



“SMART ETHNO VILLAGE” KONSEPSIYASI ASOSIDA QISHLOQ TURIZMINI RIVOJLANTIRISHNING INNOVATSION MODELI

Xolboboyev Paxlavon Ramazovich

University of Science and Technologies talabasi

Tel.: 884203006

Annotatsiya. Maqolada “Smart Ethno Village” konsepsiyasi asosida qishloq turizmini rivojlantirishning innovatsion modeli ishlab chiqiladi. Ushbu model qishloq hududlarining etnomadaniy merosi, tabiiy resurslari, mahalliy hunarmandchilik, gastronomiya, mehmon uylari, raqamli platformalar, “aqlli” boshqaruv va barqaror turizm tamoyillarini birlashtirishga qaratilgan. Tadqiqotda O‘zbekistonda turizmni rivojlantirishga oid me‘yoriy-huquqiy asoslar, qishloq turizmi va agroturizmni rivojlantirish imkoniyatlari, xalqaro smart-destination va smart-village tajribalari tahlil qilinadi. Model tarkibida raqamli bronlash, QR-gid, mahalliy mahsulotlar elektron bozori, turistik oqim monitoringi, ekologik yuklama nazorati, mahalliy aholi daromadini oshirish va madaniy merosni saqlash mexanizmlari taklif etiladi.

Kalit so‘zlar: Smart Ethno Village, aqlli etnoqishloq, qishloq turizmi, etnoturizm, agroturizm, raqamli turizm, smart destination, turizm infratuzilmasi, madaniy meros, barqaror rivojlanish.

INNOVATIVE MODEL FOR DEVELOPING RURAL TOURISM BASED ON THE “SMART ETHNO VILLAGE” CONCEPT



Abstract. The article develops an innovative model for rural tourism development based on the “Smart Ethno Village” concept. This model aims to integrate the ethnocultural heritage, natural resources, local crafts, gastronomy, guest houses, digital platforms, smart governance, and sustainable tourism principles of rural areas. The study analyzes the legal framework for tourism development in Uzbekistan, opportunities for rural tourism and agritourism, and international experiences of smart destinations and smart villages. The model proposes mechanisms such as digital booking, QR guides, an electronic marketplace for local products, tourist flow monitoring, environmental carrying capacity control, increasing local community income, and preserving cultural heritage.

Keywords: Smart Ethno Village, smart ethno-village, rural tourism, ethnotourism, agritourism, digital tourism, smart destination, tourism infrastructure, cultural heritage, sustainable development.

Kirish. Qishloq turizmi zamonaviy turizm industriyasining istiqbolli yo'nalishlaridan biri sifatida mahalliy iqtisodiyotni diversifikatsiya qilish, aholi bandligini oshirish, milliy madaniy merosni saqlash va hududlarning investitsion jozibadorligini kuchaytirishda muhim o'rin tutadi. Bugungi kunda sayyohlar faqat tarixiy obidalarini tomosha qilish bilan cheklanmay, mahalliy hayot tarzi, urf-odatlar, milliy taomlar, hunarmandchilik, xalq og'zaki ijodi, ekologik toza muhit va autentik tajribalarni izlamoqda. Bu jarayon qishloq hududlarida yangi turistik mahsulotlar yaratish zaruratini kuchaytiradi. “Smart Ethno Village” konsepsiyasi ana shu ehtiyojga javob beradigan



integratsion model sifatida qaralishi mumkin. Ushbu konsepsiya etnoqishloqning an'anaviy madaniy mazmunini raqamli texnologiyalar, aqlli infratuzilma, ekologik boshqaruv va mahalliy hamjamiyat ishtiroki bilan uyg'unlashtiradi. Natijada qishloq turizmi oddiy mehmon uyi yoki ekskursiya xizmatidan kengroq tizimga — turistik tajriba, madaniy meros, raqamli servis, mahalliy mahsulotlar bozori va barqaror boshqaruvni birlashtirgan innovatsion klasterga aylanadi.

