TURDIBEKOV XASAN
IBRAGIMOVICH

O‘ZBEKISTONDA TURIZM INDUSTRIYASINI STRATEGIK RIVOJLANTIRISH: TASHKILIY-IQTISODIY MEXANIZMLAR VA XALQARO TAJRIBA



5709

O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY TA’LIM, FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI

TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI SAMARQAND FILIALI

TURDIBEKOV XASAN IBRAGIMOVICH

O‘ZBEKISTONDA TURIZM INDUSTRIYASINI STRATEGIK RIVOJLANTIRISH: TASHKILIY-IQTISODIY MEXANIZMLAR VA XALQARO TAJRIBA

MONOGRAFIYA

Samarqand – 2026

UO‘K: 338.482.2(575.1)
T 88
KBK: 65.433

TURDIBEKOV XASAN IBRAGIMOVICH

O‘zbekistonda turizm industriyasini strategik rivojlantirish: tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlar va xalqaro tajriba *[Matn]:* ***Monografiya*** */ TDIU SF – Samarqand.: “STEP-SEL” MCHJ nashriyoti, 2026 - 186 bet.*

Ushbu monografiyada O‘zbekistonda turizm industriyasini strategik rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarini takomillashtirish masalalari tizimli, kompleks va ilmiy asoslangan yondashuv doirasida keng yoritilgan. Tadqiqotda turizm sohasining milliy iqtisodiyotdagi o‘rni nafaqat xizmatlar sektorining muhim tarkibiy qismi sifatida, balki hududiy iqtisodiy o‘sish, bandlikni kengaytirish, eksport tushumlarini ko‘paytirish, investitsion jozibadorlikni oshirish hamda ijtimoiy infratuzilmani rivojlantirishga ta’sir ko‘rsatuvchi strategik tarmoq sifatida baholangan. Turizmning hududiy rivojlanishdagi o‘rni, ichki va tashqi turistik oqimlar shakllanishi, tarixiy-madaniy merosdan samarali foydalanish, turistik mahsulotlarni diversifikatsiyalash hamda hududlarning brend salohiyatini kuchaytirish kabi masalalar ilmiy nuqtayi nazardan asoslab berilgan. Umuman olganda, monografiya O‘zbekistonda turizmni barqaror va raqobatbardosh tarzda rivojlantirish, investitsiya muhitini yaxshilash, hududiy turizm siyosatini takomillashtirish, eksport salohiyatini oshirish hamda milliy turizm strategiyasini ishlab chiqishda muhim nazariy va amaliy manba sifatida xizmat qiladi. Asarda ilgari surilgan ilmiy xulosalar, uslubiy yondashuvlar va amaliy tavsiyalar turizm sohasini modernizatsiya qilishga, boshqaruv sifatini oshirishga va hududlar iqtisodiy faolligini kuchaytirishga qaratilganligi bilan alohida ahamiyat kasb etadi. Shu sababli monografiya turistik soha mutaxassislari, davlat boshqaruvi organlari vakillari, ilmiy tadqiqotchilar, doktorantlar, magistrantlar hamda strategik rejalashtirish bilan shug‘ullanuvchi amaliyotchilar uchun muhim ilmiy-amaliy qo‘llanma vazifasini bajaradi.

Taqrizchilar:

Kuvandikov Shuxrat Oblakulovich - SamISI professori, i.f.d.

Qo‘ziboyev Boxodir Azzamboy o‘g‘li – TDIU SF dotsenti, i.f.f.d. (PhD).

Monografiya Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti Samarqand filialining 4-sonli yig‘ilishida (29.11.2025-yil) muhokama etilib, nashrga tavsiya etilgan.

Mazkur tadqiqot IL-9124093892 raqamli “Inklyuziv turizmni tashkil etishning metodik asoslarini ishlab chiqish (Navoiy viloyatining Xatirchi, Nurota va Qiziltepa tumanlari misolida)” mavzusidagi innovatsion loyiha doirasida moliyalashtirildi.

ISBN: 978-9910-225-25-3

© Turdibekov X.I., SamISI. 2026 y.
© “STEP-SEL” MChJ nashriyoti. 2026 y.

MUQADDIMA

Jahon iqtisodiyotida turizm industriyasi so‘nggi o‘n yilliklarda eng tez o‘zgarayotgan va ko‘p tarmoqli ta’sir kuchiga ega sohalardan biriga aylandi. Uning ahamiyati faqat turistik xizmatlar hajmi yoki valyuta tushumlari bilan emas, balki hududiy rivojlanishni jadallashtirish, yangi ish o‘rinlari yaratish, infratuzilmani modernizatsiya qilish, tadbirkorlik muhitini faollashtirish va milliy iqtisodiyot tarkibini diversifikatsiyalashga qo‘shayotgan hissasi bilan belgilanadi. Shu ma’noda turizm endilikda oddiy servis tarmog‘i emas, balki iqtisodiy o‘sish, ijtimoiy barqarorlik va hududiy raqobatbardoshlikni ta’minlovchi strategik drayver sifatida namoyon bo‘lmoqda. Bugungi global sharoitda turizm sohasi oldida mutlaqo yangi vazifalar turibdi. Agar avvalgi bosqichlarda asosiy e’tibor turistlar sonini oshirish va xizmatlar hajmini kengaytirishga qaratilgan bo‘lsa, hozirgi davrda ustuvor yo‘nalish sifatida barqarorlik, raqamlashtirish, hududiy mutanosiblik, resurslardan oqilona foydalanish va mahalliy aholi manfaatlarini ta’minlash masalalari ilgari surilmoqda. Bu esa turizmni rivojlantirishga nisbatan an’anaviy emas, balki strategik, tizimli va institutsional yondashuvni talab qiladi. Aynan shu nuqtada tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlar masalasi markazga chiqadi: qaysi sub’ektlar, qaysi instrumentlar, qaysi boshqaruv usullari va qaysi rag‘batlantirish vositalari orqali turizmni samarali rivojlantirish mumkin, degan savol dolzarb ahamiyat kasb etadi.

So‘nggi yillarda Yangi O‘zbekiston sharoitida turizmni iqtisodiyotning ustuvor yo‘nalishlaridan biri sifatida rivojlantirishga qaratilgan keng qamrovli islohotlar amalga oshirildi. Viza rejimining liberallashuvi, transport va mehmonxona infratuzilmasining kengayishi, yangi turistik yo‘nalishlarni shakllantirish, ichki turizmni rag‘batlantirish, ziyorat va ekologik turizmni qo‘llab-quvvatlash, sohada xususiy sektor ishtirokini kuchaytirish kabi chora-tadbirlar turizmning yangi bosqichga chiqishi uchun shart-sharoit yaratdi. Shu bilan birga, amaliyot shuni ko‘rsatmoqdaki, hududlar kesimida turizmni rivojlantirish darajasi bir xil emas, imkoniyatlardan foydalanish samaradorligi ham turlicha. Ayrim hududlarda tarixiy-madaniy va tabiiy resurslar etarli bo‘lsa-da, ularning bozorlashuv darajasi past; boshqa hududlarda esa infratuzilma yoki kadrlar salohiyati etishmaydi. Demak, muammo resurs tanqisligida emas, balki ularni tashkiliy-iqtisodiy jihatdan to‘g‘ri birlashtira olmaslikda ham namoyon bo‘ladi.

Hududlarda turizm industriyasini strategik rivojlantirish masalasi, avvalo, hududiy iqtisodiyotni faollashtirish vositasi sifatida muhimdir. Turizmning o‘ziga xos xususiyati shundaki, u faqat bitta tarmoqni emas,

balki transport, qurilish, savdo, umumiy ovqatlanish, qishloq xo‘jaligi, xizmat ko‘rsatish, madaniyat, axborot texnologiyalari va hunarmandchilik kabi ko‘plab sohalarni bir vaqtning o‘zida harakatga keltiradi. Shu bois turizmni rivojlantirishga kiritilgan sarmoya ko‘p holatda multiplikativ samara beradi. Bu esa uni hududiy taraqqiyotning integratsion platformasiga aylantiradi. Ayniqsa, ish o‘rinlari yaratish, yoshlar va xotin-qizlar bandligini oshirish, qishloq hududlarida norasmiy daromad manbalarini legal iqtisodiy faoliyatga aylantirish nuqtai nazaridan turizmning roli beqiyosdir.

Shu bilan birga, turizmni strategik rivojlantirishda faqat iqtisodiy o‘sishga qarab ish tutish etarli emas. Zamonaviy yondashuv turizmni barqarorlik tamoyillari bilan uyg‘un holda ko‘rishni talab etadi. Tabiiy muhitga tushayotgan bosim, tarixiy meros ob’ektlarining saqlanishi, mahalliy aholi manfaatlari, shaharlar va qishloq hududlaridagi ijtimoiy infratuzilmaga yuklama, suv va energiya resurslaridan foydalanish kabi omillar ham turizm siyosati markazida turishi lozim. Aks holda qisqa muddatli foyda uzoq muddatli yo‘qotishlarga olib kelishi mumkin. Shu sababli turizmni boshqarishda “ko‘proq turist” emas, balki “ko‘proq qiymat, yuqoriroq sifat va barqarorroq natija” mezoni ustuvor bo‘lishi shart.

Mazkur monografiya aynan shu ilmiy va amaliy ehtiyojdan kelib chiqib, O‘zbekistonda turizm industriyasini strategik rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarini takomillashtirish masalasini keng qamrovda tadqiq etadi. Unda turizmning milliy iqtisodiyotdagi o‘rni, uning hududiy rivojlanishga ta’siri, xalqaro tajribalar, strategik boshqaruvning ilmiy yondashuvlari va sohani takomillashtirishning ustuvor yo‘nalishlari tahlil qilinadi. Ayniqsa, turizmni boshqarishda SWOT, PESTEL, Porter’ning besh kuch modeli, klasterli yondashuv, davlat-xususiy sheriklik, raqamli transformatsiya, innovatsion xizmatlar va inson kapitali masalalariga alohida urg‘u beriladi. Bu esa tadqiqotni faqat tavsifiy emas, balki tahliliy va metodologik jihatdan ham ahamiyatli qiladi.

Tadqiqotning alohida ahamiyati yana shundaki, u hududiy darajani markazga qo‘yadi. Milliy darajada qabul qilingan strategiyalar qanchalik to‘g‘ri bo‘lmasin, ularning haqiqiy samarasi hududlarda namoyon bo‘ladi. Samarqand viloyati misoli bu borada ayniqsa qiziqarli va ilmiy jihatdan qimmatlidir. Chunki mazkur hudud bir vaqtning o‘zida tarixiy-madaniy, ziyorat, gastronomik, ishbilarmonlik va qisman ekologik turizm segmentlarini birlashtiruvchi murakkab turistik tizimni namoyon etadi. Shu ma’noda Samarqand tajribasi butun mamlakat uchun reprezentativ maydon sifatida xizmat qilishi mumkin. Bu erda mavjud infratuzilma, turistik oqim,

xizmatlar sifati, logistika, investitsiya muhiti va boshqaruv amaliyotini tahlil qilish orqali umumiy xulosalar chiqarish mumkin bo‘ladi.

Monografiyada xalqaro tashkilotlar va ilg‘or mamlakatlar tajribasiga murojaat qilingani ham uning ilmiy qimmatini oshiradi. Dunyo amaliyoti shuni ko‘rsatadiki, turizmda yuqori natijaga erishgan mamlakatlar umumiy jihatdan bir nechta ustuvorlikka tayanadi: kuchli institutsional boshqaruv, raqobatbardosh mahsulot, zamonaviy infratuzilma, aktiv marketing, raqamli echimlar va barqarorlik tamoyillari. Biroq bu modellarni mexanik tarzda ko‘chirish emas, balki O‘zbekistonning milliy, madaniy va hududiy xususiyatlariga moslashtirish lozim. Ana shu moslashtirish jarayoni ham tadqiqotning muhim metodologik vazifalaridan biri hisoblanadi. Turizmni barqaror rivojlantirish, investitsiya muhitini yaxshilash, xizmatlar eksportini oshirish, hududiy klasterlarni shakllantirish, raqamli boshqaruv instrumentlarini joriy etish va kadrlar tayyorlash tizimini kuchaytirish bo‘yicha ilgari surilgan xulosalar milliy turizm strategiyasini yanada takomillashtirishga xizmat qiladi. Shu bilan birga, monografiya oliy ta’lim muassasalari, doktorantlar, tadqiqotchilar va turizm sohasi mutaxassislari uchun nazariy va uslubiy manba sifatida ham muhim ahamiyatga ega.

I BOB. TURIZM INDUSTRIYASINI STRATEGIK RIVOJLANTIRISHNING NAZARIY-METODOLOGIK ASOSLARI

1.1. Turizm industriyasi rivojlanishi strategiyalarining iqtisodiy mohiyati, asosiy tushunchalari va iqtisodiyot rivojlanishidagi ahamiyati

Hozirgi global sharoitda turizm industriyasi jahon xo‘jaligining eng jadal rivojlanayotgan tarmoqlaridan biri sifatida namoyon bo‘lib, xizmatlar iqtisodiyotiga o‘tish jarayonlarining muhim harakatlantiruvchi kuchiga aylanmoqda. Xalqaro tashkilotlar baholariga ko‘ra, turizm sohasi pandemiyadan keyingi davrda barqaror tiklanish bosqichiga kirgan bo‘lib, xalqaro sayohatlar oqimi va turizm daromadlari oldingi yuqori ko‘rsatkichlarga yaqinlashgan. Shu bilan birga, sayohat va turizm nafaqat jahon iqtisodiyotining muhim tarkibiy qismi, balki bandlikni ta’minlash, hududiy faollikni kuchaytirish va xizmatlar bozorini kengaytirishda ham yetakchi omillardan biri bo‘lib qolmoqda.

Turizm industriyasi mazmunan faqat servis xizmatlari yig‘indisi emas, balki iqtisodiy o‘sishni rag‘batlantiruvchi, milliy xo‘jalikni diversifikatsiyalovchi, eksport salohiyatini mustahkamlovchi hamda hududlar rivojiga turtki beruvchi strategik tarmoq sifatida namoyon bo‘lmoqda. O‘zbekiston tajribasi ham ushbu fikrni tasdiqlaydi: turizm mamlakat iqtisodiyotida tobora muhim o‘rin egallab, xizmatlar eksporti, investitsion jozibadorlik, hududiy infratuzilma va tadbirkorlik faolligini kuchaytiruvchi sohalardan biriga aylanmoqda. So‘nggi davrda mamlakatga xorijiy tashriflar oqimining faollashuvi hamda turizm xizmatlari eksportining kengayishi ushbu tarmoqning milliy iqtisodiyotdagi o‘rni tobora mustahkamlanayotganini ko‘rsatmoqda.

Shu bois turizm industriyasi rivojlanishi strategiyalarining iqtisodiy mohiyatini, uning asosiy kategoriya va tushunchalarini, shuningdek, milliy iqtisodiyot taraqqiyotidagi o‘rni va rolini chuqur ilmiy tahlil qilish dolzarb ahamiyat kasb etadi. Mazkur yo‘nalishdagi tadqiqotlar nafaqat nazariy jihatdan, balki amaliy siyosat va boshqaruv qarorlarini shakllantirish nuqtayi nazaridan ham muhim hisoblanadi.

UN Tourism glossariysiga ko‘ra, “turizm industriyasi” — asosiy faoliyati turizmga xos faoliyat hisoblangan barcha korxonalar majmuasi sifatida ta’riflanadi.

Ya’ni turizm sektori ilmiy-amaliy jihatdan «turizm industriyasi» klasterining yalpi yig‘indisi sifatida qaraladi[1].

Ushbu yondashuvga ko‘ra, turizm industriyasi quyidagi asosiy komponentlarni qamrab oladi[2]:

- joylashtirish vositalari (mehmonxonalar, xostellar, dam olish uylari, ziyoratxonalar);
- transport xizmatlari (havo, temir yo‘l, avtomobil, daryo va boshqa turdagi yo‘lovchi tashish xizmatlari);
- umumiy ovqatlanish korxonalari, keytering va restoran xizmatlari;
- madaniy, ko‘ngilochar va sport-innovatsion infratuzilma (muzey, teatr, festivallar, tematik parklar, sport inshootlari);
- turoperatorlik va turagentlik xizmatlari, gid-tarjimonlik, ekskursiya xizmatlari;
- sog‘lomlashtirish va rekreatsiya muassasalari, sanatoriylar, SPA markazlar;
- axborot-kommunikatsiya platformalari va raqamli servislar (onlayn bron qilish, agregatorlar, «aqlli» destinatsiyalar infratuzilmasi).

O‘zbekistonlik tadqiqotchilar ham turizm industriyasini keng majmua sifatida talqin qiladilar. Masalan, Allaberganov turizm industriyasini mehmonxonalar, transport, ovqatlanish, sog‘lomlashtirish, ekskursiya va gidlik xizmatlarini ko‘rsatuvchi tashkilotlar yig‘indisi deb ta’kidlaydi[3]. Kamilova va Hamidov mehmondo‘stlik industriyasini turizm industriyasining markaziy bo‘g‘ini sifatida qarab, joylashtirish va ovqatlanish xizmatlari to‘plamini alohida ta’kidlaydilar[4].

Xalqaro o‘quv qo‘llanmalarda esa turizm va mehmonxona xizmatlari iqtisodiyoti milliy iqtisodiyotda resurslar taqsimoti, ish o‘rinlari va valyut tushumida muhim o‘rin tutadigan multi-sektor tarmoq sifatida ifodalanadi[5].

[1] UN Tourism. Glossary of Tourism Terms [Electronic resource]. Available at: https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms

[2] Kamilova F.K., Ro‘ziyev S.S. Turizm marketingi. O‘quv qo‘llanma. – Toshkent: TDIU, 2007. – 204 b.

[3] Allaberganov A.A. Turizm industriyasi. – Toshkent, 2004. – 200 b.

[4] Kamilova F.K., Ro‘ziyev S.S. Turizm marketingi. O‘quv qo‘llanma. – Toshkent: TDIU, 2007. – 204 b.

[5] Strategic Foresight Scenarios for Tourism Development in Uzbekistan // Academia Open. – 2024. – Vol. 8. – URL: https://acopen.umsida.ac.id

1.1.1-jadval.

«Turizm industriyasi» tushunchasining turli mualliflar tomonidan talqini[6]

№	Muallif	«Turizm industriyasi» tushunchasi mazmuni	Yondoshuvning o‘ziga xos jihati
1	Allaberganov A.A.[7]	Turizm bilan bog‘liq mehmonxona, transport, ovqatlanish, sog‘lomlashtirish va ekskursiya xizmatlarini ko‘rsatuvchi tashkilotlar Majmuasi	Industriyaning moddiy-texnik bazasiga urg‘u beriladi
2	Kamilova F.K., Hamidov O.H.[8]	Mehmondo‘stlik va joylashtirish xizmatlari atrofida shakllangan mehmonxona, restoran va servis korxonalari tizimi	«Mehmondo‘stlik industriyasi» markaziy yadro sifatida ko‘riladi
3	Sultonov Sh. va boshqalar[9]	Turizm va mehmonxona xo‘jaligi resurslarini safarbar etuvchi iqtisodiy tarmoqlar majmuasi	Turizm industriyasining resurslar va investisiyalar bilan bog‘liqligi ochib beriladi
4	Jahon turizm tashkiloti (glossariy)[10]	Turizmga xos mahsulotlar ishlab chiqarishda ixtisoslashgan «turizm industriyalari» va ular klasterini o‘z ichiga olgan sektor	Turizm industriyasi «talabga asoslangan» sektor sifatida izohlanadi
5	OECD Tourism Trends[11]	Sanoat, xizmatlar va infratuzilma tarmoqlari kesishmasida joylashgan, yuqori qo‘shilgan qiymat yaratadigan servis tarmoqlar tizimi	Turizm industriyasi postindustrial iqtisodiyot drayveri sifatida ko‘riladi
6	WTTC hisobotlari[12],[13]	YAIM, eksport va ish bilan bandlikda salmoqli ta’sirga ega bo‘lgan global va milliy tarmoqlar yig‘indisi	Turizm industriyasining makroiqtisodiy ko‘rsatkichlarga ta’siri e’tiborga olinadi

[6] Muallif tomonidan ishlab chiqilgan

[7] Аллаберганов А.А. Туризм индустрияси. – Тошкент, 2004. – 200 б.

[8] Камилова Ф.К., Ҳамидов О.Ҳ. Меҳмондўстлик индустрияси. Ўқув қўлланма. – Тошкент: ТДИУ, 2007. – 180 б.

[9] Sultonov Sh., Shavkiyev E., Pulatova D.A. Turizm va mehmonxona xizmatlari iqtisodiyoti. O‘quv qo‘llanma. – Toshkent, 2019. – 250 b.

[10] World Travel & Tourism Council. Travel & Tourism Economic Impact 2024. – London, 2024. – URL: https://wttc.org

[11] OECD. OECD Tourism Trends and Policies 2020. – Paris: OECD Publishing, 2020. – 260 p. – URL: https://www.oecd.org

[12] World Travel & Tourism Council. Travel & Tourism Economic Impact 2024. – London, 2024. – URL: https://wttc.org

[13] World Travel & Tourism Council. Uzbekistan 2024 – Annual Research: Key Highlights. – London, 2024. – URL: https://researchhub.wttc.org

7	Kovalchuk A.P., Miloradov K.A.[14]	«Yashil» texnologiyalar va turistik-rekreasion klasterlar asosida shakllanadigan mehmondo‘stlik va turizm korxonalari tizimi	Ustuvorlik ekologik barqarorlik va klasterli rivojlanishga qaratiladi
8	Bitter N.V., Nyurenberger L.B. va boshqalar[15]	Raqamli transformatsiya sharoitida onlayn servislar, platformalar va «aqlli» infratuzilmani qamrab olgan turizm va mehmondo‘stlik xizmatlari majmuasi	Raqamlashtirish turizm industriyasining strategik resursi sifatida ko‘riladi
9	Muradov X.S.[16]	Milliy brending, tarixiy-madaniy meros va mintaqaviy klasterlar asosida shakllanadigan milliy turizm tizimi	Turizm industriyasi tarixiy va siyosiy islohotlar bilan bog‘liq holda izohlanadi
10	Astanakulov O.[17]	Turizm industriyasi samaradorligi, raqobatbardoshligi va raqamli infratuzilma bilan chambarchas bog‘liq iqtisodiy tizim	Industriyani samaradorlik, marketing va raqamli ko‘rsatkichlar orqali baholashga urg‘u beriladi
11	Muallif talqini	bu turistlarning safarga tayyorgarlik ko‘rishi, harakatlanishi, joylashishi, ovqatlanishi, dam olishi, davolanishi, madaniy hordiq chiqarishi va boshqa ehtiyojlarini qondirishga xizmat qiluvchi o‘zaro bog‘liq korxonalar, xizmatlar, infratuzilma, raqamli platformalar, institutsional mexanizmlar va boshqaruv subyektlari tizimidir.	Tushuncha kompleks tizim sifatida talqin qilinadi: unda xizmat ko‘rsatish sohasi, infratuzilma, raqamlashtirish, klasterlashuv, hududiy boshqaruv va barqaror rivojlanish omillari yagona metodologik yondashuvda birlashtiriladi. U hududiy resurslardan samarali foydalanish, yuqori qo‘shilgan qiymat yaratish, bandlikni kengaytirish, mintaqaviy raqobatbardoshlikni oshirish hamda turizmning barqaror strategik rivojlanishini ta’minlaydi.

[14] Ковалчук А.П., Милорадов К.А. Анализ пройектов внедрения «зеленых» технологий в сфере гостеприимства и туризма // Вопросы инновационной экономики. – 2020. – Т. 10. – № 2. – S. 1041–1048. – doi:10.18334/vinec.10.2.110133.

[15] Bitter N.V., Nyurenberger L.B., Petrenko N.Ye., Bыkova V.A. Sfera uslug turizma i gostepriimstva: novыye vozmojnosti v kontekste sifrovoy transformasii // Ekonomika, predprinimatelstvo i pravo. – 2024. – T. 14. – № 5. – S. 2443–2458. – doi:10.18334/epp.14.5.120991.

