



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

GREEN ECONOMY AND DEVELOPMENT

Social, Economic, Technological, Scientific and Popular Science Journal

2026-YIL / AVGUST / 8-SON,
II-QISM



ISSN: 2992-8982

<https://yashil-iqtisodiyot-taraqqiyot.uz/>



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Bosh muharrir:

Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich

*Elektron nashr. 2026-yil, avgust.
II-qism*

Bosh muharrir o'rinbosari:

Karimov Norboy G'aniyevich

Muharrir:

Qurbonov Sherzod Ismatillayevich

Tahrir hay'ati:

Salimov Oqil Umrzoqovich, O'zbekiston Fanlar akademiyasi akademigi
Abduraxmanov Kalandar Xodjayevich, O'zbekiston Fanlar akademiyasi akademigi
Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich, texnika fanlari doktori (DSc), professor
Rae Kvon Chung, Janubiy Koreya, TDIU faxriy professori, "Nobel" mukofoti laureati
Osman Mesten, Turkiya parlamenti a'zosi, Turkiya – O'zbekiston do'stlik jamiyati rahbari
Axmedov Durbek Kudratillayevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Axmedov Sayfullo Normatovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Abduraxmanova Gulnora Kalandarovna, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Kalonov Muxiddin Baxritdinovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Siddiqova Sadoqat G'afforovna, pedagogika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
Xudoyqulov Sadirdin Karimovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Maxmudov Nosir, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Yuldashev Mutallib Ibragimovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Samadov Asqarjon Nishonovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, professor
Slizovskiy Dimitriy Yegorovich, texnika fanlari doktori (DSc), professor
Mustafakulov Sherzod Igamberdiyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Axmedov Ikrom Akramovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Eshtayev Alisher Abdug'aniyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Xajiyev Baxtiyor Dushaboyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Hakimov Nazar Hakimovich, falsafa fanlari doktori (DSc), professor
Musayeva Shoiraz Azimovna, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), professor
Ali Konak (Ali Ko'nak), iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor (Turkiya)
Cham Tat Huei, falsafa fanlari doktori (PhD), professor (Malayziya)
Foziljonov Ibrohimjon Sotvoldixo'ja o'g'li, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dots.
Faxridinov Zafarjon Faxridin o'g'li, O'zb. Res. Bosh prokuraturasi HIJQKD boshqarma boshlig'i
Utayev Uktam Choriyevich, Anijon viloyati prokurorining o'rinbosari
Ochilov Farkhod, O'zb. Res. Bosh prokuraturasi IJQK Departamentining Namangan viloyati boshqarmasi boshlig'i
Buzrukhonov Sarvarxon Munavvarxonovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent
Axmedov Javohir Jamolovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
Toxirov Jaloliddin Ochil o'g'li, texnika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), katta o'qituvchi
Bobobekov Ergash Abdumalikovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), v.b. dots.
Djudi Smetana, pedagogika fanlari nomzodi, dotsent (AQSH)
Krissi Lyuis, pedagogika fanlari nomzodi, dotsent (AQSH)
Glazova Marina Viktorovna, Iqtisodiyot fanlari doktori (Moskva)
Nosirova Nargiza Jamoliddin qizi, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent
Sevil Piriyeva Karaman, falsafa fanlari doktori (PhD) (Turkiya)
Mirzaliyev Sanjar Makhamatjon o'g'li, TDIU ITI departamenti rahbari
Ochilov Bobur Baxtiyor o'g'li, TDIU katta o'qituvchisi
Golisheva Yelena Vyacheslavovna, Iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent.
Abdukarimova Dinara Rustamxanovna, bank-moliya akademiyasi professori, DSc., professor.
Ikramov Murod Akramovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Nazarova Ra'no Rustamovna, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Editorial board:

Salimov Okil Umrzokovich, Academician of the Academy of Sciences of Uzbekistan
Abdurakhmanov Kalandar Khodjayevich, Academician of the Academy of Sciences of Uzbekistan
Sharipov Kongirاتبay Avezimbetovich, Doctor of Technical Sciences (DSc), Professor
Rae Kwon Chung, South Korea, Honorary Professor at TSUE, Nobel Prize Laureate
Osman Mesten, Member of the Turkish Parliament, Head of the Turkey–Uzbekistan Friendship Society
Akhmedov Durbek Kudratillayevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Akhmedov Sayfullo Normatovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Abdurakhmanova Gulnora Kalandarovna, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Kalonov Mukhiddin Bakhridinovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Siddikova Sadokat Gafforovna, Doctor of Philosophy (PhD) in Pedagogical Sciences
Khudoykulov Sadirdin Karimovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Makhmudov Nosir, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Yuldashev Mutallib Ibragimovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Samadov Askarjon Nishonovich, Candidate of Economic Sciences, Professor
Slizovskiy Dmitriy Yegorovich, Doctor of Technical Sciences (DSc), Professor
Mustafakulov Sherzod Igamberdiyevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Akhmedov Ikrom Akramovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Eshtayev Alisher Abduganiyevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Khajiyev Bakhtiyor Dushaboyevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Khakimov Nazar Khakimovich, Doctor of Philosophy (DSc), Professor
Musayeva Shoira Azimovna, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Professor
Ali Konak, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor (Turkey)
Cham Tat Huei, Doctor of Philosophy (PhD), Professor (Malaysia)
Foziljonov Ibrokhimjon Sotvoldikhoja ugli, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Associate Professor
Fakhridinov Zafarjon Fakhridin ogli, Head of the DCEC under the Prosecutor General's Office of the Rep. of Uzb.
Utayev Uktam Choriyevich, Deputy Prosecutor of Anijan Region
Ochilov Farkhod, Head of the Namangan Regional Department of the Department of Internal Affairs of Rep. of Uzb.
Buzrukkhonov Sarvarkhon Munavvarkhonovich, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Akhmedov Javokhir Jamolovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences
Tokhirov Jaloliddin Ochil ugli, Doctor of Philosophy (PhD) in Technical Sciences, Senior Lecturer
Bobobekov Ergash Abdumalikovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Acting Associate Professor
Judi Smetana, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor (USA)
Chrissy Lewis, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor (USA)
Glazova Marina Victorovna, Doctor of Sciences in Economics (Moscow)
Nosirova Nargiza Jamoliddin kizi, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Associate Professor
Sevil Piriyea Karaman, Doctor of Philosophy (PhD) (Turkey)
Mirzaliyev Sanjar Makhamatjon ugli, Head of the Department of Scientific Research and Innovations, TSUE
Ochilov Bobur Bakhtiyor ugli, Senior lecturer at TSUI
Golisheva Yelena Vyacheslavovna, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor.
Abdukirimova Dinara Rustamkhanovna, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Ikramov Murod Akramovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Nazarova Ra'no Rustamovna, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor

Ekspertlar kengashi:

Berkinov Bazarbay, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Po'latov Baxtiyor Alimovich, texnika fanlari doktori (DSc), professor
Aliyev Bekdavat Aliyevich, falsafa fanlari doktori (DSc), professor
Isakov Janabay Yakubbayevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Xalikov Suyun Ravshanovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent
Rustamov Ilhomiddin, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent
Hakimov Ziyodulla Ahmadovich, iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent
Kamilova Iroda Xusniddinovna, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
G'afurov Doniyor Orifovich, pedagogika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
Fayziyev Oybek Raximovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent
Tuxtabayev Jamshid Sharafetdinovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent
Xamidova Faridaxon Abdulkarim qizi, iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent
Yaxshiboyeva Laylo Abdisattorovna, katta o'qituvchi
Babayeva Zuhra Yuldashevna, mustaqil tadqiqotchi
Komilova Nilufar Karshiboyevna, Geografiya fanlari doktori, professori
Umirzoqov Ja'sur Artiqboy o'g'li, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), dotsent
Zebo Kuldasheva, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), dotsent

Board of Experts:

