

## O‘ZBEKISTON TURIZM BOZORIDA SMART TURIZMNI RIVOJLANTIRISHNING IQTISODIY VA TASHKILY XUSUSIYATLARI

**Aminova Zarnigor**

*Buxoro davlat universiteti  
Iqtisodiyot va turizm fakulteti  
10-ITUR-25 guruh talabasi*

**Annotatsiya.** *Ushbu maqolada O‘zbekiston turizm bozorida smart turizmni rivojlantirishning iqtisodiy va tashkiliy xususiyatlari tadqiq etiladi. Smart turizm raqamli texnologiyalar, mobil ilovalar, elektron bronlash tizimlari, raqamli gidlar, interaktiv xaritalar, sun‘iy intellekt va katta ma’lumotlar asosida turistik xizmatlarni takomillashtirishga qaratilgan innovatsion yo‘nalish sifatida qaraladi. Maqolada O‘zbekistonda turizm xizmatlari bozorining kengayishi, xorijiy va mahalliy turistlar oqimining ortishi, turistik infratuzilmani raqamlashtirish hamda yagona raqamli platformalarni joriy etish zarurati tahlil qilinadi. Shuningdek, smart turizmning iqtisodiy samaradorlikni oshirish, xizmatlar sifatini yaxshilash, turistik hududlar raqobatbardoshligini kuchaytirish va boshqaruv jarayonlarini optimallashtirishdagi ahamiyati yoritiladi.*

**Kalit so‘zlar:** *Smart turizm, raqamli turizm, O‘zbekiston turizm bozori, turistik xizmatlar, raqamli texnologiyalar, turizm infratuzilmasi, innovatsion boshqaruv, iqtisodiy samaradorlik, elektron bronlash, smart destinatsiya.*

So‘nggi yillarda turizm jahon iqtisodiyotining tez tiklanayotgan va raqamli transformatsiyaga eng faol moslashayotgan tarmoqlaridan biriga aylandi. UN Tourism ma’lumotiga ko‘ra, 2024-yilda xalqaro turistlar soni 1,4 milliard nafarga yetib, pandemiyadan oldingi darajaning 99 foiziga tiklangan; bu 2023-yilga nisbatan 11 foizga yoki 140 million nafarga ko‘pdir. Shu jarayon turistik destinatsiyalarning raqobatbardoshligi endilikda nafaqat tarixiy obidalar, tabiiy resurslar va mehmonxona infratuzilmasi, balki raqamli xizmatlar sifati, ma’lumotlardan foydalanish madaniyati va turist tajribasini shaxsiylashtirish darajasiga ham bog‘liq ekanini ko‘rsatmoqda. O‘zbekiston turizm bozori ham jadal o‘shish bosqichiga kirdi. Milliy statistika qo‘mitasining dastlabki ma’lumotlariga ko‘ra, 2025-yilda O‘zbekistonga 11,7 million nafar chet el fuqarosi turistik maqsadlarda tashrif buyurgan, bu 2024-yilga nisbatan 3,7 million nafarga yoki 46,8 foizga ko‘pdir. Eng yirik kiruvchi bozorlar Qirg‘iz Respublikasi, Tojikiston, Qozog‘iston, Rossiya, Afg‘oniston, Turkmaniston, Xitoy, Turkiya, Hindiston va Koreya Respublikasi bo‘lgan. Bunday o‘shish sharoitida smart turizmni rivojlantirish O‘zbekiston uchun xizmatlar sifatini oshirish, turist xarajatlarini ko‘paytirish, hududlararo turistik oqimni muvozanatlashtirish va xalqaro raqobatbardoshlikni kuchaytirishning muhim yo‘nalishidir.