[16] Muradov X.S. Markaziy Osiyoda turizm sohasining rivojlanishi tarixi (O‘zbekiston misolida) // Educational Research in Universal Sciences. – 2024. – № X. – URL: https://erus.uz

[17] Astanakulov O. O‘zbekistonda turizm samaradorligini baholash va uni rivojlantirish istiqbollari // Qo‘qon universiteti xabarnomasi. – 2024. – T. 13. – № X. – URL: https://herald.kokanduni.uz

1.1.1-jadvalda keltirilgan yondashuvlar «turizm industriyasi» tushunchasining bir nechta muhim o‘lchamini namoyon qiladi. Birinchidan, mahalliy mualliflar – Allaberganov, Kamilova, Sultonov va boshqalar – turizm industriyasini asosan moddiy-texnik baza va servis sub’yektlari majmuasi sifatida ta’riflaydilar. Bu erda mehmonxona, ovqatlanish, transport, ekskursiya va gidlik xizmatlari industriyaning yadrosini tashkil etadi. Ikkinchidan, xalqaro tashkilotlar va tadqiqotlar (Jahon turizm tashkiloti, OECD, WTTC) turizm industriyasini talabga asoslangan, klasterli va makroiqtisodiy ko‘rsatkichlarga sezilarli ta’sir ko‘rsatuvchi sektor sifatida ifodalaydi. Uchinchidan, zamonaviy tadqiqotlarda ekologik barqarorlik va raqamli transformatsiya alohida e’tiborga olinadi. Kovalchuk va Miloradov turizm industriyasining «yashil» texnologiyalar va turistik-rekreasion klasterlar bilan uyg‘unlashuvini ta’kidlasa, Bitter va Nyurenberger raqamli platformalar, onlayn bron tizimlari va «aqlli» servislar industriya samaradorligini oshirishini ko‘rsatadilar. Muradov va Astanakulovning ishlarida esa milliy brending, tarkibiy islohotlar va raqobatbardoshlik ko‘rsatkichlari orqali turizm industriyasi milliy iqtisodiyotning strategik tarmog‘i sifatida talqin qilinadi. Shu ma’noda, turizm industriyasi iqtisodiy kategoriya sifatida ham xizmatlar majmuasi, ham makroiqtisodiy drayver, ham barqaror rivojlanish va raqamli iqtisodiyot bilan bog‘langan kompleks tizim sifatida namoyon bo‘ladi. Turizm industriyasi milliy iqtisodiyotda qator kanallar orqali kompleks ta’sir ko‘rsatadi. Bunda:

- YAIMga to‘g‘ridan-to‘g‘ri va bilvosita hissa qo‘shuvchi sohalar – turistlarning to‘g‘ridan-to‘g‘ri sarf-xarajatlari (joylashish, transport, ovqatlanish, ekskursiya xizmatlari) hamda ularni ta’minot qiluvchi tarmoqlar (qishloq xo‘jaligi, sanoat, savdo, qurilish va boshqalar) orqali ko‘paytiruvchi ta’sir yuzaga keladi.
- Ish bilan bandlik – WTTC ma’lumotlariga ko‘ra, “turizm va sayohat sohasi jahon bo‘yicha har o‘ninchi ish o‘rnini ta’minlaydi, turizm industriyasi mehnat sig‘imi yuqori bo‘lgan tarmoq hisoblanadi”.
- Eksport va valyut tushumlari – “xalqaro turizm xizmatlari eksport xizmatlari tuzilmasida katta ulushga ega bo‘lib, ko‘plab davlatlar uchun diversifikatsiyalangan valyuta manbai vazifasini bajaradi”.
- Hududiy rivojlanish va infratuzilma – “turizm markazlari atrofida transport, kommunal, ta’minot, kichik biznes va xizmatlar infratuzilmasi rivojlanib, hududiy nomutanosibliklar kamayishiga hissa qo‘shadi”[18].

[18] Muradov X.S. Markaziy Osiyoda turizm sohasining rivojlanishi tarixi (O‘zbekiston misolida) // Educational Research in Universal Sciences. – 2024. – № X. – URL: https://erus.uz

O‘zbekiston misolida turizm industriyasi milliy iqtisodiyotning strategik tarmoqlaridan biri sifatida e’tirof etilgan. Turizm sohasini 2019–2025 yillarda rivojlantirishga mo‘ljallangan Konsepsiyasida “mamlakat YAIMida turizm ulushini 5 foizgacha, xorijiy turistlar oqimini esa kamida 9–12 million nafarga etkazish maqsadi belgilab qo‘yilgan”. Ekonomik tadqiqotlar shundan dalolat beradiki, turizm xizmatlari eksporti o‘sishi bilan ish o‘rinlari, xizmatlar sektoridagi mehnat unumdorligi va infratuzilma investisiyalari o‘sishi o‘rtasida ijobiy korrelyasiya kuzatiladi.

Iqtisodiy adabiyotlarda strategiya ko‘p yillik maqsadlarga yo‘naltirilgan qarorlar, resurslar taqsimoti va raqobat ustunligini ta’minlovchi rejalar majmuasi sifatida talqin qilinadi. An’anaviy strategik boshqaruv nazariyasida[19] “strategiya tashkilot yoki tarmoqning tashqi muhitga moslashishi va ichki salohiyatdan maksimal foydalanishni ta’minlaydigan uzoq muddatli yo‘nalish sifatida izohlanadi. Turizm soxasida bu tushuncha mamlakat, hudud yoki korxonaning turistik salohiyatini uzoq muddatli asosda safarbar etish, destinatsiya raqobatbardoshligini oshirish va barqaror rivojlanishni ta’minlashga qaratilgan kompleks chora-tadbirlar tizimi mazmunini oladi”.

1.1.2-jadval.

«Turizmni strategik rivojlantirish» tushunchasining turli mualliflar tomonidan talqini[20]

№	Muallif (manba)	Turizmni strategik rivojlantirish ta’rifining mazmuni	O‘ziga xos jihat
1	Allaberganov A.A. va hammualliflar[21]	Mamlakatning turistik resurslaridan uzoq muddatli foydalanish, destinatsiyalarni raqobatbardosh qilish va xizmatlar eksportini kengaytirishga qaratilgan davlat siyosati va dasturlari tizimi	Davlat strategiyalari va tashqi iqtisodiy integratsiya aloqalariga urg‘u beriladi
2	Astanakulov O.[22]	Turizm samaradorligini oshirish, infratuzilmani modernizatsiya qilish va raqamli texnologiyalarni joriy etishga qaratilgan kompleks chora-tadbirlar majmuasi	Samaradorlik va raqamli innovatsiyalar markaziy o‘rinda turadi

[19] OECD. OECD Tourism Trends and Policies 2020. – Paris: OECD Publishing, 2020. – 260 p. – URL: https://www.oecd.org; Kaikara O. Tourism Development Strategy: Challenges and Opportunities // International Journal Papier Public Review. – 2020. – Vol. 1. – No. 2. – P. 16–20. – URL: https://journal.unesa.ac.id; Onkaew S. Tourism Development Strategy for Effectiveness Expanding Chinese Outbound Tourism Market // Dusit Thani College Journal. – 2020. – Vol. 14. – No. 2. – P. 15–28. – URL: https://dtc.ac.th

[20] Muallif tomonidan ishlab chiqilgan

[21] Allaberganov A.A. va boshqalar. Turistik mamlakatlar iqtisodiyoti. Darslik. – Toshkent: TDIU, 2016. – 320 b.

[22] Astanakulov O. O‘zbekistonda turizm samaradorligini baholash va uni rivojlantirish istiqbollari // Qo‘qon universiteti xabarnomasi. – 2024. – T. 13. – № X. – URL: https://herald.kokanduni.uz

3	Muradov X.S.[23]	Milliy turistik brend, mintaqaviy hamkorlik va viza liberallashuvi orqali turizmni jadal rivojlantirishga qaratilgan siyosiy-iqtisodiy strategiya	Geosiyosiy va tarixiy omillar ustuvorlik beriladi
4	UN Tourism, BMT hisoboti[24]	BMT Barqaror rivojlanish maqsadlariga erishishda turizmning ulushini oshirishga qaratilgan inklyuziv va barqaror rivojlantirish siyosati majmuasi	Barqaror rivojlanish va inklyuzivlikga e'tibor qaratilgan
5	OECD Tourism Trends[25]	Milliy iqtisodiy strategiyalar tarkibida turizmni yuqori qo'shilgan qiymatli, innovatsion va raqobatbardosh xizmatlar tarmog'iga aylantirish jarayoni	Institutsional islohotlar va innovatsiyaga e'tibor qaratiladi
6	Onkaew S[26]	Destinatsiyaning raqobat ustunligini belgilaydigan marketing, investisiya va infratuzilma strategiyalari uyg'unligi	Marketing va pozisiyalashtirishga urg'u beriladi
7	Kaikara O.[27]	Muayyan maqsadli bozor (masalan, Xitoy chiqish turizmi) uchun destinatsiyalar taklifini moslashtiruvchi uzoq muddatli strategiyalar majmuasi	Maqsadli bozorlar bo'yicha differensiatsiyaga e'tibor qaratiladi
8	Olszewski-Strzyżowski va boshqalar[28]	Pandemiyadan so'nggi davrda turizmni strategik rivojlantirish – xalqaro turizm bozoridagi o'zgarishlarni hisobga olgan holda strategiyani qayta ko'rib chiqish, raqobatbardoshlik indekslari va talab trendlariga tayanish	Global shoklar ta'sirini inobatga olgan strategik moslashish, risk-menejment yondashuviga ustunlik beriladi
10	X.Turdibekov[29]	Turizmni strategik rivojlantirish – bir necha ssenariylar asosida uzoq muddatli istiqbollarni baholashga tayanuvchi foursayt va ssenariyli rejalashtirish jarayoni	Foursayt va ssenariyli boshqaruvga asoslangan innovatsion yondashuv

[23] Muradov X.S. Markaziy Osiyoda turizm sohasining rivojlanishi tarixi (O'zbekiston misolida) // Educational Research in Universal Sciences. – 2024. – № X. – URL: https://erus.uz

[24] United Nations General Assembly. Promotion of sustainable tourism for poverty eradication and environment protection. Report of the Secretary-General. – New York: UN, 2024. – URL: https://documents.un.org

[25] OECD. OECD Tourism Trends and Policies 2020. – Paris: OECD Publishing, 2020. – 260 p. – URL: https://www.oecd.org

[26] Onkaew S. Tourism Development Strategy for Effectiveness Expanding Chinese Outbound Tourism Market // Dusit Thani College Journal. – 2020. – Vol. 14. – No. 2. – P. 15–28. – URL: https://dtc.ac.th

[27] Kaikara O. Tourism Development Strategy: Challenges and Opportunities // International Journal Papier Public Review. – 2020. – Vol. 1. – No. 2. – P. 16–20. – URL: https://journal.unesa.ac.id

[28] Olszewski-Strzyżowski D.J. et al. Perspectives for Tourism Development in the Post-Pandemic Period // Sustainability. – 2022. – Vol. 14. – URL: https://mdpi.com

[29] Turdibekov X. Strategic Foresight Scenarios for Tourism Development in Uzbekistan // Academia Open. – 2024. – Vol. 8. – URL: https://acopen.umsida.ac.id/index.php/acopen/article/view/11305

1.1.2-jadvalda keltirilgan ta’riflar turizmni strategik rivojlantirish tushunchasining ko‘p qirrali ekanligini ko‘rsatadi. Milliy va xalqaro manbalarda umumiy jihat sifatida uzoq muddatli maqsadlar, resurslardan samarali foydalanish va raqobatbardoshlikni oshirish vazifasi qayd etilgan. Allaberganov, Muradov va Astanakulov turizm strategiyalarini davlat hujjatlari, huquqiy islohotlar, viza va investisiya rejimlari bilan uzviy bog‘lab talqin qiladilar. Bunda milliy turistik brendni shakllantirish, infratuzilma loyihalarini amalga oshirish, hududiy klasterlar va logistika yo‘laklarini rivojlantirish ustuvor yo‘nalish sifatida ko‘rsatiladi. UN Tourism va OECD manbalarda esa turizmni strategik rivojlantirish barqaror rivojlanish maqsadlari, inklyuzivlik va ijtimoiy ta’sir bilan chambarchas bog‘liq ekanligiga urg‘u berilgan. Shu bilan birga, pandemiyadan so‘nggi davrda Olshevskiy-Strijovskiy va boshqa mualliflar xavflarga bardoshlilik, diversifikatsiya va «yashil» yo‘nalishlarga e’tiborni kuchaytirish lozimligini ta’kidlaydi. Foursayt va ssenariyli rejalashtirishga asoslangan yangi yondashuvlar esa turizm strategiyalarini faqat prognozlar emas, balki ehtimoliy xatar va imkoniyatlarning keng doirasini inobatga olgan holda shakllantirish zaruratini ko‘rsatadi.

Turizm industriyasini strategik rivojlantirish jarayonida qo‘llaniladigan strategiyalarni turli xususiyatlar asosida tasniflash mumkin. Ular davomiyligi, hududiy qamrovi, bozor pozisiyalashuvi, barqarorlik darajasi, raqamli transformatsiyalashuv kabi belgilarga ko‘ra farqlanadi.

1.1.3-jadval.

Turizmni rivojlantirish strategiyalarining turlari va asosiy belgilarga ko‘ra tasnifi[30]

№	Tasnif belgisi	Strategiya turi	Qisqacha mazmun
1	Davomiylik	Qisqa muddatli (1–3 yil)	Turistik oqimni tez tiklash, infratuzilmaga kichik modernizatsiya, marketing aksiyalarini amalga oshirish
		O‘rta muddatli (3–7 yil)	Turistik mahsulotni diversifikatsiya qilish, yangi bozorlarga chiqish, kadrlar tayyorlashni takomillashtirish
		Umumiy uzoq muddatli (7 yil va undan ortiq)	Turizm modelini barqaror va raqobatbardosh sektorga aylantirish, klasterlar va «aqlli» destinatsiyalar barpo etish
2	Hududiy qamrov Hududiy qamrov	Milliy strategiyalar	Butun mamlakat bo‘yicha turizmni rivojlantirish konsepsiyalari va dasturlarini ishlab chiqish

[30] Muallif tomonidan ishlab chiqilgan

		Mintaqaviy/hududiy strategiyalar	Alohida viloyat, shahar yoki turistik klaster darajasida rivojlanish yo‘nalishlarini belgilash
3	Bozor pozisiyalashuvi	Xarajatlar bo‘yicha ustunlik strategiyasi	Arzon, ommaviy turpaketlar va ommaviy turizmga yo‘nalganlik
		Differensiatsiya strategiyasi	Noyob madaniy, tabiiy yoki tematik tur mahsulotlarini shakllantirish
4	Barqarorlik darajasi	Barqaror turizm strategiyasi	Ekologik, ijtimoiy va iqtisodiy barqarorlik tamoyillariga asoslangan rivojlanish (eko- va agroturizm, «yashil» mehmonxonalar)[31]
5	Raqamli transformatsiya	Raqamli transformatsiya strategiyasi	Onlayn bron, intellektual platformalar, «aqlli shahar – aqlli turizm» modellari, katta ma’lumotlar (BigData)dan foydalanish[32]
6	Maqsadli segment	Ziyorat, madaniy, biznes, MICE, ta’limiy turizm strategiyalari	Maqsadli segmentlar ehtiyojlariga mos tur mahsulot va infratuzilma shakllantirish[33]

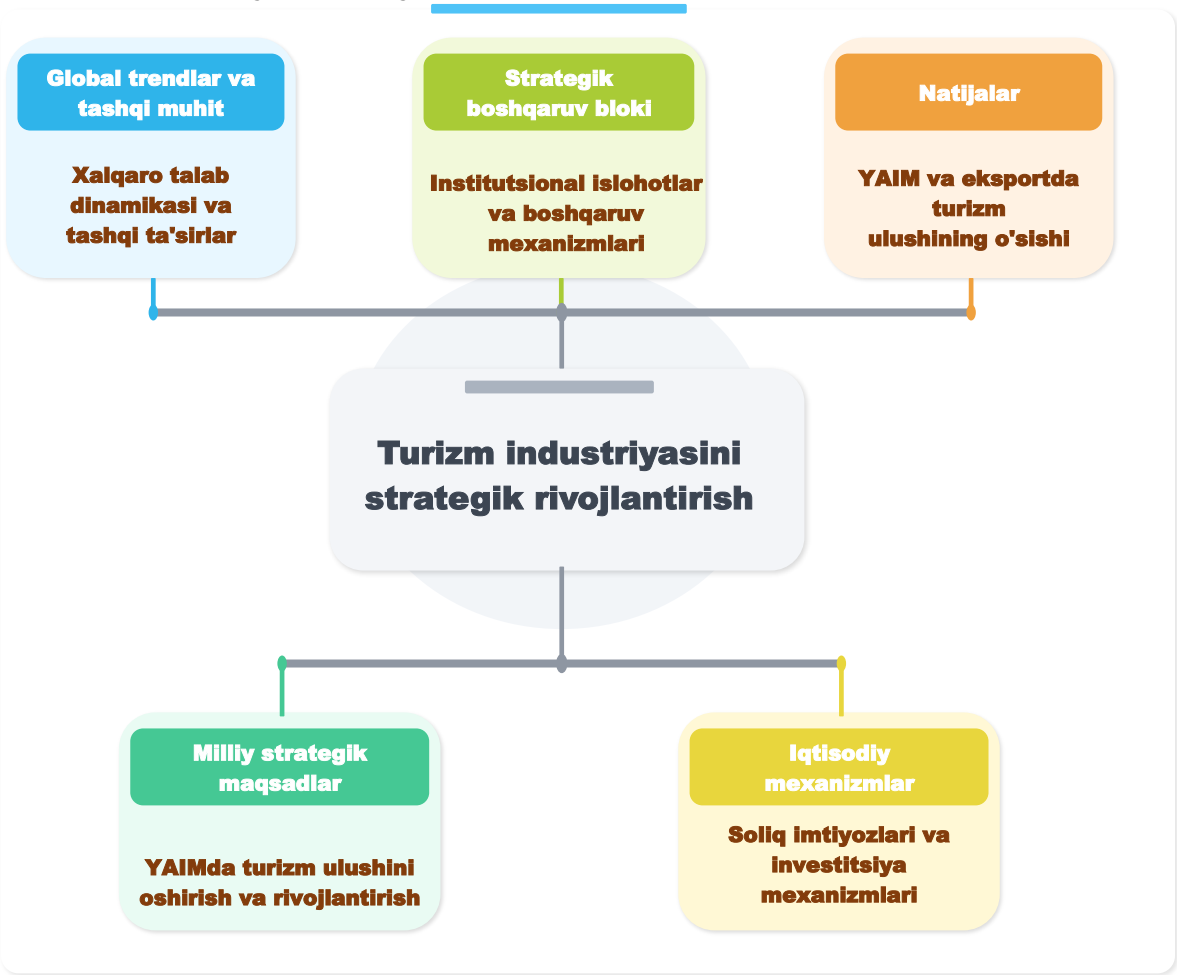
Turizmni rivojlantirish strategiyalari turli belgilarga ko‘ra tasniflanganda, ularning iqtisodiy mohiyati yanada aniq namoyon bo‘ladi. Vaqt davomiyligiga ko‘ra qisqa muddatli strategiyalar, asosan, turistik oqimni qisqa fursatda tiklash, mavjud infratuzilmani yuzaki modernizatsiya qilish va faol marketing kampaniyalarini amalga oshirishga qaratilgan bo‘ladi. Bu turdagi strategiyalar pandemiyadan keyingi birinchi bosqichda ko‘plab mamlakatlar tomonidan qo‘llanildi. O‘rta va uzoq muddatli strategiyalar esa diversifikatsiya, klasterlashuv, kadrlar salohiyatini oshirish va raqamli transformatsiyani nazarda tutadi. Hududiy darajada qabul qilinadigan strategiyalar milliy strategiyalarning mantiqiy davomi bo‘lib, muayyan viloyat yoki shaharning turistik ixtisoslashuvini belgilaydi. Barqaror turizm strategiyalari «yashil» texnologiyalar, resurslarni tejash va mahalliy jamoalar manfaatlarini inobatga olish orqali turizm industriyasining uzoq muddatli raqobatbardoshligini ta’minlashga qaratilgan. Raqamli strategiyalar esa turizm industriyasini raqamli iqtisodiyot talablariga moslashtirib, onlayn bron, katta ma’lumotlar tahlili va «aqlli destinatsiya» modellari orqali xizmatlar samaradorligini oshiradi.

[31] Olszewski-Strzyżowski D.J. et al. Perspectives for Tourism Development in the Post-Pandemic Period // Sustainability. – 2022. – Vol. 14.. – URL: https://mdpi.com; Ковалчук А.П., Милорадов К.А. Анализ проектов внедрения «зеленых» технологий в сфере гостеприимства и туризма // Вопросы инноваwионной экономики. – 2020. – Т. 10. – № 2. – S. 1041–1048. – doi:10.18334/vinec.10.2.110133.

[32] Биттер Н.В., Нюренбергер Л.Б. и др. Сфера услуг туризма и гостеприимства: новые возможности в контексте цифровой трансформации // Экономика, предпринимателство и право. – 2024. – Т. 14. – № 5. – с. 2443–2458. – doi:10.18334/epp.14.5.120991; Севрюков И.Ю. Цифровая трансформатsiя сферы туризма и гостеприимства: потенциал, тренды, регионалный аспект // Экономика, предпринимателство и право. – 2025. – Т. 15. – № 3. – с. 1739–1758. – doi:10.18334/epp.15.3.122286..

[33] Astanakulov O. O‘zbekistonda turizm samaradorligini baholash va uni rivojlantirish istiqbollari // Qo‘qon universiteti xabarnomasi. – 2024. – T. 13. – № X. – URL: https://herald.kokanduni.uz; Turdibekov Kh. Strategic Foresight Scenarios for Tourism Development in Uzbekistan // Academia Open. – 2024. – Vol. 8. – URL: https://acopen.umsida.ac.id

O‘zbekiston sharoitida ushbu strategiya turlarini uyg‘unlashtirish orqali 2030 yilga qadar turizmni iqtisodiyotning yetakchi tarmoqlaridan biriga aylantirish imkoniyati mavjud.



1.1.1-rasm. Turizm industriyasini strategik rivojlantirishning konseptual modeli[34]

Taklif etilgan konseptual model turizm industriyasini strategik rivojlantirishni tizimli tarzda tasvirlab beradi. Birinchi qavatda jahon turizm bozoridagi trendlar – talabning tiklanishi, raqamli texnologiyalar, barqaror rivojlanish va geosiyosiy xatarlar kabi omillar milliy strategiyalar uchun tashqi chegara va imkoniyatlarni belgilab beradi[35]. Ikkinchi bosqichda milliy maqsadlar shakllanadi, ular orasida YAIMda turizm ulushini oshirish, xizmatlar eksporti, hududiy rivojlanish va barqarorlik asosiy ustuvor yo‘nalishlar sifatida namoyon bo‘ladi. Uchinchi bosqichda institutsional islohotlar, infratuzilma va klasterlar, investisiya siyosati, kadrlar tayyorlash

[34] Muallif tomonidan ishlab chiqilgan

[35] UN Tourism. International tourism to end 2023 close to 90% of pre-pandemic levels. – 2023. – URL: https://www.unwto.org; UN Tourism. International tourism receipts reached USD 1.5 trillion in 2023. – 2024. – URL: https://www.hotel-online.com; Olszewski-Strzyżowski D.J. et al. Perspectives for Tourism Development in the Post-Pandemic Period // Sustainability. – 2022. – Vol. 14.– URL: https://mdpi.com

va raqamli transformatsiya kabi strategik boshqaruv bloklari joylashgan. Turizm industriyasi uchun ularning o‘zaro uyg‘unligi juda muhim, chunki faoliyatning bir sohasi (masalan, infratuzilma) etarli darajada rivojlanmas ekan, turizm salohiyati to‘liq ro‘yobga chiqmaydi. To‘rtinchi qavatda iqtisodiy mexanizmlar – imtiyozlar, davlat-xususiy sheriklik, marketing va monitoring tizimlari amalga oshiriladi. Natijada quyi qavatda makroiqtisodiy va ijtimoiy ko‘rsatkichlardagi yaxshilanishlar, hududiy rivojlanish va barqarorlik ko‘rinadi. O‘zbekiston uchun bu model turizmni iqtisodiy o‘sishning muhim drayveri sifatida ko‘rishga imkon beradi.

Turizmni strategik rivojlantirish qarorlari iqtisodiy jihatdan asoslangan bo‘lishi uchun samaradorlikni o‘lchash, multiplikativ ta’sirni baholash va kompleks indekslardan foydalanish talab etiladi.

Turizm xarajatlarining YAIMga ta’sirini baholashda quyidagi soddalashtirilgan multiplikator modeli (1.1-formula) ko‘p qo‘llanadi:

$$m_t = \frac{\Delta Y}{\Delta TX} \qquad (1.1)$$

Bu erda:

m_t – turizm multiplikatori;

ΔY – turizm siyosatlari yoki turistik xarajatlar o‘zgarishi natijasida YAIMda yuzaga kelgan o‘zgarish;

ΔTX – turistlar xarajatlari yoki turizm xizmatlari eksportidagi o‘sish.

