



ISSN 2091-5187

СЕРВИС

№3

ИЛМИЙ-АМАЛИЙ
ЖУРНАЛ

2025



СЕРВИС

ИЛМИЙ-АМАЛИЙ ЖУРНАЛ 2025 йил, 3-сони

Муассис: Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти

Ўзбекистон Матбуот ва ахборот агентлиги томонидан 2008 йил 31 декабрда
0561-рақам билан рўйхатга олинган.

ЎзР ОАК Риёсатининг 19.03.2017 й., 239/5-сонли қарори билан эътироф этилган

**Тахририят ижодий
жамоаси:**

Бош муҳаррир:

и.ф.д., проф. М.Э.Пўлатов

Бош муҳаррир

ўринбосари:

и.ф.н., проф. Д.Х.Асланова

Масъул котиб:

и.ф.д., проф. М.Қ.Пардаев

Муҳаррирлар:

и.ф.д., доцент Ф.А.Сафаров
PhD, доцент И.М.Пардаева
PhD, И.Ш.Эрназарова

Техник муҳаррир:

и.ф.н., проф. А.Н.Холиқулов

Корректор:

PhD, доц. С.А.Бабаназарова

Саҳифаловчи:

PhD Х.Н.Очилова

1 йилда 4 маротаба
чоп этилади.

**Ўзбекистон худудида
тарқатилади.**

Тахририят манзили:

140100, Самарқанд шаҳар,
Амир Темур кўчаси, 9-уй,

тел.: +998(66)233-28-38,
+998(97)913-74-40

факс: +998(366)231-12-53
эл.почта:

samisiservis@mail.ru

Тахририят кенгаши раиси:

М.Э.Пўлатов – Самарқанд иқтисодиёт ва сервис
институти ректори, и.ф.д., профессор

Тахририят кенгаши раиси ўринбосари:

Д.Х.Асланова – СамИСИ илмий ишлар ва
инновациялар бўйича проректори, и.ф.н., профессор

Тахрир кенгаши аъзолари:

Б.А.Бегалов – Ўзбекистон Республикаси Президенти
хузуридаги Статистика агентлиги директори, и.ф.д.,
профессор

М.Қ.Пардаев – СамИСИ профессори, и.ф.д.

Б.К.Ғоибназаров – и.ф.д., профессор.

М.М.Мухаммедов – СамИСИ профессори, и.ф.д.

Д.Р.Зайналов – СамИСИ профессори, и.ф.д.

О.М.Муртазаев – ТДИУ СФ директори, и.ф.д., проф.

М.Р.Болтабаев – ТДИУ профессори, и.ф.д.

Р.Х.Эргашев – ҚарМИИ профессори, и.ф.д.

И.С.Тўхлиев – СамИСИ профессори, и.ф.д.

К.Б.Уразов – СамИСИ профессори, и.ф.д.

Қ.Ж.Мирзаев – СамИСИ профессори, и.ф.д.

Б.И.Исроилов – ТДИУ профессори, и.ф.д.

Г.М.Шодиева – СамИСИ профессори, и.ф.д.

Б.Абдукаримов – СамИСИ профессори, и.ф.н.

Р.Қобилов – Самарқанд вилояти ҳокими ўринбосари

С.Н.Тошназаров – СамИСИ профессори, и.ф.д.

Р.Н.Нормахматов – СамИСИ профессори, т.ф.д.

А.Бектемиров – СамИСИ профессори, и.ф.д.

О.М.Пардаев – СамИСИ профессори, и.ф.д.

М.Т.Алимова – СамИСИ профессори, и.ф.д.

З.Дж. Адилова – ТДИУ профессори, и.ф.д.

Ш.О.Қувондиқов – СамИСИ профессори в.б., иқтисод
фанлари доктори

Л.Н.Халикова – СамИСИ профессори, DSc

Ф.А.Сафаров – СамИСИ доценти, DSc

А.М.Каримова – СамИСИ профессори в.б., DSc

И.Б.Маттиев – СамИСИ профессори, DSc

МУНДАРИЖА:

| НАЗАРИЯ ВА МЕТОДОЛОГИЯ | |
|--|----|
| Мамаюнус Қаршибаевич Пардаев, Озода Мамаюнусова Пардаева, Севара Абдуназаровна Бабаназарова Инсон ресурсларидан самарали фойдаланишнинг концептуал йўналишлари | 5 |
| Раъно Суннатхоновна Умарова Давлат фуқаролик хизматчиларининг малакасини оширишга бўлган замонавий ёндашувлар | 10 |
| ИННОВАЦИЯ ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ | |
| Berdiyar Yangiboyevich Yangiboyev Sun'iy intellekt texnologiyalaridan milliy iqtisodiyotda foydalanishning ayrim jihatlari | 18 |
| Тўлқин Шокирович Эргашев Инновацион тадбиркорлик фаолияти билан кадрлар тайёрлаш менежменти ўртасидаги иқтисодий алоқадорликнинг намоён бўлиш хусусиятлари | 21 |
| Munavvar Sur'at qizi Xusniddinova Turizmدا raqamli texnologiyalardan foydalanish: jahon tajribasi va o'zbekiston uchun xulosalar | 26 |
| Тимур Ибодуллаевич Ибрагимов Интеграция вузов и предприятий в инновационном развитии экономики | 32 |
| САНОАТ ВА ҚИШЛОҚ ХЎЖАЛИГИ | |
| Рузбой Нормухаматов, Акрам Джуракулович Гафуров, Ирода Болиева Флавоноидлар ва инсон саломатлиги | 36 |
| Botir Khayat Muradov, Olimjon Komiljonovich Muratkulov Problems and solutions to the prospects for the transition of mining enterprises to a green economy on the example of the coal industry | 39 |
| Рузбой Нормухаматов, Акрам Джуракулович Гафуров, Суннат Бозоров Озуқабоп тоғлар ва соғлом овқатланиш | 42 |
| ТАДБИРКОРЛИК, МЕХНАТ, БАНДЛИК ВА КАМБАҒАЛЛИКНИ ҚИСҚАРТИРИШ | |
| Shuhrat Marufjonovich Islomov, Avazbek Sa'dullayevich Qarshiyev Mehnat bozorida o'zgarishlarning o'rtacha ish haqiga ta'siri va uning tahlili | 45 |
| Maftuna Shavkatovna Xudayarova Aholining tadbirkorlik faolligini baholashning hududiy yondashuvi | 50 |
| Murodbek Dusmurot o'g'li Usmonov Qishloq joylarida aholi bandligini oshirish orqali kambag'allikni qisqartirish yo'llari | 57 |
| ХИЗМАТ КЎРСАТИШ ВА СЕРВИС | |
| Дилбар Хасановна Асланова, Тимур Ибодуллаевич Ибрагимов Анализ предложения на рынке услуг высшего образования и тенденции его развития | 61 |
| Обид Мамаюнусович Пардаев Юқори технологик хизматларнинг назарий масалалари ва уларнинг коммунал хизматлар соҳасида қўлланилиши | 64 |

5. Howkins J. The Creative Economy: How People Make Money from Ideas. 2nd Edition. London: “Penguin Books Ltd”, 2013. – 291 pages.
6. Флорида Р. Креативный класс. Люди, которые меняют будущее/ Пер. с англ. М.: Классика XXI, 2005. 430 с
7. Teixeira P.N. Garry Becker’s Early Work on Human Capital – Collaborations and Distinctiveness. IZA Journal of Labor Economics, No 3, Issue 12, 2014. – pp. 1-20. DOI: 10.1186/s40172-014-0012-2

| Т.Эргашев | T.Ergashev |
|---|---|
| <p>Особенности проявления экономической взаимосвязи между инновационной предпринимательской деятельностью и менеджментом подготовки кадров</p> | <p>Features of the Economic Interrelation Between Innovative Entrepreneurial Activity and Human Resource Training Management</p> |
| <p>Аннотация. В статье проанализированы особенности проявления экономических взаимосвязей между менеджментом подготовки кадров и инновационной предпринимательской деятельностью. В частности, на основе различных экономических теорий выявлены приоритеты поддержки инновационной предпринимательской деятельности через систему менеджмента подготовки кадров.</p> <p>Ключевые слова: менеджмент, подготовка кадров, менеджмент подготовки кадров, профессиональная компетентность, услуги высшего образования, рынок труда, система образования, инновация, инновационная деятельность, предпринимательство, инновационное предпринимательство.</p> | <p>Abstract. The article analyzes the characteristics of the economic interrelations between human resource training management and innovative entrepreneurial activity. In particular, based on various economic theories, the priorities of supporting innovative entrepreneurial activity through the system of human resource training management have been identified.</p> <p>Keywords: management, human resource training, human resource training management, professional competence, higher education services, labor market, education system, innovation, innovative activity, entrepreneurship, innovative entrepreneurship.</p> |

Munavvar Sur’at qizi Xusniddinova – Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti doktoranti

TURIZMDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALARDAN FOYDALANISH: JAHON TAJRIBASI VA O‘ZBEKISTON UCHUN XULOSALAR

Annotatsiya. Ushbu maqolada turizm sohasida raqamli texnologiyalardan foydalanishning xalqaro tajribasi va O‘zbekiston uchun amaliy xulosalari o‘rganilgan. Big Data, Internet of Things (IoT), sun’iy intellekt, onlayn platformalar va mobil texnologiyalarning xizmat sifati, samaradorlik va mijozlar tajribasiga ta’siri ilmiy manbalar asosida tahlil qilindi. Shuningdek, ilg‘or davlatlar (Estoniya, Ispaniya, Germaniya) va O‘zbekiston o‘rtasida raqamli qamrov darajasi statistik solishtirma asosida ko‘rib chiqildi. Maqola yakunida O‘zbekiston uchun strategik takliflar – smart shaharlar, raqamli platformalar va kadrlar tayyorlash yo‘nalishlari ishlab chiqilgan.