Smart turizm — bu turistik hududlar, biznes subyektlari va turistlar o‘rtasidagi munosabatlarni axborot-kommunikatsiya texnologiyalari orqali yanada samarali tashkil etish modelidir. Gretzel, Sigala, Xiang va Koo smart turizmni turistik destinatsiyalar, sanoat va turistlarning zamonaviy AKTga tayanishi, katta hajmdagi ma’lumotlarni qiymatli takliflarga

aylantirish jarayoni sifatida izohlaydi. Ularning yondashuvida smart turizmning markazida ma’lumotlar, ularni qayta ishlash, shaxsiylashtirilgan tajriba, barqarorlik va biznes qiymatini yaratish turadi. An’anaviy turizmdan farqli ravishda smart turizm turistik faqat xizmat iste’molchisi emas, balki ma’lumot yaratuvchi va xizmatni birgalikda shakllantiruvchi subyekt hisoblanadi. Masalan, turistik mobil ilova orqali mehmonxonani band qiladi, elektron chipta xarid qiladi, interaktiv xaritada foydalanadi, fikr-mulohaza qoldiradi va shu orqali turizm ekotizimining ma’lumot bazasini boyitadi. Shu sababli smart turizmni rivojlantirishda texnologik infratuzilma bilan birga ma’lumotlar xavfsizligi, shaxsiy ma’lumotlarni himoya qilish, raqamli savodxonlik va xizmat ko‘rsatish madaniyati ham muhim ahamiyat kasb etadi.

O‘zbekistonning turizm salohiyati tarixiy-madaniy meros, ziyorat turizmi, gastronomiya, hunarmandchilik, ekoturizm va Buyuk ipak yo‘li brendi bilan chambarchas bog‘liq. Xalqaro savdo ma’lumotlarida O‘zbekiston hukumati turizmni iqtisodiy rivojlanish uchun yuqori salohiyatli sektor sifatida ko‘rayotgani, 2024-yilda xorijiy turistlar soni 20 foizga oshib 8 million nafarga yetgani, turizm xizmatlari eksporti esa 2023-yildagi 2,14 milliard dollardan 2024-yilda 3,52 milliard dollarga ko‘tarilgani qayd etilgan.

“O‘zbekiston–2030” strategiyasi doirasida xorijiy turistlar sonini 15 million nafarga, turizm xizmatlari eksportini esa 5 milliard dollarga yetkazish maqsad qilingan. Keyingi me’yoriy-huquqiy hujjatlarda bu ambitsiya yanada kengaytirilgan: 2025-yil 19-noyabrdagi PQ-348-son qarorda 2030-yilgacha turizmning YAIMdagi ulushini 3,5 foizdan 7 foizgacha yetkazish, chet ellik turistlar yillik sonini 20 million nafargacha oshirish, turizm xizmatlari eksportini 6 milliard AQSH dollaridan oshirish maqsadlari belgilangan. Bu ko‘rsatkichlar smart turizm uchun bozor asoslari shakllanganini anglatadi. Ya’ni, talab mavjud, turistlar oqimi kengaymoqda, davlat siyosati turizmni ustuvor sektor sifatida qo‘llab-quvvatlamoda. Endigi vazifa — mazkur o‘shishni sifatli, raqamli va barqaror modelga aylantirishdir.

O‘zbekistonda smart turizmni rivojlantirish xususiyatlari

Birinchi xususiyat — davlat siyosati va institutsional boshqaruvning yetakchi roli. O‘zbekistonda turizmni rivojlantirish ko‘p jihatdan davlat dasturlari, Prezident farmonlari va hukumat qarorlari bilan yo‘naltirilmoqda. 2025-yil 15-maydagi PF-87-son farmonida turizm navigatsiyasi tizimini rivojlantirish, ko‘chalar, transport vositalari va avtomobil yo‘llarida turizm yo‘l ko‘rsatkichlarini o‘rnatish vazifasi belgilangan. Bu smart turizmning faqat mobil ilova yoki sayt bilan cheklanmasdan, real hududiy infratuzilma, transport, navigatsiya va xizmat ko‘rsatish tizimlari bilan integratsiyalashgan bo‘lishi zarurligini ko‘rsatadi.