Turizm multiplikatori modeli turizm industriyasi rivojlanish strategiyalarining makroiqtisodiy samaradorligini baholash uchun qulay analitik qurol bo‘lib xizmat qiladi. Agar $m_t > 1$ bo‘lsa, bu har bir qo‘shimcha birlik turistik xarajat YAIMda bir birlikdan ko‘proq o‘sish keltirib chiqarayotganini anglatadi. Bunday holatda turizm industriyasi iqtisodiy o‘sishning yuqori ko‘paytiruvchi ta’sirga ega drayveri sifatida ko‘riladi[36]. Aksincha, $m_t \leq 1$ bo‘lsa, turizm siyosatlarining iqtisodiy samaradorligini qayta ko‘rib chiqish, resurslar taqsimotini optimallashtirish yoki turizm mahsulotining raqobatbardoshligini oshirish zarurati yuzaga keladi. Amalda multiplikatorning bo‘linish qismi – turistik xarajatlar – to‘g‘ridan-to‘g‘ri va bilvosita komponentlarga ajratilib, ichki talab, import ulushi, soliqlar va maxalliy ishlab chiqarish imkoniyatlari hisobga olinadi. O‘zbekiston sharoitida WTTC va milliy statistika ma’lumotlariga tayanilgan iqtisodiy hisob-kitoblar turizm xarajatlarining umumiy iqtisodiy ta’siri to‘g‘ridan-to‘g‘ri ta’sirdan kamida 2–3 barobar yuqori ekanligini

[36] World Travel & Tourism Council. Travel & Tourism Economic Impact 2024. – London, 2024. – URL: https://wttc.org; Turdibekov Kh. Strategic Foresight Scenarios for Tourism Development in Uzbekistan // Academia Open. – 2024. – Vol. 8. – URL: https://acopen.umsida.ac.id

ko‘rsatadi[37]. Bu esa turizm industriyasiga qaratilgan investisiyalar va islohotlarni strategik ustuvor yo‘nalish sifatida belgilash zaruratini yanada asoslaydi.

Turizm industriyasi rivojlanishi strategiyalarining kompleks samaradorligini baholash uchun integral indeks qo‘llash maqsadga muvofiq. Muallif fikricha, «turizm industriyasini strategik rivojlantirish indeksi» (TSDI) ni quyidagi shaklda (1.2-formula) ifodalash mumkin:

$$I_{TSD} = w_R \cdot z_R + w_I \cdot z_I + w_{Inst} \cdot z_{Inst} + w_D \cdot z_D + w_S \cdot z_S \quad (1.2)$$

Bu erda:

z_R – resurs va turistik saloxiyat ko‘rsatkichi (tabiiy, madaniy, tarixiy resurslar);

z_I – infratuzilma rivojlanish darajasi (joylashtirish, transport, raqamli infratuzilma);

z_{Inst} – institutsional muhit va boshqaruv sifatini ifoda etuvchi ko‘rsatkich;

z_D – innovatsiya va raqamli transformatsiya darajasi;

z_S – barqarorlik va ekologik-ijtimoiy ta’sir ko‘rsatkichlari;

w_I – tegishli ko‘rsatkichning salmog‘i (umumiy summasi 1 ga teng).

Integral indeks qo‘llash turizm industriyasi rivojlanishi strategiyalarini faqat turistlar soni yoki daromad hajmiga qarab emas, balki resurslar, infratuzilma, institutsional islohotlar, raqamli transformatsiya va barqarorlik ko‘rsatkichlarini uyg‘un hisobga olgan holda baholash imkonini beradi. Masalan, yuqori resurs va infratuzilma salohiyatiga ega, lekin institutsional muhiti zaif mamlakatda z_R va z_I yuqori, z_{Inst} past bo‘lishi mumkin. Agar salmoqlar w_{Inst} va w_S yuqori qiymatga ega bo‘lsa, umumiy indeks qiymati past chiqadi va bu strategiyani to‘liq samarali deb baholab bo‘lmasligini ko‘rsatadi. Shu bilan birga, raqamli transformatsiya jarayonlarini tezlashtirgan destinatsiyalarda z_D ko‘rsatkichi ortib, TSDI indeksi o‘sishi mumkin, bu raqobatbardoshlik oshishidan dalolat beradi. O‘zbekiston uchun ushbu indeksni hududlar kesimida qo‘llash turizm klasterlarini taqqoslash, ustuvor investisiya yo‘nalishlarini belgilash hamda davlat dasturlarining ijro holatini monitoring qilish imkonini beradi. Bunday kompleks yondashuv WEFning Sayohat va turizm rivojlanishi indeksida

[37] World Economic Forum. Travel & Tourism Development Index 2024. – Geneva: WEF, 2024. – URL: https://www.weforum.org; Turdibekov Kh. Strategic Foresight Scenarios for Tourism Development in Uzbekistan // Academia Open. – 2024. – Vol. 8. – URL: https://acopen.umsida.ac.id

qo‘llanilayotgan metodologiyalar bilan uyg‘un bo‘lib, milliy reyting va global pozisiyalarni yaxshilashga xizmat qiladi[38].

1.1.4-jadval.

2023–2024 yillarda Jahon turizmi va O‘zbekiston ko‘rsatkichlarining tahlili[39]

Ko‘rsatkich	2023 yil jahon	2024 yil jahon	O‘sish sur’ati, %	2023 yil O‘zbekiston	2024 yil O‘zbekiston	O‘sish sur’ati, %
Xalqaro turistik tashriflar, mln kishi	1,3 mlrd	1,4 mlrd	107,6	6,7 mln	8,2 mln	152,2
Xalqaro turizmdan tushgan daromad, o‘rtacha, AQSH dollari	1,5 trln	1,6 trln	106,6	1,7 mlrd	3,5 mlrd	205,8
Turizmning YAIMdagi hissasi, foiz	3 foiz to‘g‘ridan-to‘g‘ri, 10 foiz umumiy[40],[41]	10 foiz	100,0	3,5 foiz	4	114,2
Ish bilan bandlikdagi ulushi	har o‘ninchi ish o‘rni, 330–350 mln kishi	357 mln	101,0	140 mingga yaqin to‘g‘ridan-to‘g‘ri	200 mingdan ortiq to‘g‘ridan-to‘g‘ri va multiplikativ ta’sir asosida ko‘proq	142,8

1.1.4-jadval ma’lumotlaridan ko‘rinib turibdiki, jahon turizmi 2023–2024 yillarda pandemiyadan oldingi darajalarga deyarli to‘liq yaqinlashdi. Xalqaro turistik tashriflar 2023 yilda taxminan 1,3 mlrd kishini tashkil etgan bo‘lsa, 2024 yilda 1,4 mlrd atrofiga etgani qayd etilgan. Xalqaro turizm daromadlari ham 1,5 trln dollardan 1,6 trln dollargacha o‘sib, jahon iqtisodiyotida turizmning pul oqimi va valyut tushumlariga ta’siri yanada kuchaygan. O‘zbekiston ko‘rsatkichlari bilan taqqoslaganda, 2023 yilda

[38] Севрюков И.Ю. Цифровая трансформатсия сферы туризма и гостеприимства: потенциал, тренды, регионалный аспект // Экономика, предпринимателство и право. – 2025. – Т. 15. – № 3. – с. 1739–1758. – doi:10.18334/epp.15.3.122286.

[39] Xalqaro tashkilotlar va milliy statistika qo‘mtasi ma’lumotlari asosida muallif tomonidan ishlab chiqilgan

[40] World Travel & Tourism Council. Travel & Tourism Economic Impact 2024. – London, 2024. – URL: https://wttc.org

[41] United Nations General Assembly. Promotion of sustainable tourism for poverty eradication and environment protection. Report of the Secretary-General. – New York: UN, 2024. – URL: https://documents.un.org

xorijiy turistlar soni 6,7 mln atrofida bo‘lgan, 2024 yilda esa rasmiy ma’lumotlarda 8,2 mln turistik maqsadlar bilan tashrif buyurgan shaxslar va 10,2 mln ga yaqin umumiy chet ellik tashriflar qayd etilgani ko‘riladi. Turizm xizmatlari eksportining 2024 yilda 3,5 mlrd dollargacha o‘sishi mamlakatda turizm industriyasi rivojlanish strategiyalari amaliy natija berib, valyut tushumlarini diversifikatsiya qilishga xizmat qilayotganini anglatadi. Shu bilan birga, WTTC baholariga ko‘ra, O‘zbekistonda turizmning YAIMdagi umumiy ta’siri 3–4 foiz atrofiga etmoqda, ish bilan bandlikda esa to‘g‘ridan-to‘g‘ri va bilvosita ish o‘rinlari hisobiga ko‘paytiruvchi ta’sir kuchaymoqda. Bu raqamlar mamlakatni Markaziy Osiyodagi eng jadal rivojlanayotgan turistik destinatsiyalar qatoriga qo‘yadi.

1.1.5-jadval.

2017–2024-yillarda O‘zbekistonda turizm industriyasi rivojlanish dinamikasi[42]

Yil	Xorijiy turistlar soni, mln kishi	Turizm xizmatlari eksporti, mlrd AQSH dollari	Turizmning YAIMdagi hissasi, % (taxmin)	Turizm xizmatlari eksportining umumiy xizmatlar eksportidagi ulushi, %
2017	2,7	0,53	2,3	22,1
2019	6,7	1,6	2,7	30–35
2020	1,5	0,42	1,5	Jahon pandemiyasi ta’sirida keskin pasayish
2022	5,2	1,6	3,0	40,7
2023	6,1–7,3	2,2	3,5	41
2024	8,2	3,5	4,0	45 (turizm xizmatlari ulushi o‘sishi)

1.1.5-jadvalda 2017–2024-yillarda O‘zbekistonda turizm industriyasi dinamikasi, xususan, turistlar oqimi, turizm xizmatlari eksporti va YAIMdagi ulushi aks ettirilgan. 2017-yilda xorijiy turistlar soni 2,7 mln atrofida bo‘lib, turizm xizmatlari eksporti 0,5 mlrd dollardan kamroqni tashkil etgan, eksportdagi ulushi esa 22,1 foizga teng bo‘lgan. Turizm

[42] Xalqaro tashkilotlar va milliy statistika qo‘mtasi ma’lumotlari asosida muallif tomonidan ishlab chiqilgan

konsepsiyasi, viza rejimi liberallashuvi va infratuzilma loyihalari natijasida 2019 yilga kelib turistlar oqimi 6,7 mln kishiga, eksport hajmi 1,6 mlrd dollarga etgan[43]. 2020 yilda pandemiya sababli keskin pasayish kuzatilgan bo‘lsa-da, 2022 yilga kelib ko‘rsatkichlar tez sur’atda tiklangan va 5,2 mln turist, 1,6 mlrd dollar eksportga erishilgan. 2023–2024 yillarda esa O‘zbekiston dunyodagi eng tez o‘suvchi turizm bozorlaridan biriga aylanib, xorijiy turistlar soni 8,2 mln, turizm xizmatlari eksporti esa 3,5 mlrd dollarga yaqinlashgan[44]. Bu o‘z navbatida turizmning YAIMdagi ulushini 3,5–4 foiz atrofiga olib chiqishga xizmat qilmoqda. Turizm xizmatlari eksporti umumiy xizmatlar eksportida 40 foizdan ortiq ulushni egallayotgani O‘zbekiston uchun turizmning strategik tarmoq sifatida rivojlanishini iqtisodiy jihatdan to‘liq asoslaydi.

Yuqorida bayon etilgan nazariy va amaliy tahlillar ko‘rsatishicha, turizm industriyasini strategik rivojlantirish O‘zbekiston iqtisodiyoti uchun quyidagi yo‘nalishlarda muhim ahamiyat kasb etadi:

1. Iqtisodiy diversifikatsiya va o‘sish drayveri – turizm sanoati tovarlar eksportiga qaraganda nisbatan kam sarmoya talab qiladigan, lekin yuqori qo‘shilgan qiymat yaratadigan xizmatlar tarmog‘i bo‘lib, YAIMda 3–4 foiz, xizmatlar eksportida esa 40 foizga yaqin ulushga ega bo‘lib bormoqda.
2. Ish bilan bandlik va ijtimoiy barqarorlik – turizm mehnat resurslari sig‘imi yuqori tarmoq bo‘lib, turizm va unga yondosh xizmatlar sektorida yoshlar, ayollar va ko‘nikmasi past bo‘lgan aholi qo‘shimcha ish o‘rni topishida imkoniyati yuqori hisoblanadi. WTTC va BMT ma’lumotlariga asosan, turizm tarmog‘ida jahon bo‘yicha har o‘ninchi ish o‘rni shakllanishini inobatga olsak, O‘zbekistonda ham xizmatlar sektoridagi islohotlar doirasida turizmning ijtimoiy ta’siri tez ortib bormoqda
3. Hududiy rivojlanish, infratuzilma va investisiyalar – Samarqand, Buxoro, Xiva, Shahrisabz, Farg‘ona vodiysidagi turizm loyihalari transport, kommunal va sosial infratuzilmaga xususiy va davlat-xususiy investisiyalar jalb etilishiga sabab bo‘lmoqda. O‘zA va boshqa manbalarda ko‘rsatilganidek, ko‘plab turistik markazlar atrofida elektr energiyasi, yo‘llar, dam olish infratuzilmasi kompleks yangilanmoqda.
4. «Yashil» iqtisodiyot va barqaror rivojlanish – eko- va agroturizm, qayta tiklanuvchi energiya manbalaridan foydalanish, «yashil»

[43] Strategic Foresight Scenarios for Tourism Development in Uzbekistan // Academia Open. – 2024. – Vol. 8. – URL: https://acopen.umsida.ac.id; Muradov X.S. Markaziy Osiyoda turizm sohasining rivojlanishi tarixi (O‘zbekiston misolida) // Educational Research in Universal Sciences. – 2024. – № X. – URL: https://erus.uz

[44] Bashir A.A., Khaki A.A. Addressing the impact of COVID-19 pandemic on Sustainable Tourism // International Journal of Multidisciplinary and Development Studies. – 2023. – Vol. 3. – URL: https://ssrn.com

mehmonxonalar kabi yo‘nalishlar turizm industriyasini barqaror rivojlanish modellari bilan uyg‘unlashtirishga xizmat qilmoqda.

Shu sababdan turizm industriyasi rivojlanishi strategiyalari O‘zbekistonning «Yangi O‘zbekiston» taraqqiyot modelini amalga oshirish, xizmatlar iqtisodiyotiga o‘tish, raqamli va «yashil» islohotlarni chuqurlashtirishda ustuvor yo‘nalish sifatida qaralishi lozim. Strategik rivojlantirish konsepsiyasida yuqorida taklif etilgan konseptual model, turizm multiplikatori va integral indeks kabi nazariy-metodologik instrumentlardan foydalanish ilmiy asoslangan qarorlar qabul qilishga imkon beradi.

1.2. Hududlarda turizm industriyasini strategik rivojlantirishning xorijiy tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlari modellari va ularning evolyusiyasi

Jahon xo‘jaligi tizimida yuz berayotgan globallashuv jarayonlari va raqamli iqtisodiyotning jadal rivojlanishi sharoitida turizm industriyasi ko‘plab mamlakatlar iqtisodiy o‘sishining ustuvor drayver tarmoqlaridan biri sifatida namoyon bo‘lmoqda. Xalqaro tashkilotlar ma’lumotlariga ko‘ra, 2024-yilda xalqaro turistlar oqimi 1,4 milliard nafarga etgan bo‘lib, bu ko‘rsatkich pandemiyagacha bo‘lgan darajaga deyarli tenglashganini anglatadi. Shuningdek, turizmning jahon yalpi ichki mahsulotidagi ulushi 10 foizni, sohada band bo‘lganlar soni esa 357 million kishini tashkil etgani ushbu tarmoqning global iqtisodiyotdagi salmog‘i izchil ortib borayotganidan dalolat beradi[45].

Mazkur holat turizmning hududiy iqtisodiyot rivojidagi ahamiyatini yanada kuchaytiradi. Chunki turizm hududlarda iqtisodiy faollikni rag‘batlantirish, aholi bandligini ta’minlash, xizmatlar ko‘lamini kengaytirish, mahalliy byudjet daromadlarini oshirish hamda ijtimoiy-infratuzilmaviy rivojlanishga turtki beruvchi ko‘p tarmoqli soha hisoblanadi. Shu sababli hududlarda turizm industriyasini rivojlantirishni samarali tashkil etish, eng avvalo, ilmiy asoslangan tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlar va strategik boshqaruv modellarini ishlab chiqishni talab etadi. O‘zbekiston Respublikasida ham turizmni iqtisodiyotning strategik yo‘nalishlaridan biri sifatida rivojlantirish, hududlarning turistik salohiyatidan samarali foydalanish, yangi turistik mahsulotlar va xizmatlarni yaratish, investitsion faollikni oshirish hamda sohaga

[45] UN Tourism. World Tourism Barometer and Statistical Annex, January 2025, Vol. 23, Issue 1. – e-UNWTO, 2025.

zamonaviy boshqaruv texnologiyalarini joriy etish borasida muhim institutsional islohotlar amalga oshirilmoqda. Biroq amaliyot shuni ko‘rsatmoqdaki, hududlar turizm salohiyatidan foydalanish darajasi bir xil emas, boshqaruv mexanizmlari esa ko‘p hollarda resurslar, infratuzilma, bozor va institutsional muhit bilan etarlicha uyg‘unlashmagan. Aynan mana shu nomutanosiblik ilmiy tahlilni talab qiladigan asosiy masalalardan biridir.

Shu bois mazkur paragrafda xorijiy mamlakatlarda hududlarda turizm industriyasini strategik rivojlantirish bo‘yicha shakllangan tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlar, ularning institutsional modeli, boshqaruv tamoyillari, evolyutsion bosqichlari va amaliy natijalari o‘rganiladi. Shuningdek, ilg‘or tajribalarni O‘zbekiston hududlari sharoitiga moslashtirish imkoniyatlari baholanadi hamda ularning amaliy tatbiq yo‘nalishlari aniqlashtiriladi.

“Iqtisodiy mexanizm”, “tashkiliy mexanizm” va “tashkiliy-iqtisodiy mexanizm” tushunchalari iqtisodiy adabiyotlarda turlicha talqin qilinadi. Biroq umumlashtirilgan yondashuvga ko‘ra, tashkiliy-iqtisodiy mexanizm muayyan tarmoqning faoliyat ko‘rsatishi va rivojlanishini ta’minlovchi tashkiliy, institutsional, moliyaviy-iqtisodiy, bozor va rag‘batlantiruvchi instrumentlar yig‘indisidan iborat yaxlit tizim hisoblanadi. Shu ma’noda, hududlarda turizm industriyasini strategik rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmi davlat, biznes, mahalliy hamjamiyat va bozor institutlari o‘rtasidagi manfaatlar uyg‘unligi asosida tarmoqning uzoq muddatli, barqaror va raqobatbardosh rivojlanishini ta’minlashga xizmat qiluvchi boshqaruv vositalari majmuasi sifatida talqin etiladi[46].

Turizm industriyasiga nisbatan ushbu tushuncha quyidagi tarkibiy qismlar orqali namoyon bo‘ladi[47]:

- turizm sohasiga oid normativ-huquqiy baza va davlat strategiyalari;
- turizm faoliyatini boshqarish institutlari (qo‘mita, hududiy departamentlar, turistik kengashlar);
- turizm xizmatlari bozor infratuzilmasi (mehmonxonalar, transport, ovqatlanish, savdo, yangilangan servis tarmoqlari);
- turizm rivojiga ta’sir etuvchi moliya-kredit va investision vositalar;

[46] Alimova M.T. Hududiy turizm bozorining rivojlanish xususiyatlari va tendensiyalari. Monografiya. – Toshkent, “Iqtisod”, 2015. – 300 b.; Isomova D. O‘zbekistonda turizmni rivojlantirishning dolzarb masalalari. – “Iqtisodiyot va turizm” xalqaro ilmiy jurnali, 2019. URL: https://iqtisodiyot.tsue.uz; Aliyeva M.T. Iqtisodiyotni erkinlashtirish sharoitida turizm xizmatlari sohasini boshqarishning iqtisodiy jihatlari (O‘zbekiston Respublikasi misolida). – Iqtisod fanlari doktori (DSc) dissertatsiyasi avtoreferati. – Samarqand, 2019.

[47] Mo‘minov A.Z. O‘zbekistonda ekologik turizmning rivojlanish jarayonlari (1991–2020 yy). – Iqtisodiyot fanlari bo‘yicha doktorlik dissertatsiyasi avtoreferati. – Toshkent, 2021.; UN Tourism. International Tourism Highlights, 2024 Edition. – Madrid, 2024.

- turizm sohasida kadrlar tayyorlash va mehnat bozori;
- turizmda marketing, milliy brend va raqamli platformalar;
- barqarorlik va ijtimoiy-ekologik cheklovlar.

Xorijiy tajriba tahlili shuni ko‘rsatadiki, hududiy turizm industriyasini rivojlantirish mexanizmi evolyusiyasi shartli ravishda to‘rt bosqichda namoyon bo‘ladi[48]:

1. Ma’muriy-idorabozlik mexanizmi ustuvor bo‘lgan bosqich. Bu bosqichda turizm davlat idoralari tomonidan markazlashgan tarzda rejalashtirilgan, hududiy tashabbus va xususiy sektor ishtiroki kam bo‘lgan.
2. Bozor iqtisodiyotiga o‘tish va liberallashuv bosqichi. Turizm tashkilotlari xususiylashtirilib, turistik mahsulot va xizmatlar diversifikatsiyalashgan, lekin hududlar kesimida strategiyalar odatda qisqa muddatli va fragmentar tusda bo‘lgan.
3. Turistik klaster va turistik manzillar brendingiga asoslangan bosqich. Bu jarayonda turistik-rekreasion klasterlar, destinatsiyani boshqarish tashkilotlari, davlat-xususiy sheriklik loyihalarida hududiy organlar va biznesni hamkorlikda harakatlantiruvchi integral mexanizm shakllanadi[49].
4. Barqaror va raqamli turizm shakllanish bosqichi. Turizmni strategik rivojlantirishda inklyuzivlik, яшил туризм, karbon izini kamaytirish, mahalliy hamjamiyatlar manfaatini himoya qilish, raqamli platformalar orqali turistlar oqimini boshqarish ustuvor yo‘nalishga aylanadi[50].

O‘zbekistonda so‘nggi yillarda qabul qilingan farmon va qarorlarda ham turizmni hududiy kesimda klasterlar asosida rivojlantirish, raqamlashtirish, barqaror turizm tamoyillarini joriy etish ustuvor yo‘nalish sifatida belgilab qo‘yilgan[51].

Quyidagi jadvalda turizm rivojlanishining tashkiliy-iqtisodiy mexanizmiga oid ayrim mahalliy va xorijiy olimlar talqini hamda turizm industriyasining boshqa tarmoqlarga nisbatan iqtisodiy o‘rni qisqacha umumlashtiriladi.

---

[48] OECD. OECD Tourism Trends and Policies 2024. – Paris, OECD Publishing, 2024. URL: https://www.oecd.org/en/publications/2024/07/oecd-tourism-trends-and-policies-2024_17ff33a3.html

[49] Romero-Sánchez A. Determining factors of regional tourism development based on … – Ilmiy maqola, 2024.; “Regional tourism cooperation mechanism based on polarization diagnosis of the tourism market”. – Journal of Urban Planning and Development, 2023.

[50] OECD. OECD Tourism Trends and Policies 2024. – Paris, OECD Publishing, 2024. URL: https://www.oecd.org/en/publications/2024/07/oecd-tourism-trends-and-policies-2024_17ff33a3.html; Erdoğan E., Ekiz E. Uzbekistan Tourism: Past, Present and Future. – Institute of Tourism Studies, 2025.

