

ТУРИСТИК ДЕСТИНАЦИЯНИНГ СМАРТ МОДЕЛИ

¹Навруз-зода Зебинисо Бахтиёровна, ²Назирова Мафтуна Салимовна

¹БухДУ Иқтисодиёт кафедраси доценти, ²БухДУ 2-босқич магистрант

<https://doi.org/10.5281/zenodo.11422686>

Аннотация. Илмий мақолада туризм тизимининг муҳим элементи сифатидаги “туристик дестинация” тушунчасининг мазмун-моҳияти кўриб чиқилади. Туризм соҳасини кластер усулида ривожлантириши мақсадида муаллиф томонидан “Туристик дестинациянинг уч даражали смарт модели”ни тавсия этилган.

Калим сўзлар: туризм, туристик дестинация, смарт туристик дестинация, анъанавий туристик дестинация, АКТ, рақамли туризм.

Abstract. The scientific article examines the essence of the concept of "tourist destination" as an important element of the tourism system. "Three-level smart model of tourist destination" was recommended by the author in order to develop the tourism industry in a cluster way.

Keywords: tourism, tourist destination, smart tourist destination, traditional tourist destination, ICT, digital tourism.

Туризм соҳасининг ўзига хос хусусияти ва уни саноат, қишлоқ хўжалиги ва бошқа тармоқлардан фарқи шундаки, туристик маҳсулот ва хизматлари истеъмолчилари ўзлари доимий яшайдиган ҳудуддан чиқиб, туристик ҳудудга ташриф буюрган ҳолда ушбу туристик неъматларидан баҳраманд бўлиш имконига эга бўладилар. Туристик дестинация туристик тизимнинг муҳим элементи ҳисобланади. "Дестинация" тушунчаси латин тилидан «destino» сўзидан келиб чиқиб, мўлжалланган жой, туристнинг ташриф жойи, сайёҳ борадиган манзил сифатида таржима қилинади. Туристик дестинациянинг турли моделлари мавжуд. Уларни 6 та қуйидаги моделлариники кўриб чиқамиз:

1. Туристик дестинациянинг тизимли модели.
2. Туристик ҳудуднинг географик модели.
3. Туристик дестинациянинг ижтимоий-маданий модели.
4. Туристик дестинациянинг грақобатбардошлик модели.
5. Туристик ҳудуднинг таклиф модели.

6. Туристик дестинациянинг СМАРТ модели. “Смарт” атамаси Петер Ф. Друкер томонидан "Менежмент амалиёти" (1954) асарида илмий айирбошлашга киритилган эди. “СМАРТ” аббревиатураси қўйилган мақсаднинг хусусиятларини аниқлаш учун белгиланган бўлиб, қуйидаги маънони билдиради: Specific – аниқ; Measurable – ўлчанадиган; Achievable – эришиладиган; Realistic – реалистик; Time – вақт бўйича белгиланган. Шундай қилиб, олим агар мақсад "ақлли" бўлса, яъни қўйилган мезонларга жавоб бера олса, унга эришилади, деб ҳисоблаган.

"Смарт" туристик дестинациялар муаммосига бағишланган фикр-ғояларни икки ёндашувга ажратиш мумкин: туристик хизматларни истеъмол қилиш ва маркетинг жараёнида "смарт" технологияларнинг ролига эътибор қаратадиган илмий ишлар ҳамда "ақлли" дестинацияларни "ақлли шаҳар"нинг махсус ҳолати деб ҳисоблайдиган ишлар гуруҳи. Бу тадқиқотлар назарий ва услубий йўналишлари билан бир-биридан фарқ қилади: агар, биринчи ҳолатда, таҳлил бизнесни ташкил этиш нуқтаи назаридан олиб борилса, иккинчиси, кенгроқ кўламда, энергия тежамкор ва барқарор ривожланиш жиҳатларини ўз

ичига оладиган, тўсиқсиз атроф-муҳитнинг мавжудлиги, тарихий marginal субмаданиятни қўллаб-қувватлаш нигоҳидан қараб чиқилади.

"Ақлли" предикат (кесим)инарсалар, объектлар, жараёнлар ва умуман инсон фаолияти муҳитига нисбатан қўлланилганда кундалик ҳаётимиз учун автоматлаштирилган бошқарув ва ахборот узатиш тизимларининг мислсиз аҳамиятини акс эттиради ва яқин келажакда сунъий ақлнинг дастлабки шакллари пайдо бўлишини кутади. "Ақлли ҳудуд" муаммоси туризм иқтисодиётига хос бўлиб, муаммони биринчи навбатда истемол талаби томондан акс эттиради. "Смарт ҳудудлар" мижозларга сайёҳларни кўпроқ жалб этиш ва уларнинг турар жойларида қулайликларини ошириш мақсадида бундай хизматлар кўрсатиш имкониятини беради. "Смарт ҳудуд"нинг асосий асосий фарқловчи хусусияти – мижозгайўналтирилганлиги ва 2.0 Интернет имкониятларидан фойдаланган ҳолда янги қўшилган қиймат занжирларни яратишдадир.