Asosiy qism. Qishloq turizmi mahalliy tabiiy, madaniy va ijtimoiy resurslarga tayangan holda shakllanadi. Uning asosiy farqi shundaki, sayyoh qishloq hayotini tashqi kuzatuvchi sifatida emas, balki tajriba ishtirokchisi sifatida his qiladi. Mehmon uylari, milliy taom tayyorlash jarayoni, hunarmandchilik ustaxonalari, dalada mehnat jarayoni, xalq o'yinlari, to'y-marosim an'analari, mahalliy afsona va rivoyatlar qishloq turizmining mahsulot bazasini tashkil etadi. O'zbek tilidagi turizm adabiyotlarida turistik resurslar, turizm xizmatlari, marshrutlar, ekoturizm, qishloq turizmi va gastronomik turizmni tashkil etishning ijtimoiy-iqtisodiy asoslari alohida yoritilgan [8].

O'zbekistonning "Turizm to'g'risida"gi Qonunida turizm sohasidagi munosabatlarni tartibga solish asosiy maqsad sifatida belgilangan. Bu huquqiy asos qishloq turizmi, etnoturizm va mahalliy turistik xizmatlarni tashkil etishda tadbirkorlik subyektlari, turistlar, turistik faoliyat ishtirokchilari va davlat organlari o'rtasidagi munosabatlarni tartibga solish uchun muhimdir [1]. "Smart Ethno Village" loyihasi ham aynan turistik xizmatlar sifati, xavfsizligi, huquqiy tartibi va iste'molchi manfaatlar bilan bog'liq bo'lgan tizimli yondashuvni talab qiladi.



O'zbekistonda turizmni rivojlantirish bo'yicha strategik hujjatlarda hududiy turizm salohiyatidan samarali foydalanish, xizmatlar turini ko'paytirish va infratuzilmani yaxshilashga alohida e'tibor qaratiladi. "O'zbekiston — 2030" strategiyasida turizm xizmatlari eksportini 5 milliard AQSh dollariga yetkazish, xususiy investitsiyalar hisobiga 30 ta yirik turizm klasterini tashkil etish, mehmon o'rinlari sonini kamida ikki barobarga oshirish va turizm mahallalari sonini 175 taga yetkazish vazifalari belgilangan [2]. Bu vazifalar "Smart Ethno Village" kabi hududiy turizm modellarini ishlab chiqish uchun muhim asos bo'lib xizmat qiladi.

Qishloq turizmini rivojlantirishning dolzarbligi ichki turizmni kengaytirish siyosati bilan ham bog'liq. Ichki turizm xizmatlarini diversifikatsiya qilish, aholini mamlakatning turizm salohiyati bilan tanishtirish, xizmatlar sifatini oshirish va tadbirkorlik subyektlari uchun qo'shimcha imkoniyatlar yaratish bo'yicha rasmiy hujjatlarda aniq vazifalar belgilangan [3]. Bu yondashuv qishloq turizmini faqat xorijiy sayyohga emas, balki mahalliy oilalar, yoshlar, talabalar, ziyoratchilar va dam olish istagidagi fuqarolar uchun ham jozibali mahsulotga aylantirish zaruratini ko'rsatadi.

"Smart Ethno Village" konsepsiyasi uchta asosiy mazmunni birlashtiradi: etnomadaniy autentiklik, raqamli qulaylik va barqaror boshqaruv. Etnomadaniy autentiklik qishloqning haqiqiy madaniy qiyofasini, urf-odatini, hunarmandchiligini, me'moriy uslubini va kundalik hayotini saqlashni anglatadi. Raqamli qulaylik turistik xizmatlarni onlayn topish, bronlash, to'lash, baholash va yo'l-yo'riq olish imkoniyatini beradi. Barqaror boshqaruv esa ekologik yuklama, mahalliy aholi manfaatlari, madaniy merosni asrash va iqtisodiy daromadning adolatli taqsimlanishini ta'minlaydi.



Xalqaro tajribada “smart destination” tushunchasi texnologiya, innovatsiya, barqarorlik, inklyuzivlik va qulaylikni birlashtirgan turistik hudud sifatida talqin qilinadi. UN Tourism raqamli transformatsiya bo‘yicha materiallarida aqlli turistik yo‘nalish strategiyasi butun turistik sikl — safargacha, safar davomida va safardan keyingi bosqichlarda texnologiya, innovatsiya, barqarorlik, mavjudlik va inklyuzivlikni qamrab olishi ta’kidlanadi [9]. “Smart Ethno Village” modelida ham sayyoh qishloq haqida ma’lumotni safardan oldin oladi, safar davomida raqamli servisdan foydalanadi, safardan keyin esa fikr-mulohaza, reyting va takroriy tashrif orqali tizimga qayta ulanadi.