Berkinov Bazarbay, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Pulatov Bakhtiyor Alimovich, Doctor of Technical Sciences (DSc), Professor
Aliyev Bekdavat Aliyevich, Doctor of Philosophy (DSc), Professor
Isakov Janabay Yakubbayevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Khalikov Suyun Ravshanovich, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Rustamov Ilhomiddin, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Khakimov Ziyodulla Akhmadovich, Doctor of Economic Sciences, Associate Professor
Kamilova Iroda Xusniddinovna, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics
Gafurov Doniyor Orifovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Pedagogy
Fayziyev Oybek Raximovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics, Associate Professor
Tukhtabayev Jamshid Sharafetdinovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics, Associate Professor
Khamidova Faridaxon Abdulkarimovna, Doctor of Economic Sciences, Associate Professor
Yakhshiboyeva Laylo Abdisattorovna, Senior Lecturer
Babayeva Zuhra Yuldashevna, Independent Researcher
Komilova Nilufar Karshiboyevna, Doctor of Geographical Sciences, Professor
Umirzokov Jasur Artiqboy ugli, Doctor of Economic Sciences (DSc), Associate Professor
Zebo Kuldasheva, Doctor of Economic Sciences (DSc), Associate Professor

- 08.00.01 Iqtisodiyot nazariyasi
- 08.00.02 Makroiqtisodiyot
- 08.00.03 Sanoat iqtisodiyoti
- 08.00.04 Qishloq xo'jaligi iqtisodiyoti
- 08.00.05 Xizmat ko'rsatish tarmoqlari iqtisodiyoti
- 08.00.06 Ekonometrika va statistika
- 08.00.07 Moliya, pul muomalasi va kredit
- 08.00.08 Buxgalteriya hisobi, iqtisodiy tahlil va audit
- 08.00.09 Jahon iqtisodiyoti
- 08.00.10 Demografiya. Mehnat iqtisodiyoti
- 08.00.11 Marketing
- 08.00.12 Mintaqaviy iqtisodiyot
- 08.00.13 Menejment
- 08.00.14 Iqtisodiyotda axborot tizimlari va texnologiyalari
- 08.00.15 Tadbirkorlik va kichik biznes iqtisodiyoti
- 08.00.16 Raqamli iqtisodiyot va xalqaro raqamli integratsiya
- 08.00.17 Turizm va mehmonxona faoliyati

Muassis: "Ma'rifat-print-media" MChJ

Hamkorlarimiz: Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti,
O'zbekiston Respublikasi Bosh prokuraturasi huzuridagi Iqtisodiy
jinoyatlarga qarshi kurashish departamenti

Jurnalning ilmiyligi:

“Yashil” iqtisodiyot va
taraqqiyot” jurnali

O'zbekiston Respublikasi
Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar
vazirligi huzuridagi Oliy
attestatsiya komissiyasi
rayosatining
2023-yil 1-apreldagi
336/3-sonli qarori bilan
ro'yxatdan o'tkazilgan.



MUNDARIJA

KICHIK BIZNESNI RIVOJLANTIRISHDA TO'G'RIDAN-TO'G'RI XORIJIY INVESTITSİYALARNING AHAMIYATI.....	12
Usmonova Zarina	
O'ZBEKISTONDA YASHIL IQTISODIYOTNI RIVOJLANTIRISHNING HUQUQIY MEXANIZMLARI VA MAHALLIY DAVLAT HOKIMIYATI ORGANLARI FAOLIYATINI TAKOMILLASHTIRISH MASALALARI	19
Zaripova Sabrina Zafar qizi	
O'ZBEKISTON TO'QIMACHILIK TARMOG'IDA INTEGRATSIYALASHGAN MENEJMENT TIZIMINI RAQAMLI TRANSFORMATSIYA ASOSIDA JORIY ETISH: SAMARADORLIK, TO'SIQLAR VA ISTIQBOLLAR.....	25
Sobirov Shohruh Shuxratovich	
ISTE'MOLCHILAR ORASIDA IJTIMOIIY TARMOQLARDAGI QISQA FORMATLI VIDEOKONTENTNING IMPULSIV XARID XATTI-HARAKATLARIGA TA'SIRI.....	30
Ra'no Balxiboyeva Davron qizi	
KAPITAL BOZORI ORQALI TIJORAT BANKLARI RESURS BAZASINI KENGAYTIRISH YO'LLARI.....	40
Otabek Oltiboyev	
TURIZM XIZMATLARI BOZORIDA RAQAMLASHTIRISHNING YALPI TALAB O'ZGARISHIGA TA'SIRI TAHLILI.....	45
Ochilov Laziz Siddiqovich	



TURIZM XIZMATLARI BOZORIDA RAQAMLASHTIRISHNING YALPI TALAB O'ZGARISHIGA TA'SIRI TAHLILI

Ochilov Laziz Siddiqovich

i.f.f.d., Shahrisabz davlat pedagogika instituti

Yoshlar masalalari va ma'naviy-ma'rifiy ishlar bo'yicha birinchi prorektor

E-mail: lazizochilov220@gmail.com

ORCID: 0009-0001-4310-3793

Annotatsiya. Maqolada turizm xizmatlari bozorida raqamlashtirish jarayonlarining yalpi talab o'zgarishiga ta'siri nazariy va ilmiy jihatdan tadqiq etilgan. Tadqiqotda turizm xizmatlari bozorida raqamlashtirishning asosiy bosqichlari, raqamli platformalar, axborot makoni, onlayn bronlash va raqamli boshqaruv tizimlarining talabni shakllantirishdagi o'rni tahlil qilingan. Shuningdek, raqamlashtirishning turizm xizmatlari bozorida tranzaksiya xarajatlarini kamaytirish, maqsadli bozor segmentlarini kengaytirish va potensial talabni real talabga aylantirish imkoniyatlari asoslangan. Tadqiqot natijasida milliy va mahalliy (mintaqaviy) turizm xizmatlari bozori sig'imini baholash ko'rsatkichlari va ularni hisoblash algoritmi taklif etilgan hamda turizm xizmatlari bozorida raqamlashtirishni rivojlantirishning ustuvor yo'nalishlari belgilangan.

Kalit so'zlar: turizm xizmatlari bozori, raqamlashtirish, yalpi talab, turist talabi, raqamli texnologiyalar, raqamli platformalar, raqamli infratuzilma, onlayn bronlash, raqamli boshqaruv, turizm xizmatlari bozori sig'imi, potensial talab, real talab, tranzaksiya xarajatlari, axborot makoni, raqamli transformatsiya.

Аннотация. В статье теоретически и научно исследовано влияние процессов цифровизации на изменение совокупного спроса на рынке туристских услуг. В исследовании проанализированы основные этапы цифровизации на рынке туристских услуг, роль цифровых платформ, информационного пространства, онлайн-бронирования и цифровых систем управления в формировании спроса. Также обоснованы возможности цифровизации по снижению транзакционных издержек на рынке туристских услуг, расширению целевых сегментов рынка и преобразованию потенциального спроса в реальный спрос. В результате исследования предложены показатели оценки ёмкости национального и местного (регионального) рынка туристских услуг и алгоритм их расчёта, а также определены приоритетные направления развития цифровизации на рынке туристских услуг.

Ключевые слова: рынок туристских услуг, цифровизация, совокупный спрос, туристский спрос, цифровые технологии, цифровые платформы, цифровая инфраструктура, онлайн-бронирование, цифровое управление, ёмкость рынка туристских услуг, потенциальный спрос, реальный спрос, транзакционные издержки, информационное пространство, цифровая трансформация. Abstract. The article theoretically and scientifically examines the impact of digitalization processes on changes in aggregate demand in the tourism services market. The study analyzes the main stages of digitalization in the tourism services market, the role of digital platforms, the information space, online booking, and digital management systems in shaping demand. It also substantiates the possibilities of digitalization to reduce transaction costs in the tourism services market, expand target market segments, and transform potential demand into real demand. As a result of the study, indicators for assessing the capacity of the national and local (regional) tourism services market and an algorithm for their calculation are proposed, and priority areas for the development of digitalization in the tourism services market are identified.