[51] O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining PF-5611-son Farmoni “O‘zbekiston Respublikasida turizm sohasini jadal rivojlantirishga oid qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”. 2019 yil 5 yanvar. – www.lex.uz

1.2.1-jadval

“Turizm rivojlanishining tashkiliy-iqtisodiy mexanizmi”ga oid mualliflar yondashuvlari tahlili[52]

№	Muallif	Mexanizm mohiyatiga ta’rif	Turizmning boshqa tarmoqlarga nisbatan o‘rni tavsifi
1	Mamatqulov X.M. va boshqalar [53]	Hududiy turizm bozorini tabiiy-geografik, ijtimoiy-iqtisodiy va moddiy-texnik omillar asosida shakllanuvchi ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlar tizimi sifatida ko‘radi	Turizm sohasi qishloq xo‘jaligi va sanoatga hosil qiladigan qo‘shimcha talab orqali hududiy yalpi mahsulot o‘sishini tezlashtiradi
2	Ruziyev Sh.[54]	Mexanizmni normativ-huquqiy, institutsional va infratuzilmaviy elementlar o‘zaro bog‘lanishiga asoslangan kompleks tizim sifatida talqin qiladi	Turizmning valyuta tushumlari hamda yangi ish o‘rinlari yaratish imkoniyatlari sanoat va xizmat ko‘rsatishning ko‘plab tarmoqlariga nisbatan yuqori ekani ta’kidlanadi
3	Mo‘minov A.Z.[55]	Ekologik turizmda mexanizm tabiatni muhofaza qilish, mahalliy aholi daromadini oshirish va davlat qo‘llab-quvvatlovi uyg‘unlashuvi orqali namoyon bo‘ladi	Ekologik turizmni qishloq xo‘jaligiga nisbatan kam xarajatli, lekin yuqori qo‘shimcha qiymat yaratadigan tarmoq sifatida baholaydi
4	Qayumov A.A., Adilov B.B.[56]	Jahon turizm tendensiyalariga tayanadi va mexanizmni xalqaro turizm oqimlarini boshqarishga qaratilgan institutsional-iqtisodiy choralar majmuasi sifatida ko‘radi	Turizm xizmatlari eksporti ulushi ko‘plab rivojlanayotgan mamlakatlarda tovar eksportiga nisbatan tezroq o‘sishini qayd etadi
5	Zufarova N.[57]	Milliy strategik maqsadlar, infratuzilmani modernizatsiya qilish va brendlashuvni birlashtiruvchi boshqaruv tizimiga urg‘u beradi	Turizm industriyasi milliy iqtisodiyotni diversifikatsiya qilishda neft-gazga nisbatan barqaror daromad manbai ekani ta’kidlanadi
6	OECD[58]	Turizm siyosati mexanizmni sektor raqobatbardoshligi, innovatsiya va inklyuzivlikni ta’minlovchi	Ko‘plab mamlakatlarda turizmning YAIMdagi to‘g‘ridan-to‘g‘ri ulushi sanoat tarmoqlari bilan bir qatorda

[52] Muallif tomonidan ishlab chiqilgan

[53] Mamatqulov X.M., Abduhamidov S.A., Xamitov M.X. Turizm infratuzilmasi. O‘quv qo‘llanma. – Samarqand: Samarqand iqtisodiyot va servis instituti, 2020. – ISBN 978-9943-975-50-7. – Elektron manba: kitob.sies.uz

[54] Ruziyev Sh. O‘zbekistonda turizmni rivojlantirish masalalari. – “Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar” elektron ilmiy jurnali, 2020, №6. URL: http://iqtisodiyot.tsue.uz

[55] Mo‘minov A.Z. O‘zbekistonda ekologik turizmning rivojlanish jarayonlari (1991–2020 yy). – Iqtisodiyot fanlari bo‘yicha doktorlik dissertatsiyasi avtoreferati. – Toshkent, 2021.

[56] Qayumov A.A., Adilov B.B. Jahon turizmining O‘zbekistonda rivojlanish tendensiyalari. – Ilmiy maqola. – ITM jurnali, 2022. URL: https://itm.uz

[57] Zufarova N. O‘zbekistonda turizmni rivojlantirish strategiyasi: noyob turizm tajribasiga yo‘l. – “Xalq so‘zi” gazetasi, 2024. URL: https://www.xs.uz

[58] OECD. OECD Tourism Trends and Policies 2024. – Paris, OECD Publishing, 2024. URL: https://www.oecd.org/en/publications/2024/07/oecd-tourism-trends-and-policies-2024_17ff33a3.html

		institutsional vosita sifatida talqin qiladi	strategik ahamiyatga ega ekani qayd etilgan
7	WTTC[59]	Mexanizmni investisiya, iste'mol, eksport va bandlikni qamrab olgan global qiymat zanjiri sifatida ko'radi	2024 yilda turizm YAIMning 10 foizi va dunyodagi har o'ninchi ish o'rniga to'g'ri kelgani, shu bilan birga tovar eksportidan keyingi yirik eksport tarmog'i ekani ko'rsatilgan
8	World Bank[60],[61]	Turizm mexanizmni raqobatbardoshlik, xususiy sektor rivoji va tabiiy hamda madaniy merosni saqlashni moliyalashtirish vositasiga bog'laydi	Turizm birinchi navbatda xizmatlar eksporti ulushini, shuningdek ayollar va yoshlar bandligini oshiradigan tarmoq sifatida ta'riflanadi
9	Michálková A. va boshq.[62]	Hududiy turizmni boshqarishda klasterlar, mahalliy hamjamiyatlar ishtirokini kuchaytirish va raqamli boshqaruv mexanizmlarini birlashtirishni taklif qiladi	Turizm industriyasi kichik va o'rta biznes uchun sanoatga nisbatan past kapital talab qiluvchi, lekin yuqori marjaga ega tarmoq sifatida qayd etiladi
10	Kyrylov Y. va boshq.[63]	Turizm biznesi strategiyasi mexanizmni mintaqaviy ijtimoiy-iqtisodiy muhit, investisiyaviy jozibadorlik va marketing omillari uyg'unligida ko'radi	Turizm raqobatbardoshligi yuqori hududlarda eksportga yo'naltirilgan xizmatlar ulushi sanoat tovarlarinikidan yuqori sur'atda o'sishi ta'kidlanadi
	Mualliflik talqini	Turizm rivojlanishining tashkiliy-iqtisodiy mexanizmi — bu hududning turistik resurslari, institutsional muhiti, infratuzilmasi, investitsiya siyosati, raqamli boshqaruv vositalari, marketing, kadrlar salohiyati va manfaatdor sub'ektlar o'rtasidagi o'zaro muvofiqlashtirilgan munosabatlar negizida turizm industriyasining barqaror, raqobatbardosh va inklyuziv rivojlanishini ta'minlovchi kompleks boshqaruv tizimidir.	Turizm boshqa tarmoqlardan farqli ravishda transport, savdo, qurilish, qishloq xo'jaligi, madaniyat, xizmatlar sohasi va raqamli iqtisodiyotni bir vaqtning o'zida faollashtiruvchi multiplikativ ta'sirga ega. Shu bois u hududiy iqtisodiyotda faqat alohida soha emas, balki ko'p tarmoqli o'sishni rag'batlantiruvchi integratsion drayver sifatida namoyon bo'ladi.

[59] World Travel & Tourism Council. Travel & Tourism Economic Impact 2024: Global Trends. – London, WTTC, 2024. URL: https://wttc.org/research/economic-impact

[60] World Bank. Tourism and Competitiveness. – Washington, DC, 2025. URL: https://www.worldbank.org/en/topic/competitiveness/brief/tourism-and-competitiveness

[61] World Bank. Tourism for Development: Tools and Policy Considerations to Support the Recovery and Resilience of the Tourism Sector. – Washington, DC, 2021.

[62] Michálková A., Káslerová K. Analysis of management on the development of regional tourism. – Problems and Perspectives in Management, 2023.

[63] Kyrylov Y. and other. Determinants of the strategy of tourism business development in the regional economic and social destination. – GeoJournal of Tourism and Geosites, 2022.

Jadval ma’lumotlari turizm rivojlanishining tashkiliy-iqtisodiy mexanizmiga oid talqinlar ayrim jihatlarida farq qilsa-da, ularni bog‘lab turuvchi umumiy xususiyatlar mavjudligini ko‘rsatadi. Birinchidan, deyarli barcha mualliflar turizmni rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmini institutsional (qonunchilik, strategiya, boshqaruv organlari) va iqtisodiy (investisiya, moliya, bozor infratuzilmasi) elementlar uyg‘unligi sifatida talqin qiladi. Ikkinchidan, mahalliy tadqiqotlar hududiy resurslardan samarali foydalanish, qishloq hududlarini rivojlantirish va yangi ish o‘rinlari yaratish masalalariga alohida urg‘u beradi. Uchinchidan, xalqaro manbalarda turizmning YAIM, xizmatlar eksporti va bandlikdagi ulushi sanoat va qishloq xo‘jaligiga nisbatan yuqori sur’atlarda o‘sib borayotgan strategik tarmoq sifatida ta’kidlanadi. Shu bilan birga, barcha yondashuvlarda turizm boshqa tarmoqlarga nisbatan inson kapitaliga tayanadigan, tabiiy va madaniy merosni iqtisodiy faollik bilan uyg‘unlashtiruvchi soha sifatida e’tirof etiladi. Shu bilan birga, barcha yondashuvlarni birlashtiruvchi umumiy mantiq shundan iboratki, turizm iqtisodiyotning boshqa tarmoqlariga nisbatan yuqori multiplikativ samara**,** eksportbop xizmat yaratish qobiliyati**,** bandlikni kengaytirish imkoniyati va hududiy diversifikatsiyani rag‘batlantirish xususiyati bilan ajralib turadi. Demak, muallif talqinida turizm mexanizmini faqat boshqaruv tizimi sifatida emas, balki hududiy rivojlanishni tezlashtiruvchi integratsion iqtisodiy platforma sifatida yoritish ilmiy jihatdan asosli hisoblanadi.

Xorijiy tadqiqotlarda hududiy turizm industriyasining rivojlanish dinamikasi odatda bosqichli yondashuvda o‘rganiladi. Turistik destinatsiyaning hayot sikli konsepsiyasiga ko‘ra, hududlar avvalo “ochilish”, keyin “jadal o‘sish”, keyingi pallada “yetilganlik”, so‘ng “seriyalashgan mahsulot va diversifikatsiya”, yanada keyin “barqarorlik va qayta formatlash” bosqichlarini bosib o‘tadi[64].

1.2.2-jadval

Turizmning rivojlanish bosqichlari va ularga mos strategiya modellari[65]

Bosqich	Asosiy xususiyatlar	Ustuvor strategiyalar	Amaliy tajriba
Ochilish bosqichi	Turistik resurslar kam o‘rganilgan, infratuzilma zaif,	Resurslar inventarizatsiyasi, dastlabki infratuzilma shakllanishi,	Markaziy Osiyoda dastlabki sayyohlik marshrutlari, Afrikada safari

[64] World Economic Forum. Travel & Tourism Development Index 2024. – Geneva, WEF, 2024. URL: https://www.weforum.org/publications/travel-tourism-development-index-2024; Romero-Sánchez A. Determining factors of regional tourism development based on … – Ilmiy maqola, 2024.

[65] Muallif tomonidan ishlab chiqilgan

	turistlar oqimi cheklangan	marketing tadqiqotlari, investisiyalarni rag‘batlantirish	hududlarining shakllanishi
Jadal o‘sish bosqichi	Turistlar oqimi tez ortib boradi, xususiy sektor faollashadi, turizm infratuzilmasiga talab keskin oshadi	Infratuzilmaga katta sarmoyalar, standartlashtirish, brending, marketing kampaniyalari	Janubiy Yevropa sohil destinatsiyalar, Turkiyaning dengiz kurortlari
Yetilganlik bosqichi	Turizm iqtisodiyotda katta ulushga ega, raqobat kuchaygan, mavsumiylik va turmush tarziga sezilarli ta’sir ko‘rsatadi	Segmentatsiya, bozor diversifikatsiyasi, xizmatlar sifatini oshirish, maxsus mahsulot (MICE, tibbiy, ta’limiy turizm)	Avstriya va Shveysariya tog‘-chang‘i kurortlari, Singapur shahar turizmi, Gruziya MICE turizmi
Diversifikatsiya va qayta formatlash, ommaviy turizm	Mavjud destinatsiyalar ortiqcha yuklamaga uchraydi, yangi turistik mahsulot va hududlarga ehtiyoj ortadi	Barqaror turizm, qishloq va ekologik turizm, raqamli marketing, turizm-sanoat, turizm-agrar klasterlari	Ispaniyada ichki hududiy turizmni rag‘batlantirish, Yaponiyada madaniy meros yo‘nalishlari
Barqarorlik va innovatsion bosqich	Turizm boshqa tarmoqlar bilan chuqur integratsiyalashadi, ekologik va ijtimoiy cheklovlar qat’iy inobatga olinadi	Iqlimga moslashgan strategiyalar, yashil infratuzilma, intellektual transport tizimlari, raqamli boshqaruv	Skandinaviya mamlakatlarida “yashil destinatsiya” konsepsiyasi, Kanadada tabiiy hududlar bilan uyg‘un turizm

1.2.2-jadvalda aks ettirilgan bosqichlar turizm industriyasining dinamik soha ekanini ko‘rsatadi. Ochilish bosqichida asosiy vazifa resurslarni inventarizatsiya qilish va infratuzilmani minimal darajada ta’minlashdan iborat bo‘ladi. Bu pallada hududiy organlar va davlat institutlarining tashabbusi bosh omilga aylanadi. Jadal o‘sish bosqichida esa bozor mexanizmlari faollashadi, infratuzilmaga yirik investisiyalar jalb etiladi, turistik brend shakllantiriladi. Yetilganlik bosqichida raqobat kuchayib, turizm milliy iqtisodiyotda katta ulushga ega bo‘ladi, natijada diversifikatsiya va maxsus segmentlarga yo‘nalgan strategiyalar dolzarblashadi. Barqarorlik va innovatsion bosqichda esa destinatsiyaning imkoniyatlari cheklangani, tabiiy muhitga bosim oshgani sabab, hududiy siyosatda turizmni boshqa tarmoqlar bilan integratsiyalash, raqamli boshqaruv va “yashil” investisiyalar ustuvor yo‘nalishga aylanadi. Turizmni

strategik rivojlantirish faqat umumiy konsepsiya yoki dastur qabul qilish bilan cheklanmaydi. Muvaffaqiyatli hududlarda mexanizm bosqichma-bosqich amalga oshiriladi, har bir bosqichda aniq sub'yektlar va vositalar belgilanadi.

1.2.3-jadval

Turizm strategiyalarini amalga oshirish bosqichlari va ularning iqtisodiy mazmuni[66]

Bosqich	Mazmun	Asosiy sub'yektlar	Xorijiy amaliyotda keng qo'llanilayotgan vositalar
Diagnostika va audit	Hududiy turistik resurslar, infratuzilma, bozor kon'yunkturasi, institutsional muhitni baholash	Turizm qo'mitasi, hududiy departament, ilmiy-tadqiqot institutlari	Turistik resurslar, SWOT-tahlil, raqobatbardoshlik indeksi, WEF TTDI ko'rsatkichlaridan foydalanish
Strategik maqsad va ssenariylar	Hudud uchun uzoq muddatli maqsadlar, ssenariylar, indikatorlar tizimi belgilash	Hukumat, mahalliy kengashlar, biznes va jamoatchilik vakillari	Ssenariy modellashtirish, "Strategiya-2030" konsepsiyalari, hududiy master-rejalar
Institutsional dizayn	Qonunchilikni yangilash, idoralar o'rtasida vakolatlar taqsimoti, davlat-xususiy sheriklik sxemalari	Parlament, vazirliklar, mahalliy hokimliklar	Klaster to'g'risidagi qarorlar, soliq imtiyozlari, grantlar, konsessiya shartnomalari
Investisiya va infratuzilmani rivojlantirish	Turistik-rekreasion zonalar, transport va muhandislik tarmoqlariga investisiyalarni jalb etish	Investisiya qo'mitasi, tijorat banklari, xorijiy investorlar	Loyiha-qarz sxemalari, xalqaro moliya institutlari kreditlari, infratuzilma obligatsiyalari
Marketing va brendlash	Milliy va hududiy brend, raqamli marketing, maqsadli bozorlar bilan ishlash	Turizm qo'mitalari, milliy aviakompaniyalar, turoperatorlar	Milliy onlayn platforma, xalqaro media-kampaniyalar,

[66] World Economic Forum. Travel & Tourism Development Index 2024. – Geneva, WEF, 2024. URL: https://www.weforum.org/publications/travel-tourism-development-index-2024; OECD. OECD Tourism Trends and Policies 2024. – Paris, OECD Publishing, 2024. URL: https://www.oecd.org/en/publications/2024/07/oecd-tourism-trends-and-policies-2024_17ff33a3.html; O'zbekiston Respublikasi Prezidentining PF-158-son Farmoni "O'zbekiston – 2030" strategiyasi to'g'risida. 2023 yil 11 sentyabr. – www.lex.uz; Venkina E. Uzbekistan going all out to promote itself as a tourist destination. – Eurasianet, 1 August 2024. URL: https://eurasianet.org ma'lumotlari asosida muallif tomonidan ishlab chiqilgan

			bloger va inflyuyenserlar bilan hamkorlik
Monitoring va teskari aloqa	Ko‘rsatkichlarni tizimli kuzatish, dasturlarni qayta ko‘rib chiqish, foyda va xatarlarni baholash	Hukumat, ilmiy markazlar, mustaqil reyting agentliklari	Indikatorlar paneli, “turizm hissasi” hisobotlari, barqarorlik ko‘rsatkichlari, jamoatchilik muhokamalari

1.2.3-jadvalda keltirilgan bosqichlar turizm strategiyalarini amalga oshirish jarayonini tizimli va shaffof tashkil etish imkonini beradi. Diagnostika bosqichida resurslar, infratuzilma va bozor sharoitlarini chuqur tadqiq etmasdan turib qabul qilingan strategiyalar ko‘pincha formal hujjatga aylanib qoladi. Shu sababdan OECD va Jahon banki tavsiyalarida strategik rejalashtirishdan avval kompleks analitik audit o‘tkazishga alohida urg‘u beriladi. Institutsional dizayn bosqichida qonunchilikni modernizatsiya qilish, idoralar o‘rtasida mas’uliyatni aniq taqsimlash, davlat-xususiy sheriklik mexanizmlarini yo‘lga qo‘yish turizm industriyasi barqaror rivojlanishi uchun zarur shart hisoblanadi. Shuningdek, marketing va brendlash bosqichida faqat reklama emas, balki raqamli ekotizim, milliy onlayn platformalar, bronlashtirish tizimlari, elektron viza kabi instrumentlar orqali turistlar uchun qulay muhit yaratish muhim ekani xorijiy amaliyotda o‘z isbotini topmoqda. Shu o‘rinda O‘zbekistonning ushbu global jarayonlardagi o‘rnini tahlil qilish maqsadga muvofiq.

1.2.4-jadval

2023–2024 yillarda O‘zbekistonda turizm ko‘rsatkichlari va xalqaro mavqei[67]

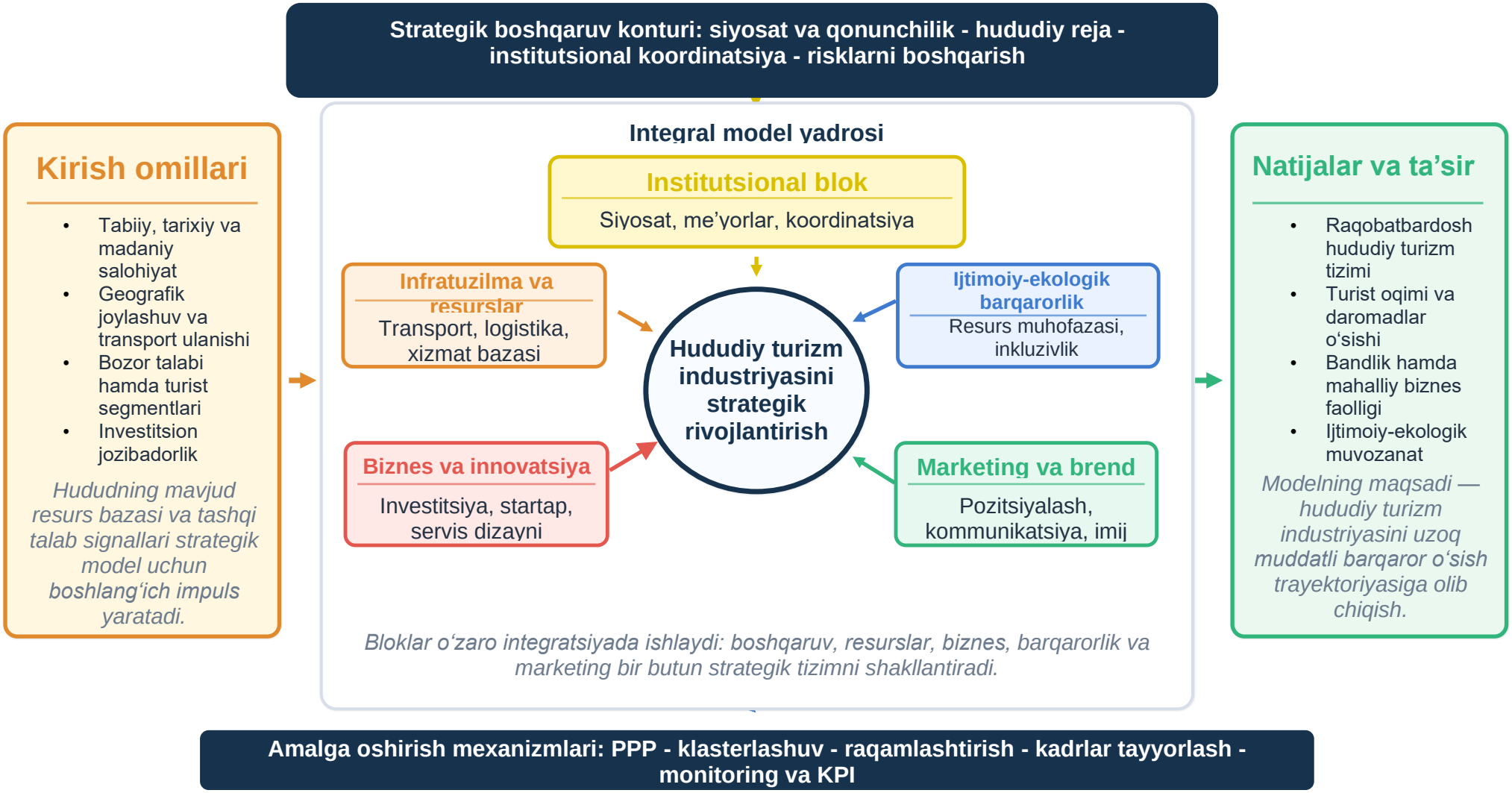
Ko‘rsatkich	2023 yil	2024 yil	O‘sish dinamikasi va xalqaro o‘rin
Xorijiy turistlar soni, mln nafar	6,6	8,2	taxminan 1,5 barobar o‘sish, tiklanish sur’ati jahon o‘rtacha ko‘rsatkichidan yuqori
Turizm xizmatlari eksporti, mlrd AQSH dollari	2,1	3,5	2023 yilga nisbatan 1,6 barobar, ya’ni 60 foizdan ziyod o‘sish, tashqi savdo tarkibida xizmatlar ulushi ortayotgani kuzatiladi
Ichki turizm sayohatlari, mln nafar	taxminan 20	22,7	Ichki turizm tashqi shoklarni yumshatuvchi omil sifatida mustahkamlanmoqda

[67] “The development of Uzbekistan’s tourism contributes to the growth of the people’s welfare”. – Uzbekistan.org, 2024. URL: https://uzbekistan.org; UN Tourism; O‘zbekiston Respublikasi Turizm qo‘mitasi. Tourism Doing Business – Investing in Uzbekistan. – Madrid, 2023.; Erdoğan E., Ekiz E. Uzbekistan Tourism: Past, Present and Future. – Institute of Tourism Studies, 2025.

Turizmning to‘g‘ridan-to‘g‘ri YAIMdagi ulushi, foiz	2,5	3 foizga yaqin baholanmoqda	Sanoat va qishloq xo‘jaligiga nisbatan past, lekin o‘sish dinamikasi yuqori
WEF TTDI reytingidagi o‘rin	–	78-o‘rin, 2019 yilga nisbatan 16 pog‘ona yuqori	“Turizmni jadal rivojlantirayotgan mamlakatlar” guruhida yetakchi o‘rin, qo‘shni Qozog‘iston (52), Ozarbayjon (56) dan past, lekin Tojikiston va Qirg‘izistondan yuqori

1.2.4-jadvaldan ko‘rinib turibdiki, O‘zbekistonda 2023–2024 yillarda turizm industriyasi juda yuqori sur’atlar bilan o‘sgan. 2023 yilda xorijiy turistlar soni 6,6 mln atrofida bo‘lgan bo‘lsa, 2024 yilda 10,2 mln nafarga etib, taxminan 1,5 barobar o‘sishga erishilgan. Turizm xizmatlari eksporti 2023 yilda 2,1 mlrd dollar atrofida bo‘lsa, 2024 yilda 3,5 mlrd dollarga etgan va bu tashqi savdo strukturasida xizmatlar ulushining oshishini ta’minlagan. Ichki turizm bo‘yicha 22,7 mln sayohat qayd etilgani aholi turmush darajasi va daromadlari o‘sishi, transport va infratuzilmaning yaxshilanganidan dalolat beradi. WEF Travel & Tourism Development Index reytingda O‘zbekiston 78-o‘rinni egallagan hamda 2019 yilga nisbatan 16 pog‘ona yuqoriga ko‘tarilgan, shunday qilib “turizmni jadal rivojlantirayotgan mamlakatlar” qatorida yetakchi o‘rinlardan birini egallagan. Bu natijalar milliy siyosat va hududiy strategiyalar to‘g‘ri tanlanganini ko‘rsatadi, shu bilan birga kelgusida raqobatbardoshlikni oshirish uchun infratuzilma sifatini yanada yaxshilash, kadrlar salohiyatini kuchaytirish va barqaror turizm talablarini chuqurroq integratsiya qilish zarurligini ham ko‘rsatib turibdi (1.2.1-rasm).