“Smart village” konsepsiyasi qishloq hududlarining ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishini raqamli texnologiyalar va innovatsion yechimlar yordamida kuchaytirishga qaratilgan. Yevropa tajribasida smart village qishloq aholisi turmush darajasini oshirish, mahalliy iqtisodiyotni faollashtirish, qishloqni jozibali va barqaror hududga aylantirishga xizmat qiluvchi hududiy vosita sifatida izohlanadi [10]. Bu konsepsiyani etnoturizm bilan uyg‘unlashtirish qishloqni nafaqat yashash joyi, balki madaniy tajriba, ekologik dam olish va iqtisodiy faollik markaziga aylantirish imkonini beradi.

Tadqiqot uchun taklif etilayotgan model quyidagi formula orqali ifodalanishi mumkin:

$$SEV = f(E, D, I, C, G, S)$$

Bu yerda:

SEV— Smart Ethno Village rivojlanish darajasi;

E— etnomadaniy resurslar: urf-odat, hunarmandchilik, milliy taom, folklor, mahalliy me’moriy uslub;



D— raqamli infratuzilma: internet, mobil ilova, QR-kod, onlayn bronlash, elektron to'lov;

I— turizm infratuzilmasi: mehmon uylari, yo'l, sanitariya, ovqatlanish, transport, axborot markazi;

C— mahalliy hamjamiyat ishtiroki: aholi bandligi, ayollar va yoshlar tadbirkorligi, gidlar, ustalar, fermerlar;

G— boshqaruv mexanizmi: mahalla, hokimlik, turizm tashkilotlari, tadbirkorlar va investorlar hamkorligi;

S— barqarorlik: ekologik yuklama, madaniy meros himoyasi, chiqindi boshqaruvi, daromadning mahalliy hududda qolishi.

Ushbu model “Smart Ethno Village”ni birgina turistik obyekt emas, balki ko'p subyektli va ko'p funksiyali hududiy tizim sifatida ko'rsatadi. Modelning afzalligi shundaki, unda qishloqning tabiiy va madaniy resurslari raqamli boshqaruv va xizmatlar bilan bog'lanadi. Natijada mahalliy aholi turizmning passiv kuzatuvchisi emas, balki daromad oluvchi, xizmat ko'rsatuvchi, merosni saqlovchi va innovatsion jarayon ishtirokchisiga aylanadi.

“Smart Ethno Village” modelining birinchi bloki etnomadaniy resurslar bazasidir. Har bir qishloq o'zining tarixiy xotirasi, mahalliy afsonalari, shevasi, to'y-marosimlari, milliy kiyimi, taomi, hunarmandchilik mahsuloti, dehqonchilik yoki chorvachilik madaniyati bilan ajralib turadi. Ushbu resurslar turistik mahsulotga aylantirilayotganda sun'iy lashtirilmasligi, mahalliy hayotga mos holda taqdim etilishi kerak. Haddan tashqari “sahnalashtirilgan” turizm autentiklikni yo'qotadi va sayyoh ishonchini pasaytiradi.



Ikkinchi blok raqamli platforma bilan bog'liq. "Smart Ethno Village" uchun yagona veb-sayt yoki mobil ilova ishlab chiqilishi mumkin. Unda qishloq haqida ma'lumot, turistik marshrutlar, mehmon uylari, milliy taomlar buyurtmasi, ustaxona darslari, gid xizmati, transport, narxlar, xarita, ob-havo, xavfsizlik qoidalari va sayyohlar fikrlari joylashtiriladi. QR-kodlar orqali har bir obyekt, hunarmandchilik ustaxonasi, tarixiy joy yoki milliy taom haqida matn, audio va video ma'lumot beriladi. Bu yondashuv xorijiy sayyohlar uchun ham qulaylik yaratadi.