Ikkinchi xususiyat — yagona raqamli ekotizimga ehtiyoj. PQ-348-son qarorga ko‘ra, 2026-yil 1-iyuldan Milliy turizm yagona platformasi va uning mobil ilovasi ishga tushirilishi belgilangan. Mazkur platforma orqali turistlarning roziligi asosida chegara ma’lumotlarini integratsiya qilish, turistik elektron SIM-karta bilan ulash, vaqtincha bo‘lish joyi bo‘yicha ro‘yxatdan o‘tkazishni proaktiv shaklda amalga oshirish, transport turlarini integratsiya qilgan holda yo‘nalish tuzish, chiptalarni onlayn band qilish va xarid qilish imkoniyatlari yaratiladi. Bu O‘zbekiston smart turizmining markaziy yo‘nalishi — “bir darcha” tamoyiliga asoslangan milliy turistik platformani shakllantirishdan iborat ekanini bildiradi.

Uchinchi xususiyat — madaniy meros obyektlari va tarixiy shaharlarning raqamli boshqaruvi. O‘zbekiston turizmining asosiy oqimi Samarqand, Buxoro, Xiva va Toshkent kabi

shaharlarga yo‘naltirilgan. PQ-348-son qarorda 2030-yilgacha birinchi bosqichda Toshkent, Samarqand, Buxoro va Xiva shaharlarida turistik rivojlantirish choralari amalga oshirish, keyingi bosqichda esa turistik salohiyati yuqori boshqa aholi punktlariga kengaytirish nazarda tutilgan. Bu smart turizmni avvalo yuqori turist oqimiga ega destinatsiyalarda sinovdan o‘tkazish, keyin esa hududlarga bosqichma-bosqich tatbiq etish maqsadga muvofiqligini ko‘rsatadi.

To‘rtinchi xususiyat — xizmatlar integratsiyasi va turist tajribasini shaxsiylashtirish. Smart turizmda turist mehmonxonadan muzeygacha, transportdan ovqatlanishgacha, gid xizmatidan suvenir xaridigacha bo‘lgan barcha jarayonlarni yagona raqamli muhitda boshqarishni kutadi. PQ-348-son qarorda turizm obyektlari, muzeylar, madaniy meros obyektlari, madaniyat, ko‘ngilochar va dam olish maskanlariga onlayn chipta xarid qilish imkonini beruvchi yagona chipta tizimi hamda interaktiv xarita, planshet, audioyordamchi, videoyordamchi va onlayn translyatsiyalar asosida raqamli gid tizimini ishga tushirish ko‘zda tutilgan.

Beshinchi xususiyat — ma’lumotlarga asoslangan boshqaruv. Turistlar oqimi, mavsumiylik, xarajatlar tarkibi, eng ko‘p tashrif buyuriladigan obyektlar, transport yuklamasi va onlayn izohlarni tahlil qilish orqali destinatsiyalarni samarali boshqarish mumkin. Masalan, qaysi obyektlarda navbat ko‘payayotgani, qaysi hududlarda mehmonxona yetishmasligi, qaysi turist segmentlari ko‘proq xarajat qilishi yoki qaysi xizmatlar salbiy baholanayotganini real vaqtga yaqin rejimda aniqlash smart boshqaruvning amaliy natijasidir. Bu yondashuv turizm qo‘mitasi, mahalliy hokimliklar, mehmonxonalar, transport kompaniyalari va turagentliklar o‘rtasida ma’lumot almashinuvini kuchaytirishni talab qiladi.

Oltinchi xususiyat — raqamli tengsizlik va kadrlar masalasi. Smart turizm texnologik yechimlar bilan birga ulardan foydalana oladigan kadrlar, gidlar, mehmonxona xodimlari, hunarmandlar va mahalliy tadbirkorlarni talab qiladi. Agar kichik biznes subyektlari onlayn bronlash, elektron to‘lov, raqamli marketing va mijozlar reytingi tizimlariga ulanmasa, smart turizm yirik shaharlar va yirik kompaniyalar doirasida cheklanib qolishi mumkin. Shu bois har bir hududda turizm subyektlari uchun qisqa muddatli raqamli ko‘nikmalar kurslari, elektron kataloglar va subsidiyalangan platforma integratsiyasi muhimdir.