Kalit so‘zlar: Raqamli turizm, Big Data, Internet of Things (IoT), Sun’iy intellekt, Mobil ilovalar, Smart shahar, e-tourism, Turizm siyosati, Raqamli transformatsiya.

Kirish. Hozirgi kunda turizm sohasi global miqyosda tez sur’atlar bilan raqamlashib bormoqda. Raqamli texnologiyalar, ayniqsa, turizm xizmatlarini taqdim etish va iste’mol qilish jarayonlarini sezilarli darajada o‘zgartirmoqda. Internet, mobil ilovalar, sun’iy intellekt, kengaytirilgan va virtual reallik, katta ma’lumotlar (big data) kabi innovatsion texnologiyalar sayohat tajribasini boyitib, mehmonxona va transport xizmatlari, turistik broshyuralar hamda onlayn booking tizimlarining samaradorligini oshirdi. Biroq raqamli texnologiyalardan samarali foydalanish turizm sohasida iste’molchining qaror qabul qilishini osonlashtirishi va iqtisodiy samara keltirishi uchun nafaqat texnik, balki ijtimoiy, iqtisodiy va madaniy jihatlarni ham hisobga olish zarur.

Dunyo bo'yicha turizm raqamli texnologiyalarni joriy qilishda yetakchi mamlakatlar o'z tajribalarini jadal ravishda rivojlantirib bormoqda. Shu bilan birga, O'zbekiston ham turizmni rivojlantirishda raqamli innovatsiyalarni joriy etishga qaratilgan bir qator tashabbuslarni amalga oshirmoqda. Biroq bu jarayon hali to'liq muvofiqlashtirilmagan va ko'plab muammolar mavjud. Masalan, raqamli infratuzilmaning yetarli darajada rivojlanmaganligi, raqamli texnologiyalarga bo'lgan ishonchning pastligi va turizm sohasidagi mutaxassislarining texnik bilimlari kamligi kabi muammolar O'zbekiston turizm sohasining global raqamli iqtisodiyotga integratsiyasini sekinlashtirayotgani kuzatilmoqda.

Ushbu tadqiqotning maqsadi turizm raqamli texnologiyalarni joriy qilish jarayonini o'rganish, jahon tajribasini tahlil qilish va O'zbekiston uchun amaliy xulosalar chiqarishdir. Bunda turizm sektorida raqamli texnologiyalarni qo'llashning samaradorligini baholash, mavjud muammolarni aniqlash va bu texnologiyalardan foydalanishning eng samarali usullarini ishlab chiqish nazarda tutiladi.

Mavzuga oid adabiyotlarning tahlili. So'nggi yillarda turizm sohasi raqamli transformatsiyaning markaziga aylandi. Ayniqsa, COVID-19 pandemiyasi davrida texnologiyalarga bo'lgan ehtiyoj sezilarli darajada oshdi. Turizm raqamli texnologiyalardan foydalanish tendensiyalari haqida Sustacha I, Baños-Pino J, Del Valle E¹, Verma S, Warriar L, Bolia B, Mehta S², Peng X, Zhu J, Lee S, Zhou D, Song W, & Ying T³ Pratisto EH, Thompson N, Potdar V⁴, Rodrigues V, Breda Z, Rodrigues C⁵ kabi xorijiy olimlar ilmiy ishlarida keng yoritilgan. Turizmni rivojlantirishda raqamli texnologiyalarning samaradorligi to'g'risida mahalliy olimlardan Astanakulov O.T, Eshtaev A.A, Tuxliev N, Alieva M.T o'z ilmiy ishlarida bayon etilgan.

Tadqiqot metodologiyasi. Tadqiqot davomida ilmiy adabiyotlar tahlili, ikkilamchi statistik ma'lumotlarni tahlil qilish, qiyoslash va statistik guruhlash kabi usullaridan foydalanildi. Tadqiqot jarayonida raqamli texnologiyalarning turizm sohasida qo'llanilishi bo'yicha so'nggi yillarda e'lon qilingan ilmiy maqolalar, xalqaro tashkilotlarning (UNWTO, OECD, European Commission) hisobotlari, shuningdek, ScienceDirect, ResearchGate, Google Scholar kabi ilmiy platformalarda chop etilgan ishlar o'rganildi.