Uchinchi blok turizm infratuzilmasidir. Qishloq turizmi muvaffaqiyati faqat madaniy resurs bilan belgilanmaydi; yo'l, transport, sanitariya, ichimlik suvi, xavfsizlik, mehmon uylari, ovqatlanish, tibbiy yordam, aloqa sifati va xizmat ko'rsatish madaniyati ham hal qiluvchi ahamiyatga ega. UN Tourism qishloq turizmini rivojlantirishda qishloq destinatsiyalarining o'zini baholashi, barqarorlik va boshqaruv imkoniyatlarini aniqlashi uchun raqamli baholash vositalarini rivojlantirmoqda [11]. Bu tajribadan kelib chiqib, har bir etnoqishloqda xizmat sifati va infratuzilma holatini baholovchi indikatorlar joriy qilinishi kerak.

To'rtinchi blok mahalliy hamjamiyat ishtirokidir. Qishloq turizmi aholining ishtirokisiz barqaror bo'la olmaydi. Mehmon uylari egalari, hunarmandlar, oshpazlar, fermerlar, yosh gidlar, folklor guruhlar, ayollar tadbirkorligi, transport xizmati ko'rsatuvchilar va mahalla faollari modelning asosiy ishtirokchilaridir. Xalqaro smart ecotourism village tadqiqotlarida ham qishloq turizmining muvaffaqiyati raqamli texnologiyalar bilan bir qatorda mahalliy hamjamiyat ishtiroki va ekologik barqarorlikka bog'liq ekani ko'rsatiladi [12].



Beshinchi blok boshqaruv va hamkorlik tizimidir. “Smart Ethno Village” loyihasida hokimlik, mahalla, turizm qo‘mitasi hududiy tuzilmalari, xususiy sektor, oliy ta’lim muassasalari, hunarmandlar uyushmasi, fermer xo‘jaliklari, yoshlar va ayollar tashkilotlari o‘zaro hamkorlik qilishi kerak. Qishloq turizmi loyihasini faqat bitta tadbirkorga topshirish yetarli emas. U hududiy brend, umumiy standart, raqamli platforma, xizmatlar zanjiri va monitoring tizimi bilan boshqarilishi lozim.

“Smart Ethno Village” modelida turistik mahsulotlar paket shaklida taklif qilinadi. Masalan, “bir kunlik etno-tajriba” paketida qishloq bo‘ylab ekskursiya, milliy taom tayyorlash, hunarmandchilik ustaxonasida mahorat darsi, folklor chiqishi va mahalliy mahsulotlar yarmarkasi bo‘lishi mumkin. “Dam olish kunlari” paketi mehmon uyida tunash, ertalabki dehqonchilik jarayonida ishtirok, tabiat sayri, fotozona, milliy o‘yinlar va gastronomik kechani o‘z ichiga oladi. “Ta’limiy etnotur” paketi maktab o‘quvchilari yoki talabalar uchun mahalliy tarix, ekologiya va hunarmandchilikni o‘rganishga qaratiladi.

Modelning iqtisodiy samaradorligini baholash uchun mahalliy daromad koeffitsiyentidan foydalanish mumkin:

$$LIR = \frac{R_l}{R_t} \times 100\%$$

Bu yerda:

LIR— local income retention, ya’ni turizmdan tushgan daromadning mahalliy hududda qolish ulushi;



R_l — mahalliy aholi, hunarmandlar, mehmon uylari, fermerlar va gidlar olgan daromad;

R_t — qishloq turizm loyihasidan tushgan jami daromad.

Agar LIR yuqori bo'lsa, loyiha mahalliy aholi manfaatiga xizmat qilmoqda. Agar daromadning katta qismi tashqi operatorlar yoki vositachilar qo'lida qolsa, qishloq turizmi barqaror ijtimoiy samara bermaydi. Shu sababli "Smart Ethno Village" modelida daromadning muhim qismi qishloq ichida aylanishi lozim.

Turistik yuklama ham alohida nazorat qilinishi kerak. Qishloq hududi shahar turistik markaziga qaraganda ekologik va ijtimoiy jihatdan nozikroq bo'ladi. Haddan tashqari ko'p sayyoh oqimi chiqindi, shovqin, suv sarfi, mahalliy hayotga aralashuv va madaniy merosning tijoratlashuvi kabi salbiy oqibatlarga olib kelishi mumkin. Shu sababli turistik sig'im quyidagicha baholanishi mumkin:

$$TCC = \frac{A \times U}{S}$$

Bu yerda:

TCC — tourism carrying capacity, ya'ni hududning turistik sig'imi;

A — sayyohlar uchun ajratilgan maydon yoki xizmat quvvati;

U — foydalanish me'yori;

S — bir sayyohga to'g'ri keladigan minimal qulay maydon yoki xizmat birligi.