Туристтик дестинация назариясининг турли ёндашувларини 40 йиллик (1980 йилдан 2020 йилга қадар) эволюцион даврини ўрганиш шуни кўрсатадики, "Туристтик дестинация" атамаси анъанавий шакл ва мазмундан янгича – "Смарт ёки "Ақлли туристик дестинация" шакли ва мазмунига трансформация бўлган. Бу трансформацион жараёни фикримизча, қуйидаги учта омиллар таъсирида амалга ошириб келмоқда:

1. АКТ ва Интернетнинг ривожланиши ва уларнинг туризм соҳасида кенг қўланилиши туфайли дастлаб электрон, кейинча рақамли туризмнинг шаклланиши эвазига анъанавий туристик дестинациялар Смарт туристик дестинацияларга айланиш тенденциялари кузатилмоқда.

2. Туризм ривожланган давлатларда "Смарт шаҳар"ларни барпо этилиши мазкур ҳудудларда Смарт туристик дестинацияларини шалланишига кучли таъсир ўтказаяпти.

3. Туризм соҳасида кластер технологияларини жорий этиб, туристик кластерларини ташкил этилиши натижасида туристик дестинацияларнинг мазмунида ўзгаришлар содир бўлиб, уларнинг туристик товар-контенти, маркетинг ва менежмент вазифалари кластерларга ўтиб кетиш тенденцияга эга бўлмоқда. Натижада, смарт туристик дестинацияларнинг таркиби ва мақсад-вазифалари ўзгармоқда. Улар туризм тизимининг элементидан туристик кластерларни шакллантирувчи пойдеворига айланмоқда. Ушбу пойдеворнинг устқурмаси сифатида туристик кластерлар юзага келмоқда.

Туризм соҳасини кластер усулида ривожлантириш мақсадида биз **"Туристтик дестинациянинг смарт модели"**ни тавсия этамиз (1-расм). Расмдан кўришиб турибдики, тавсия этиладиган туристик дестинацион моделимиз қуйидаги учта даражадан иборат:

I даража – жозибадор сайёҳат ва зиёрат масканлар. Бу даражада туристик бозоридаги талаб ҳолати ифодаланади. Унда диққатга сазовор ва муқаддас жойларининг сайёҳ ва зиёратчилар нигоҳидан реал ва виртуал жозибадорлиги ўз аксини топади.

II даража – туристик дестинация объектларининг саёҳат бизнесбоплиги. Бу даражада туристик бозоридаги таклиф тизими ҳолати ифодаланади. Унда диққатга сазовор ва муқаддас жойлардатуристик бизнесни ривожлантириш имкониятлари ўз аксини топади.

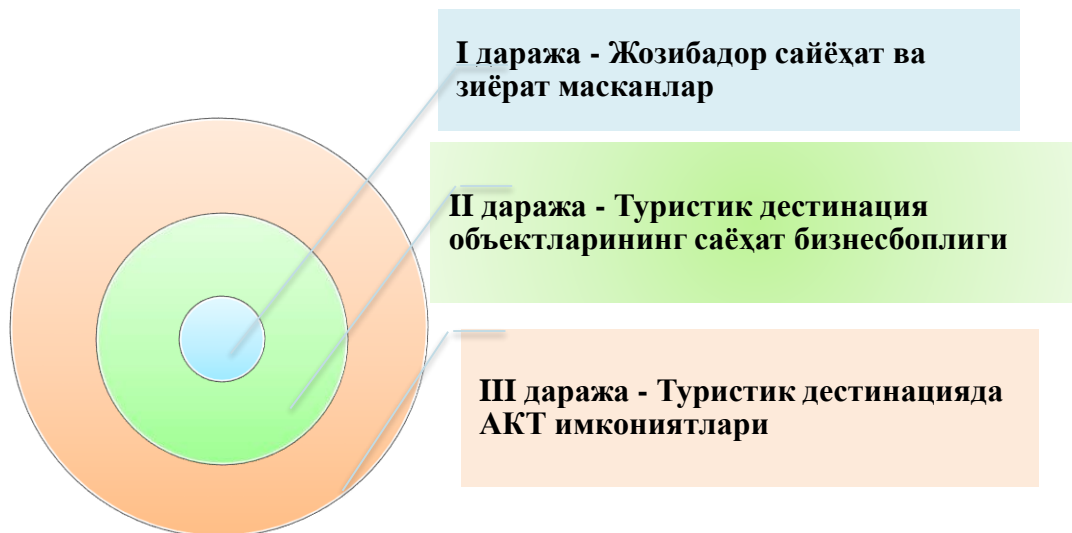
III даража – туристик дестинацияда АКТ имкониятлари ва унга ташриф буюрадиган сайёҳ ва зиёратчиларнинг АКТ дан фойдаланиш ҳолати ифодаланади. Бу даражада АКТ хизматлари бозоридаги талаб ва таклиф ҳолати ифодаланади. Смарт туризмни шаклланганлиги ва рақамли технологияларининг ривожланганлиги ўз аксини топади. "СМАРТ туристик ҳудуд"ни шакллантиришнинг рақамли технологиялари қуйидагилардан иборат:

1. BlueTooth, Wi-Fi каби симсиз маълумотларни узатишнинг мобиль интернетга кириш технологияси.

2. Мобиль телефонлар учун мини-атласлар, туристик қўлланмалар, навигация дастурлари, маршрутларни кўрсаткичлари, контент каби зарурий ахборот материаллари ва иловалар.

3. Музейлар, концерт заллари, ва турфирманинг веб-сайтлари, шунингдек мавсум учун маданий-кўнгилочар тадбирлар ҳақидаги маълумотлар хорижий тилларга таржима қилиниб, ягона дастур форматида киритилган ҳолда, саёҳат операторлари, халқаро авиакомпаниялар ва меҳмонхона бирлашмаларининг веб-сайтларида реклама қилинади.

4. Сўнги-фойдаланувчиларнинг булутли компьютер (cloud computing), нарсалар internet (internet of things) ва интернет-сервис тизими технологиялари. Ушбу булутли ҳисоблаш технологияси смартфонлар учун "Туристтик гида" каби дастурларда қўлланилади ва бир вақтнинг ўзида минглаб туристларнинг ахборот эҳтиёжларига автоматик шаклда хизмат кўрсатиш имконини беради.



1-расм. Туристтик дестинациянинг уч даражали смарт модели

Туризм соҳасида АКТ дан кенг кўламда фойдаланиш эвазига туристик дестинациялар анъанавий саёҳлик ҳудудларидан смарт туристик ҳудудларга айланадилар ва хилма-хил туристик талаб-эҳтиёжларни қондириш учун кенг имкони бор туристик кластерларни вужудга келтирадилар. Туристтик ҳудудларни кластерлаштириш жараёнида, агар анъанавий туристик дестинация туристик кластерини шакллантирувчи таянч асос бўлса, смарт туристик дестинация унинг ядросини шакллантирувчи пойдевор сифатида хизмат қилади.

Хулоса:

Шундай қилиб, туризм соҳасида АКТ дан кенг кўламда фойдаланиш эвазига туристик дестинациялар анъанавий саёҳлик ҳудудлардан смарт туристик ҳудудларга айланадилар ва хилма-хил туристик талаб-эҳтиёжларни қондириш учун кенг имкони бор туристик кластерларни вужудга келтирадилар. Туристтик ҳудудларни кластерлаштириш жараёнида, агар анъанавий туристик дестинация туристик кластерини шакллантирувчи таянч асос бўлса, смарт туристик дестинация унинг ядросини шакллантирувчи пойдевор сифатида хизмат қилади.

REFERENCES

1. Рассохина, Т. В. Менеджмент туристских дестинаций : учебник и практикум для вузов / Т. В. Рассохина. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 210 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-11578-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/index.php/bcode/445669> (дата обращения: 03.05.2020).
2. Сафарян А.А. Территория как дестинация // Современные проблемы науки и образования. — 2015. — № 2-2.; URL: <http://science-education.ru/ru/article/view?id=21512> (дата обращения: 20.05.2020).
3. Ritchie B.J.R., Crouch J.I. The competitive destination: a sustainable tourism perspective. UK, CABI Publishing. 2003. 272 p.
4. Морозов М.А. Дестинация – важнейший элемент туризма / М.А. Морозов, О. Коль. Туризм: практика, проблемы, перспективы. – 1998. – № 1. – С. 9.
5. Ибрагимов Н.С. Туристик худуд барқарор рақобатбардошлигига эришишнинг илмий асослари. Автореферат докт. дисс. Самарканд. 2020. 46 с. С. 22.
6. Navruz-Zoda B.N., Navruz-zoda Z.B. (2018), The Destination Marketing Development of Religious Tourism in Uzbekistan: A case study. In 'Religious tourism in Asia: Tradition and Change Through case Studies and Narratives' edited by Yasuda Sh., Razaq Raj & Kevin Griffin. CABI International. 149-157 pp.
7. Buhalis D., Amaranggana A. Smart Tourism Destinations Enhancing Tourism Experience through Personalisation of Services // Information and Communication Technologies in Tourism 2015 ENTER 2015 Proceedings of the International Conference in Lugano. Switzerland : Springer International Publishing, 2015 P. 377–390.)