Keywords: tourism services market, digitalization, aggregate demand, tourist demand, digital technologies, digital platforms, digital infrastructure, online booking, digital management, tourism services market capacity, potential demand, real demand, transaction costs, information space, digital transformation.

KIRISH

Bugungi kunda raqamli texnologiyalarning jadal rivojlanishi iqtisodiyotning barcha tarmoqlari, jumladan, turizm xizmatlari bozori faoliyatiga ham sezilarli ta'sir ko'rsatmoqda. Turizm sohasida raqamlashtirish jarayonlarining kengayishi turistik xizmatlarni ishlab chiqarish, ilgari surish, sotish va iste'mol qilish mexanizmlarini takomillashtirib, iste'molchilarning turistik mahsulot va xizmatlarga bo'lgan talabini shakllantirishda yangi



imkoniyatlarni yuzaga keltirmoqda. Ayniqsa, onlayn bronlashtirish tizimlari, elektron to'lovlar, raqamli marketing, mobil ilovalar, sun'iy intellekt, katta ma'lumotlar va turistik platformalarning keng qo'llanilishi turistik xizmatlardan foydalanish jarayonini soddalashtirib, ularning ommabopligi, qulayligi va foydalanish imkoniyatlarini oshirmoqda.

Turizm xizmatlari bozorida yalpi talabning o'zgarishi, avvalo, aholi daromadlari, xizmatlar narxi, turistik mahsulot sifati, transport va infratuzilma imkoniyatlari, axborotning ochiqligi hamda iste'molchilarning xulq-atvori kabi omillar bilan bog'liq. Raqamlashtirish esa mazkur omillarning ta'sir mexanizmiga yangi mazmun kiritib, turistik xizmatlarni tanlash va xarid qilishda vaqt hamda tranzaksiya xarajatlarini qisqartirish, axborot almashinuvini takomillashtirish, xizmatlarni individuallashtirish va turistik mahsulotlarni keng bozorga olib chiqish imkoniyatlarini kengaytirmoqda. Shu nuqtai nazardan, raqamlashtirishni nafaqat texnologik yangilanish, balki turizm xizmatlariga bo'lgan yalpi talabni rag'batlantiruvchi va bozor faolligini oshiruvchi muhim iqtisodiy omil sifatida baholash maqsadga muvofiq.

O'zbekistonda turizm sohasini jadal rivojlantirish, turistik xizmatlar turlarini kengaytirish, ichki va xorijiy turistlar oqimini oshirish hamda raqamli texnologiyalarni turizm sohasiga keng joriy etishga alohida e'tibor qaratilmoqda. Turistik obyektlar va xizmatlar haqida raqamli axborotlarning ko'payishi, elektron bronlashtirish va to'lov tizimlarining rivojlanishi, onlayn marketing kanallarining kengayishi iste'molchilar uchun turistik xizmatlarni izlash, taqqoslash va xarid qilish imkoniyatlarini sezilarli darajada yaxshilamoqda. Natijada turizm xizmatlari bozorida talab hajmi va tarkibining rivojlanishi, iste'molchilarning yangi xizmat turlariga bo'lgan qiziqishining ortishi hamda bozorning yangi segmentlar bilan kengayishi uchun qo'shimcha imkoniyatlar yaratilmoqda.

Shu bilan birga, raqamlashtirishning yalpi talabga ta'sir darajasi hududlarning raqamli rivojlanish xususiyatlari va turizm subyektlarining texnologik imkoniyatlariga ko'ra farqlanishi mumkin. Raqamli infratuzilmani yanada rivojlantirish darajasi, aholining raqamli savodxonligi, internetdan foydalanish imkoniyatlari, turistik korxonalarning raqamli texnologiyalarni joriy etish salohiyati va onlayn xizmatlar sifati mazkur jarayonning samaradorligini belgilovchi muhim omillar hisoblanadi. Shu sababli turizm xizmatlari bozorida raqamlashtirish darajasi bilan yalpi talab hajmi o'rtasidagi bog'liqlikni ilmiy va amaliy jihatdan tahlil qilish hamda mavjud imkoniyatlardan samarali foydalanish yo'nalishlarini aniqlash muhim ahamiyat kasb etadi.

Mazkur maqolada turizm xizmatlari bozorida raqamlashtirish jarayonlarining yalpi talab o'zgarishiga ta'sirini nazariy va amaliy jihatdan tahlil qilish, raqamli texnologiyalarning turistik xizmatlarga bo'lgan talabni shakllantirishdagi roli va ta'sir kanallarini aniqlash, shuningdek, raqamlashtirishning turizm bozori faoliyati samaradorligini oshirishdagi imkoniyatlarini baholash maqsad qilingan. Mazkur yondashuv turizm xizmatlari bozorida raqamli transformatsiya jarayonlarini yanada samarali tashkil etish, mavjud raqamli imkoniyatlardan foydalanish va talabni oshirishga qaratilgan boshqaruv qarorlarini ishlab chiqish uchun ilmiy-amaliy asos bo'lib xizmat qiladi.

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR SHARHI

Turizm xizmatlari bozorida raqamlashtirishning talab va bozor faolligiga ta'siri xorijiy ilmiy adabiyotlarda, avvalo, elektron turizm, axborot-kommunikatsiya texnologiyalari, raqamli marketing, onlayn axborot izlash, «aqlli turizm» va raqamli platformalarning rivojlanishi nuqtayi nazaridan tadqiq etilgan. D. Buhalis va R. Law elektron turizm bo'yicha olib borilgan tadqiqotlarni umumlashtirib, axborot texnologiyalarining turizm sanoati tuzilishi, turistik mahsulotni shakllantirish va iste'molchilar bilan o'zaro munosabatlarga ta'siri tobora kuchayib borayotganini asoslaganlar [1]. Mualliflar Internetning turizm axborotni tarqatish, xizmatlarni tanlash va turistik qarorlarni qabul qilish jarayonlarini takomillashtirishdagi ahamiyatini alohida ta'kidlaydilar.

Z. Xiang va U. Gretzel tadqiqotida ijtimoiy media platformalarining turistlarning onlayn axborot izlash jarayonidagi roli empirik jihatdan o'rganilgan. AQShning to'qqizta turistik yo'nalishi bo'yicha qidiruv natijalarini tahlil qilish asosida mualliflar ijtimoiy media vositalari turistik axborot manbai sifatida muhim o'rin egallaganini ko'rsatganlar. Mazkur natija raqamli axborot muhitining turistlarning sayohatni rejalashtirish va turistik xizmatlarni tanlash jarayonidagi ahamiyatini ko'rsatadi [2].

U. Gretzel, M. Sigala, Z. Xiang va C. Koo «aqlli turizm» konsepsiyasini rivojlantirib, zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalari orqali katta hajmdagi ma'lumotlarni qiymatga aylantirish imkoniyatlarini asoslab berganlar. Mualliflarning fikricha, raqamli texnologiyalar nafaqat turistlar uchun axborot olish imkoniyatlarini kengaytiradi, balki turistik destinatsiyalar, korxonalar va iste'molchilar o'rtasidagi o'zaro munosabatlarni ham yangi sifat bosqichiga olib chiqadi [3].

Shu tariqa, xorijiy tadqiqotlarda raqamlashtirishning turistik talabga ta'siri asosan axborot olish xarajatlarining qisqarishi, turistik xizmatlarni tanlash imkoniyatlarining kengayishi, onlayn marketingning rivojlanishi, xizmatlarni individuallashtirish va iste'molchi xulq-atvorining o'zgarishi orqali izohlanadi. Mazkur tadqiqotlar raqamli texnologiyalarning turistik talabni shakllantirishdagi turli mexanizmlarini yoritib bergan bo'lsa-da, raqamlashtirish darajasi bilan turizm xizmatlariga bo'lgan yalpi talab hajmi o'rtasidagi miqdoriy bog'liqlikni kompleks baholash masalasi qo'shimcha ilmiy tadqiqotlarni talab etadi.