Xorijiy tajribalar tahlili asosida hududlarda turizm industriyasini strategik rivojlantirishning integral modeli quyidagi asosiy bloklardan tashkil topadi: institutsional muhit, infratuzilma va resurs bazasi, biznes va innovatsiya, ijtimoiy-ekologik barqarorlik hamda marketing-brend bloklari o‘rtasida ikki tomonlama strelkalar shaklidagi bog‘lanishlar tasvirlanadi. Masalan, institutsional blok infratuzilmaga investisiya siyosatini belgilaydi, infratuzilmaviy rivojlanish esa marketing va brendlash uchun yangi imkoniyatlar yaratadi, ijtimoiy-ekologik blok esa barcha boshqa bloklar faoliyatini cheklovlar va tamoyillar orqali tartibga soladi. Mazkur konseptual model turizm industriyasini strategik rivojlantirishda yagona bir omilga emas, balki o‘zaro bog‘lik bloklar tizimiga tayanishi lozimligini ko‘rsatadi. Birinchi navbatda, institutsional blok barcha boshqa bloklar uchun “o‘yin qoidalari”ni belgilaydi.



1.2.1-rasm. Xorijiy mamlakatlarda hududiy turizm industriyasini strategik rivojlantirishning integral modeli[68]

[68] Muallif tomonidan ishlab chiqilgan

Xorijiy tajriba shuni ko‘rsatadiki, turizmni milliy rivojlanish strategiyalari bilan uyg‘unlashtirgan, hududiy dasturlar bilan bog‘lagan mamlakatlarda tarmoqning YAIMga hissasi va bandlikdagi o‘rni sezilarli yuqori bo‘ladi. Infratuzilma va resurslar blokida esa transport va mehmonxona infratuzilmasini modernizatsiya qilish bilan birga tabiiy va madaniy meros ob’yektlarini muhofaza qilish, tashrifchilarga qulay muhit yaratish muhim ahamiyatga ega. Biznes va innovatsiya bloki turizm klasterlari, startap-loyihalar, raqamli platformalar orqali qo‘shimcha qiymat yaratishni ta’minlab, mahalliy ishbilarmonlik muhitini rivojlantiradi. Ijtimoiy-ekologik blok mahalliy aholi manfaatlarini himoya qilish, turizmdan tushayotgan daromadlarning bir qismini hududiy infratuzilmani yaxshilashga yo‘naltirish orqali integratsiyani chuqurlashtiradi. Marketing va brend bloki esa ushbu bloklar natijasini tashqi bozorga taqdim etadi hamda hududiy raqobatbardoshlikni oshiradi.

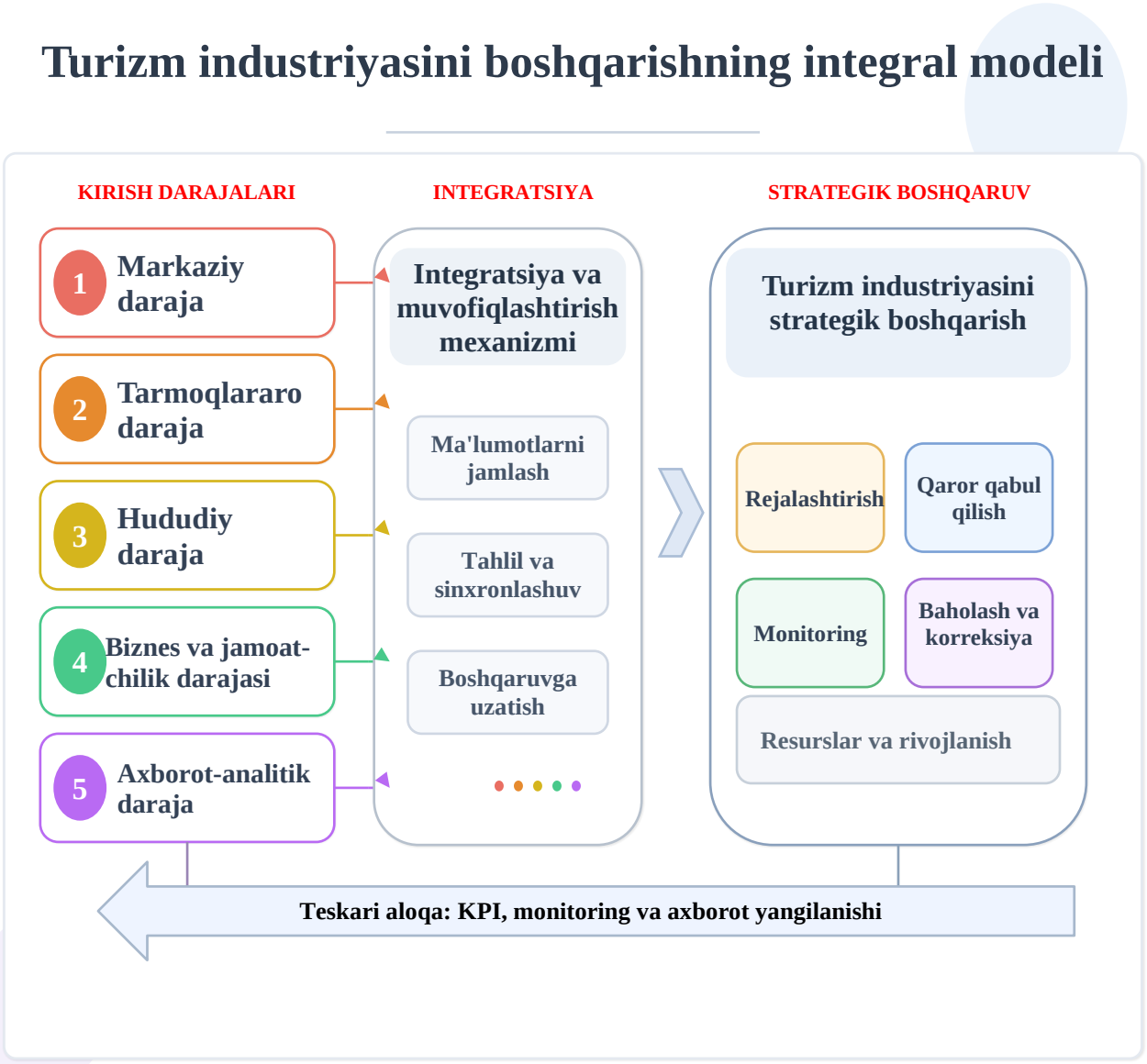
O‘zbekistonda “O‘zbekiston – 2030” strategiyasi, turizmni kengaytirishga oid yangi qarorlar va turizmni raqamlashtirishga qaratilgan islohotlar hududlarda turizm industriyasini boshqarish tizimini qayta ko‘rib chiqishni taqozo etmoqda[69].

Quyidagi 1.2.2-rasmda markaziy darajadan hududiy va biznes darajalariga yo‘nalgan pastga tushuvchi strelkalar orqali strategiya va resurslar oqimi ko‘rsatiladi, teskari yo‘nalishda esa axborot va feedback (teskari aloqa) oqimi aks ettiriladi. O‘zbekistonda turizm industriyasini strategik boshqarish jarayoni ko‘p darajali va tarmoqlararo hamkorlikka tayanishi kerakligini ko‘rsatadi. Markaziy darajada qabul qilinayotgan farmon va qarorlar hududiy dasturlar uchun normativ-institutsional asos yaratadi, lekin ular samaradorligi ko‘p jihatdan hududiy boshqarma va hokimliklar faolligiga bog‘liq[70]. Tarmoqlararo darajada transport, madaniyat, ekologiya, raqamli texnologiyalar kabi sohalar bilan integratsiya ta’minlanmasa, turistlar uchun to‘laqonli qiymat zanjiri shakllanmaydi. Biznes va jamoatchilik darajasi esa turizm xizmatlarini bevosita yaratuvchi sub’yektlar sifatida asosiy qiymatni yaratadi, ularni strategik qarorlar qabul qilish jarayoniga keng jalb etish mexanizmlarini takomillashtirish muhim. Axborot-analitik darajadagi institutlar turizm statistikasi, prognozlash, baholash modellari orqali barcha darajalar uchun ishonchli ma’lumot bazasini ta’minlashi lozim. Bu esa tadqiqot natijalarini amaliyotga joriy

[69] O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining PF-158-son Farmoni “O‘zbekiston – 2030” strategiyasi to‘g‘risida. 2023 yil 11 sentyabr. – www.lex.uz

[70] O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining PF-5611-son Farmoni “O‘zbekiston Respublikasida turizm sohasini jadal rivojlantirishga oid qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”. 2019 yil 5 yanvar. – www.lex.uz; Turizmni kengaytirish uchun yangi chora-tadbirlar tasdiqlandi”. – Norma.uz, 2025. URL: https://www.norma.uz

etish, xato qarorlarni kamaytirish va resurslardan samarali foydalanish imkonini beradi.



1.2.2-rasm. O‘zbekiston hududlarida turizm industriyasini strategik boshqarishning funksional tuzilishi

Hududlarda turizm industriyasini strategik rivojlantirish modellarini ilmiy asoslash uchun tashkiliy-iqtisodiy mexanizmni iqtisodiy ko‘rsatkichlar bilan bog‘lovchi formulalardan foydalanish maqsadga muvofiq. Quyida shunga misol tariqasida ikki iqtisodiy model keltiriladi.

Integral indeks yordamida turizm industriyasining strategik rivojlanishini faqat iqtisodiy natijalar emas, balki infratuzilma, inson kapitali, raqamlashtirish va barqarorlik kabi ko‘p o‘lchovli tarkibiy jihatdan baholash mumkin. Masalan, infratuzilma indikatori sifatida mehmonxona joylari soni va sifat standartlari, transport aloqalari zichligi; kadrlar indikatori sifatida turizm sohasidagi oliy ma’lumotli mutaxassislar ulushi;

raqamlashtirish indikatori sifatida onlayn bronlashtirish, elektron viza va milliy turizm portalidan foydalanuvchilar ulushi; barqarorlik indikatori sifatida esa muhofaza etiladigan hududlardagi tashrifchilar yuklamasi va chiqindilarni qayta ishlash darajasi kabi ko‘rsatkichlar tanlanishi mumkin[71]. Vazirlik va hududiy organlar o‘rtasida kelishilgan vazn koeffisiyentlari w_i orqali strategik ustuvorliklar inobatga olinadi. Masalan, ayrim hududlarda infratuzilmaga, boshqa hududlarda ekoturizm barqarorligiga yuqori salmoq berilishi mumkin. Indeksning vaqt bo‘yicha dinamikasi strategiyalar samaradorligini monitoring qilish, hududlar o‘rtasida qiyosiy reyting tuzish, xalqaro indekslar (masalan, WEF TTDI) bilan solishtirish uchun qulay[72]. Shu yo‘l bilan O‘zbekiston hududlari bo‘yicha “turizm industriyasining strategik profili” shakllantirilib, resurslar taqsimoti va islohotlar tartib-tartibi ilmiy asoslanishi mumkin.

Xorijiy tajriba tahlili shuni ko‘rsatadiki, hududlarda turizm industriyasini strategik rivojlantirish shunchaki turistlar sonini ko‘paytirish emas, balki kompleks tashkiliy-iqtisodiy mexanizmni shakllantirishni taqozo etadi. Bu mexanizm institutsional, infratuzilma, biznes-innovatsiya, ijtimoiy-ekologik va marketing-brend bloklarining uyg‘unlashgan tizimiga tayanadi. Turizm rivojlanishining bosqichlari va strategiya modellari tahlilidan ko‘rinib turibdiki, hududlar “ochilish” va “jadal o‘sish” bosqichidan “barqarorlik va innovatsiya” bosqichiga o‘tish jarayonida davlat siyosatining mazmun-mohiyati keskin o‘zgarishi, ya’ni me’yoriy-idorabozlikdan qat’iy dalillarga tayangan, raqobatbardoshlik va barqarorlikni uyg‘unlashtirgan yondashuvga o‘tish zarur.

Xorijiy modellar tahlili turizm industriyasini rivojlantirishda qo‘llanilayotgan tashkiliy-iqtisodiy yondashuvlarning mazmun-mohiyatini chuqurroq anglash imkonini beradi va shu orqali milliy amaliyotni takomillashtirish zaruratini yanada yaqqol namoyon etadi. Ayniqsa, rivojlangan va turizmda yuqori raqobatbardoshlikka erishgan davlatlar tajribasi shuni ko‘rsatadiki, hududiy turizmni samarali boshqarish an’anaviy ma’muriy choralar bilan cheklanmaydi, balki kompleks baholash, institutsional muvofiqlashtirish, raqamlashtirish va barqarorlik tamoyillariga tayangan holda amalga oshiriladi. Shu ma’noda, xorijiy tajriba tahlili faqatgina ilg‘or namuna sifatida emas, balki O‘zbekiston sharoitida

[71] OECD. OECD Tourism Trends and Policies 2024. – Paris, OECD Publishing, 2024. URL: https://www.oecd.org/en/publications/2024/07/oecd-tourism-trends-and-policies-2024_17ff33a3.html;World Economic Forum. Travel & Tourism Development Index 2024. – Geneva, WEF, 2024. URL: https://www.weforum.org/publications/travel-tourism-development-index-2024; Michálková A., Káslerová K. Analysis of management on the development of regional tourism. – Problems and Perspectives in Management, 2023.

[72] “Uzbekistan tops the world ranking of countries actively developing tourism – WEF”. – UzDaily.uz, 22 May 2024. URL: https://www.uzdaily.uz

qo‘llash mumkin bo‘lgan amaliy mexanizmlarni shakllantirish manbai sifatida ham muhim ahamiyat kasb etadi.

Jumladan, hududiy strategiyalarni ishlab chiqishda integral indikatorlar va multiplikator modellaridan foydalanish zarurligi alohida e’tiborga loyiq. Chunki turizmning hudud iqtisodiyotiga ta’siri ko‘p qirrali xususiyatga ega bo‘lib, uni faqat turistlar soni yoki xizmatlar hajmi orqali baholash etarli emas. Xorijiy amaliyotda turizmning yalpi hududiy mahsulot, bandlik, xizmatlar sohasi, transport, savdo, ovqatlanish, madaniy industriya va mahalliy daromadlarga ko‘rsatayotgan ta’sirini aniqlashda integral indekslar keng qo‘llaniladi. Multiplikator modellar esa turizmdan tushgan birlamchi daromadning iqtisodiyot tarmoqlari bo‘ylab qay darajada tarqalayotganini, ya’ni uning ikkilamchi va uchlamchi samaralarini hisoblash imkonini beradi. Bu esa, o‘z navbatida, qaysi hududda qaysi turizm yo‘nalishi yuqori ijtimoiy-iqtisodiy samara berishini aniqlashga xizmat qiladi.

Shu bilan birga, turizm klasterlarini qo‘llab-quvvatlash orqali kichik biznes va hunarmandchilikni rivojlantirish masalasi ham ilg‘or xorijiy modellarning eng muhim tarkibiy qismlaridan biri hisoblanadi. Amaliyot shuni ko‘rsatadiki, turizm faqat mehmonxona yoki turistik firmalar faoliyati bilan chegaralanmaydi; u mahalliy iqtisodiyotning ko‘plab bo‘g‘inlarini harakatga keltiradi. Xususan, hunarmandchilik, milliy taomlar, suvenir ishlab chiqarish, transport xizmati, gidlik, agroturizm, etnoturizm va madaniy tadbirlar kabi faoliyat turlari turizm klasterida o‘zaro bog‘langan holda rivojlanadi. Shu sababli, xorijiy modellarda klaster yondashuvi hududiy brending, mahalliy ishlab chiqaruvchilarni qo‘llab-quvvatlash, kooperatsiyani kuchaytirish va qiymat zanjirini kengaytirish vositasi sifatida qaraladi. Bu yondashuv ayniqsa, aholi bandligini oshirish, yoshlar va xotin-qizlar tadbirkorligini faollashtirish, hududning ichki imkoniyatlarini iqtisodiy aylanmaga kiritish nuqtai nazaridan katta ahamiyatga ega.

Yana bir muhim jihat — tabiiy va madaniy merosni muhofaza qilgan holda turistlar oqimini boshqarish, shuningdek, “overturizm” xavflarini oldindan bartaraf etish mexanizmlarini joriy etish bilan bog‘liq. Ilg‘or davlatlar tajribasi shuni anglatadiki, turistlar oqimining nazoratsiz o‘sishi qisqa muddatda iqtisodiy foyda keltirishi mumkin, ammo uzoq muddatda infratuzilmaga bosim, ekologik yuklama, madaniy muhitning buzilishi, mahalliy aholi noroziligi va resurslar tanqisligi kabi salbiy oqibatlarni keltirib chiqaradi. Shuning uchun zamonaviy modellarda tashrif sig‘imi, funksional zoning, mavsumiy diversifikatsiya, raqamli monitoring,

kvotalash elementlari va tashrif yo‘nalishlarini qayta taqsimlash kabi usullardan foydalaniladi. Bunday yondashuv turizmni faqat son jihatidan emas, balki sifat va barqarorlik nuqtai nazaridan boshqarishga xizmat qiladi. Ayniqsa, tarixiy shaharlar, ekologik noyob hududlar va ziyorat turizmi markazlari uchun bu masala strategik ahamiyat kasb etadi.

Shuningdek, raqamli platformalar va axborot-analitik markazlarni kuchaytirish orqali qaror qabul qilishni dalillarga asoslash masalasi ham zamonaviy turizm boshqaruvining asosiy shartlaridan biriga aylangan. Xorijiy modellarda real time ma’lumotlar, onlayn bronlash tizimlari, geoanalitika, turistik xatti-harakatlarni kuzatish, raqamli izlar tahlili va sun’iy intellekt elementlaridan foydalanish orqali boshqaruv samaradorligi oshirilmoqda. Bu esa marketing strategiyalarini aniqlashtirish, resurslarni maqbul taqsimlash, talabni bashorat qilish, xavflarni oldindan ko‘rish va tezkor boshqaruv qarorlarini qabul qilish imkonini yaratadi. Oddiyroq aytganda, zamonaviy turizm endi intuitiv emas, balki ma’lumotga tayangan boshqaruvni talab etmoqda. Agar hudud raqamli kuzatuv va tahlil tizimisiz rivojlantirilsa, u ko‘p holatda voqelikdan orqada qoladi.

Mazkur tahlillardan kelib chiqadiki, O‘zbekiston hududlarida turizmni strategik rivojlantirish mexanizmini takomillashtirishda faqat alohida chora-tadbirlar emas, balki o‘zaro bog‘liq elementlardan tashkil topgan yaxlit tizimni shakllantirish talab etiladi. Bunda institutsional muvofiqlashtirish, hududiy ixtisoslashuv, resurslardan oqilona foydalanish, klasterlashuv, raqamli transformatsiya va barqarorlik mezonlari bir butun mexanizm doirasida ishlashi lozim. Aks holda, turizm rivojlanishi parchalangan, qisqa muddatli va past samarali holatda qolib ketishi mumkin.

Shu sababli, keyingi boblarda O‘zbekiston hududlari uchun taklif etilayotgan tashkiliy-iqtisodiy mexanizm modeli nazariy va amaliy jihatdan batafsil asoslanadi. Unda, birinchi navbatda, hududlarning resurs salohiyati, bozor imkoniyatlari va infratuzilmaviy tayyorgarligi hisobga olinadi; ikkinchidan, davlat, xususiy sektor va mahalliy jamoa o‘rtasidagi hamkorlik formati aniqlashtiriladi; uchinchidan, turizmni baholash va monitoring qilishning indikatorlar tizimi ishlab chiqiladi; to‘rtinchidan esa, mazkur mexanizmni amaliyotga joriy etishning bosqichma-bosqich yo‘llari, tashkiliy instrumentlari va kutilgan natijalari yoritib beriladi. Boshqacha aytganda, keyingi tahlillarda gap shunchaki g‘oya haqida emas, balki ishlaydigan, o‘lchanadigan va boshqariladigan mexanizm haqida boradi.

1.3. Turizmni strategik rivojlantirishda xalqaro tajriba va undan O‘zbekiston sharoitida foydalanish imkoniyatlari

Xalqaro amaliyotda turizmni strategik rivojlantirish masalasi endi faqat turistlar oqimini ko‘paytirish vazifasi bilan cheklanmaydi. U, avvalo, destinatsiyaning qiymat yaratish zanjiri, institutsional boshqaruvi, raqamli infratuzilmasi, hududiy mutanosibligi va ekologik barqarorligini yagona tizim sifatida shakllantirish jarayonidir. OECDning zamonaviy yondashuvlarida turizm siyosati muvofiqlashtirilgan, kelajakka yo‘naltirilgan, barqaror va inklyuziv bo‘lishi zarurligi ta’kidlanadi. UN Tourism esa raqamli transformatsiya va barqaror rivojlanishni zamonaviy turizm raqobatbardoshligining markaziy sharti sifatida talqin qiladi. Shuning uchun bugun turizm strategiyasi infratuzilma dasturi emas, balki iqtisodiy, madaniy va hududiy siyosatlarni o‘zaro bog‘lovchi kompleks rivojlanish modeli sifatida namoyon bo‘lmoqda[73].

Muvaffaqiyatli mamlakatlar tajribasi shuni ko‘rsatadiki, turizmda uzoq muddatli natija tabiiy yoki madaniy resurslarning mavjudligi bilan emas, balki ularni qanday boshqarish bilan belgilanadi. Xususan, Ispaniyaning “Spain Tourism Strategy 2030” hujjati turizm modelini barqaror o‘sish asosida qayta shakllantirish, tarmoq raqobatbardoshligi va rentabelligini kuchaytirish, tabiiy hamda madaniy qadriyatlarni hududlar kesimida kengroq taqsimlash, shuningdek, turizmning foydasi va yukini mutanosiblashtirishni strategik maqsad sifatida qo‘yadi[74]. Ushbu strategiyada davlat–xususiy sheriklik ekotizimini mustahkamlash, sohaning raqamli strategiyasini joriy etish va tartibga solish muhitini yangi talablarga moslashtirish alohida yo‘nalish sifatida belgilangan. Bundan anglashiladiki, strategik rivojlanishning haqiqiy markazida turist emas, balki destinatsiyaning institutsional sifati turadi.

BAA tajribasi turizmni milliy brend, investitsiyaviy jozibadorlik va mahsulot diversifikatsiyasi bilan bog‘langan integral tizim sifatida ko‘rish zarurligini yaqqol namoyon etadi. UAE Tourism Strategy 2031 mamlakatning yagona turistik qiyofasini mustahkamlash, maxsuslashgan turizm mahsulotlarini rivojlantirish, sohaviy salohiyatni oshirish va investitsiyalarni rag‘batlantirishni o‘zaro bog‘liq yo‘nalishlar sifatida belgilagan[75]. Bu erda e’tiborli jihat shuki, strategiya faqat targ‘ibot hujjati

[73] https://www.oecd.org/en/publications/oecd-tourism-trends-and-policies-2024_80885d8b-en.html

[74] https://turismo.gob.es/en-us/estrategia-turismo-sostenible/paginas/index.aspx

[75] https://www.mediaoffice.ae/en/news/2022/november/11-11/mohammed-bin-rashid-launches--national-tourism-strategy-2031

emas, balki federal va mahalliy idoralar, aviakompaniyalar hamda xususiy sektor ishtirokini birlashtiruvchi boshqaruv platformasi vazifasini ham bajaradi. Demak, xalqaro tajriba turizm rivoji uchun tarmoqlararo muvofiqlashuv va yagona milliy pozitsiyalanish hal qiluvchi ahamiyatga ega ekanini ko‘rsatadi.

Singapur tajribasi esa strategik rivojlanishning yana bir muhim qonuniyatini — “miqdoriy o‘sish”dan “sifatli o‘sish”ga o‘tish tamoyilini ochib beradi. Tourism 2040 yo‘l xaritasi barqaror rivojlanishni kuchayib borayotgan global raqobat, turistik afzalliklarning o‘zgarishi va resurs cheklovlari sharoitida ko‘radi[76]. Singapore Tourism Board amaliyotida marketing ma’lumotlarga asoslangan segmentatsiya, maqsadli kommunikatsiya, hikoyaviy brendlash va strategik sherikliklar orqali amalga oshirilmoqda. Bu esa zamonaviy turizm siyosatining oddiy reklama yoki tashviqot emas, balki tahlil, iste’molchi xatti-harakatini anglash va bozorni aniq pozitsiyalashtirishga asoslangan intellektual boshqaruv vositasiga aylanganini anglatadi.