Bu ko'rsatkich qishloq hududida bir vaqtning o'zida qancha sayyohni qabul qilish mumkinligini belgilashda yordam beradi. Ayniqsa, ekologik hududlar, tarixiy obidalar, muqaddas qadamjolar va kichik mahallalarda turistik oqimni nazorat qilish zarur.



Raqamli transformatsiya darajasini baholash uchun “Smart Ethno Village” raqamli tayyorgarlik indeksini taklif qilish mumkin:

$$DRI = \frac{W + B + Q + P + M}{5}$$

Bu yerda:

DRI— digital readiness index;

W— internet va Wi-Fi qamrovi;

B— onlayn bronlash mavjudligi;

Q— QR-gid va raqamli kontent sifati;

P— elektron to'lov imkoniyati;

M— raqamli marketing faolligi.

Ushbu indeks 0 dan 1 gacha baholansa, 0,7 dan yuqori natija qishloqning raqamli turizmga yaxshi tayyorlanganini bildiradi. 0,4 dan past ko'rsatkich esa raqamli infratuzilma va xizmatlarni rivojlantirish zarurligini ko'rsatadi.

O'zbekiston sharoitida “Smart Ethno Village” modelini joriy etish uchun birinchi navbatda qishloq tanlash mezonlari ishlab chiqilishi kerak. Bunday mezonlar qatoriga etnomadaniy resurslar boyligi, tabiiy landshaft, transportga yaqinlik, mahalliy aholining turizmga tayyorligi, mehmon uylari salohiyati, xavfsizlik, internet qamrovi, ekologik holat va mavjud hunarmandchilik an'analari kiradi. “Turizm asoslari” darsliklarida turistik resurslarni baholash, turistik marshrutlar tuzish va xizmatlar tizimini shakllantirish masalalari turizmni rivojlantirishning zarur metodik asosi sifatida yoritiladi [7; 8].



O‘zbekiston hududlarida bunday modelni tarixiy qishloqlar, hunarmandchilik markazlari, tog‘oldi hududlari, cho‘l zonalari, qadimiy sug‘orma dehqonchilik hududlari, milliy taomlari mashhur bo‘lgan qishloqlar va ekologik jihatdan jozibador maskanlarda qo‘llash mumkin. “O‘zbekiston — 2030” strategiyasini amalga oshirish doirasidagi hujjatlarda qishloq turizmi, agroturizm, tog‘ turizmi, bolalar va o‘smirlar turizmini rivojlantirish bo‘yicha dasturlar ishlab chiqish vazifasi ham belgilangan [4]. Bu “Smart Ethno Village” konsepsiyasining milliy siyosiy yo‘nalishlar bilan mos kelishini ko‘rsatadi.

Modelning marketing qismi “hududiy brend” yaratishga asoslanadi. Har bir aqlli etnoqishloq o‘z nomi, logotipi, shiori, asosiy turistik hikoyasi, maxsus suvenir mahsuloti, milliy taomi, fotozona va raqamli sahifalariga ega bo‘lishi kerak. Masalan, bir qishloq kulolchilik bilan, boshqasi kashtachilik bilan, yana biri milliy non yopish an‘anasi yoki tog‘ ekoturlari bilan brendlashishi mumkin. Brend sun‘iy yaratilgan reklama emas, qishloqning real madaniy xususiyatidan kelib chiqishi lozim.

“Smart Ethno Village” loyihasida elektron bozor ham muhim komponent hisoblanadi. Turist qishloqdan qaytgandan keyin ham mahalliy mahsulotlarni onlayn buyurtma qilishi mumkin. Bu hunarmandlar, ayollar tadbirkorligi, fermer xo‘jaliklari va oziq-ovqat ishlab chiqaruvchilar uchun doimiy daromad manbai yaratadi. Elektron bozor modelida mahsulot sertifikatini, narx, yetkazib berish, to‘lov va mijoz fikri ko‘rsatiladi. Bu xizmat qishloq turizmini mavsumiy daromad manbaidan yil davomida ishlaydigan iqtisodiy tizimga aylantiradi.