O'zbekiston sharoitida turizmni raqamlashtirish masalalari bo'yicha tadqiqotlar so'nggi yillarda faollashib bormoqda. N. Rakhmonova onlayn bronlashtirish xizmatlari va elektron turizm platformalarining O'zbekiston turizmidagi ta'sirini 200 ta kuzatuv asosida miqdoriy usulda tahlil qilgan. Tadqiqotda platformalardan foydalanish qulayligi, Internetdan foydalanish darajasi, davlat siyosati, iste'molchilarning bilim darajasi va marketing strategiyalari kabi omillar o'rganilgan hamda raqamli infratuzilma va platformalar sifatini yanada rivojlantirishning muhimligi asoslangan [4].

J. Jo'raqul o'g'li O'zbekiston turizm xizmatlari hajmiga ta'sir etuvchi omillarni statistik va regression yondashuv asosida tadqiq etgan. Muallif turistlar soni, transport sifati, xizmatlar qiymati va raqamlashtirishni turizm xizmatlari hajmini belgilaydigan asosiy omillar sifatida ko'rib chiqqan. Mazkur tadqiqot mavzumiz uchun muhim bo'lib, unda raqamlashtirish turizm xizmatlari bozorining miqdoriy natijalari bilan bog'liq omil sifatida qaralgan [5].

S. Khalimov O'zbekiston turizm sohasida raqamli texnologiyalardan foydalanishning nazariy va amaliy jihatlarini tadqiq etib, sun'iy intellekt, Big Data, blokcheyn, VR/AR, raqamli to'lovlar, onlayn bronlashtirish va «aqlli turizm» texnologiyalarining turistik xizmatlarni ko'rsatish, iste'molchilar bilan munosabatlar va boshqaruv jarayonlariga ta'sirini tahlil qilgan [6]. Keyingi tadqiqotida esa muallif turizm xizmatlarini raqamlashtirish samaradorligini Digital Maturity Index orqali baholashga harakat qilgan hamda raqamli yetuklik bilan xizmatlar samaradorligi o'rtasidagi bog'liqlikni ekonometrik usullar asosida o'rganish yondashuvini taklif etgan [7].

B. Bekmurodovning tadqiqotlarida O'zbekiston turizmini raqamlashtirishning joriy holati, elektron viza, onlayn bronlashtirish, elektron to'lovlar va «aqlli turizm» texnologiyalarining rivojlanishi statistik ma'lumotlar asosida tahlil qilingan. Muallif 2018–2025-yillar bo'yicha turistlar oqimi va turizm xizmatlari ko'rsatkichlarini o'rganib, raqamli texnologiyalarning turistlar oqimini oshirish, xizmatlar sifatini yaxshilash va turizm sohasining raqobatbardoshligini kuchaytirishdagi ahamiyatini qayd etgan [8].

Shunday qilib, mavjud adabiyotlar tahlili shuni ko'rsatadiki, xorijiy tadqiqotlarda raqamlashtirishning turistik axborot muhiti, iste'molchi xulq-atvori, marketing va «aqlli turizm» ekotizimiga ta'siri keng yoritilgan bo'lsa, mahalliy tadqiqotlarda asosiy e'tibor O'zbekiston turizm sohasida raqamli texnologiyalarni joriy etish holati, onlayn platformalar, xizmatlar samaradorligi va turistik xizmatlar hajmiga ta'sir etuvchi omillarni aniqlashga qaratilgan. Mazkur ilmiy yondashuvlarni umumlashtirish natijasida turizm xizmatlari bozorida raqamlashtirishning yalpi talab o'zgarishiga ta'sirini alohida iqtisodiy kategoriya sifatida baholash hamda raqamlashtirish va yalpi talab o'rtasidagi miqdoriy bog'liqlikni ekonometrik jihatdan asoslash istiqbolli ilmiy yo'nalishlardan biri sifatida namoyon bo'ladi.

Shu nuqtayi nazardan, mazkur tadqiqotning asosiy yo'nalishi raqamlashtirish ko'rsatkichlarining turizm xizmatlariga bo'lgan yalpi talab dinamikasiga ta'sirini aniqlash va uning iqtisodiy ahamiyatini baholashga qaratilgan bo'lib, ushbu yondashuv mavjud tadqiqotlarni mazmunan to'ldiradi hamda turizm xizmatlari bozorida raqamli transformatsiyaning talab shakllanishidagi rolini yanada chuqurroq ochib berishga xizmat qiladi.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Tadqiqotda turizm xizmatlari bozorida raqamlashtirishning yalpi talabga ta'sirini baholash uchun **tizimli, tahliliy, taqqoslash va iqtisodiy-statistik usullardan** foydalanildi. Raqamlashtirishning turistik talabni shakllantirishdagi ta'siri raqamli platformalar, onlayn bronlash, elektron to'lovlar, raqamli boshqaruv tizimlari va axborot makoni orqali tahlil qilindi.

Shuningdek, turizm xizmatlari bozorining **milliy va mahalliy (mintaqaviy) sig'imini baholash ko'rsatkichlari** ishlab chiqilib, ularni hisoblash algoritmi taklif etildi. Tadqiqotda raqamlashtirishning **axborot olish va tranzaksiya xarajatlarini qisqartirish, potensial talabni real talabga aylantirish hamda yalpi talabni kengaytirish** mexanizmlariga alohida e'tibor qaratildi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Ijtimoiy-iqtisodiy tizimlar rivojlanishining hozirgi bosqichida iqtisodiyot tarmoqlari kesimida turizm sohasining rivojlanish sur'atlari va xizmatlar ko'rsatish imkoniyatlari tobora kengayib bormoqda. Bunda iqtisodiyotning raqamli transformatsiyasi muhim omillardan biri sifatida namoyon bo'lmoqda. Raqamli iqtisodiyotning keng joriy etilishi natijasida turizm sohasi bilan bir qatorda iqtisodiyotning boshqa tarmoqlarida ham xizmatlar ko'rsatish va ular bilan bog'liq jarayonlarni tashkil etishning yangi raqamli mexanizmlari shakllanmoqda.

Raqamli o'zgarishlar sharoitida barcha iqtisodiy tuzilmalar faoliyati zanjirining boshlang'ich va yakuniy bo'g'inlari iste'molchilar bilan aloqalar bilan uzviy bog'liqligini hisobga olgan holda, faoliyatni tashkil etish va boshqarish jarayonlari tobora raqamli texnologiyalar negizida shakllanmoqda. Xizmatlar sohasining jadal rivojlanayotgan yo'nalishlaridan biri bo'lgan turizm xizmatlari bozorining taraqqiyotida, ayniqsa, ushbu bozorning



keng hududiy qamrovini hisobga olgan holda, raqamli texnologiyalarning o'rne muhim ahamiyat kasb etadi.

Turistik mahsulotlarning iste'molchilari bo'lgan mijozlarning mahsulot yaratilayotgan hududdan geografik jihatdan uzoqda joylashganligi raqamli texnologiyalar orqali axborot almashinuvi va xizmatlardan foydalanish imkoniyatlarini kengaytirish uchun qo'shimcha shart-sharoitlarni yuzaga keltiradi. Bunda faoliyatning mazmuni, asosiy, qo'shimcha va yondosh xizmatlar assortimenti, ularni taklif etish shakli, shuningdek, xizmatlardan foydalanish va xarid qilish bo'yicha axborotlarning axborot makoniga qanday shakl va ko'rinishda joylashtirilishi turizm xizmatlari bozorida raqobatbardoshlikni ta'minlashda muhim ahamiyatga ega.