Tahlil va natijalar. So'nggi yillarda raqamli texnologiyalar turizm sohasida inqilobiy o'zgarishlarni yuzaga keltirmoqda. Sun'iy intellekt, Iot, katta ma'lumotlar (Big data), blokcheyn, VR/AR kabi texnologiyalar turizm jarayonlarini avtomatlashtirish, mijozlarga moslashtirilgan xizmatlar va yangi biznes modellarini yaratish imkonini bermoqda (Pesonen, 2022a). Ushbu texnologiyalar yordamida xizmat ko'rsatish sifati oshib, turistik kompaniyalar innovatsion afzalliklar orttirishga erishmoqda. Ayniqsa, shaxsiylashtirish strategiyasi raqobatbardosh ustunlikni bermoqda. Raqamli texnologiyalar turizm industriyasida xizmat ko'rsatish sifatini oshirish, operatsion jarayonlarni optimallashtirish va mijozlar tajribasini shaxsiylashtirishda asosiy omil sifatida namoyon bo'lmoqda (Buhalis & Law, 2008). Raqamli texnologiyalar turizm industriyasida nafaqat xizmat ko'rsatish sifati, balki butun operatsion tizimning samaradorligini oshirishda transformatsion vosita sifatida xizmat qilmoqda.

Turizm industriyasida raqamli texnologiyalarning joriy etilishi dunyoning ko'plab mintaqalarida sayyohlik xizmatlarini samarali rivojlantirishda muhim rol o'ynamoqda. Masalan,

¹ Sustacha, I., Baños-Pino, J. F., & Del Valle, E. (2023). The role of technology in enhancing the tourism experience in smart destinations: A meta-analysis. *Journal of Destination Marketing & Management*, 30, 100817. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2023.100817>

² Verma, S., Warriar, L., Bolia, B., & Mehta, S. (2022). Past, present, and future of virtual tourism—a literature review. *International Journal of Information Management Data Insights*, 2(2), 100085. <https://doi.org/10.1016/j.ijime.2022.100085>

³ Peng, X., Zhu, J., Lee, S., Zhou, D., Song, W., & Ying, T. (2024). Digital transformation in the hospitality industry: A bibliometric review from 2000 to 2023. *International Journal of Hospitality Management*, 120, 103761. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2024.103761>

⁴ Pratisto, E.H., Thompson, N. & Potdar, V. Immersive technologies for tourism: a systematic review. *Inf Technol Tourism* 24, 181–219 (2022). <https://doi.org/10.1007/s40558-022-00228-7>

⁵ Rodrigues, V., Breda, Z., & Rodrigues, C. (2024). The implications of Industry 4.0 for the tourism sector: A systematic literature review. *Heliyon*, 10(11), e31590. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e31590>

Skandinaviyada amalga oshirilgan tadqiqotlarda ko‘rsatilishicha, turistik tashkilotlar 5 asosiy yo‘nalishda raqamli transformatsiyani amalga oshirmoqda:

- Disruptiv texnologiyalar (masalan, sun‘iy intellekt, real vaqt tahlillari)
- Moslashtirilgan turizm yo‘nalishlari
- Yangi platforma ekotizimlari
- Turistlarning faol ishtiroki
- Raqamli rahbariyat va yangi tashkilot strukturasi

1-jadval

Turizmda raqamli texnologiyalarning qo‘llanilishi¹

| № | Texnologiya turlari | Turizmda qo‘llanilishi | Mualliflar |
|----|--------------------------|--|------------------------------|
| 1. | Internet of Things (IoT) | IoT texnologiyalari sayyohlik xizmatlarida mehmonxonalarni avtomatlashtirish, transport infratuzilmasini samarali boshqarish va real vaqt rejimida ma‘lumotlarni uzatishni ta‘minlashda keng qo‘llaniladi. | (Gretzel et al., 2015) |
| 2. | Big Data | Big Data texnologiyalari sayyohlarning xatti-harakatlarini o‘rganish, talablarga mos xizmatlarni shakllantirish va marketing strategiyalarini shaxsiylashtirish uchun foydalaniladi. | (McKercher & Darcy, 2018) |
| 3. | Sun‘iy intellekt (SI) | AI yordamida virtual yordamchilar (chatbotlar), prediktiv tahlillar va avtomatlashtirilgan xizmatlar yaratilmoqda. | (Tussyadiah, 2020) |
| 4. | AR/VR | AR/VR texnologiyalari sayohat tajribalarini boyitishda foydalaniladi. Masalan, sayyohlar tarixiy obyektlarni virtual tarzda ko‘rishlari yoki safar oldidan VR orqali marshrut bilan tanishishlari mumkin. | (Han et al., 2013) |
| 5. | Mobil ilovalar | Mobil ilovalar sayyohlarga bron qilish, to‘lov qilish, marshrut tuzish, navigatsiya va til tarjimasini kabi ko‘plab qulayliklar yaratadi. | (Neuhofer et al., 2015) |
| 6. | CRM tizimlari | CRM tizimlari mijozlar ma‘lumotlarini boshqarish, ularning ehtiyojlarini aniqlash va shaxsiylashtirilgan xizmatlar ko‘rsatish orqali mijozlar sadoqatini oshirish imkonini beradi. | (Soltani & Navimipour, 2016) |

Bu model turizmda chuqur transformatsiyaning qanday sodir bo‘layotganini ko‘rsatadi. Turistlar endi faqat foydanuvchi emas, balki xizmat dizaynida ham bevosita ishtirok etuvchi omilga aylangan.