1-jadval

**Smart turizmni rivojlantirish yo‘nalishlari**

<b>Yo‘nalish</b>	<b>Amaliy mazmuni</b>	<b>Kutilayotgan natija</b>
Yagona milliy turizm platformasi	Mehmonxona, transport, chipta, gid, SIM-karta va ro‘yxatdan o‘tish xizmatlarini integratsiya qilish	Turist uchun qulaylik, bozor shaffofligi va xizmatlar eksportining o‘sishi
Raqamli gid va interaktiv xaritalar	Audio/videogid, AR/QR kodlar, ko‘p tilli kontent	Madaniy meros obyektlarini chuqurroq anglash, gid xizmatlari sifatining oshishi
Elektron chipta tizimi	Muzey, obida, transport va tadbirlarga yagona e-ticket	Navbatlarni kamaytirish, tushumlarni shaffoflashtirish
Big data va analitika	Turist oqimi, xarajatlari va fikrlarini tahlil qilish	Destinatsiyalarni dalillarga asoslangan boshqarish
Raqamli	Ijtimoiy tarmoqlar, SEO, influencer	Yuqori to‘lov qobiliyatiga ega

marketing	marketing, segmentlangan reklama	turistlarni jalb qilish
Barqaror smart turizm	Ekologik yuklamani monitoring qilish, oqimlarni hududlar bo‘yicha taqsimlash	Tarixiy meros va mahalliy muhitni asrash

O‘zbekistonda smart turizmni rivojlantirishda bir qator muammolar mavjud. Birinchidan, turistik xizmatlar bozorida raqamli integratsiya darajasi hali bir xil emas: yirik mehmonxonalar va aviaxizmatlar nisbatan raqamlashtirilgan bo‘lsa-da, kichik oilaviy mehmon uylari, hunarmandchilik markazlari, mahalliy gidlar va hududiy transport xizmatlari to‘liq raqamli maydonga ulanmagan bo‘lishi mumkin. Ikkinchidan, turistlar haqidagi ma’lumotlar bilan ishlashda maxfiylik va kiberxavfsizlik talablariga qat’iy rioya qilish zarur. Gretzel va hammualliflar smart turizmga ma’lumotlar markaziy rol o‘ynashi bilan birga, ayniqsa joylashuvga asoslangan xizmatlarda maxfiylik muammolari kuchayishini ta’kidlaydi. Uchinchidan, smart turizm faqat texnik loyiha sifatida emas, balki xizmat sifati, madaniy kommunikatsiya va hududiy boshqaruv islohoti sifatida qaralishi kerak. Mobil ilova mavjud bo‘lsa-yu, undagi ma’lumotlar yangilanmasa, transport jadvali integratsiya qilinmasa yoki turist shikoyatiga tezkor javob berilmasa, smart turizm real qiymat yaratmaydi. To‘rtinchidan, ko‘p tilli kontent — ingliz, rus, xitoy, koreys, turk, arab va boshqa tillardagi sifatli axborot — O‘zbekiston uchun ayniqsa muhim, chunki kiruvchi turistlar geografiyasi kengaymoqda.

O‘zbekiston turizm bozorida smart turizmni samarali rivojlantirish uchun quyidagi chora-tadbirlar maqsadga muvofiq:

1. Milliy turizm platformasini ochiq API tamoyili asosida shakllantirish. Bu mehmonxonalar, aviatashuvchilar, temiryo‘l, taksi, muzeylar, gidlar, restoranlar va mahalliy tadbirkorlarning yagona tizimga ulanishini osonlashtiradi.

2. Samarqand, Buxoro, Xiva va Toshkentda “smart destinatsiya” pilot loyihalarini joriy etish. Bu shaharlarda elektron chipta, real vaqtlı turist oqimi monitoringi, QR-gidlar, AR-elementlar va raqamli navigatsiya tizimlarini kompleks sinovdan o‘tkazish mumkin.