Umuman olganda, xalqaro tajribaning eng muhim xulosasi shuki, turizmni samarali rivojlantirish markazlashgan idorachilik bilan emas, destinatsiyaga asoslangan boshqaruv bilan ta’minlanadi. UN Tourism talqinida Destination Management Organization turli ishtirokchilar faoliyatini yagona strategiya doirasida etaklaydi va muvofiqlashtiradi. Mazkur yondashuv turizmni alohida korxonalar yig‘indisi sifatida emas, balki transport, madaniy meros, shaharsozlik, servis standarti, tadbirkorlik va mahalliy jamoa manfaatlari tutashgan hududiy ekotizim sifatida ko‘rishni talab qiladi. Shu sababli rivojlangan mamlakatlarda muvaffaqiyat ko‘pincha yangi ob’ektlar qurilishi bilan emas, balki mavjud destinatsiyalarning boshqaruv sifatini oshirish, ishtirokchilar o‘rtasida vazifalarni aniq taqsimlash va manfaatlar muvozanatini ta’minlash orqali qo‘lga kiritilmoqda.

O‘zbekiston sharoitida mazkur tajribalarni qabul qilish uchun muayyan siyosiy-huquqiy va strategik asos shakllangan. “O‘zbekiston — 2030” strategiyasi uni amalga oshirishni barcha davlat organlari va tashkilotlari faoliyatida ustuvor vazifa sifatida belgilaydi. Turizm sohasiga oid keyingi qarorlar esa iqtisodiyotda turizmning roli va ahamiyatini kuchaytirish, turistik xizmatlar ko‘lamini kengaytirish hamda tarmoqni yangi bosqichga olib chiqishga qaratilgan. Demak, mamlakatda strategik vektor mavjud;

[76] https://www.stb.gov.sg/about-stb/what-we-do/tourism-2040/

endi asosiy masala ushbu vektorni chuqur institutsional mazmun, hududiy ifoda va raqobatbardosh biznes modellar bilan boyitishdan iborat.

Ayni shu nuqtadan qaralganda, O‘zbekiston uchun eng muhim vazifa — xalqaro tajribani mexanik tarzda ko‘chirish emas, balki uni milliy sharoitga moslashtirishdir. Bu, birinchi navbatda, Samarqand, Buxoro, Xiva, Toshkent, Farg‘ona vodiysi, tog‘ va ekoturizm hududlari kabi makonlarda destinatsiya boshqaruvini kuchaytirishni anglatadi. Ikkinchidan, madaniy, ziyorat, gastronomik, tibbiy va tabiat turizmini bir-biridan ajralgan segmentlar sifatida emas, balki yagona qiymat zanjiriga bog‘langan kompleks mahsulot sifatida shakllantirish zarur. Uchinchidan, milliy raqamli turistik platforma, ma’lumotlar bazasi, sayohat analitikasi va bozor segmentatsiyasiga tayangan marketing mexanizmini yaratish dolzarbdir. To‘rtinchidan, davlat–xususiy sheriklikni faqat infratuzilma qurilishi bilan cheklab qo‘ymay, servis, mahsulot dizayni, xalqaro brendlash va hududiy tajriba iqtisodiyotigacha kengaytirish talab etiladi. Ispaniya tajribasidagi hududiy muvozanat, BAA modelidagi yagona brend va investitsiya, Singapur yondashuvidagi ma’lumotga asoslangan marketing hamda OECD ta’kidlayotgan muvofiqlashtirilgan, kelajakka qaratilgan siyosat O‘zbekiston uchun aynan shu yo‘nalishlarda amaliy-metodologik asos bo‘la oladi.

Shu ma’noda, O‘zbekiston turizmining istiqbolli modeli “ob’ektlar turizmi”dan “tajriba va destinatsiya turizmi”ga, “ma’muriy qo‘llab-quvvatlash”dan “institutsional hamkorlik”ka, “oqimni oshirish”dan “qiymat yaratish”ga o‘tish bilan bog‘liq. Ilmiy nuqtai nazardan qaralganda, bu transformatsiya turizmni iqtisodiyotning yordamchi sektori sifatida emas, balki hududiy rivojlanish, madaniy kapitalizatsiya, xizmatlar innovatsiyasi va xalqaro raqobatbardoshlikni birlashtiruvchi strategik tizim sifatida talqin qilishni talab etadi. Aynan shunday yondashuvgina O‘zbekistonda turizm siyosatini qisqa muddatli natijalar mantig‘idan chiqarib, uzoq muddatli, barqaror va yuqori qo‘shimcha qiymat yaratuvchi rivojlanish modeliga olib kira oladi.

O‘zbekiston uchun ham turizm iqtisodiyotni diversifikatsiya qilish, hududiy rivojlanish va yangi ish o‘rinlarini yaratishning muhim drayveri sifatida qaralmoqda. Mamlakatda Prezident farmon va qarorlari, "O‘zbekiston – 2030" strategiyasi, turizm infratuzilmasiga oid maxsus davlat dasturlari qabul qilingan[77]. Shu sharoitda turizmni strategik

[77] O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti. "**2022–2026 yillarga mo‘ljallangan “Yangi O‘zbekiston” taraqqiyot strategiyasi**." PF-60-sonli Farmon. – Toshkent, 11.09.2023. – Elektron manba: lex.uz; O‘zbekiston Respublikasi

rivojlantirishda xalqaro tajriba va ilmiy modellarni o‘rganish, ularni milliy sharoitga moslashtirish ilmiy-nazariy va amaliy ahamiyat kasb etadi.

Turizmni strategik rivojlantirish deganda, turizm tarmog‘ining resurs salohiyati, bozor kon’yunkturasi va institutsional muhitini hisobga olgan holda, uzoq muddatli maqsadlar, ustuvor yo‘nalishlar va kompleks siyosat choralarini ishlab chiqish va bosqichma-bosqich amalga oshirish jarayoni tushuniladi.

Turizmda strategik yondashuv quyidagi asosiy xususiyatlar bilan tavsiflanadi:

1. Uzoq muddatli maqsadli yo‘naltirilganlik – turistik oqimlar, valyuta tushumlari, YAIMdagi ulush, bandlik, hududiy rivojlanish, barqarorlik ko‘rsatkichlarini 10–15 yillik istiqbolda rejalashtirish.

2. Kompleks tarmoqlararo munosabatlar – transport, infratuzilma, xizmatlar, madaniyat, qishloq xo‘jaligi va sanoat tarmoqlari bilan uzviy bog‘liqlikni hisobga olish.

3. Institutsional islohotlar va boshqaruv – turizm sohasini davlat tomonidan tartibga solish, xususiy sektor bilan sheriklik, klasterlar va destinatsiya boshqaruvi tuzilmalari (DMO)ni shakllantirish[78].

4. Barqarorlik va inklyuzivlik – ekologik barqarorlik, mahalliy aholi manfaatlari, yangi ish o‘rinlari, ijtimoiy infratuzilma rivoji bilan uyg‘unlik.

Mamatqulov va hammualliflar turizm infratuzilmasini "turistik mahsulotni shakllantirishda ishtirok etuvchi tarmoqlar va ularni boshqaruvchi majmua" sifatida talqin qiladi; bu infratuzilmani strategik rivojlantirish turizm siyosati markazida turushi lozimligini anglatadi[79]. Abdullayev Z.S. esa turizm faoliyatini rivojlantirishning milliy iqtisodiyotdagi o‘rnini tahlil qilar ekan, turizmga sarmoyalar ko‘paytirilishi, xizmatlar sifati oshirilishi va marketing siyosatining modernizatsiyasi YAIM o‘sish sur’atlarini kuchaytirishini ta’kidlaydi[80].

Turistik destinatsiya rivojlanishini strategik boshqarish nazariyasida eng ko‘p qo‘llaniladigan modellardan biri – R. Batler taklif etgan "turistik hudud hayotiy sikli" (TALC) modelidir[81]. Unga ko‘ra, har qanday turistik

---

Prezidenti. PF-102-sonli Farmon "O‘zbekiston Respublikasida turizm infratuzilmasini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida". – Toshkent, 18.07.2024. – Elektron manba: lex.uz

[78] Abduraimov D.M. Turizm infratuzilmasida iqtisodiy faoliyatni rivojlantirishning ayrim masalalari // "Iqtisodiyot va ta’lim" jurnali. – Toshkent, 2020. – B. 38–45.

[79] Mamatqulov X.M., Abduhamidov S.A., Xamitov M.X. Turizm infratuzilmasi. O‘quv qo‘llanma. – Samarqand: Samarqand iqtisodiyot va servis instituti, 2020. – ISBN 978-9943-975-50-7. – Elektron manba: kitob.sies.uz

[80] Abdullayev Z.S. Turizm faoliyatini rivojlantirishning milliy iqtisodiyotdagi o‘rni va ahamiyati // UzSCITE elektron jurnali. – 2022. – B. 47–53. – Elektron manba: uzscite.uz

[81] Butler R.W. The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources // Canadian Geographer. – 1980. – Vol. 24, No. 1. – P. 5–12.

hudud quyidagi bosqichlardan o‘tadi: boshlanish (qidirish), ishtirok etish, jadal rivojlanish, konsolidatsiya, stagnatsiya, pasayish yoki tiklanish. Har bir bosqich ma’lum strategik siyosatni talab qiladi.

Turistik destinatsiya raqobatbardoshligini baholash va strategik rivojlantirish bo‘yicha J.R.B. Ritchi va J. Krauch, L. Dvayer va Ch. Kim, Gonsales-Rodriges va boshqalar tomonidan ishlab chiqilgan modellar fanda keng qo‘llanilmoqda[82]. Ularda makroiqtisodiy muhit, turizm siyosatining sifat darajasi, tabiiy va madaniy resurslar, infratuzilma, inson kapitali, innovatsiya va raqamli platformalar kabi omillar integral indeks ko‘rinishida ifodalanadi. Jahon iqtisodiy forumi tomonidan e’lon qilinadigan Sayohat va turizmni rivojlantirish indeksi (TTDI) ushbu ilmiy yondashuvlarni amaliyotga tatbiq etuvchi xalqaro mezoni sifatida xizmat qiladi. Quyida Batler modeli bosqichlari va ularga mos strategik siyosat variantlari jadvalda umumlashtiriladi.

1.3.1-jadval

Batler modeli bo‘yicha turistik hudud hayotiy sikli bosqichlari va mos strategiyalar to‘plami[83]

Batler sikli bosqichi	Bosqichning asosiy tavsifi	Ustuvor strategiya va siyosat choralari	Ilmiy manbalar (mualliflar)
Boshlanish (qidirish)	Turistlar oqimi kam, hudud keng jamoatga deyarli noma’lum, infratuzilma zaif	Bozor tadqiqoti, kichik pilot marshrutlar, mahalliy jamoa bilan hamkorlik, brend pozisiyasini tanlash	Butler, Haywood, Ritchie & Crouch
Ishtirok etish	Turistlar oqimi o‘sadi, mahalliy biznes va aholi turizmdan daromad ola boshlaydi	Asosiy infratuzilmani yaxshilash, lisenziyalash va standartlash, xizmatlar sifatini oshirish, marketingni kuchaytirish	Butler, Getz
Jadal rivojlanish	Turistlar soni keskin ortib, tashqi sarmoya va yirik operatorlar ulushi ko‘payadi	Xususiy sektorga qulay sharoitlar, er va moliya bozorlarini liberallashtirish, investorlar uchun imtiyozlar, klasterlarni shakllantirish	Agarwal, Dwyer & Kim, OECD

[82] Ritchie J.R.B., Crouch G.I. The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective. – Wallingford: CABI, 2003. – 272 p.; González-Rodríguez M.R. et al. Tourist Destination Competitiveness in the Age of Global Uncertainty // Journal of Tourism Futures. – 2023

[83] Butler R.W. The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources // Canadian Geographer. – 1980. – Vol. 24, No. 1. – P. 5–12.; Ritchie J.R.B., Crouch G.I. The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective. – Wallingford: CABI, 2003. – 272 p.; Dwyer L., Kim C. Destination Competitiveness: Determinants and Indicators // Current Issues in Tourism. – 2003. – Vol. 6, No. 5. – P. 369–414.; UN Tourism (World Tourism Organization). Internationl Tourism Recovers Pre-Pandemic Levels in 2024. – Press-reliz, 21.01.2025. – Elektron manba: untourism.int; Ritchie J.R.B., Crouch G.I. The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective. – Wallingford: CABI, 2003. – 272 p.

Konsolidatsiya	Turizm iqtisodiyotda muhim o‘rin egallaydi, bozor ulushi barqarorlashadi	Turizm mahsulotini diversifikatsiya qilish, yuqori qo‘shilgan qiymatli segmentlarga o‘tish, marketingni segmentlash	Prideaux, González-Rodríguez, UN Tourism
Stagnatsiya	Turistik oqim o‘sishi sekinlashadi, infratuzilma eskiradi, raqobat kuchayadi	Rebrending, investision siyosatni qayta ko‘rib chiqish, barqaror turizm standartlarini joriy etish, yangi bozorlarga chiqish	Haywood, van Fossen, WTTC
Pasayish yoki tiklanish	Turistlar oqimi kamayadi yoki yangi mahsulot va bozorlar hisobiga qayta o‘sish ta’minlanadi	Rekonstruksiya, innovatsion mahsulotlar (eko-, agro-, ziyorat turizmi), raqamli transformatsiya, davlat-xususiy sheriklik loyihalari	Butler, Ritchie & Crouch, World Bank, Ekiz

1.3.1-jadvalda Batlerning turistik hudud hayotiy sikli modeli bosqichlari va har bir bosqichga mos strategik choralar umumlashtirildi. Jadvaldan ko‘rinib turibdiki, boshlanish va ishtirok etish bosqichlarida asosiy e’tibor resurs salohiyatini o‘rganish, maqsadli bozorlarni tanlash, kichik infratuzilmaviy loyihalar va mahalliy jamoalar bilan sheriklikni kuchaytirishga qaratilgan. Jadal rivojlanish va konsolidatsiya bosqichlarida esa turizm industriyasi iqtisodiyotda muxim o‘rin egallab, investisiya va marketing siyosatini muvozanatlashtirish, mahsulot diversifikatsiyasi va yuqori qiymatli segmentlarga o‘tish hal qiluvchi ahamiyatga ega bo‘ladi. Stagnatsiya va pasayish (yoki tiklanish) bosqichlarida ko‘plab mamlakatlar faqat infratuzilmani ta’mirlash bilan cheklanib qolishi natijasida raqobatda yutqazgan. Ilg‘or tajribalar shuni ko‘rsatadiki, mazkur bosqichlarda turizm mahsulotini tubdan qayta ko‘rib chiqish, yangi turlar (eko, agro, ziyorat, gastronomik turizm)ni rivojlantirish, raqamli platformalardan foydalanish va davlat–xususiy sheriklik loyihalarьn kengaytirish orqali hududlarning yangi o‘sish siklini boshlash mumkin.

O‘zbekiston sharoitida mazkur modelni qo‘llash hududiy turizm strategiyalarini bosqichma-bosqich qayta ko‘rib chiqish uchun uslubiy asos sifatida xizmat qiladi.

1.3.1-rasmda turistik hududni strategik boshqarishning bosqichma-bosqich algoritmi berilgan. U resurs va bozor salohiyatining puxta tahlilidan boshlanib, hayotiy sikl bosqichini aniqlash orqali strategik qarorlar qabul qilishga o‘tadi[84],[85]. Mazkur yondashuvning afzalligi shundaki, u har bir

[84] Butler R.W. The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources // Canadian Geographer. – 1980. – Vol. 24, No. 1. – P. 5–12.
[85] Ritchie J.R.B., Crouch G.I. The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective. – Wallingford: CABI, 2003. – 272 p.

hudud uchun universal emas, balki "sikldagi pozisiya"ni hisobga oluvchi, moslashuvchan strategik siyosatni taklif qiladi. Masalan, boshlanish bosqichida turizm infratuzilmasi va kadrlar salohiyatini shakllantirishga ustuvor e’tibor qaratiladi, stagnatsiya paytida esa barqarorlik mezonlariga tayanadigan qayta pozisiyalash, yangi bozor nishalarini izlash ahamiyat kasb etadi[86]. Blok-sxemada monitoring va baholash bosqichining alohida ajratilishi ham muhim, chunki turizm siyosati kamdan-kam hollarda faqat bir marotaba qabul qilinadigan hujjatlar bilan cheklanadi. U doimiy ravishda statistik ma’lumotlar, xalqaro reytinglar (TTDI, WTTC indikatorlari) va mahalliy tadqiqotlar asosida yangilanib borishi kerak. O‘zbekistonda hududiy turizm strategiyalarini ishlab chiqishda ana shu blok-sxemaga tayanish turizm siyosatining tizimli va dalillarga asoslangan bo‘lishini ta’minlaydi.



1.3.1-rasm. Turistik hudud hayotiy sikli asosida strategik boshqaruv modeli[87]

Jahon tajribasida turizmni strategik rivojlantirish siyosati turli modellarga asoslansa-da, ilg‘or mamlakatlar tajribasida umumiy qonuniyatlar kuzatiladi. Jahon iqtisodiy forumi tomonidan e’lon qilingan

[86] González-Rodríguez M.R. et al. Tourist Destination Competitiveness in the Age of Global Uncertainty // Journal of Tourism Futures. – 2023

[87] Muallif tomonidan ishlab chiqilgan

Sayohat va turizmni rivojlantirish indeksida (TTDI) AQSH, Ispaniya, Yaponiya, Fransiya, Avstraliya, Germaniya kabi mamlakatlar yetakchi o‘rinlarni egallab, raqobatbardosh turizm siyosati yuritmoqda. Bir qator davlatlar, jumladan, Qatar, Saudiya Arabistoni, El-Salvador va Albaniya 2019 yilga nisbatan turistlar oqimini bir necha barobarga oshirishga erishgan[88].

Quyida turizm rivojlangan mamlakatlar misolida turizmni strategik rivojlantirish bo‘yicha asosiy yo‘nalishlar taqqoslama tahlil qilinadi (1.3.2-jadval).

1.3.2-jadval

Turizmni strategik rivojlantirishda xalqaro tajriba benchmarking tahlili[89]

Mamlakat	Milliy turizm strategiyasining asosiy yo‘nalishlari	Asosiy islohotlar va instrumentlar	O‘zbekiston uchun joriy etilishi mumkin bo‘lgan jihatlar
Ispaniya	2030 yilgacha barqaror va inklyuziv turizm konsepsiyasi, hududiy diversifikatsiya	Overturizmni cheklash, ichki hududlarga turistlar taqsimotini o‘zgartish, raqamli marketing	Sayyohlik oqimini Samarqand–Buxoro–Xivadan tashqari hududlarga yo‘naltirish, mavsumiylikni kamaytirish
Fransiya	Madaniy va gastronomik turizmni qo‘llab-quvvatlash, hududiy brending	YUNESKO ob’yektlari atrofida klasterlar, kichik va o‘rta biznesni rag‘batlantirish	YUNESKO merosi atrofida klasterlar (masalan, Buxoro, Xiva)ni rivojlantirish, mahalliy brendlar yaratish
AQSH	Milliy turizm strategiyasi doirasida infratuzilma, xavfsizlik va raqamli platformalarga e’tibor	Vizalar rejimini soddalashtirish, aeroportlar modernizatsiyasi, milliy parklar boshqaruvi	Aeroportlar va temiryo‘l infratuzilmasini turizm ehtiyojlari bilan integratsiya qilish
Turkiya	Sohil, shahar va ziyorat turizmini birlashtirgan kompleks mahsulot	Milliy aviakompaniyalar va loukosterlar tarmog‘i,	Milliy aviakompaniyalar va loukosterlar orqali turizm markazlariga

[88] O‘zbekiston Respublikasi Statistika agentligi. Tourist arrivals / Tourist flows – rasmiy statistik byulletenlar. – Toshkent, 2022–2024. – Elektron manbalar: stat.uz, uzbekistan.travel; UN Tourism (World Tourism Organization). International Tourism Recovers Pre-Pandemic Levels in 2024. – Press-reliz, 21.01.2025. – Elektron manba: untourism.int

[89] OECD. OECD Tourism Trends and Policies 2024. – Paris: OECD Publishing, 2024. – 200 p. – Elektron manba: oecd.org; UN Tourism (World Tourism Organization). International Tourism Recovers Pre-Pandemic Levels in 2024. – Press-reliz, 21.01.2025. – Elektron manba: untourism.int; World Bank. Tourism and Competitiveness. – Washington, DC, 14.05.2025. – Elektron manba: worldbank.org; World Travel & Tourism Council. Travel & Tourism Economic Impact 2025: Global Trends. – London, 2025. – Elektron manba: wttc.org; O‘zbekiston Respublikasi Statistika agentligi. Tourist arrivals / Tourist flows – rasmiy statistik byulletenlar. – Toshkent, 2022–2024. – Elektron manbalar: stat.uz, uzbekistan.travel ma’lumotlari asosida muallif tomonidan ishlab chiqilgan

		"hamma narsa kiritilgan" paketlari	arzon logistika ta’minlash
Saudiya Arabistoni	2030 yilgacha iqtisodiyotda turizmni neftdan keyingi asosiy drayverga aylantirish	Viza liberallashuvi, yangi megaloyihalar (Neom), ziyorat va madaniy turizm	Viza va cheklovlarni soddalashtirish, ziyorat turizmini milliy strategiya darajasiga chiqarish
Qatar	Yirik sport va madaniy tadbirlar orqali global brendni shakllantirish	Infratuzilmaga katta sarmoya, aeroport va mehmonxona majmualari, ivent-turizm	Xalqaro tadbirlar (sport, forum, festival) orqali brendni kuchaytirish
Tailand	Xizmatlar eksportida turizm yetakchi tarmoq, "go‘zal tabiat + servis" modeli	Sog‘lomlashtirish, ekoturizm, kichik biznesni qo‘llab-quvvatlash, raqamli xizmatlar	Sog‘lomlashtirish va wellness turizmni sanatoriylar, dam olish zonalari asosida rivojlantirish
BAA	Lyuks, tranzit va biznes-turizmni yagona ekotizimda birlashtirish	"Xab" aeroportlar, erkin iqtisodiy zonalar, soliq imtiyozlari	Toshkent va Samarqandni mintaqaviy havo xabiga aylantirish, turizmga oid erkin zonalarini tashkil etish
Singapur	Shahar-davlat sifatida "smart destination" konsepsiyasi	Raqamli servislar, MICE-turizm, turizmda innovatsiyalar parki	"Smart-tourism" raqamli platformalarini joriy etish, MICE turizmni rivojlantirish
Gruziya	Qishloq va vino turizmni milliy brend sifatida shakllantirish	Viza liberallashuvi, kichik mehmonxonalarga subsidiyalar, hududiy klasterlar	Qishloq turizmi, gastronomik turizm va kichik mehmonxonalarni qo‘llab-quvvatlash

1.3.2-jadvalda keltirilgan mamlakatlar tajribasi turizmni strategik rivojlantirishda umumiy qonuniyatlar borligini ko‘rsatadi. Birinchi qonuniyat – davlatning uzoq muddatli va aniq maqsadli strategiyaga ega bo‘lishi. Ispaniya, Fransiya, AQSH, Saudiya Arabistoni va BAA kabi mamlakatlar turizmni milliy strategik dasturlar va sektorlararo siyosat bilan uyg‘unlashtirgan. Ikkinchisi – infratuzilmaga katta va maqsadli investisiyalar jalb qilinishi. Qatar, BAA, Turkiya misolida aeroportlar, yo‘llar, mehmonxonalar va xizmatlar tarmoqlariga sarmoya milliy brendga xizmat qiluvchi asosiy omilga aylangan. Uchinchisi – turizm mahsulotini diversifikatsiya qilish va barqarorlik tamoyillariga tayanish. Tailand, Gruziya, Fransiya misolida ekoturizm, gastronomik va qishloq turizmi yo‘nalishlarining rivojlantirilishi mahalliy aholi daromadlarini oshirish bilan birga resurslarni avaylash imkonini bermoqda. O‘zbekiston uchun bu

tajribalardan chiqadigan asosiy xulosa – viza rejimining liberallashuvi, infratuzilmaga maqsadli sarmoyalar, hududiy klasterlar va barqaror turizm standartlarini joriy etish orqali turizmni milliy strategiya markaziga qo‘yish zaruratidir.