Tahlillar shuni ko‘rsatadiki, raqamli texnologiyalar turistik natijalarga olib kelmoqda:

- **Daromadning oshishi:** shaxsiylashtirilgan xizmatlar sabab mijozlar qoniqish darajasi oshib, sodiqlik kuchayadi (Buhalis & Sinarta, 2019).

- **Ishlab chiqarish samaradorligi:** IoT va katta ma‘lumotlar (Big data) texnologiyalari asosida real vaqt vaqt rejimidagi monitoring imkoniyati paydo bo‘ladi (Inanc-Demir & Kozak, 2019).

- **Yangi bozorlarga chiqish:** onlayn platformalar orqali xalqaro auditoriyaga yetib boradi (Sigala, 2018).

- Masalan, Shvetsiyadagi Åre turistik manzili asosida ishlab chiqilgan Business Intelligence (BI) tizimi real vaqt rejimida sayyohlarning xatti-harakatlari, veb-navigatsiyasi, bron qilish odatlari va fikrlarini tahlil qilish imkonini beradi (Fuchs et al., 2014). Bu ma‘lumotlar turistik xizmatlarni individuallashtirish va resurslardan samarali foydalanishga imkon yaratadi. Shvetsiyada sinov tariqasida joriy etilgan e-CRST (electronic Customer Registration and Survey Tool) platformasi yordamida sayyohlarning real vaqt rejimida bildirgan mulohazalari yig‘iladi va

¹ Muallif ishlanmasi

tahlil qilinadi. Ushbu tizim sayyohlarning joylashuvi, ehtiyojlari va xizmatlar haqidagi fikrlarini aniq o‘rganishga imkon beradi. Bu esa turizm tashkilotlariga resurslarni qayta taqsimlash, xizmatlarni moslashtirish va joylar bo‘yicha oqimlarni boshqarish imkonini beradi. Raqamli axborot oqimiga tayanilgan bunday yondashuv, turistik joylarda ortiqcha yuklamani kamaytirish, ekologik barqarorlikni ta‘minlash hamda xizmat ko‘rsatishning individuallashtirilgan shaklini yaratishda muhim ahamiyatga ega.

2-jadval

Raqamlashtirish natijasida turizmdagi transformatsiyalar (Pesonen, 2022)

| Disruptiv texnologiyalar ta’siri | Yangi manzil konfiguratsiyalari | Yangi biznes modellari va ekotizimlar | Iste’molchi va ishlab chiqaruvchilar rolining o‘zgarishi | Turizm tashkilotlari uchun yangi rollar |
|--|--|---|--|---|
| Katta ma’lumotlar boshqaruvni yaxshilaydi. Amaldagi operatorlarning ishini buzish va an’anaviy biznes modellarini qayta kontsepsiyalash uchun bosim. Platforma iqtisodiyotining yuksalishi, talab bo‘yicha biznes. Yangi qiymat yaratish imkoniyatlari. Global qiymat zanjirlarining paydo bo‘lishi. | Raqamlashtirish tashrif buyuruvchilar tajribasini ko‘proq moslashtirish imkonini beradi; yangi moslashtirilgan yo‘nalishlar paydo bo‘ladi. | Onlayn platformalar kabi yangi ishtirokchilar axborot brokerlari va vositachilari (masalan, Expedia, Tripadvisor va boshqalar) sifatida turistik tashkilotlar tomonidan an’anaviy ravishda taklif qilinadigan xizmatlarni taklif qiladi. Raqamli platformalar (masalan, Airbnb, Uber) tashrif buyuruvchilarning manzilda tajribasini tanlash, muvofiqlashtirish va osonlashtirish uchun turar joy mahsulotlaridan tashqari kengayib bormoqda. | Tashrifchilar o‘zlarining tajribalarini faol ravishda ishlab chiqaradigan va iste’mol qiluvchi prosumerga aylanishdi. Mehmonlar turli rollarni o‘z zimmalariga oladilar, jumladan, bron qilish, (o‘z-o‘zini) yo‘naltirish, ko‘rib chiqish, bo‘lishish va yo‘nalish marketingi. | Destinatsiya marketingi va mahsulotni ishlab chiqish, turistik tashkilotlarning an’anaviy roli o‘zgaradi. Tashkilotlar maqsadni rivojlantirish, innovatsiyalar va marketingga kamroq to‘g‘ridan-to‘g‘ri ta’sir ko‘rsatadigan yordam berish va salohiyatni oshirish rollarida tobora ko‘proq qatnashmoqda. |