3. Turizm subyektlari uchun raqamli savodxonlik dasturlarini kengaytirish. Oilaviy mehmon uylari, hunarmandlar, gidlar va kichik restoranlar onlayn to‘lov, bronlash, reyting va raqamli marketing vositalaridan foydalanishni o‘rganishi kerak.

4. Turist ma’lumotlarini himoya qilish bo‘yicha aniq standartlar ishlab chiqish. Platforma orqali yig‘iladigan ma’lumotlar faqat turist roziligi asosida, shaffof va xavfsiz tartibda qayta ishlanishi lozim.

5. Sun‘iy intellekt asosida shaxsiylashtirilgan marshrutlar yaratish. Turistning qiziqishi, byudjeti, safar muddati, yoshi va tiliga qarab avtomatik tur yo‘nalishlari taklif etilishi O‘zbekiston turistik mahsulotining qiymatini oshiradi.

6. Barqarorlik ko‘rsatkichlarini smart turizm tizimiga kiritish. Tarixiy obyektlarda kunlik tashrif limiti, ekologik hududlarda yuklama monitoringi va turist oqimini muqobil hududlarga yo‘naltirish mexanizmlari ishlab chiqilishi zarur.

O‘zbekiston turizm bozorida smart turizmni rivojlantirish mamlakatning tarixiy-madaniy salohiyatini zamonaviy raqamli xizmatlar bilan uyg‘unlashtirish imkonini beradi. Turistlar oqimining tez o‘sishi, davlat tomonidan turizmni strategik sektor sifatida qo‘llab-quvvatlash, yagona milliy turizm platformasini yaratish bo‘yicha qarorlar va tarixiy shaharlarning yuqori brend salohiyati smart turizm uchun qulay shart-sharoit yaratmoqda. Shu

bilan birga, bu jarayon texnologik infratuzilma, kadrlar malakasi, ma’lumotlar xavfsizligi, hududiy integratsiya va xizmat sifati bilan uzviy bog‘liq. Smart turizm O‘zbekiston uchun faqat raqamli ilova yoki elektron chipta tizimi emas; u turizmni boshqarishning yangi modeli, turist tajribasini boyitish vositasi va iqtisodiy samaradorlikni oshirish mexanizmidir. Mazkur yo‘nalishda tizimli yondashuv qo‘llansa, O‘zbekiston Markaziy Osiyoda smart turizmning yetakchi destinatsiyalaridan biriga aylanishi mumkin.

### FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI:

1. UN Tourism. *World Tourism Barometer: January 2025*.
2. O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi. *2025-yilda O‘zbekistonga 11,7 million nafar turist kelgan*.
3. International Trade Administration. *Uzbekistan — Travel and Tourism*.
4. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining PF-87-son Farmoni, 15.05.2025.
5. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining PQ-348-son Qarori, 19.11.2025.
6. Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. *Smart tourism: foundations and developments*.
7. Baggio, R., Micera, R., & Del Chiappa, G. (2020). Smart tourism destinations: A critical reflection. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 11(3), 407–423. <https://doi.org/10.1108/JHTT-01-2019-0011>
8. 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>
9. Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2014). Smart tourism destinations. In Z. Xiang & I. Tussyadiah (Eds.), *Information and communication technologies in tourism 2014* (pp. 553–564). Springer. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-03973-2\\_40](https://doi.org/10.1007/978-3-319-03973-2_40)
10. Del Chiappa, G., & Baggio, R. (2015). Knowledge transfer in smart tourism destinations: Analyzing the effects of a network structure. *Journal of Destination Marketing & Management*, 4(3), 145–150. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2015.02.001>
11. 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>
12. Gretzel, U., Werthner, H., Koo, C., & Lamsfus, C. (2015). Conceptual foundations for understanding smart tourism ecosystems. *Computers in Human Behavior*, 50, 558–563. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.03.043>
13. International Trade Administration. (2025). *Uzbekistan—Travel and tourism*. U.S. Department of Commerce. <https://www.trade.gov/country-commercial-guides/uzbekistan-travel-and-tourism>