Yuqoridagi nazariy modellar va xalqaro benchmarking tahlili O‘zbekistonda turizmni strategik rivojlantirish uchun quyidagi ustuvor yo‘nalishlarni shakllantirish imkonini beradi:

1. Hayotiy siklga asoslangan hududiy strategiyalar. Turizmni rivojlantirish bo‘yicha hududiy dasturlarni Batler modeli bosqichlari bilan bog‘lash maqsadga muvofiq. Masalan, yangi ochilayotgan hududlar (Qoraqalpog‘istondagi ekologik marshrutlar, tog‘li hududlar) uchun boshlanish bosqichi strategiyalari, Samarqand–Buxoro–Xiva kabi yirik destinatsiyalar uchun konsolidatsiya va tiklanish bosqichidagi strategiyalar qo‘llanilishi lozim[90].

2. Infratuzilma va xizmatlar sifatini strategik rivojlantirish. Turizm infratuzilmasi bo‘yicha milliy o‘quv qo‘llanmalarda ta’kidlanganidek, transport, joylashtirish, ovqatlanish, axborot-kommunikatsiya, madaniy-tomosha ob’yektlari yaxlit tizim sifatida qaralishi zarur. PF-102 va 2024 yilda amalga oshirilgan infratuzilmaviy loyihalar (yo‘llar, yangi mehmonxonalar, aeroportlar rekonstruksiyasi) ushbu yo‘nalishdagi amaliy qadamlardir[91].

3. Turizm mahsulotini diversifikatsiya qilish. Ilg‘or xorijiy tajriba shuni ko‘rsatadiki, bir yo‘nalishga (masalan, faqat ziyorat yoki faqat tarixiy-madaniy turizm) tayanish xatarli. O‘zbekistonda eko, agro, qishloq, gastronomik, sanoat, tibbiy va MICE turizmini parallel rivojlantirish orqali turistlar oqimini yil davomida tengroq taqsimlash, yuqori qiymatli segmentlarda daromadni ko‘paytirish mumkin[92].

4. Raqamli transformatsiya va ma’lumotlarga asoslangan boshqaruv. Jahon banki va OECD hisobotlarida turizmda raqamlashtirish va big data texnologiyalaridan foydalanish strategik ustunlik manbai sifatida qayd etilgan[93]. O‘zbekistonda milliy turizm raqamli platformasini (portal va mobil ilova) yanada takomillashtirish, statistik ma’lumotlarni real-time

[90] Butler R.W. The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources // Canadian Geographer. – 1980. – Vol. 24, No. 1. – P. 5–12.; Ekiz E. Uzbekistan Tourism: Past, Present and Future. – Prezentatsiya, Central Asian University, 15.04.2025. – Elektron manba: institutetourism.com

[91] O‘zbekiston Respublikasi Turizm sohasini rivojlantirish qo‘mitasi. Turizm sohasini rivojlantirish maqsadida 2024 yilda amalga oshirilgan ishlar hamda 2025 yildagi ustuvor vazifalar. – Toshkent, 2025. – 30 b. – Elektron manba: gov.uz

[92] Axmedov I.A. O‘zbekistonda etnografik turizmni rivojlantirish istiqbollari // Elektron ilmiy jurnal. – 2024. – Elektron manba: cyberleninka.ru; OECD. OECD Tourism Trends and Policies 2024. – Paris: OECD Publishing, 2024. – 200 p. – Elektron manba: oecd.org

[93] World Bank. Tourism and Competitiveness. – Washington, DC, 14.05.2025. – Elektron manba: worldbank.org

rejimida yig‘ish va tahlil qilish, biznes qarorlari va marketing kampaniyalarini aynan shu ma’lumotlarga asoslash muhim vazifadir.

5. Inson kapitali va ilm-fan bilan integratsiya. Turizm sohasidagi kadrlar tayyorlash tizimi "Turizm infratuzilmasi", "Turizm iqtisodiyoti", "Xalqaro turizm" “Turizmda strategik menejment” kabi fanlar bilan bog‘liq holda yanada takomillashtirilishi zarur. Ilmiy tadqiqotlar va amaliyotni integratsiya qilish, universitet–biznes–hokimiyat uchburchak modelida o‘quv dasturlari va stajirovkalarni tashkil etish turizm sifatiga bevosita ta’sir ko‘rsatadi.

Shu tarzda Batler modeli, destinatsiya raqobatbardoshligi indeksi va xalqaro benchmarking tahlili asosida ishlab chiqilgan strategik yo‘nalishlar O‘zbekistonda turizmni uzoq muddatli va barqaror rivojlantirish uchun mustahkam nazariy-uslubiy asos bo‘lib xizmat qiladi.

II BOB. O‘ZBEKISTONDA TURIZM INDUSTRIYASINING STRATEGIK RIVOJLANTIRISHNING HOZIRGI HOLATI VA HUDUDIY XUSUSIYATLARI TAHLILI

2.1. Samarqand viloyatida turizm industriyasi holatining tadqiqot yo‘nalishlari

Samarqand viloyatida turizm industriyasi holatini tadqiq etishda sohaga tor tarmoq doirasida emas, balki hududiy iqtisodiy tizimning ko‘p qatlamli va murakkab tarkibiy qismi sifatida yondashish maqsadga muvofiqdir. Chunki viloyatda turizm rivoji tarixiy-madaniy meros, transport-kommunikatsiya infratuzilmasi, mehmondo‘stlik xizmatlari, mahalliy tadbirkorlik, hududiy marketing va institutsional boshqaruv omillarining o‘zaro uyg‘unlashuvi asosida shakllanadi. Shu bois turizm industriyasi holatini tadqiq etish jarayonida nafaqat turistik oqimlar dinamikasi, balki turizm mahsulotining tarkibi, xizmatlar sifati, infratuzilmaning rivojlanganlik darajasi va hududning raqobat ustunliklari ham kompleks ravishda o‘rganilishi lozim.

Avvalo, Samarqand viloyatida xalqaro va ichki turizm yo‘nalishlarini alohida tahlil qilish zarur. Xalqaro turizm viloyatning tashqi bozordagi jozibadorligi, xorijiy sayyohlar talabi, hudud imiji va eksport salohiyatini ifodalasa, ichki turizm mahalliy aholi harakatchanligi, milliy turizm mahsulotiga ichki talabning shakllanishi, hududiy sayohat madaniyatining rivoji hamda xizmatlar bozorining barqarorligini ta’minlovchi muhim omil sifatida namoyon bo‘ladi. Ayniqsa, ichki turizmning faollashuvi mavsumiy tebranishlarni yumshatish, turistik obyektlardan foydalanish samaradorligini oshirish va hudud iqtisodiy faolligini qo‘llab-quvvatlash nuqtai nazaridan alohida ahamiyat kasb etadi.

Shu bilan birga, zamonaviy turizmning maxsus turlarini tadqiqot doirasiga kiritish Samarqand viloyati turizm industriyasining ichki tuzilmasini chuqurroq anglash imkonini beradi. Xususan, madaniy-tarixiy turizm viloyatning asosiy raqobat ustunliklaridan biri bo‘lib, tarixiy obidalar, me’moriy ansambllar, muzeylar, arxeologik meros va an’anaviy madaniy muhitning turistik qiymatini baholashni talab etadi. Samarqandning tarixiy shahar sifatidagi maqomi mazkur yo‘nalishni nafaqat hududiy, balki milliy darajadagi strategik resursga aylantiradi.

Viloyatda ziyorat turizmi ham alohida ilmiy va amaliy e’tiborga loyiq yo‘nalishlardan biridir. Ushbu tur diniy-ma’rifiy meros, muqaddas qadamjolar, tarixiy shaxslar bilan bog‘liq maskanlar va ma’naviy qadriyatlar negizida shakllanib, sayyohlik faoliyatining o‘ziga xos segmentini vujudga keltiradi. Ziyorat turizmini tadqiq etishda nafaqat tashrif obyektlari salohiyati, balki xizmat ko‘rsatish sifati, tashkiliy qulayliklar, yo‘nalishlarning integratsiyasi va ma’naviy turizm mahsulotining shakllanish mexanizmlarini ham hisobga olish talab etiladi. Bu esa viloyatda turizmni faqat iqtisodiy faoliyat emas, balki madaniy va ma’naviy kapitalni iqtisodiy muomalaga kiritish vositasi sifatida talqin qilish imkonini beradi.

Ekologik turizm yo‘nalishi esa Samarqand viloyatining tabiiy resurslari, rekreatsion hududlari, qishloq turizmi elementlari va ekologik muvozanat omillari bilan chambarchas bog‘liqdir. Mazkur yo‘nalishda tabiat manzaralari, dam olish maskanlari, tog‘oldi va qishloq hududlarining turistik salohiyatini baholash bilan bir qatorda, ekologik yuklama, resurslardan oqilona foydalanish va barqaror rivojlanish tamoyillariga amal qilish darajasi ham tadqiq etilishi lozim. Aynan shu yondashuv turizm rivoji bilan tabiiy muhit muhofazasi o‘rtasidagi muvozanatni ta’minlashga xizmat qiladi.

Bundan tashqari, ishbilarmonlik turizmi, ya’ni MICE yo‘nalishi, gastronomik turizm, yoshlar turizmi va sport turizmi kabi segmentlarning ham o‘rganilishi muhimdir. Chunki mazkur yo‘nalishlar Samarqand viloyati turizm mahsulotini diversifikatsiya qilish, tashrif muddatini uzaytirish, sayyoh xarajatlari tarkibini kengaytirish va hududning turistik jozibadorligini yangi mazmun bilan boyitish imkonini beradi. Ayniqsa, gastronomik turizm milliy taomlar, mahalliy pazandachilik an’analari va hududiy brendlar orqali madaniy identifikatsiyani iqtisodiy resursga aylantirish salohiyatiga ega. Ishbilarmonlik turizmi esa konferensiyalar, forumlar, ko‘rgazmalar va rasmiy uchrashuvlar orqali xizmatlar bozorining yuqori daromadli segmentini shakllantiradi.

Biroq turizm yo‘nalishlarini sanab o‘tishning o‘zi turizm industriyasi holatini to‘liq ochib bera olmaydi. Shu sababli tadqiqot doirasida turistik infratuzilma, xususan joylashtirish vositalari, transport qulayligi, yo‘l ko‘rsatkichlari, axborot markazlari, sanitariya va servis sharoitlari, raqamli xizmatlar, gidlik faoliyati hamda kadrlar salohiyatini ham alohida o‘rganish zarur. Zero, zamonaviy turizmda hududning muvaffaqiyati ko‘pincha resurslarning mavjudligi bilan emas, balki ularni samarali tashkil etish,

xizmatga aylantirish va raqobatbardosh turistik tajriba shakllantirish darajasi bilan belgilanadi.

Shuningdek, Samarqand viloyatida turizm industriyasi holatini tadqiq etishda boshqaruv va institutsional muhit masalalari ham muhim o‘rin tutadi. Davlat siyosati, hududiy dasturlar, xususiy sektor faolligi, investitsion muhit, marketing strategiyasi va turizm subyektlari o‘rtasidagi hamkorlik mexanizmlarining samaradorligi turizm rivojlanishining real natijalarini belgilab beradi. Shu jihatdan qaraganda, turizmni tadqiq etish nafaqat iqtisodiy ko‘rsatkichlar tahlilini, balki boshqaruv sifati, hududiy koordinatsiya va strategik rejalashtirish darajasini ham qamrab olishi kerak.

Demak, Samarqand viloyatida turizm industriyasi holatining tadqiqot yo‘nalishlari ko‘p o‘lchamli va tizimli xususiyatga ega bo‘lishi lozim. Bunda xalqaro va ichki turizm, maxsus turizm turlari, infratuzilma va servis sifati, institutsional boshqaruv, hududiy marketing, investitsion faollik hamda barqaror rivojlanish omillari o‘zaro bog‘liq holda tahlil qilinishi maqsadga muvofiqdir. Aynan shunday kompleks yondashuv Samarqand viloyatining turistik salohiyatini xolis baholash, mavjud muammolarni aniqlash va istiqboldagi strategik rivojlanish yo‘nalishlarini ilmiy asosda belgilash imkonini beradi.

Samarqand viloyati misolida turizm infratuzilmasini tahlil etishda bir nechta ustuvor sohalarga e’tibor qaratish kerak. Avvalambor, mehmonxona xo‘jaligi va joylashtirish vositalari – viloyatdagi mehmonxonalar soni, sifati va xizmat darajasi tahlil qilinadi. Shu bilan birga, transport infratuzilmasi (aviaparvozlar, temiryo‘l va avtomobil yo‘llari holati, turistik transport tizimi) ham muhim ahamiyatga ega – sayyohlar oqimini ta’minlash uchun transport qulayliklari zarur. Investisiyalar masalasi alohida o‘rin tutadi: turizm sohasiga kiritilayotgan mahalliy va xorijiy investisiyalar hajmi, yangi loyihalar va davlat-xonadon sheriklik dasturlari tahlili muhim. Shuningdek, sayyohlar oqimi va turistlar statistikasiga e’tibor berish lozim – viloyatga kelayotgan chet ellik va mahalliy sayyohlar soni, ularning o‘sish dinamikasi tahlil etiladi. Viloyatda ochilayotgan yangi turistik ob’yektlar va ko‘ngilochar maskanlar (masalan, yangi muzeylar, tarixiy qo‘riqxonalar, zamonaviy turistik majmualar) ham qamrab olinishi kerak. Yuqorida sanalgan barcha sohalar bir-biri bilan chambarchas bog‘liq bo‘lib, ularning har biriga alohida e’tibor berish orqali Samarqand turizm salohiyatining holati va rivojlanish istiqbollarini to‘liqroq yoritish mumkin.

Turizm sohasini tartibga soluvchi va rivojlantiruvchi me’yoriy-huquqiy hujjatlar tahlili mazmunli bo‘lishi uchun unda quyidagi asosiy manbalar yoritilishi zarur:

- "Turizm to‘g‘risida"gi Qonun (2019 yil) – O‘zbekiston Respublikasida 2019 yilda yangi turizm to‘g‘risidagi qonun qabul qilingan bo‘lib, unda turizm sohasida davlat siyosatining asosiy yo‘nalishlari va turizm turlari (ichki, xalqaro, madaniy, ziyorat, ekologik va h.k.) belgilangan[94]. Ushbu qonun turistik faoliyatning huquqiy asoslarini belgilab beradi.
- Prezident farmonlari – turizmni rivojlantirishga qaratilgan qator farmonlar tahlil qilinish kerak. Jumladan, 2016 yil 2 dekabrdagi PF-4861-son farmon (turizm industriyasini jadal rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida)[95], 2019 yil 5 yanvardagi PF-5611-son farmon (turizmni jadal rivojlantirish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida)[96] hamda 2021 yil 9 yanvardagi PF-6165-son farmon (ichki va ziyorat turizmini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida)[97] kabi hujjatlar turizm sohasidagi islohotlarning huquqiy asosini yaratadi. Ushbu farmonlar orqali viza-rejimlar yengillashtirilishi, turistik zonalar tashkil etilishi, soliq imtiyozlari va sohani qo‘llab-quvvatlash choralari joriy etilgan.
- Strategik dastur va konsepsiyalar – yaqin davr va uzoq muddatli strategiyalarni tahlil qilish lozim. Masalan, “2023–2026 yillarga mo‘ljallangan turizmni rivojlantirish strategiyasi” hujjatida kelgusi to‘rt yilda turizm sohasida amalga oshirilishi lozim bo‘lgan ustuvor yo‘nalishlar va loyihalar belgilangan. Shuningdek, 2022 yil 28 yanvarda tasdiqlangan Yangi O‘zbekiston Taraqqiyot strategiyasi (2022–2026) tarkibida ham turizmni rivojlantirish bo‘yicha maqsadli ko‘rsatkichlar belgilangan. Uzoq muddatli reja sifatida, 2023 yil sentyabrda qabul qilingan “O‘zbekiston – 2030” Strategiyasi alohida ahamiyatga ega bo‘lib, unda 2030 yilgacha turizm industriyasiga doir dolzarb maqsadlar belgilangan. Xususan, 2030 yilga kelib chet ellik turistlar sonini 15 millionga, ichki turistlar sonini 25 millionga etkazish, ziyoratchi sayyohlarni 3 million nafargacha oshirish kabi marralar qo‘yilgan. Shuningdek, turizm xizmatlari eksport hajmini $5 mlrd ga etkazish, tibbiy va ta’lim turizmi kirimlarini $1,5 mlrdga chiqarish

[94] “The President of Uzbekistan signs a Law ‘On Tourism’,” *Lexology*, July 29, 2019, https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=33e32f36-3820-4952-b59c-b0ae3b8bdb4d

[95] **O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni** “O‘zbekiston Respublikasi turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta’minlash chora-tadbirlari to‘g‘risida” (2016-yil 2-dekabr, PF–4861-son). – O‘zbekiston Respublikasi Qonun hujjatlari to‘plami, 2016-y., 49-son.

[96] **O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni** “O‘zbekiston Respublikasida turizmni jadal rivojlantirishga oid qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida” (2019-yil 5-yanvar, PF–5611-son). – O‘zbekiston Respublikasi Qonun hujjatlari to‘plami, 2019-y., 1-son.

[97] **O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni** “O‘zbekiston Respublikasida ichki va ziyorat turizmini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida” (2021-yil 9-yanvar, PF–6165-son). – O‘zbekiston Respublikasi Qonun hujjatlari to‘plami, 2021-y., 1-son.

kabi vazifalar belgilangan[98]. Tahlilda ushbu strategiya va dasturlar mazmunini ochib berish, ulardagi ko‘rsatkichlar ijrosi holatini tanqidiy ko‘rib chiqish talab etiladi.

Iqtisodiy tahlil doirasida turizmning yalpi ichki mahsulotdagi (YAIM) hissasi, eksportdagi ulushi, bandlik darajasi kabi ko‘rsatkichlarning dinamikasini aniq ko‘rsatish uchun 2020–2024 yillar davrini qamrab olish maqsadga muvofiq. Bu davrni tanlash orqali pandemiyaning turizmga ko‘rsatgan ta’siri va undan keyingi tiklanish jarayonini aks ettirish mumkin bo‘ladi. Masalan, 2020 yilda pandemiya sabab turistik faoliyat keskin pasaygan bo‘lsa, 2021–2022 yillarda ichki turizm tiklana boshladi, 2023–2024 yillarda esa sohada yana o‘sish sur’atlari kuzatilmoqda. Shu tarzda, 2020–2024 yillar bo‘yicha ma’lumotlarni qiyosiy tahlil qilish orqali turizmning YAIMdagi ulushi qay darajada oshgani, eksport xizmatlari tarkibida turizmning o‘rni va sohada yaratilgan ish o‘rinlari dinamikasi kabi jihatlarni asoslangan tarzda ko‘rsatib berish mumkin. Agar imkoniyat bo‘lsa, 2019 yilni pandemiyagacha davr sifatida oldingi baza yil sifatida olib, 2020–2024 yillardagi o‘zgarishlarni shu bazaga nisbatan baholash ham mantiqan to‘g‘ri keladi. Lekin asosiy e’tibor so‘nggi to‘rt-besh yillik tendensiyalarga qaratilgani maqsadga muvofiqdir.

O‘zbekistonda turizm industriyasining zamonaviy holati, normativ-huquqiy va iqtisodiy ko‘rsatkichlar tahlilni o‘tkazish maqsadga muvofiq. O‘zbekiston Respublikasi jahon turizm bozorida o‘zining boy tarixi, madaniy merosi va benazir sayyohlik resurslari bilan alohida o‘rin tutadi. Keyingi yillarda mamlakat turizm tarmog‘i davlat siyosati darajasida rivojlantirilmoqda, unga iqtisodiyotning muhim tarmog‘i sifatida qaralmoqda. Turizm industriyasini jadal rivojlantirish maqsadida huquqiy baza mustahkamlandi, keng ko‘lamli islohotlar amalga oshirildi hamda zamonaviy infratuzilma va xizmatlar joriy etilmoqda. Ushbu paragrafda O‘zbekistonda turizm sohasining bugungi holati atroflicha tahlil qilinib, uni tartibga soluvchi normativ-huquqiy hujjatlar va sohaning 2020–2024 yillardagi iqtisodiy ko‘rsatkichlari muhokama etiladi. Shuningdek, xalqaro, ichki, ziyorat, ekologik, madaniy, MICE (kongress) turizmi, gastronomik va tibbiy kabi asosiy yo‘nalishlarning holati yoritilib, Samarqand viloyati misolida hududiy turizm salohiyati tahlil qilinadi. Tahlil natijalari turizmning mamlakat YAIMdagi ulushi, eksportdagi o‘rni, bandlik va investisiyalar kabi ko‘rsatkichlar orqali turizmning iqtisodiy ahamiyatini

[98] Association of Private Tourism Agencies of Uzbekistan. “President Shavkat Mirziyoyev approved the Strategy ‘Uzbekistan – 2030’.” APTA, September 11, 2023. https://www.apta.uz/en/news/760#:~:text=Bringing%20the%20number%20of%20foreign,15%20million%2C%20domestic%20tourists

ko‘rsatish bilan birga, turizm industriyasini yanada rivojlantirish uchun zarur taklif va tavsiyalarni ishlab chiqishga xizmat qiladi.

O‘zbekistonda turizm industriyasini huquqiy tartibga solish va qo‘llab-quvvatlash maqsadida so‘nggi yillarda muhim normativ-huquqiy hujjatlar qabul qilindi. «Turizm to‘g‘risida»gi Qonun 2019-yil 7-iyulda qabul qilingan bo‘lib, unda turizm faoliyatining huquqiy asoslari, turistlar hamda turoperatorlarning huquq va majburiyatlari belgilab berildi[99]. Mazkur Qonun turizm tushunchasini ilk bor milliy qonunchilikda aniqlab berdi: unga muvofiq, turizm – bu jismoniy shaxsning doimiy yashash joyidan vaqtincha ketib, tashrif buyurgan mamlakat (yoki joy)ning manbalaridan daromad olish bilan bog‘liq bo‘lmagan holda sayohat qilishi bilan bog‘liq faoliyatdir. Shu tariqa, qonun turist va sayyohlik faoliyati sub’yektlarining huquqiy maqomini belgilovchi asosiy me’yoriy hujjat sifatida sohada huquqiy mutanosiblikni ta’minladi. Prezident Shavkat Mirziyoyev tomonidan 2016–2024 yillarda chiqarilgan bir qator farmon va qarorlar turizmni strategik tarmoq sifatida rivojlantirishga qaratilgan. Jumladan, 2016-yil 2-dekabrdagi PF–4861-son Farmon bilan turizm sohasi iqtisodiyotning ustuvor va strategik tarmog‘i sifatida belgilandi va Turizmni rivojlantirish davlat qo‘mitasi tashkil etildi. Mazkur farmonga muvofiq, 2017–2021 yillarda turizm sohasini rivojlantirish konsepsiyasi va uni amalga oshirish bo‘yicha “Yo‘l xaritasi” ishlab chiqildi[100]. 2018-yil 3-fevraldagi PF–5326-son Farmon esa vizasiz rejim va elektron viza tizimini joriy etish, xorijiy turistlar uchun qulay shart-sharoitlar yaratish kabi qo‘shimcha tashkiliy chora-tadbirlarni nazarda tutdi[101]. Natijada 2018–2019 yillarda 50 dan ortiq davlat fuqarolari uchun vizasiz kirish rejimi joriy etildi va turistik jozibadorlik orta boshladi.

2019-yil 5-yanvardagi PF–5611-son Farmon turizm tarmog‘ini jadal rivojlantirishga qaratilgan qo‘shimcha chora-tadbirlarni belgilab berdi. Unga binoan “2019–2025 yillarda O‘zbekiston Respublikasi turizm sohasini rivojlantirish konsepsiyasi” tasdiqlanib, sohani taraqqiy ettirishning o‘rta muddatli strategiyasi belgilandi. Shu davrda viza rejimini soddalashtirish davom ettirildi hamda 2019-yilda O‘zbekistonga keluvchi

[99] **Xoliqov N.A.** “Ziyorat turizmiga oid destinatsiyalarni rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarini takomillashtirish (Samarqand viloyati misolida)” – PhD dissertatsiyasi, “Ipak yo‘li” Turizm va madaniy meros xalqaro universiteti, Samarqand, 2024.

[100] **O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni** “O‘zbekiston Respublikasi turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta’minlash chora-tadbirlari to‘g‘risida” (2016-yil 2-dekabr, PF–4861-son). – O‘zbekiston Respublikasi Qonun hujjatlari to‘plami, 2016-y., 49-son.

[101] **O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni** “O‘zbekiston Respublikasi turizm salohiyatini rivojlantirish uchun qulay shart-sharoitlar yaratish bo‘yicha qo‘shimcha tashkiliy chora-tadbirlar to‘g‘risida” (2018-yil 3-fevral, PF–5326-son). – O‘zbekiston Respublikasi Qonun hujjatlari to‘plami, 2018-y., 6-son.

xorijiy sayyohlar oqimini keskin oshirish maqsadida qator davlatlar uchun vizasiz rejim kengaytirildi[102].

