

MINTAQAVIY TURIZM XIZMATLARI QIYMAT ZANJIRINI RAQAMLI TRANSFORMATSIYA QILISH: BOSHQARUV MODEL I VA IQTISODIY MEXANIZMLAR

Ashurova Maftuna Sharifovna

BuXDU Registrator ofisi talabalar bilan ishlash sektorining yetakchi mutaxassisi

Annotatsiya. Maqolada mintaqaviy turizm xizmatlari qiymat zanjirini raqamli transformatsiya qilishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlari Buxoro viloyati misolida tahlil qilinadi. Qiymat zanjirining beshta bosqichi – jalb qilish, axborot, bron, joyida xizmat va tashrifdan keyingi bosqich – kesimida raqamli uzilishlar aniqlanadi hamda ularni bartaraf etishning boshqaruv modeli va iqtisodiy mexanizmlari taklif etiladi. Tadqiqot natijalari destinatsiya darajasidagi raqamli boshqaruvni institutsionallashtirish zaruratini asoslaydi.

Kalit so‘zlar: raqamli transformatsiya, turizm xizmatlari, qiymat zanjiri, aqlli turizm, mintaqaviy iqtisodiyot, destinatsiya boshqaruvi, Buxoro.

Аннотация. В статье на примере Бухарской области анализируются организационно-экономические механизмы цифровой трансформации цепочки создания стоимости туристских услуг. По пяти этапам цепочки — привлечение, информация, бронирование, обслуживание на месте и постпосещение — выявляются цифровые разрывы и предлагаются модель управления и экономические механизмы их устранения. Результаты обосновывают необходимость институционализации цифрового управления на уровне дестинации.

Ключевые слова: цифровая трансформация, туристские услуги, цепочка создания стоимости, умный туризм, региональная экономика, управление дестинацией, Бухара.

Abstract. The article analyses the organisational and economic mechanisms of digitally transforming the regional tourism services value chain, using Buxoro region as a case. Digital gaps are identified across the five stages of the value chain – attraction, information, booking, on-site service and the post-visit stage – and a governance model together with economic mechanisms is proposed to close them. The findings substantiate the need to institutionalise digital governance at the destination level.

Keywords: digital transformation, tourism services, value chain, smart tourism, regional economy, destination management, Buxoro.

Kirish

Turizm zamonaviy mintaqaviy iqtisodiyotning yetakchi tarmoqlaridan biri bo‘lib, uning raqobatbardoshligi tobora axborot-kommunikatsiya texnologiyalaridan foydalanish darajasiga bog‘liq bo‘lib bormoqda. O‘zbekistonda bu jarayon “Raqamli O‘zbekiston – 2030” strategiyasi (O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 5-oktabrdagi PF-6079-son Farmoni) va “O‘zbekiston – 2030” strategiyasi (2023-yil 11-sentyabrdagi PF-158-son Farmon) doirasida davlat siyosati darajasiga ko‘tarilgan. 2023-yil 27-iyuldagi Farmon bilan madaniyat va turizm sohasida davlat boshqaruvi qayta tashkil etildi, 2025-yil 15-maydagi Farmon esa 2025–2026-yillarda sayyohlar oqimini keskin ko‘paytirish vazifasini belgiladi.

Buxoro viloyati bu jarayonda alohida o‘rin tutadi. YuNESKO merosi ob‘ektlariga boy destinatsiya bo‘lgan viloyatga 2022-yilda 3,5 milliondan ortiq sayyoh tashrif buyurgan, mahalliy sayyohlar soni esa 2022-yildagi 2,96 milliondan 2023-yilda 3,49 millionga o‘sgan. Shu bilan birga, turistik xizmatlarning raqamli darajasi va zanjir bo‘ylab yaxlitligi yetarli emas: sohaviy aktorlarning harakatlari tarqoq, ma’lumotlar oqimi uzilgan, kichik korxonalar xalqaro onlayn platformalarga bog‘liq. Ushbu muammo maqolaning tadqiqot predmetini belgilaydi: mintaqaviy turizm qiymat zanjirini raqamli transformatsiya qilishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlari.