QR-kod va GPS asosida ishlovchi mobil ilovalar turistlarga joylashuvga asoslangan ma’lumotlar, marshrutlar va xizmatlarga tezkor kirish imkonini bermoqda (Wörndl & Herzog, 2020). Bu texnologiyalar turistik tajribani sezilarli darajada shaxsiylashtirishga xizmat qiladi. Zamonaviy turizmda mobil texnologiyalar, ayniqsa GPS va QR-kod asosida ishlovchi ilovalar, foydalanuvchilarning tajribasini sezilarli darajada o‘zgartirmoqda. Bu texnologiyalar turistlarga real vaqt rejimida joylashuvga asoslangan marshrutlar, ekskursiya tavsiyalari, restoranlar va diqqatga sazovor joylar haqida axborot taqdim etadi. Turistlarning mobil qurilmalar orqali sayohatni boshqarishi ularning xizmatlarga bo‘lgan ehtiyojini to‘g‘ridan-to‘g‘ri va moslashuvchan tarzda qondirishga xizmat qiladi. Shuningdek, bu texnologiyalar orqali raqamli tajriba boyib boradi va “smart destination” konsepsiyasining asosiy komponenti sifatida qaraladi.

Turizmda raqamli texnologiyalar qamrovi (1-7 ballda)

| № | Davlatlar | Raqamli texnologiyaning qamrab olish darajasi | Travel & Tourism Development Index 2024 |
|---|-------------|---|---|
| 1 | Estoniya | 6.42 | 36 |
| 2 | Finlandiya | 6.38 | 20 |
| 3 | Germaniya | 6.12 | 6 |
| 4 | Ispaniya | 6.05 | 2 |
| 5 | O‘zbekiston | 5.02 | 78 |

Manba: World Economic Forum (2024). Travel & Tourism Development Index 2024 Report.

Yuqoridagi jadvalda ba’zi davlatlarning turizmda raqamli texnologiyalarni joriy etish darajasi keltirilgan. Bu yerda O‘zbekistonning darajasi past bo‘lib, bu texnologik infratuzilma, moliyalashtirish va kadrlar salohiyatiga bog‘liq. Estoniya, Finlandiya kabi davlatlarda esa davlat siyosatining to‘g‘ridan-to‘g‘ri qo‘llab-quvvatlashi bu sohani ilgari surmoqda.

O‘zbekistonda e-Tourism.uz, Uzbekistan.travel kabi platformalar faoliyat yuritmoqda. Biroq ularning imkoniyatlari hali yetarli darajada rivojlanmagan. Mybooking.uz kabi mahalliy servislar ham mavjud bo‘lsa-da, ko‘pchilik hali global raqamli standartlarga moslashmagan. Mavjud platformalarning ko‘pchiligi faqat axborot berish bilan cheklanadi, interaktiv xizmatlar (masalan, real-time tracking, virtual tours) esa yetarli darajada yo‘lga qo‘yilmagan.

O‘zbekiston turizm rivojlanishida texnologik infratuzilmaning yetarli emasligi (ayniqsa, mintaqaviy hududlarda); raqamli xizmatlar ko‘rsatish bo‘yicha malakali kadrlarning yetishmasligi; raqamli savodxonlikning pastligi; tahliliy ma’lumotlardan foydalana olmaslik kabi muammolar mavjud. Lekin shunga qaramasdan, aholining 89 foizi internetdan foydalanadi (Kemp, 2023); yoshlar sonining ko‘pligi – raqamli xizmatlarga qiziqish kuchli; davlat tomonidan raqamlashtirish bo‘yicha qabul qilingan strategiyalar, masalan, “Digital Uzbekistan – 2030” strategiyasi singari imkoniyatlarga ega. O‘zbekistonda blokcheyn asosidagi sayohat identifikatsiyasi, AI asosidagi tarjima chatbotlari, yoki "digitized experience" platformalari yaratish orqali xorijiy turistlar uchun yangicha tajriba taqdim etilishi mumkin.

Xulosa va takliflar. Ushbu tadqiqot tahlillari shuni ko‘rsatadiki, turizm sohasida raqamli texnologiyalarni joriy etish global miqyosda muhim strategik omilga aylangan. Sun‘iy intellekt, IoT, katta ma’lumotlar (Big data), mobil ilovalar va onlayn platformalar turistik xizmatlar sifatini oshirish, ishlab chiqarish samaradorligini kuchaytirish va yangi bozorlarga chiqish imkoniyatlarini kengaytirishda hal qiluvchi rol o‘ynamoqda.