Xalqaro tajriba shuni ko'rsatadiki, qishloq turizmi faqat iqtisodiy foyda uchun emas, balki ijtimoiy birdamlik va madaniy merosni saqlash uchun ham muhimdir. UN Tourismning "Best Tourism Villages" tashabbusi madaniy va tabiiy aktivlarga ega qishloq destinatsiyalarini tanlab, ularning barqaror turizm, merosni saqlash va mahalliy iqtisodiyotga hissa qo'shish salohiyatini qo'llab-quvvatlaydi [13]. "Smart Ethno Village" modeli ham shu ruhda mahalliy an'ana, iqtisodiy manfaat va barqaror boshqaruvni birlashtirishi kerak.

Loyihaning amaliy joriy etilishi bosqichma-bosqich amalga oshiriladi. Birinchi bosqichda qishloq resurslari inventarizatsiya qilinadi: madaniy obyektlar, hunarmandlar, mehmon uylari, taomlar, tabiat obyektlari, transport imkoniyatlari va infratuzilma holati aniqlanadi. Ikkinchi bosqichda raqamli platforma yaratiladi va QR-kontent ishlab chiqiladi. Uchinchi bosqichda mahalliy aholi o'qitiladi: xizmat ko'rsatish, gigiyena, mehmon kutish, gidlik, raqamli savodxonlik, narxlash va marketing bo'yicha treninglar tashkil etiladi. To'rtinchi bosqichda turistik paketlar sinovdan o'tkaziladi. Beshinchi bosqichda monitoring va baholash tizimi yo'lga qo'yiladi.

Monitoring tizimi quyidagi indikatorlar asosida yuritilishi mumkin: sayyohlar soni, tunab qolish davomiyligi, mahalliy daromad ulushi, bandlik yaratilishi, ayollar va yoshlar ishtiroki, mijozlar qoniqish indeksi, ekologik yuklama, chiqindi hajmi, suv sarfi, raqamli bronlash ulushi va takroriy tashriflar. Mijozlar qoniqish indeksini quyidagicha hisoblash mumkin:

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^n S_i}{n}$$



Bu yerda:

CSI — customer satisfaction index;

S_i — har bir turist tomonidan berilgan baho;

n — baho bergan turistlar soni.

Agar baholash 1 dan 5 gacha bo'lsa, 4 dan yuqori natija xizmat sifatining yaxshi ekanini bildiradi. 3 dan past natija xizmat, infratuzilma yoki turistik tajriba bo'yicha muammo mavjudligini ko'rsatadi.

“Smart Ethno Village” konsepsiyasi qishloq turizmini yangi bosqichga olib chiqadi, chunki u qishloqni faqat manzil sifatida emas, balki tajriba, iqtisodiyot, meros va texnologiya birlashgan tizim sifatida ko'radi. Bu model O'zbekistonning turizm mahallalari, etnoturizm, agroturizm va ichki turizmni rivojlantirish bo'yicha maqsadlariga mos keladi. Eng muhimi, model mahalliy aholining manfaatini markazga qo'yadi. Turizm qishloq hayotini buzmasligi, aksincha, uni iqtisodiy va madaniy jihatdan mustahkamlashi kerak.

Xulosa. “Smart Ethno Village” konsepsiyasi qishloq turizmini rivojlantirishda an'anaviy etnomadaniy resurslar va zamonaviy raqamli texnologiyalarni birlashtiruvchi innovatsion yondashuv sifatida muhim ahamiyatga ega. Bu model orqali qishloq hududlarining tarixiy xotirasi, urf-odatlar, hunarmandchiligi, milliy taomlari, tabiiy landshafti va mehmondo'stlik an'analari turistik mahsulotga aylantiriladi.

Modelning asosiy afzalligi shundaki, u qishloq turizmini bir martalik ekskursiya shaklida emas, balki raqamli platforma, mahalliy xizmatlar zanjiri, turistik paketlar,



elektron bozor, ekologik monitoring va hamjamiyat ishtirokiga tayangan kompleks tizim sifatida tashkil etadi.