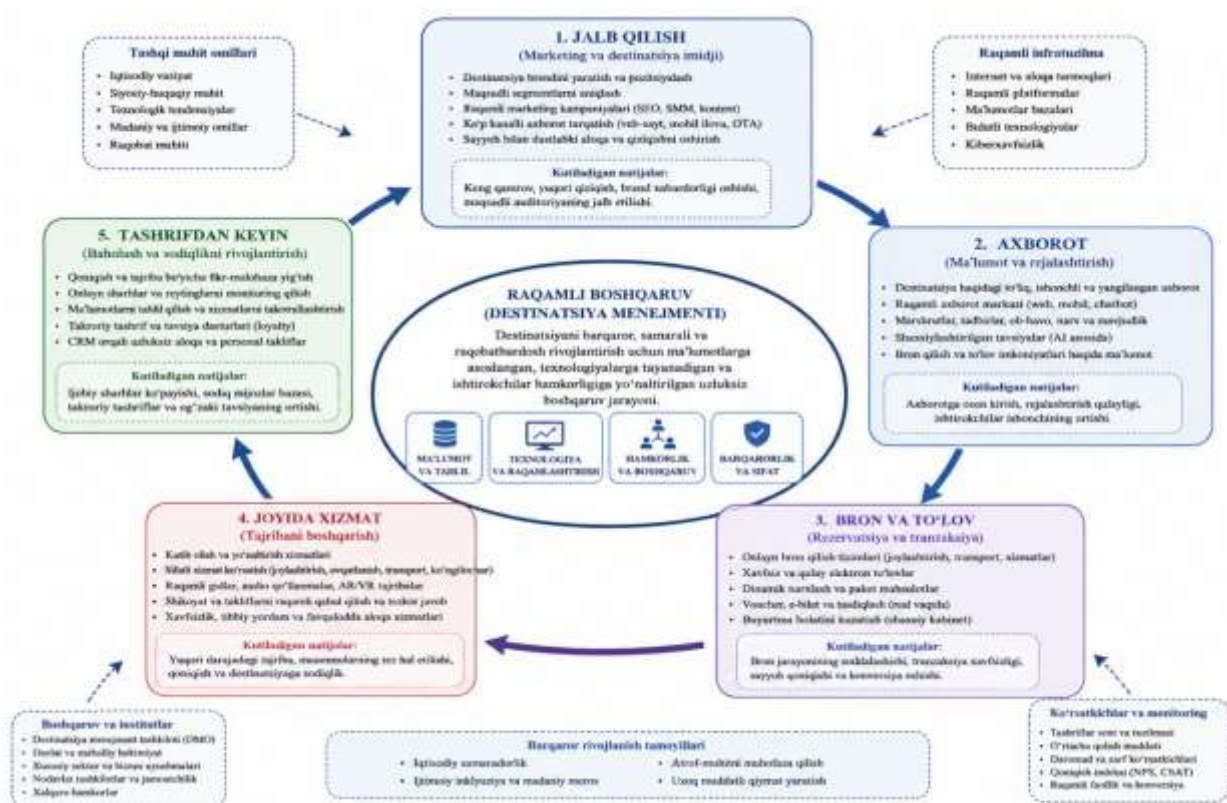
Mavzuning o'rganilganlik darajasi

Turizmda axborot texnologiyalarining o'rni chorak asrdan ortiq davomida tadqiq etilmoqda. Buhalis va Law (2008) internet turizm boshqaruvini tubdan o'zgartirganini ko'rsatgan bo'lsa, Xiang, Magnini va Fesenmaier (2015) sayyoh xatti-harakati raqamli axborot manbalari orqali shakllanishini asoslagan. Keyingi bosqichda "aqlli turizm" (smart tourism) tushunchasi shakllandi: Gretzel, Sigala, Xiang va Koo (2015) uni ma'lumotlar, texnologiya va qiymat yaratishning birlashuvi sifatida ta'rifladi, Buhalis va Amaranggana (2015) aqlli turistik destinatsiya modelini taklif etdi. Sigala (2018) esa raqamli texnologiyalar turizmni fanlararo yondashuvdan tashqariga chiqarayotganini ta'kidlaydi. Biroq bu tadqiqotlarning aksariyati rivojlangan bozorlarga qaratilgan; O'zbekiston va, xususan, Buxoro kabi meros destinatsiyalarida qiymat zanjirini raqamli transformatsiya qilishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlari yetarlicha o'rganilmagan. Ushbu maqola shu bo'shliqni to'ldirishga qaratilgan.

Tadqiqot metodologiyasi

Tadqiqot qiymat zanjiri tahlili (value chain analysis) va aqlli turizm destinatsiyasi konseptual doirasiga tayanadi. Turistik xizmat qiymat zanjiri beshta bosqichga ajratiladi: (1) jalb qilish va ilhomlantirish; (2) axborot izlash va rejalashtirish; (3) bron va to'lov; (4) joyida xizmat ko'rsatish; (5) tashrifdan keyingi bosqich (sharh, sadoqat, tavsiya). Har bir bosqich kesimida raqamli texnologiyalarning mavjudligi va yaxlitligi baholanadi, raqamli uzilishlar aniqlanadi va ularni bartaraf etuvchi tashkiliy hamda iqtisodiy mexanizmlar ishlab chiqiladi. Empirik asos sifatida hududiy statistika ma'lumotlari va normativ-huquqiy hujjatlar tahlili qo'llaniladi.

Tahlil va natijalar



1-rasm. Turistik xizmat qiymat zanjirini raqamli boshqarish sikli

1-bosqich (jalb qilish). Buxoro brendi asosan tashqi manbalar va xalqaro sharh platformalari orqali shakllanadi. Destinatsiyaning yagona raqamli kontent siyosati yo'qligi jozibadorlikni boshqarishni cheklaydi. Mexanizm: yagona raqamli kontent-markaz va ochiq media-bank tashkil etish.