Iqtisodiy faoliyatni tashkil etishda raqamlashtirish jarayonlarining rivojlanishi natijasida raqamli boshqaruv tizimlari, jumladan, ISO sifat menejmenti, CRM — mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish, ERP — resurslarni boshqarish tizimlarining shakllanishi turizm xizmatlari bozorida faoliyat yurituvchi subyektlarning boshqaruv jarayonlarini takomillashtirishga xizmat qilmoqda. Faoliyatni tashkil etishda resurslarni optimal boshqarish, ko'rsatiladigan xizmatlar sifatini nazorat qilish va takomillashtirish, mijozlarni jalb etish hamda buyurtmalarni raqamli bronlash tizimlaridan samarali foydalanish natijasida turistik mahsulotlarning miqdoriy va sifat ko'rsatkichlari bilan bir qatorda, potensial xaridorlarni jalb etish va mahsulotlarni sotish jarayonlarining samaradorligini oshirish uchun yangi imkoniyatlar yaratilmoqda.

Turizm xizmatlari bozorida faoliyatning raqamlashtirilishini quyidagi **4 ta asosiy bosqich** orqali tizimli ravishda ifodalash mumkin:

1-bosqich — optimallashtirish bosqichi.

Mazkur bosqichda turizm sohasida mavjud bo'lgan va foydalanilayotgan ma'lumotlar raqamli shaklga o'tkaziladi hamda zarur raqamli ma'lumotlar bazasi shakllantiriladi. Natijada turli shakl va mazmundagi ma'lumotlarni tizimlashtirish, ulardan foydalanish samaradorligini oshirish va axborot oqimlarini optimallashtirish imkoniyatlari kengayadi.

2-bosqich — raqamli infratuzilmani yaratish bosqichi.

Raqamli infratuzilma raqamli texnologiyalar va ularning mahsulotlari majmui negizida shakllantiriladigan hamda turizm sohasining samarali faoliyat yuritishi uchun zarur bo'lgan texnologik asosni tashkil etadi. Rivojlangan raqamli infratuzilma mobil raqamli tarmoqlarning shakllanishi va faoliyat ko'rsatishini, turli foydalanuvchilarning raqamli xizmatlardan foydalanishini hamda katta hajmdagi raqamli ma'lumotlarni qayta ishlash imkoniyatlarini ta'minlaydi.

3-bosqich — raqamli modellarni joriy etish bosqichi.

Ushbu bosqichda foydalanuvchilar va aloqa kanallarini amalda qo'llanilayotgan raqamli texnologiyalar atrofida birlashtirish va takomillashtirish, ya'ni raqamli biznes va xizmat ko'rsatish modellarni shakllantirish amalga oshiriladi. Raqamli modellarni shakllantirish natijasida xizmatlar almashinuvi bo'yicha tarmoq hamkorligiga asoslangan raqamli texnologiyalardan foydalanuvchilar va tegishli raqamli tarmoq modellari — platformalar o'rtasidagi o'zaro aloqalarning samarali raqamli tizimi shakllanadi.

4-bosqich — raqamli transformatsiya bosqichi.

Mazkur bosqich raqamli iqtisodiyotning rivojlanishidagi yuqori darajadagi transformatsion bosqichni ifodalaydi. Unda ijtimoiy-iqtisodiy tizimlarning barcha darajalarida resurs va jarayonlarni raqamli shaklga o'tkazish, integratsiyalashgan tarmoq platformalarini yaratish hamda raqamli texnologiyalardan foydalanuvchilar o'rtasidagi o'zaro aloqalarni takomillashtirish orqali tizimning faoliyat ko'rsatish mexanizmlari yanada rivojlantiriladi.

Natijada turizm xizmatlari bozorida raqamli texnologiyalardan foydalanish ko'lamiga kengayib, xizmatlarni ko'rsatish, boshqarish va iste'molchilarga yetkazib berish jarayonlarining samaradorligini oshirish uchun yangi imkoniyatlar yaratiladi.

Turizm xizmatlari bozorida raqamli texnologiyalarning ahamiyati tranzaksiya xarajatlarini kamaytirish, kiberxavfsizlik darajasini oshirish, yangi ilovalarni tezkor, xavfsiz va qulay tarzda ishlab chiqish, ochiq tizimlarni shakllantirish, "katta ma'lumotlar" asosida ilg'or tahliliy tizimlardan foydalanish imkoniyatlarini kengaytirish, shuningdek, ma'lumotlardan foydalanish jarayonlarini optimallashtirish va boshqa ijobiy samaralar bilan belgilanadi.

Raqamli texnologiyalardan foydalanishning asosiy bozor ustunliklari sifatida quyidagilarni ajratib ko'rsatish mumkin:

- yangi daromad manbalarini shakllantirish;
- xarajatlarni optimallashtirish va kamaytirish;
- boshqaruv jarayonlarini soddalashtirish va qulaylashtirish;
- yangi mahsulotlarni yaratishda xizmat tarmoqlari doirasidagi hamkorlik va innovatsiyalarni qo'llab-quvvatlash;
- maqsadli bozorlarda mahsulotlarni joylashtirish va ilgari surish tezligini oshirish;



• korxonalar faoliyatini servislashuv asosida rivojlantirish orqali mahsulot va xizmatlar turlarini kengaytirish.

Raqamli o'zgarishlarni ilmiy jihatdan anglash metodologiyasining asosiy jihatlarini tizimli ravishda o'rganish yangi tizimlar faoliyatini tashkil etish va boshqarish jarayonlarini samarali yo'naltirishda muhim ahamiyat kasb etadi (1-jadval).

1-jadval
Raqamli o'zgarishlar metodologiyasining asosiy tarkibiy qismlari¹

Tarkibiy qismlar	Mohiyati
Maqsad	Ijtimoiy-iqtisodiy tizimlarning faoliyat yuritish shakllarini muntazam takomillashtirish, raqamli platformalarni joriy etish va yagona raqamli makonni shakllantirish orqali barqaror hamda samarali faoliyat yuritishni ta'minlash, shuningdek, raqobatbardosh ustunliklarni shakllantirish uchun zarur shart-sharoitlarni yaratish.
Obyekt	Biznes tizimining barcha mumkin bo'lgan elementlarini raqamli makon va raqamli o'zaro bog'liqlik tizimiga o'tkazish, ularning konsepsiyasi va faoliyat shakllarini takomillashtirishga qaratilgan o'zgarishlarni amalga oshiruvchi turli darajadagi ijtimoiy-iqtisodiy tizimlar.
Predmet	Rivojlanib borayotgan raqamli texnologiyalarni joriy etish va o'zlashtirish, raqamli infratuzilmani shakllantirish, raqamli muhitdagi foydalanuvchi (iste'molchi)lar o'rtasidagi o'zaro aloqalarni muvofiqlashtirish va ularni funksional modellarga aylantirish, raqamli platformalardan foydalanish asosida iqtisodiy faoliyatni kengaytirish hamda uning servislashuv darajasini oshirishga yo'naltirilgan o'zaro bog'liq jarayonlar majmui.
Ilmiy yondashuv	Jarayonli, tarmoqli va texnologik yondashuvlar.
Loyihalar	Tizimli loyihalar (raqamli shahar, raqamli korxona, raqamli uy va boshqalar), shuningdek, bir-birini to'ldiruvchi kompleks loyihalar (raqamli resurslarni yaratish, raqamli platformalarni ishlab chiqish, rivojlantirish va qo'llab-quvvatlash, raqamli platformalar asosidagi xizmatlar bozorini rivojlantirish va boshqalar).
Vositalar	Deming–Shuxart sikli asosida iqtisodiy jarayonlarni tavsiflash va modellashtirish, tarmoqli tuzilmalarni shakllantirish, tarmoqli tadbirkorlik modelini yaratish hamda raqamli platformalardan foydalanish.