“Smart Ethno Village” modeli O‘zbekiston sharoitida turizm mahallalari, qishloq turizmi, agroturizm va etnoturizmni rivojlantirish bo‘yicha belgilangan vazifalarga mos keladi. Modelni joriy etishda etnomadaniy autentiklikni saqlash, raqamli xizmatlarni rivojlantirish, mahalliy aholini o‘qitish, ekologik yuklamani nazorat qilish va xizmatlar sifatini doimiy monitoring qilish muhimdir.

Qishloq turizmining barqaror rivoji faqat infratuzilma qurish bilan ta'minlanmaydi. U mahalliy aholining ishonchi, madaniy merosga hurmat, adolatli iqtisodiy manfaat, raqamli ko‘rinish va sifatli boshqaruv asosida shakllanadi. Shu jihatdan “Smart Ethno Village” konsepsiyasi O‘zbekiston qishloqlarining turizm salohiyatini zamonaviy, barqaror va raqobatbardosh shaklda rivojlantirish uchun istiqbolli model hisoblanadi.

Yuqoridagilardan kelib chiqib quyidagi **taklif va tavsiyalar** ishlab chiqildi:

- har bir viloyatda “Smart Ethno Village” uchun 2–3 ta tajriba qishlog‘ini tanlab, ularning etnomadaniy resurslari, infratuzilmasi, raqamli tayyorgarligi va mahalliy aholi ishtiroki asosida pilot loyiha ishlab chiqish lozim;
- “Aqlli etnoqishloq” raqamli platformasini yaratib, unda bronlash, QR-gid, elektron to‘lov, virtual xarita, turistlar fikri, mahalliy mahsulotlar onlayn bozori va turistik paketlar modullarini birlashtirish maqsadga muvofiq;
- mahalliy aholi, ayniqsa ayollar va yoshlar uchun mehmon kutish, gastronomik xizmat, gidlik, raqamli marketing, xorijiy til, gigiyena va xavfsizlik bo‘yicha qisqa amaliy treninglar tashkil etish kerak;



- har bir “Smart Ethno Village” uchun turistik sig‘im, ekologik yuklama, mahalliy daromad ulushi va mijozlar qoniqish indeksini baholovchi monitoring tizimi joriy qilinishi zarur.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. O‘zbekiston Respublikasining “Turizm to‘g‘risida”gi Qonuni. – 2019-yil 18-iyul, O‘RQ-549-son // Qonunchilik ma‘lumotlari milliy bazasi.
2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “O‘zbekiston — 2030” strategiyasi to‘g‘risida”gi Farmoni. – 2023-yil 11-sentabr, PF-158-son // Qonunchilik ma‘lumotlari milliy bazasi.
3. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “Ichki turizm xizmatlarini diversifikatsiya qilishga oid qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi qarori. – 2022-yil 30-aprel, PQ-232-son // Qonunchilik ma‘lumotlari milliy bazasi.
4. “O‘zbekiston — 2030” strategiyasini 2023-yilda sifatli va o‘z vaqtida amalga oshirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi hujjat. – 2023-yil 11-sentabr // Qonunchilik ma‘lumotlari milliy bazasi.
5. O‘zbekiston Respublikasida turizmni jadal rivojlantirishga oid qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida. – 2019-yil 5-yanvar, PF-5611-son // Qonunchilik ma‘lumotlari milliy bazasi.
6. Tuxliyev I.S., Hayitboyev R., Safarov B.Sh., Tursunova G.R. Turizm asoslari: darslik. – Toshkent: Fan va texnologiya, 2014.
7. Mirzayev M.T., Aliyeva M.T. Turizm asoslari: o‘quv qo‘llanma. – Toshkent: O‘zbekiston faylasuflari milliy jamiyati nashriyoti, 2011. – 288 b.



8. Ibodullayev N.E. O'zbekistonning turistik resurslari: ma'ruzalar matni. – Samarqand: Samarqand iqtisodiyot va servis instituti, 2008.
9. UN Tourism. Digital Transformation. – Madrid: World Tourism Organization, 2024.
10. Interreg Central Europe. Smart Tourism Village Tool. – 2025.
11. UN Tourism. Rural Tourism. – Madrid: World Tourism Organization, 2024.
12. Hande U. Redesigning rural space through smart ecotourism villages // Cities. – 2026.
13. Ballina F.J.D.B. Smart concept in rural tourism: A comparison between two initiatives in Spain and Portugal // Revista de Economia e Sociologia Rural. – 2021.