2-bosqich (axborot). Sayyoh uchun ishonchli, ko'p tilli va yagona axborot manbai yetishmaydi; ma'lumotlar turli tashkilotlarda tarqoq. Mexanizm: destinatsiyaning ochiq ma'lumotlar standarti va yagona axborot portali.

3-bosqich (bron va to'lov). Kichik korxonalar va hunarmandlar asosan xalqaro onlayn platformalarga (OTA) bog'liq, bu komissiya orqali daromadning bir qismini hududdan tashqariga chiqaradi. Mexanizm: mahalliy elektron bron va to'lov infratuzilmasini rivojlantirish hamda unga kirishni rag'batlantirish.

4-bosqich (joyida xizmat). Xizmat sifatining raqamli monitoringi va sayyoh oqimini real vaqtda boshqarish tizimlari cheklangan. Mexanizm: xizmat sifatining raqamli monitoringi va oqimni boshqarish tahlili.

5-bosqich (tashrifdan keyin). Onlayn sharhlar va sadoqat dasturlari tizimli boshqarilmaydi; sayyoh ma'lumotlaridan takroriy jalb qilishda foydalanilmaydi. Mexanizm: sharhlar va sadoqatni boshqarishning raqamli tizimi.

Tahlil shuni ko'rsatadiki, raqamli uzilishlar alohida texnologiyalar yetishmasligidan emas, balki bosqichlararo boshqaruv va iqtisodiy rag'batlarning yo'qligidan kelib chiqadi. Shu sababli taklif etilayotgan boshqaruv modeli ikki darajali: strategik darajada – destinatsiya menejmenti tashkiloti (raqamli koordinatsiya, ma'lumotlar boshqaruvi, yagona marketing), operatsion darajada – aktorlarni raqamli xizmatlarga jalb etuvchi iqtisodiy mexanizmlar (imtiyoz, subsidiya, malaka oshirish, mahalliy platformalarga kirish).

Xulosa

Mintaqaviy turizm xizmatlari qiymat zanjirini raqamli transformatsiya qilish – bu texnologiyalarni alohida joriy etish emas, balki qiymat zanjirining barcha bosqichlarini yagona raqamli boshqaruv va iqtisodiy rag'batlar tizimida birlashtirishdir. Buxoro viloyati misolida o'tkazilgan tahlil raqamli uzilishlarning asosan tashkiliy-iqtisodiy tabiatga ega ekanini ko'rsatdi. Taklif etilgan ikki darajali boshqaruv modeli va bosqichma-bosqich iqtisodiy mexanizmlar destinatsiyaning raqamli yetukligini oshirish, turizm eksportida hududiy qiymat ulushini saqlab qolish va sohaviy aktorlarning tarqoq harakatlarini yaxlit qiymat yaratish jarayoniga birlashtirish imkonini beradi. Tadqiqotning keyingi yo'nalishi – taklif etilgan mexanizmlarning iqtisodiy samaradorligini empirik ma'lumotlar asosida miqdoriy baholashdan iborat.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 5-oktabrdagi PF-6079-son "Raqamli O'zbekiston – 2030" strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi Farmoni. – lex.uz.
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 11-sentyabrdagi PF-158-son "O'zbekiston – 2030" strategiyasi to'g'risidagi Farmoni. – lex.uz.
3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 27-iyuldagi "Madaniyat va turizm sohasida davlat boshqaruvini samarali tashkil qilish chora-tadbirlari to'g'risida"gi Farmoni. – president.uz.
4. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2025-yil 15-maydagi "2025–2026-yillarda sayyohlar oqimini keskin ko'paytirish va turistik xizmatlar ko'lamini jadal kengaytirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi Farmoni. – gov.uz.
5. Buhalis D., Amaranggana A. Smart Tourism Destinations Enhancing Tourism Experience Through Personalisation of Services // Information and Communication Technologies in Tourism 2015. – Springer, Cham, 2015. – P. 377–389.
6. Gretzel U., Sigala M., Xiang Z., Koo C. Smart tourism: foundations and developments // Electronic Markets. – 2015. – Vol. 25, No. 3. – P. 179–188.
7. Buhalis D., Law R. Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet // Tourism Management. – 2008. – Vol. 29, No. 4. – P. 609–623.
8. Sigala M. New technologies in tourism: From multi-disciplinary to anti-disciplinary advances and trajectories // Tourism Management Perspectives. – 2018. – Vol. 25. – P. 151–155.
9. Xiang Z., Magnini V.P., Fesenmaier D.R. Information technology and consumer behavior in travel and tourism // Journal of Retailing and Consumer Services. – 2015. – Vol. 22. – P. 244–249.
10. Buxoro viloyati statistika boshqarmasi. Hududiy turizm ko'rsatkichlari. – buxstat.uz.