Raqamli o'zgarishlar jarayonida platformalardan foydalanishning mohiyati va maqsadi raqamli platformalarni faol yaratish, tanlash hamda ulardan samarali foydalanishni rag'batlantiruvchi quyidagi obyektiv shart-sharoitlar bilan belgilanadi:

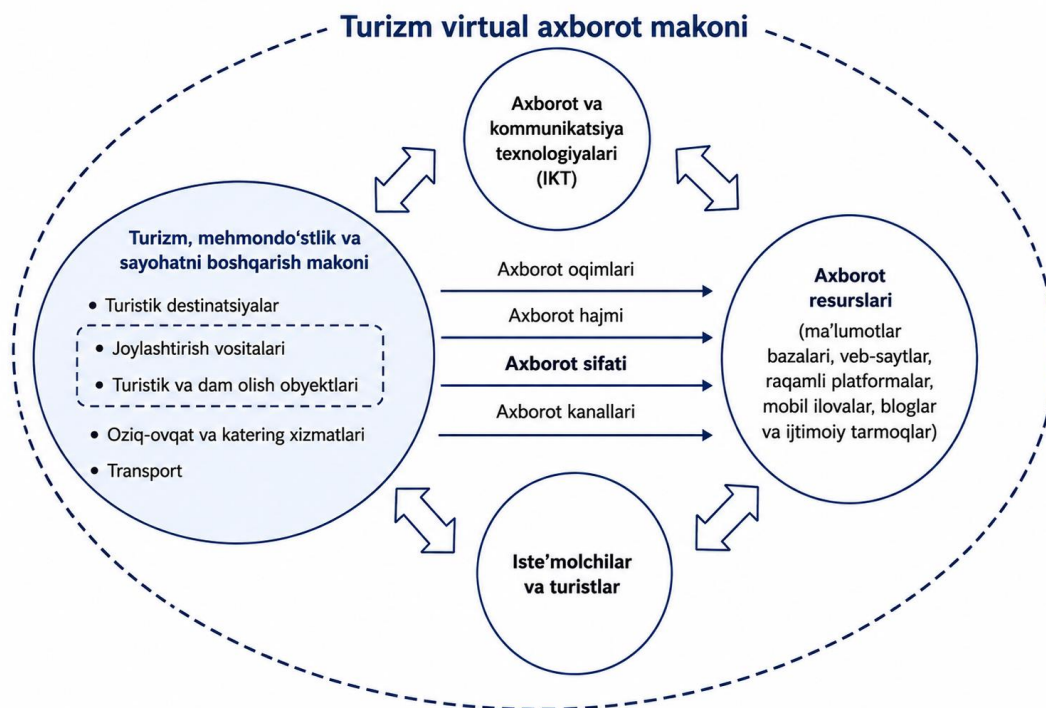
- ma'lumotlar sifatini oshirish;
- maqsadli bozor segmentlarini kengaytirish yoki faoliyat ixtisoslashuvini chuqurlashtirish;
- platformalar funksional imkoniyatlari samaradorligini oshirish;
- bozor ishtirokchilari o'rtasidagi o'zaro munosabatlar ixtisoslashuvini kengaytirish va boshqalar.

Ijtimoiy-iqtisodiy tizimlarda iqtisodiy faoliyatni tashkil etish va boshqarish jarayonlarini raqamli platformalar asosida yo'lga qo'yish samaradorligini ta'minlash talab hajmini oshirish, xizmatlarning personallashtirilish darajasini yuksaltirish, ma'lumotlarning ishonchli himoyasini ta'minlash hamda raqamli platformalarni muntazam rivojlantirish kabi muhim shart-sharoitlarni shakllantirishni nazarda tutadi.

Bugungi sharoitda raqamli platformalar mahsulot va xizmatlarni taklif etuvchi subyektlarning oddiy rasmiy sayti ko'rinishidan keng qamrovli va kompleks xarakterga ega bo'lgan yagona xizmatlar majmuasiga aylanib bormoqda.

Turizm sohasida raqamli axborot makonining shakllanishi tizim tarkibida faoliyat yurituvchi alohida korxonalar va ular tomonidan taklif etilayotgan xizmatlar haqidagi axborotlarning maqsadli bozor segmentlariga to'liq va yetarli darajada yetkazilishini ta'minlashda muhim ahamiyatga ega. Bunda axborot oqimlarining harakati axborot texnologiyalari bozori ishtirokchilari tomonidan yaratilgan raqamli dasturlar va platformalar orqali iste'molchilarga yetkaziladi (1-rasm).

¹ Muallif tomonidan ishlab chiqilgan.



1-rasm. Turizm xizmatlari tizimida axborot makonining shakllanishi²

Turizm faoliyatini rivojlantirishning muhim rag'batlantiruvchi omillaridan biri turistik mahsulotning barcha tarkibiy qismlari — turizm xizmatlari, tovarlar, xizmat ko'rsatish obyektlari, turistik resurslar, yaratilgan sharoitlar va infratuzilma — bilan chambarchas bog'liq bo'lgan talab hisoblanadi. Turizm xizmatlari bozoridagi talab va taklif o'rtasidagi munosabatlar o'zaro ta'sir va muvozanatga asoslangan iqtisodiy jarayon sifatida namoyon bo'ladi. Shu nuqtayi nazardan, talabning shakllanishi mavjud taklif imkoniyatlari bilan uzviy bog'liq bo'lib, iqtisodiyotning ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish salohiyati bilan belgilanadi.

Turizm xizmatlari bozoridagi talab iqtisodiyotning boshqa tarmoqlaridan o'ziga xos xususiyatlari bilan ajralib turadi va, avvalo, turistlar oqimi shakllanadigan hududlar bilan chambarchas bog'liq. Mazkur hududlar yagona tizim sifatida turizm resurslari, takliflar bozoridagi imij va brend, shuningdek, turistik infratuzilma va xizmatlar majmuini o'zida mujassamlashtirgan murakkab turistik mahsulot sifatida namoyon bo'ladi. Shu bilan birga, turizm biznesiga oid ixtisoslashgan adabiyotlarda turistik talabni tahlil qilishning turli jihatlarini yoritilgan bo'lib, ushbu yo'nalishni yanada chuqurroq tadqiq etish dolzarb ilmiy masalalardan biri hisoblanadi [9].

Turistik talabni o'rganish ko'p qirrali jarayon bo'lib, bunda turistik xizmatlarga bo'lgan ehtiyoj va talabning shakllanish motivatsiyasini, aholining turli ijtimoiy qatlamlari daromadlarini, aholi daromdlari va xarajatlari tarkibini hamda dam olish, sog'lomlashtirish va sayohatga yo'naltiriladigan xarajatlar ulushini kompleks baholash muhim ahamiyatga ega. Turizm faoliyatining barqaror rivojlanishini boshqarish aholining turistik mahsulotga bo'lgan talabining alohida jihatlarini tizimli tadqiq etish va aniq baholashga qaratilgan zamonaviy uslubiy yondashuvlardan foydalanishni nazarda tutadi.

Taraqqiyotning hozirgi bosqichida aholining o'z salomatligini tiklash va dam olish bilan bog'liq xizmatlardan foydalanishi hayot sifatining muhim ko'rsatkichlaridan biri sifatida qaraladi. Rekreatsion xizmatlarga bo'lgan talab aholining turli guruhlari tomonidan shakllantirilib, bunda daromad darajasi, sog'lomlashtirishga bo'lgan ehtiyoj, mehnat bandligi xususiyatlari, bo'sh vaqtning mavjudligi va boshqa ijtimoiy-iqtisodiy omillar muhim rol o'ynaydi. Shu sababli turistik va rekreatsion xizmatlarga bo'lgan talabni, uning turlarini, miqdoriy va sifat ko'rsatkichlarini aniqlashda turli ilmiy yondashuvlardan foydalanish mumkin. Mazkur yondashuvlarning xususiyatlarini tavsiflashdan oldin, talab tushunchasining umumiy mazmun-mohiyatini ko'rib chiqish maqsadga muvofiqdir.

Iqtisodiyot nazariyasida talab ijtimoiy ehtiyojlarning pul vositasida ifodalangan va iste'molchilarning muayyan tovar hamda xizmatlarni sotib olish imkoniyatlari bilan ta'minlangan shakli sifatida tavsiflanadi. Shu bilan birga, talab xaridorning tovar va xizmatlarga bo'lgan ehtiyojini ham ifodalaydi. Talabni iste'molchi ma'lum

2 Muallif tomonidan ishlab chiqilgan.



vaqt davomida mavjud narxlar sharoitida sotib olishga tayyor va qodir bo'lgan mahsulot hamda xizmatlar miqdori orqali ham ifodalash mumkin. Demak, talab aholining xarid qobiliyati bilan ta'minlangan tovar va xizmatlarni sotib olish istagini aks ettiradi.