Dunyo bo‘yicha ilg‘or tajribalar shuni ko‘rsatadiki, raqamli transformatsiya nafaqat texnologik yangilanish, balki xizmat modelini, foydalanuvchi bilan aloqa usullarini va boshqaruv mexanizmlarini tubdan o‘zgartirmoqda.

O‘zbekiston misolida esa, mavjud muammolar – infratuzilmaning cheklanganligi, moliyalashtirish imkoniyatlarining pastligi va kadrlar salohiyatining yetarli emasligi – raqamli texnologiyalarning keng joriy etilishiga to‘sqinlik qilmoqda. Shunga qaramay, internetdan foydalanish darajasining yuqoriligi, davlat dasturlari va yoshlar segmentining texnologiyaga moslashuvchanligi raqamli turizmni rivojlantirish uchun salmoqli imkoniyatlarni yaratadi.

World Economic Forum hisobotlariga ko‘ra, O‘zbekiston turizmida raqamli texnologiyalarni joriy etish bo‘yicha past darajadagi davlatlar qatorida tursa-da, bu holat ehtiyotkorlik bilan strategik rejalashtirish va xalqaro tajribalarni moslashtirish orqali tezda ijobiy tomonga o‘zgarishi mumkin.

- Shu boisdan, quyidagi yo‘nalishlar bo‘yicha aniq taklif va tavsiyalar taqdim etiladi:
- Smart shaharlar va raqamli turizm hududlarini yaratish (Samarqand, Buxoro, Xiva).
 - Turizm oliygohlarida “e-tourism” ta’lim yo‘nalishlari va IT-kadrlar tayyorlashni kuchaytirish.
 - O‘zbekistonni Markaziy Osiyodagi raqamli turizm markaziga aylantirish konsepsiyasini ishlab chiqish (“Digital Silk Road”).

Xulosa qilib aytganda, turizmda raqamli texnologiyalarning muvaffaqiyatli joriy etilishi uchun texnik infratuzilma, inson kapitali va davlat siyosati o‘rtasida muvozanatli yondashuv zarur. O‘zbekiston uchun bu yo‘nalishda harakat qilish iqtisodiy o‘shish, global turizm zanjirlariga integratsiya va xizmatlar sohasida raqobatbardoshlikni ta’minlashda muhim strategik omil bo‘lib xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet — The state of eTourism research. *Tourism Management*, 29(4), 609–623.
2. Buhalis, D., & Sinarta, Y. (2019). Real-time co-creation and oneness service: lessons from tourism and hospitality. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(5), 563–582. <https://doi.org/10.1080/10548408.2019.1592059>
3. Fuchs, M., Höpken, W., & Lexhagen, M. (2014). Big data analytics for knowledge generation in tourism destinations – A case from Sweden. *Journal of Destination Marketing & Management*, 3(4), 198–209.
4. Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: foundations and developments. *Electronic Markets* 25:3, 25(3), 179–188. <https://doi.org/10.1007/S12525-015-0196-8>
5. Han, D.-I., Jung, T., & Gibson, A. (2013). Dublin AR: Implementing Augmented Reality in Tourism. *Information and Communication Technologies in Tourism 2014*, 511–523. https://doi.org/10.1007/978-3-319-03973-2_37
6. Inanc-Demir, M., & Kozak, M. (2019). Big Data and Its Supporting Elements: Implications for Tourism and Hospitality Marketing. *Big Data and Innovation in Tourism, Travel, and Hospitality: Managerial Approaches, Techniques, and Applications*, 213–223.
7. Kemp, S. (2023). Digital 2023: Global Overview Report. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report>
8. McKercher, B., & Darcy, S. (2018). Re-conceptualizing barriers to travel by people with disabilities. *Tourism Management Perspectives*, 26, 59–66. <https://doi.org/10.1016/J.TMP.2018.01.003>
9. Neuhofer, B., Buhalis, D., & Ladkin, A. (2015). Smart technologies for personalized experiences: a case study in the hospitality domain. *Electronic Markets*, 25(3), 243–254. <https://doi.org/10.1007/S12525-015-0182-1/METRICS>
10. Pesonen, J. (2022). Management and Leadership for Digital Transformation in Tourism. In M. and G. U. and H. W. Xiang Zheng and Fuchs (Ed.), *Handbook of e-Tourism* (pp. 1147–1180). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-48652-5_68
11. Sigala, M. (2018). New technologies in tourism: From multi-disciplinary to anti-disciplinary advances and trajectories. *Tourism Management Perspectives*, 25, 151–155. <https://doi.org/10.1016/J.TMP.2017.12.003>
12. Soltani, Z., & Navimipour, N. J. (2016). Customer relationship management mechanisms: A systematic review of the state of the art literature and recommendations for future research. *Computers in Human Behavior*, 61, 667–688. <https://doi.org/10.1016/J.CHB.2016.03.008>
13. Tussyadiah, I. (2020). A review of research into automation in tourism: Launching the Annals of Tourism Research Curated Collection on Artificial Intelligence and Robotics in Tourism. *Annals of Tourism Research*, 81, 102883. <https://doi.org/10.1016/J.ANNALS.2020.102883>
14. Wörndl, W., & Herzog, D. (2020). Mobile Applications for e-Tourism. *Handbook of E-Tourism*, 1–21. https://doi.org/10.1007/978-3-030-05324-6_17-1.

