Yuqoridagi tahlil asosida turizmni raqamli boshqarishning quyidagi integratsiyalashgan modelini taklif etish mumkin: birinchi bosqichda davlat organlari va biznes subyektlari ma’lumotlarining yagona standartlari belgilanadi; ikkinchi bosqichda xizmat ko‘rsatuvchilar milliy platformaga ulanadi; uchinchi bosqichda to‘lov, bronlash, transport va turistik obyektlar xizmatlari o‘zaro integratsiya qilinadi; to‘rtinchi bosqichda yig‘ilgan ma’lumotlar tahlil qilinib, boshqaruv qarorlari va marketing takliflari takomillashtiriladi. Barcha bosqichlarda foydalanuvchi xavfsizligi, ochiqlik va xizmatlardan teng foydalanish tamoyillari ta’minlanishi kerak.

Taklif etilayotgan mexanizm natijadorligini baholash uchun quyidagi ko‘rsatkichlardan foydalanish mumkin: platformaga ulangan turistik xizmatlar ulushi; onlayn bronlash va to‘lovlar ulushi; turist murojaatlarini hal etishning o‘rtacha muddati; turistlarning qoniqish darajasi; takroriy tashriflar ulushi; kichik biznes subyektlarining raqamli platformalardagi faolligi; hududlar bo‘yicha mavsumiy talab tafovutining qisqarishi. Ushbu ko‘rsatkichlar bo‘yicha boshlang‘ich holat aniqlanib, yillik maqsadli qiymatlar belgilanishi lozim.

Raqamli boshqaruvning iqtisodiy samarasi faqat texnologiyani xarid qilish bilan o‘lchanmaydi. Samaradorlik xizmat ko‘rsatish xarajatlarining kamayishi, turistning vaqt va axborot qidirish xarajatlari qisqarishi, mahalliy biznes daromadlarining kengayishi hamda hududlarda turistik qiymat zanjirining mustahkamlanishi orqali namoyon bo‘ladi. Shu sababli platforma faoliyatini baholashda texnik ko‘rsatkichlar bilan bir qatorda iqtisodiy va ijtimoiy natijalar ham hisobga olinishi zarur.

XULOSA

Tadqiqot natijalari raqamli iqtisodiyot sharoitida turizmni boshqarish mexanizmlarini takomillashtirish kompleks yondashuvni talab etishini ko‘rsatadi. Raqamli platforma, sun’iy intellekt, katta ma’lumotlar, elektron to‘lovlar va raqamli marketing o‘zaro uyg‘unlashgandagina turistik xizmatlar samaradorligi va raqobatbardoshligi oshadi. O‘zbekistonda Milliy turizm yagona platformasini rivojlantirish bo‘yicha qabul qilingan hujjatlar ushbu transformatsiya uchun institutsional asos yaratmoqda.

Tadqiqot asosida quyidagi takliflar ishlab chiqildi:

– Milliy turizm yagona platformasini davlat axborot tizimlari va xususiy turistik xizmatlar bilan yagona ma’lumot standartlari asosida integratsiya qilish;

– hududlar kesimida turistik oqim, xarajatlar, mavsumiylik va xizmatlar sifati bo‘yicha tahliliy boshqaruv panellarini shakllantirish;

– sun’iy intellekt asosida ko‘p tilli virtual yordamchi va personallashtirilgan marshrut tavsiyalarini rivojlantirish;

– kichik turizm biznesi uchun raqamli ko‘nikmalar, elektron savdo va kiberxavfsizlik bo‘yicha amaliy qo‘llab-quvvatlash dasturlarini joriy etish;

– platforma samaradorligini texnik, iqtisodiy va mijozlar qoniqishiga oid o‘lchanadigan indikatorlar orqali muntazam baholab borish.

Shunday qilib, turizmni raqamli boshqarish mexanizmlarini takomillashtirish mamlakatning turistik salohiyatini samarali ishga solish, hududiy xizmatlar bozorini rivojlantirish va xalqaro raqobatbardoshlikni mustahkamlashning muhim omili hisoblanadi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2024-yil 7-dekabrdagi 820-son qarori. “Turizm sohasini raqamlashtirish va turistik xizmatlarni yagona platformaga birlashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”. https://lex.uz/docs/-7252698

2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2025-yil 19-noyabrdagi PQ-348-son qarori. “O‘zbekiston Respublikasi Turizm qo‘mitasi faoliyatini tashkil etish va turizm sohasini jadal rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”. https://lex.uz/acts/-7851788

3. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2025-yil 15-maydagi PF-87-son Farmoni. “2025–2026-yillarda sayyohlar oqimini keskin ko‘paytirish va turistik xizmatlar ko‘lamini jadal kengaytirish orqali turizmning iqtisodiyotdagi o‘rni va ahamiyatini oshirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”.

4. UN Tourism. Digital Transformation. https://www.unwto.org/digital-transformation

5. OECD. OECD Tourism Trends and Policies 2024. Paris: OECD Publishing, 2024. https://doi.org/10.1787/80885d8b-en

6. Buhalis, D. eTourism: Information technology for strategic tourism management. Pearson Education, 2003.