Talabni aniqlashning asosiy masalalari iste'mol bozorining muayyan shart-sharoitlarida iste'molchilar tomonidan tovar va xizmatlarni sotib olishga bo'lgan ehtiyoj, istak, imkoniyat va tayyorgarlik darajasini baholash bilan bog'liq. Talab tushunchasining mazmun-mohiyatini turizm sohasiga ham tatbiq etish mumkin. Biroq turizm sohasidagi talab o'ziga xos xususiyatlarga ega bo'lib, u iqtisodiyot, psixologiya va geografiya kabi turli ilmiy yo'nalishlar bilan uzviy bog'liq holda shakllanadi.

Turistik talab iste'molchilar tomonidan ma'lum vaqt davomida muayyan narx sharoitida sotib olishga tayyor va qodir bo'lgan turistik mahsulot hamda xizmatlar miqdori orqali ifodalanishi mumkin. Shu bilan birga, turistik talabni turistlarning motivatsiyasi, xatti-harakati, sayohat qilish maqsadlari, moliyaviy imkoniyatlari va turistik xizmatlarni tanlash mezonlari nuqtayi nazaridan ham o'rganish mumkin. Mazkur yondashuv turizm xizmatlari bozorida talabning shakllanish mexanizmlarini yanada chuqurroq anglash va uni miqdoriy jihatdan baholash imkonini beradi.

Turistik talabni turistlarning an'anaviy yashash va ish joylaridan tashqarida xizmatlarni iste'mol qilishga bo'lgan ehtiyoji hamda ushbu xizmatlardan foydalanishni istovchi iste'molchilar soni orqali aniqlash mumkin.

Har bir yondashuv ma'lum jihatdan talabning mohiyatini ochib beradi. Iqtisodiy yondashuv talab va narx, talab va daromad hamda boshqa omillar o'rtasidagi munosabatlarni tavsiflovchi elastiklik g'oyasini asoslashga imkon beradi. Geografik yondashuv esa talab determinantlari sifatida namoyon bo'luvchi hududiy va boshqa qo'shimcha omillarni o'rganishni nazarda tutadi. Bunda rekreatsion xizmatlardan amalda foydalanayotgan rekreatantlar soni bilan bir qatorda, bunday xizmatlardan foydalanish istagiga ega bo'lgan, biroq turli omillar ta'sirida turistik harakatda ishtirok etmayotgan aholining tegishli qismi ham hisobga olinadi. Psixologik yondashuv esa turistlarning psixologik xususiyatlarini, insonning individual xususiyatlari, atrof-muhit va turistik mahsulotga bo'lgan talab o'rtasidagi munosabatlarni o'rganishga yo'naltiriladi.

Turizm xizmatlari bozorida turistik mahsulotga bo'lgan talab iqtisodiyotning boshqa tarmoqlarida yaratiladigan mahsulot va xizmatlarga bo'lgan talabdan o'ziga xos xususiyatlari bilan ajralib turadi. Mazkur xususiyatlar turizm xizmatlari bozorida shakllanadigan potensial talabning tarkibi va rivojlanish mexanizmlarini belgilashda muhim ahamiyatga ega (2-jadval).

2-jadval
Turizm xizmatlari bozoridagi talabning o'ziga xos xususiyatlari³



3 Muallif tomonidan ishlab chiqilgan.



Ushbu ko'rsatib o'tilgan o'ziga xos xususiyatlar turizm xizmatlari bozorida turistik mahsulotga bo'lgan talabning shakllanish darajasini belgilab beradi. Mazkur turdagi mahsulotlarni taklif etuvchi subyektlar o'z faoliyat ko'lami va mahsulot yaratish hajmini aniqlash jarayonida turistik mahsulotga bo'lgan talabning shakllanishiga sezilarli ta'sir ko'rsatuvchi xususiyatlar (omillar)ni yetarli darajada hisobga olishlari muhim.

Turizm xizmatlari bozori salohiyatini hisoblashda yuqoridagi omillar bilan bir qatorda, turistik mahsulotning murakkabligi, tabiiy mavsumiylik, biznes iste'moli, yuqori sifatli xizmatlarga bo'lgan talabning yuqoriligi, shuningdek, aholining turistik kompaniyalar xizmatlariga murojaat qilmasdan bo'sh vaqtini tashkil etish imkoniyatlari kabi xususiyatlarni ham hisobga olish maqsadga muvofiq. Turizm xizmatlari bozori sig'imini potensial turistlar soni hamda ularning daromadlari to'g'risidagi ma'lumotlarni o'rganish va korxonalar tomonidan taklif etilishi mumkin bo'lgan turistik mahsulotlar narxlarini prognozlash asosida aniqlash mumkin. Chunki bozor sig'imini aniqlash bozorga chiqish va unda korxonalarning faoliyat yuritish imkoniyatlarini baholashga xizmat qiladi. Turistik mahsulot yaratuvchi korxonalar faoliyati strategiyasini ishlab chiqish jarayonida bozor mexanizmining hajm parametrlarini aniqlash va bozor holatini prognoz qilish muhim ahamiyatga ega.

Turizm xizmatlari bozorida faoliyatni boshlash to'g'risida qaror qabul qilishda nafaqat bozorning mavjud imkoniyatlari, balki raqobat darajasi, raqobatchilar xizmatlari orqali iste'molchilar ehtiyojlarini qondirish darajasi va boshqa omillar ham hisobga olinishi zarur. Shu sababli monitoring jarayonida korxona faoliyati natijalarini maqsadli bozor segmentida ishonchli aks ettiradigan bozor ulushi kabi ko'rsatkichlarni hisoblash va tahlil qilish muhimdir. Bugungi kungacha bozor sig'imini aniqlashga oid yondashuvlar bir qator tadqiqotchilar tomonidan ishlab chiqilgan bo'lsa-da, aynan turistik-rekreatsion xizmatlar bozori sig'imini aniqlashga yo'naltirilgan nazariy va amaliy tadqiqotlarni yanada rivojlantirish imkoniyatlari mavjud [10].

Turizm xizmatlari bozorida raqamlashtirishning yalpi talabga ta'sirini tadqiq qilish jarayonida iqtisodiy jarayonlarni kompleks tavsiflovchi, narxlar va xarajatlarga nisbatan talab elastikligini hisobga oluvchi hamda turistik xizmatlar bozori ko'rsatkichlariga moslashtirilgan mahalliy (mintaqaviy) va mamlakat darajasidagi bozor sig'imini baholash ko'rsatkichlarini hisoblash algoritmi ishlab chiqildi va amaliyotda foydalanish uchun tavsiya etildi (3-jadval).

3-jadval

Turizm xizmatlari bozoridagi talab imkoniyatlari (sig'imi) ko'rsatkichlari va ularni hisoblash algoritmi⁴

Ko'rsatkichlar	Ko'rsatkichlar mazmuni	Ko'rsatkichni hisoblash algoritmi
Milliy turizm xizmatlari bozori sig'imi	Milliy turizm xizmatlari bozorida aniq vaqt oralig'idagi turistik mahsulot hajmini aniqlash imkonini beradi.	$BC_T = XX_{ma} + XX_{xp} - XX_{ax}$ BC_T – milliy turizm xizmatlari bozori sig'imi, mln. so'm; XX_{ma} – mamlakat aholisining turizm xizmatlarga sarflagan pul mablag'lari hajmi, mln. so'm; XX_{xp} – xorijiy fuqarolarning turizm xizmatlarga sarflagan pul mablag'lari hajmi, mln. so'm; XX_{ax} – mamlakat aholisining turistik xizmatlar uchun xorijda sarflagan pul mablag'lari hajmi, mln. so'm.
Mahalliy (mintaqaviy) turizm xizmatlari bozori sig'imi	Mahalliy (mintaqaviy) turizm xizmatlari bozorida aniq vaqt oralig'idagi turistik mahsulot hajmini aniqlash imkonini beradi.	$MBC_{Tp} = XX_{ma} \pm T$ MBC_T – mahalliy (mintaqaviy) turizm xizmatlari bozori sig'imi, mln. so'm; XX_{ma} – hudud (mintaqa) aholisining turistik xizmatlarga sarflagan pul mablag'lari hajmi, mln. so'm; T – boshqa hudud (mintaqa)larning turistik xizmatlarga talabi hajmi, mln. so'm.