| | |
|--|---|
| <p>М.Хусниддинова</p> <p>Использование цифровых технологий в туризме: мировой опыт и выводы для Узбекистана</p> <p>Аннотация. В данной статье изучен международный опыт использования цифровых технологий в сфере туризма и выработаны практические выводы для Узбекистана. На основе научных источников анализируется влияние больших данных, Интернета вещей (IoT), искусственного интеллекта, онлайн-платформ и мобильных технологий на качество обслуживания, эффективность и опыт клиентов. Также проведено статистическое сравнительное исследование уровня цифрового охвата между передовыми странами (Эстония, Испания, Германия) и Узбекистаном. В заключение статьи разработаны стратегические предложения для Узбекистана, включающие развитие умных городов, цифровых платформ и подготовку кадров.</p> <p>Ключевые слова: цифровой туризм, большие данные, интернет вещей (IoT), искусственный интеллект, мобильные приложения, умный город, e-tourism, туристическая политика, цифровая трансформация.</p> | <p>M. Khusniddinova</p> <p>Using digital technologies in tourism: global experience and implications for Uzbekistan</p> <p>Abstract. This article explores the international experience of using digital technologies in the tourism sector and derives practical implications for Uzbekistan. Based on scientific literature, the impact of Big Data, the Internet of Things (IoT), artificial intelligence, online platforms, and mobile technologies on service quality, efficiency, and customer experience is analyzed. Furthermore, a statistical comparison of digital coverage levels between leading countries (Estonia, Spain, Germany) and Uzbekistan is presented. The article concludes with strategic recommendations for Uzbekistan, focusing on smart cities, digital platforms, and workforce development.</p> <p>Keywords: digital tourism, Big Data, Internet of Things (IoT), Artificial Intelligence (AI), mobile applications, smart city, e-tourism, tourism policy, digital transformation.</p> |
|--|---|

Тимур Ибодуллаевич Ибрагимов – самостоятельный соискатель СамИЭС

ИНТЕГРАЦИЯ ВУЗОВ И ПРЕДПРИЯТИЙ В ИННОВАЦИОННОМ РАЗВИТИИ ЭКОНОМИКИ

| |
|--|
| <p>Аннотация. В статье рассматривается концепция интеграции системы высшего образования, производственных предприятий и отраслевых структур в единую цепочку «Отрасль – предприятие – вуз». Высшие учебные организации (ВУО) в данной модели играют ключевую роль в подготовке квалифицированных специалистов, способных быстро адаптироваться к требованиям рынка и технологическим изменениям. Реализация концепции предполагает внедрение дуального обучения, развитие отраслевых кластеров и использование цифровых платформ для обмена информацией между участниками.</p> <p>Ключевые слова: высшее образование, отрасль, предприятие, вуз, инновации, дуальное обучение, интеграция, цифровая экономика.</p> |
|--|

Введение. Подготовка конкурентоспособных кадров является ключевым фактором экономического развития страны. Система высшего образования сегодня рассматривается не только как институт передачи знаний, но и как стратегический механизм формирования инновационного мышления, практических навыков и интеграции с производственным сектором.

Модель «Отрасль – предприятие – вуз (ВУО)» отражает взаимовыгодное сотрудничество всех участников процесса и способствует ускоренному внедрению инноваций в экономику. Она ориентирована на создание прочной связи между теоретической подготовкой студентов и практическими потребностями рынка труда, что особенно важно в условиях цифровизации и глобальной конкуренции.

Цель статьи заключается в анализе состояния взаимодействия системы высшего образования и промышленности в Узбекистане, обобщении международного опыта и выработке практических рекомендаций по внедрению модели «Отрасль – предприятие – вуз» в национальный контекст.

ISSN 2091-5187

☞ “СЕРВИС” ☞

Журнал Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти таҳририят
бўлимида нашрга тайёрланди.

10.09.2025 йилда теришга берилди. 26.09.2025 йилда босишга рухсат этилди.
Офсет босма қоғози. Қоғоз бичими 60x84 $\frac{1}{8}$. “Times” гарнитураси. Офсет
босма усули. Шартли босма табоғи 14,6. Ҳисоб-нашриёт
табоғи 13,75. Адади 100 нусха. Буюртма № 0054А/25

Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институтининг
матбаа бўлимида чоп этилди.
Лицензия № 025316.
Реестр № Х-119112.

Манзил: Самарқанд шаҳри, Шохрух кўчаси, 60-уй.

© Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти, 2025.