Bugungi kunda xizmatlar sohasining jadal **raqamlashtirilishi** sharoitida turizm xizmatlari bozorida talabning to'liq shakllanishiga, ya'ni mavjud real talabga yashirin talabning uyg'unlashuvi asosida potensial talabning shakllanishiga turizm tashkilotlari tomonidan faoliyat yo'nalishlari, turistik mahsulot turlari va xususiyatlari, infratuzilma hamda qo'shimcha xizmat turlari to'g'risidagi axborotlarni o'zida jamlagan global (lokal) axborot makonlari (veb-saytlar, raqamli platformalar va boshqalar), shuningdek, turizm xizmatlari taqdim etiladigan joylar va xizmatlarni rezervlash tizimlarining mavjudligi katta ta'sir ko'rsatmoqda. Chunki ushbu yo'nalishdagi

4 Muallif tomonidan ishlab chiqilgan.



xizmatlar mijozlar bilan masofadan turib ishlash (buyurtma qilish) orqali potensial talabni real talabga aylantirish xususiyatiga ega.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Tadqiqot natijalari turizm xizmatlari bozorida raqamlashtirish yalpi talabning shakllanishi va o'zgarishiga ta'sir etuvchi muhim omil ekanligini ko'rsatdi. Raqamli platformalar, onlayn bronlash tizimlari va raqamli boshqaruv vositalarining joriy etilishi turistik xizmatlar haqidagi axborotning iste'molchiga yetib borishini tezlashtirish, xizmatlarni tanlash va xarid qilish qulayligini oshirish hamda potensial talabni real talabga aylantirish imkoniyatlarini kengaytiradi.

Shu asosda turizm xizmatlari bozorida raqamlashtirishni rivojlantirishning quyidagi ustuvor yo'nalishlarini belgilash mumkin: yagona raqamli axborot va bronlash tizimlarini integratsiyalash; turistik korxonalarda CRM va ERP tizimlaridan foydalanishni kengaytirish; onlayn bronlash va elektron to'lov xizmatlarini ommalashtirish; milliy va mintaqaviy turizm bozori sig'imini raqamli ma'lumotlar asosida muntazam baholab borish. Ushbu yo'nalishlar raqamli texnologiyalardan foydalanish natijasida xarajatlarni kamaytirish, boshqaruvni soddalashtirish va maqsadli bozorlarga chiqish imkoniyatlarini kengaytirish bilan uyg'unlashadi.

Umuman, turizm xizmatlari bozorida raqamlashtirishni talabni shakllantirish va uni real iste'molga aylantirish mexanizmlari bilan uyg'un holda rivojlantirish turistik xizmatlar bozori sig'imidan samarali foydalanish, iste'molchilar qamrovini kengaytirish va bozor faolligini oshirishning muhim sharti hisoblanadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Buhalis D., Law R. Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—The state of eTourism research // *Tourism Management*. – 2008. – Vol. 29, No. 4. – P. 609–623. DOI: 10.1016/j.tourman.2008.01.005.
2. Xiang Z., Gretzel U. Role of social media in online travel information search // *Tourism Management*. – 2010. – Vol. 31, No. 2. – P. 179–188. DOI: 10.1016/j.tourman.2009.02.016.
3. Gretzel U., Sigala M., Xiang Z., Koo C. Smart tourism: foundations and developments // *Electronic Markets*. – 2015. – Vol. 25, No. 3. – P. 179–188. DOI: 10.1007/s12525-015-0196-8.
4. Rakhmonova N. Digital Transformation in Tourism: A Quantitative Study of Online Booking and E-Tourism Platforms in Uzbekistan // *Central Asian Journal of Innovations on Tourism Management and Finance*. – 2024. – Vol. 5, No. 8. – P. 631–640. DOI: 10.51699/cajtmf.v5i8.797.
5. Jo'raqul o'g'li J. Analysis of Factors Influencing Tourist Services in Uzbekistan // *Central Asian Journal of Innovations on Tourism Management and Finance*. – 2025. – Vol. 6, No. 3. – P. 872–877. DOI: 10.51699/cajtmf.v6i3.914.
6. Khalimov S. Development of the Tourism Sector in Uzbekistan through Digital Technologies // *Yashil iqtisodiyot va taraqqiyot*. – 2025. – Vol. 3, No. 11.
7. Khalimovich S. K. Prospects for the Digitalization of Tourism Services Under Digital Transformation Conditions // *International Journal of Business Diplomacy and Economy*. – 2026. – Vol. 5, No. 2. – P. 30–37. DOI: 10.51699/ijbde.v5i2.1069.
8. Bekmurodov B. F. The Current State of Digitalization of Tourism in Uzbekistan and Prospects for Its Development // *Green Economy and Development*. – 2026. – Vol. 4, No. 5. – P. 6–13. DOI: 10.5281/zenodo.20357156.
9. Гончарова Н. А. Организации по менеджменту дестинаций (DMOs) как система управления туризмом на национальном, региональном и локальном уровнях: зарубежный опыт // *Управление экономическими системами: электронный научный журнал [Электронный ресурс]*. Режим доступа: <http://www.uecs.ra/makroekonomika/item/2569-dmos>; Кирьянова Л. Г. Маркетинг дестинаций как современный подход к управлению туристским регионом // *Известия Томского политехнического университета*. – 2010. – Вып. 6. – С. 35–40; Портрет туриста в рамках его предпочтений // *Туризм: практика, проблемы, перспективы*. – 2000. – № 12. – С. 10–13.
10. Беляевский И. К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 392 с.; Березин И. С. Маркетинговый анализ: рынок, фирма, товар, продвижение. – М.: СПб.: Вершина, 2008. – 478 с.; Ландреви Ж., Леви Ж., Линдон Д. Меркатор. Теория и практика маркетинга / пер. с франц. – Т. 1. – М.: МЦФЭР, 2006. – 664 с.



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Ingliz tili muharriri: Feruz HAKIMOV

Musahhih: Zokir ALIBEKOV

Sahifalovchi va dizayner: Hasan MAQSUDOV

2026. № 8/2

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Yashil" iqtisodiyot va taraqqiyot" jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar ma'sul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelamasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

Mazkur jurnalda maqolalar chop etish uchun quyidagi havolalarga maqola, reklama, hikoya va boshqa ijodiy materiallar yuborishingiz mumkin.

Materiallar va reklamalar pullik asosda chop etiladi.

El.Pochta: sq143235@gmail.com

Bot: @iqtisodiyot_77

Tel.: 93 718 40 07

Jurnalga istalgan payt quyidagi rekvizitlar orqali obuna bo'lishingiz mumkin. Obuna bo'lgach, @iqtisodiyot_77 telegram sahifamizga to'lov haqidagi ma'lumotni skrinshot yoki foto shaklida jo'natishingizni so'raymiz. Shu asosda har oygi jurnal yangi sonini manzilingizga jo'natamiz.

"Yashil" iqtisodiyot va taraqqiyot" jurnali 03.11.2022-yildan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Adminstratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan №566955 reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan.

Litsenziya raqami: №046523. PNFL: 30407832680027

Manzilimiz: Toshkent shahar, Mirzo Ulug'bek tumani
Kumushkon ko'chasi, 26-uy.



Jurnal sayti: <https://yashil-iqtisodiyot-taraqqiyot.uz>