Turizm sohasini pandemiya davrida qo‘llab-quvvatlash uchun 2020-yil 28-maydagi PF–6002-son Farmon qabul qilindi. Unda COVID-19 pandemiyasining turizmga salbiy ta’sirini kamaytirish maqsadida soliq imtiyozlari, kredit ta’tillari va subsidiyalar orqali mehmonxona va turfirmalarga yordam choralari nazarda tutildi. Bu chora-tadbirlar 2020–2021 yillarda inqirozdan aziyat chekkan turistik tashkilotlarni saqlab qolishga va sohani tezroq tiklashga xizmat qildi.

Pandemiyadan keyin turizmni yangi bosqichga olib chiqish uchun 2021-yil 9-yanvardagi PF–6165-son Farmon e’lon qilindi. U ichki va ziyorat turizmini rivojlantirishga qaratilgan bo‘lib, hududlarda ziyorat turizmi ob’yektlarini obodonlashtirish, ziyoratchilar uchun “piligrim visa” viza rejimi joriy etish, “Halol” standartlariga mos sertifikatlash tizimini yo‘lga qo‘yishni nazarda tutdi. Shuningdek, mahalliy turistlar oqimini oshirish maqsadida “O‘zbekiston bo‘ylab sayohat qil!” ichki turizm dasturi amalga oshirilib, ichki sayyohatlarga rag‘batlantiruvchi chiptalar va chegirmalar tizimi joriy etildi.

Turizm sohasini uzoq muddatli rivojlantirish yo‘nalishlari davlat strategik hujjatlarida ham mustahkamlandi. 2022–2026 yillarga mo‘ljallangan Yangi O‘zbekiston taraqqiyot strategiyasida turizmni xizmatlar sohasining drayver tarmog‘i sifatida rivojlantirish vazifasi qo‘yildi. Xususan, 2026-yilga kelib turizm sohasida band aholi sonini 2 baravarga oshirib, 520 ming kishiga yetkazish maqsadi belgilandi[103]. 2022–2023 yillarda sohani tiklash bilan birga yangi tashabbuslar amalga oshirildi. 2023-yil 11-sentyabrdagi PF–158-son Farmon bilan tasdiqlangan “O‘zbekiston – 2030” Strategiyasida turizm sohasini jadal rivojlantirish uchun strategik yo‘nalishlar belgilab berildi. Unga muvofiq, 2030-yilga borib xorijiy turistlar sonini 20 millionga, turizm xizmatlari eksportini $6 milliardga etkazish hamda tarmoqning YAIMdagi ulushini 7% dan oshirish kabi marralar belgilandi[104]. Shu asosda 2025–2030 yillarda turizmni rivojlantirish bo‘yicha kompleks “yo‘l xaritasi” va aniq maqsadli ko‘rsatkichlar tasdiqlandi.

---

[102] **U.S. Department of Commerce.** “*Uzbekistan – Travel and Tourism (Country Commercial Guide)*” – 01.12.2023, trade.gov.

[103] **O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni** “2022–2026 yillarga mo‘ljallangan Yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to‘g‘risida” (2022-yil 28-yanvar, PF–60-son). – O‘zbekiston Respublikasi Qonun hujjatlari to‘plami, 2022-y., 4-son.

[104] Ammon News. “Historic Cities Are Being Transformed: ….” Accessed December 6, 2025. https://en.ammonnews.net/article/86872

Turizm infratuzilmasini kengaytirish va investisiyalar jalb etish davlat siyosatining ustuvor yo‘nalishiga aylandi. Prezident farmoniga muvofiq 2019-yildan boshlab 3, 4 va 5 yulduzli mehmonxonalar qurilishi uchun subsidiya va imtiyozlar joriy etildi. Jumladan, investorlarga uch va to‘rt yulduzli mehmonxonalar qurilishida kapital xarajatlarning bir qismini qoplash uchun davlat grantlari ajratildi. 2023-yil 27-iyuldagi prezident qaroriga binoan ushbu mehmonxona qurilishi subsidiyalari 2026-yil oxirigacha uzaytirildi. Bundan ko‘zlangan maqsad mehmonxona xonalari sonini 2018-yildagi 20,200 tadan 2025-yilga kelib 64,000 taga etkazish edi. Shuningdek, 2021-yilda 100 million dollarlik Turizm infratuzilmasini rivojlantirish jamg‘armasi tashkil etilib, yangi turizm ob’yektlari qurilishiga imtiyozli kreditlar ajratish yo‘lga qo‘yildi.

Turizm sohasini tartibga soluvchi me’yoriy baza tahlili shuni ko‘rsatadiki, davlat tomonidan qabul qilingan qonun va farmonlar turizmni rivojlantirish uchun mustahkam asos yaratgan. Viza rejimining liberallashuvi, tadbirkorlikka berilgan imtiyozlar va tarmoqqa davlat dasturlari orqali resurslar yo‘naltirilishi o‘z samarasini berdi. Xulosa qilib aytganda, so‘nggi yillardagi normativ-huquqiy islohotlar turizm industriyasini tubdan o‘zgartirib, uning jadal o‘sishiga huquqiy shart-sharoit yaratdi. Bu esa o‘z navbatida, turizmning iqtisodiyotdagi ulushi ortishi va yangi ish o‘rinlari yaratilishiga zamin yaratdi.

Turizm yo‘nalishlarining holati: xalqaro, ichki va maxsus turizm turlari

O‘zbekiston turizm industriyasi turli yo‘nalishlarni qamrab olgan bo‘lib, ular orasida xalqaro (kirish va chiqish), ichki, ziyorat (palomnichilik), ekologik, madaniy-ma’rifiy, MICE (konferensiya-vista turizmi), gastronomik va tibbiy turizm alohida ahamiyatga ega. Har bir yo‘nalishning so‘nggi yillardagi holati va rivojlanish dinamikasi quyida tahlil etiladi.

Xalqaro turizm (kirish va chiqish): O‘zbekistonga xalqaro turistlar oqimi 2016–2019 yillarda jadal o‘sdi va 2019-yilda rekord darajadagi 6,75 million nafar xorijiy sayyoh tashrif buyurdi[105]. Mazkur ko‘rsatkich mamlakatning viza siyosati engillashtirilishi hamda qatnash infratuzilmasining yaxshilanishi hisobiga erishilgan edi. 2020-yilda pandemiya sabab xalqaro sayohatlar keskin qisqarib, xorijiy turistlar soni 1,50 millionga tushdi (2019-yilga nisbatan 78% kamayish). 2021-yilda cheklovlar yumshatilishi bilan kirish turizmi sekinlik bilan tiklanib, 1,88

[105] **U.S. Department of Commerce.** “*Uzbekistan – Travel and Tourism (Country Commercial Guide)*” – 01.12.2023, trade.gov.

million nafar sayyoh keldi. 2022-yilda esa soha deyarli to‘liq tiklanib, 5,2 million xorijiy sayyoh qayd etildi. Bu 2021-yilga nisbatan 2,8 barobarga o‘sish demakdir. 2023-yil yakunida xorijiy turistlar soni 6,626 millionga etib, pandemiyadan oldingi darajaning 98%iga qayta oldi. Shuningdek, 2023-yilda xorijiy sayohatchilarning O‘zbekistonda o‘rtacha bo‘lish muddati 4–5 kunga uzaydi (2022-yilda 3 kun edi), bu esa turistik infratuzilma va servis sifatining yaxshilanganidan dalolat beradi.

Chiqish turizmiga kelsak, o‘zbekistonliklarning chet elga sayohatlari ham so‘nggi yillarda faollashdi. 2019-yilda 2017-yilga nisbatan chiqish turistlari soni 2 barobarga oshgani kuzatildi. Pandemiya davrida chiqish turizmi ham to‘xtab qoldi, biroq 2022–2023 yillarda aholining xorijga sayohatlari tiklanib, asosan qo‘shni davlatlar (Qozog‘iston, Turkiya, Arab Amirliklari va h.k.) hamda ziyorat maqsadida Saudiya Arabistoniga tashriflar qayta yo‘lga qo‘yildi. 2023-yilda O‘zbekistondan chet elga chiqqan turistlar soni 5,16 million kishini tashkil etdi, bu 2021-yilga nisbatan 2,7 baravar ko‘pdir[106]. Xulosa qilib aytganda, xalqaro turizm sektori pandemiya zarbasidan tez tiklanib, 2023-yil oxiriga kelib deyarli 2019-yilgi darajani qayd etdi va 2024-yilda mutloq rekordga erishishi kutilmoqda.

Ichki turizm tizimi tavsifi. Ichki sayyohatlar O‘zbekistonda aholi uchun ham dam olish, ham mamlakatni qayta kashf etish imkonini beruvchi muhim yo‘nalishga aylandi. 2019-yilda mamlakat bo‘ylab amalga oshirilgan ichki safarlar soni 10,8 millionga yetgan edi. Bu ko‘rsatkichga bir kunlik sayohatlar, ziyoratlar va xizmat safari kabi barcha ichki harakatlar kiritilgan. 2020-yilda pandemiya cheklovlari tufayli ichki turizm hajmi keskin pasaydi – ayrim davrlarda umuman turizm faoliyati to‘xtagani ma’lum. 2021-yildan boshlab ichki sayyohatlar qayta jonlandi. Davlat tomonidan “O‘zbekiston bo‘ylab sayohat qil!” dasturi doirasida ichki turizmga rag‘bat berildi – madaniy meros ob’yektlariga tashriflar uchun chipta narxlariga chegirmalar, transport xarjatlarini qoplash uchun kompensatsiyalar ajratildi. Bu choralar natijasida 2022-yilda 10 milliondan ortiq fuqaro mamlakat ichida sayohat qildi. 2023-yilda esa ichki turizm haqiqiy bum kuzatdi – yil davomida 15 million nafar fuqaro respublika bo‘ylab sayohat qilib, turli hududlarga jami 21 million marta tashrif buyurdi. Ichki turistlar asosan ziyorat va dam olish maqsadlarida Samarqand, Buxoro, Xiva, Toshkent hamda tog‘li-davolash kurortlariga safar qilgani

[106] “The Development of Uzbekistan’s Tourism Contributes to the Growth of the People’s Welfare.” *Uzbekistan.org*. June 17, 2024. https://uzbekistan.org/the-development-of-uzbekistans-tourism-contributes-to-the-growth-of-the-peoples-welfare/459

kuzatildi. Ichki turizmning bunday rivoji aholida “qayta vatandosh turizm” madaniyati shakllanayotganidan dalolat beradi. Davlatning ijtimoiy dasturlari doirasida imkoniyati cheklangan 1100 nafar shaxs va 570 ming nafar yoshlar uchun maxsus ichki sayohatlar uyushtirildi[107]. Umuman, ichki turizm nafaqat turistik sektorga daromad keltirmoqda, balki aholi o‘rtasida vatanga muhabbat va faxr tuyg‘usini oshirishga ham xizmat qilmoqda.

Ziyorat turizmi. Ziyorat turizmi O‘zbekistonda katta salohiyatga ega yo‘nalish hisoblanadi. Mamlakatimiz Islom olamidagi eng nufuzli muqaddas qadamjolardan ba’zilariga ega. Imom Buxoriy, Hajji Do‘st (Hazrati Dovud) g‘ori, Shahi Zinda, Hoja Bahovuddin Naqshband majmuasi kabi ziyoratgohlar mahalliy va xorijiy ziyoratchilarni o‘ziga tortadi. 2019-yilda 1 millionga yaqin xorijiy ziyoratchi mamlakatimizga tashrif buyurgani qayd etilgan. Ziyoratchilar asosan Malayziya, Indoneziya, Turkiya, Hindiston, Pokiston kabi davlatlardan keladi. 2020–2021 yillarda xorijiy ziyoratchilar oqimi vaqtincha to‘xtab qolgan bo‘lsa-da, 2022 yildan qayta tiklandi. Ziyorat turizmini rag‘batlantirish uchun hukumat tomonidan maxsus “Pilgrim Visa” vizasi joriy etilib, 30 kunlik viza-rejim engillashtirildi. Ziyorat ob’yektlarining infratuzilmasini yaxshilash uchun davlat byudjetidan mablag‘ ajratilib, yo‘llar ta’mirlandi, ziyoratgohlarda qulay sharoitlar yaratildi. 2023-yilda ziyorat turizmi ko‘lami yanada kengaydi – mazkur yilda Saudiya Arabistonidan “Umra+Turizm” dasturi doirasida 12 ming nafar ziyoratchi kelib, muqaddas qadamjolarni ziyorat qilish barobarida tarixiy shaharlar bilan tanishdi. O‘zbekistonning ziyorat turizmi bo‘yicha xalqaro nufuzi ham oshib bormoqda: Global Muslim Travel Index 2023 reytingida mamlakatimiz 140 davlat ichida 13-o‘rinni egalladi, Xiva shahri esa “Halal in Travel Awards 2023” mukofotiga sazovor bo‘ldi. Bu yutuqlar O‘zbekistonni Islom merosi turizmida jahon miqyosidagi yetakchi yo‘nalishlardan biri sifatida e’tirof etmoqda.

Ekologik turizm. Mamlakat tabiatining gunogunligi ekologik (eko) turizmni rivojlantirish uchun keng imkoniyatlar yaratadi. O‘zbekistonning tog‘li hududlari, o‘rmonlari va cho‘llari sayyohlarda katta qiziqish uyg‘otadi. 2019-yilda Ekologik turizm bo‘yicha davlat dasturi qabul qilinib, Milliy parklar va qo‘riqxonalarda turistik tropalar tashkil etildi. Masalan, Chimyon-Charvoq milliy parki doirasida sayyohlar uchun atayin yo‘nalishlar ishlab chiqildi. 2022-yilda Ekoturizmni rivojlantirish konsepsiyasi tasdiqlanib, unga muvofiq Qoraqalpog‘iston va Orol bo‘yi

[107] “The Development of Uzbekistan’s Tourism Contributes to the Growth of the People’s Welfare.” *Uzbekistan.org*. June 17, 2024. https://uzbekistan.org/the-development-of-uzbekistans-tourism-contributes-to-the-growth-of-the-peoples-welfare/459

mintaqasida maxsus eko-turizm dasturlari amalga oshirila boshlandi. Xususan, Mo‘ynoq shahrida “Orol ekologik muzei” hamda turistik markaz tashkil etilib, Orol dengizi qurishi tarixi va ekologik oqibatlarini ko‘rsatuvchi turlar yo‘lga qo‘yildi. Ta’kidlash joizki, 2023-yil oktyabr oyida BMT BTT (UNWTO) Bosh Assambleyasining 25-sessiyasi Samarqandda o‘tkazilishi doirasida Navoiy viloyati Sentob qishlog‘i “Dunyoning eng yaxshi turizm qishlog‘i – 2023” xalqaro mukofotiga sazovor bo‘ldi[108]. Bu yurtimizda mahalliy jamoalar ishtirokidagi eko va agroturizm rivojiga berilgan yuksak baho bo‘ldi. Quyi Amudaryo va Orol hududlarida sayyohlar uchun qush kuzatish (birdwatching), sayyohatchilik (trekking) va fotosafari kabi faoliyatlar yo‘lga qo‘yilmoqda. Davlat qo‘mitasi ma’lumotiga ko‘ra, 2023-yil davomida ekologik turizm yo‘nalishlariga 200 mingga yaqin turist jalb qilingan bo‘lib, bu borada sezilarli o‘sish kuzatilmoqda. Ekoturizmning kengayishi hududlardagi aholi uchun qo‘shimcha daromad manbai yaratib, atrof-muhitni muhofaza qilishga investisiyalarni jalb etmoqda.

Madaniy-ma’rifiy turizm. O‘zbekiston “Buyuk Ipak yo‘li” merosining markazlaridan biri sifatida madaniy turizm uchun ulkan salohiyatga ega. Samarqand, Buxoro, Xiva, Shahrisabz shaharlari YUNESKO Jahon merosi ro‘yxatiga kiritilgan bo‘lib, tarixiy-madaniy yodgorliklar turistlarni o‘ziga jalb qiladi. Madaniy turizm doirasida tarixiy ob’yektlarga ekskursiyalar, muzeylarga tashriflar va xalq hunarmandchiligi markazlariga sayohatlar ommalashgan. 2019-yilda O‘zbekistonga kelgan turistlarning taxminan 60%i madaniy meros ob’yektiga tashrif buyurgani qayd etilgan. 2022–2023 yillarda madaniy turizm yanada jonlandi – xorijiy sayyohlarning deyarli barchasi Samarqand, Buxoro va Xiva shaharlariga safar qilishni o‘z dasturlariga kiritmoqda. Turizm va madaniy meros vazirligi ma’lumotiga ko‘ra, 2023-yil davomida respublika muzeylariga 1,5 million nafar tashrif buyurilgan, tarixiy obidalar bo‘yicha ekskursiya xizmati ko‘rsatish hajmi esa 2019-yilga nisbatan 1,2 baravarga oshgan. Madaniy turizm faqat tarixiy obidalar emas, balki teatr-festival turizmi shaklida ham rivojlanmoqda. Masalan, 2022-yildan boshlab Xivada "Raqs sepili" xalqaro raqs festivali, Buxoroda "Hunarmandchilik festivali" va Termizda "Baqo" folklor festivali o‘tkazilib, ularga ko‘plab chet ellik mehmonlar tashrif buyurdi. Bunday tadbirlar xorijiy sayyohlarda milliy madaniyatimizga qiziqish uyg‘otib, ularning mamlakatimizga bo‘lgan tashriflarini rag‘batlantirmoqda.

[108] “The Development of Uzbekistan’s Tourism Contributes to the Growth of the People’s Welfare.” *Uzbekistan.org*. June 17, 2024. https://uzbekistan.org/the-development-of-uzbekistans-tourism-contributes-to-the-growth-of-the-peoples-welfare/459

MICE (kongress-ishbilarmonlik) turizmi. Mazkur yo‘nalish – konferensiya, forum, ko‘rgazma va xizmat safari turizmi – O‘zbekistonda yangi rivojlanayotgan, ammo katta salohiyatli sektor hisoblanadi. Keyingi yillarda mamlakatimiz nufuzli xalqaro anjuman va sammitlarga mezbonlik qilmoqda. Xususan, 2022-yilda Samarqand shahrida Shanxay Hamkorlik Tashkiloti sammiti o‘tkazildi, 2023-yil oktyabrida esa BMT Jahon Turizm Tashkiloti (UNWTO) Bosh Assambleyasi tadbiriga mezbonlik qildi. Toshkent shahrida ham 2019-yilda “Tashkent City” xalqaro biznes markazi va Kongress-Xoll foydalanishga topshirilib, u yerda 2022-yilda Islom hamkorlik tashkiloti Samarqand sammiti va 2023-yilda Turkiy davlatlar tashkiloti sammiti kabi yirik tadbirlar o‘tkazildi. Davlat statistika qo‘mitasi ma’lumotiga ko‘ra, 2023-yilning o‘zida respublika bo‘yicha xizmat safari va ishbilarmonlik maqsadida kelgan xorijiy shaxslar soni 500 ming nafardan oshgan. MICE turizmni rivojlantirish uchun global mehmonxona brendlari bilan hamkorlik yo‘lga qo‘yilmoqda – masalan, Toshkent va Samarqandda Hilton, Marriott, Hyatt kabi tarmoqlar o‘z mehmonxonalarini ochdi. 2025-yilgacha yana bir necha xalqaro mehmonxona va ko‘rgazma majmualarini qurish rejalashtirilgan. MICE turizmning rivojlanishi mahalliy iqtisodiyotga bir lahzali katta daromad keltiribgina qolmay, mamlakatimiz biznes muhitining xalqaro imijini ham mustahkamlamoqda.

Gastronomik turizm. Milliy taomlarimiz – o‘zbek palovi, somsa, shashlik, lagmon va h.k. – jahonda yaxshi tanilgan bo‘lib, ularni tatib ko‘rish uchun ham ko‘plab sayyohlar yurtimizga tashrif buyuradilar. Gastronomik turizm tushunchasi so‘nggi paytlarda ommalashib, turli hududlar o‘rtasidagi taomlar turfahilligini namoyish etishga xizmat qilmoqda. 2018-yilda National Geographic jurnali O‘zbekistonni gastronomik turizm uchun eng yaxshi yo‘nalishlardan biri deb e’tirof etgan edi. Mamlakatimizda 2020-yilda O‘zbekiston gastronomik turizmi assosiatsiyasi tuzilib, mahalliy oshpazlar va restoran biznesi vakillari sa’y-harakatlari bilan milliy taomlar festivallari o‘tkazilmoqda. Masalan, 2022-yildan boshlab har yili Toshkent shahrida “Mazali sayohat” gastro-festivali uyushtirilmoqda. Turistlar eng mazali palov pishiruvchi oshpazlar tanlovi, milliy taomlar ko‘rgazmalari va degustatsiyalarda ishtirok etmoqda. 2023-yil yakunlari bo‘yicha, Turizm va madaniy meros vazirligi ma’lumotiga ko‘ra, O‘zbekistonga davolanish yoki tibbiy xizmat olish bilan birga milliy taomlarimizdan bahramand bo‘lish maqsadida keluvchi turistlar ulushi 5–7% ni tashkil etgan. Gastronomik turizm ichki turizmda ham rivojlanmoqda – hududlarda maxsus kulinariya turlari (“osh safari”) yo‘lga qo‘yilmoqda. Masalan, Samarqandda katta osh — “Samarqand somsa” festivali o‘tkazildi, Qo‘qonda shirinliklar

ko‘rgazmasi va Xorazmda “to‘ra suvli osh” sayli an’anaviylashdi. Bunday tadbirlar orqali har bir hudud o‘zining gastronomik brendini yaratib, sayyohlarni jalb etmoqda.

Tibbiy turizm. So‘nggi yillarda O‘zbekistonda tibbiy xizmatlar eksportini oshirishga alohida e’tibor qaratilmoqda. Mamlakatimizning samarali va nisbatan arzon tibbiy xizmatlari qo‘shni davlatlar fuqarolarini jalb etmoqda. 2023-yilda O‘zbekistonga davolanish maqsadida taxminan 110 ming nafar xorijiy bemor keldi, tibbiy turizm xizmatlari eksporti 174 million AQSH dollarini tashkil etdi – bu 2022-yilga nisbatan 40%ga ko‘pdir. Tibbiy turistlarning 80%i Qozog‘iston, Qirg‘iziston, Tojikiston va Afg‘oniston kabi qo‘shni davlatlardan ekani qayd etilgan. Eng ko‘p talab yuqori malakali jarrohlik amaliyotlari, kardiologiya, ortopediya, stomatologiya va diagnostik xizmatlarga bo‘lmoqda. Masalan, Toshkent, Samarqand va Buxoro shaharlaridagi ixtisoslashtirilgan klinikalarga Markaziy Osiyo davlatlaridan og‘ir jarrohlik amaliyotlari uchun ko‘plab bemorlar murojaat etmoqda. 2024-yilda Termiz shahridan Afg‘oniston chegarasi yaqinida zamonaviy tibbiyot majmuasi faoliyat boshladi, u yerda Afg‘oniston va Tojikiston fuqarolari davolanmoqda. Davlat statistikasiga muvofiq, 2023-yilda tibbiy turizm xizmatlarining umumiy eksportimizdagi ulushi 7–8% atrofida bo‘ldi. Hukumat tomonidan 2022-yilda Tibbiy turizm assosiatsiyasi tashkil qilingan bo‘lib, u orqali xorijiy klinikalar bilan hamkorlik, xalqaro tibbiyot ko‘rgazmalarida ishtirok etish va reklama-taqdimot ishlari olib borilmoqda. Bu harakatlar samarasida 2024–2025 yillarda keluvchi tibbiy sayyohlar sonini yana ikki baravarga oshirish vazifasi qo‘yilgan. Tibbiy turizm mamlakatimizning sog‘liqni saqlash salohiyatini tashqi bozorga olib chiqish barobarida, sohaga chet el investisiyalarini ham jalb etishga xizmat qiladi. Jumladan, 2023-yilda Xitoyning Lu Daopei klinikasi bilan hamkorlikda Toshkentda zamonaviy onkogematologiya markazi ochildi va boshqa bir qator qo‘shma klinika loyihalari muhokama etilmoqda.

Boshqa yo‘nalishlar. Yuqorida sanab o‘tilgan asosiy turizm turlaridan tashqari, O‘zbekistonda sport turizmi (masalan, xalqaro sport musobaqalariga keluvchi muxlislar), ta’lim turizmi (xorijiy talabalarning kelib o‘qishi), sanoat turizmi (zavod-fabrikalarga tashrif) va agroturizm (qishloq xo‘jaligi xo‘jaliklariga sayohat) kabi yo‘nalishlar ham rivojlanib bormoqda. Masalan, 2023-yilda Toshkent birinchi marta Triatlon bo‘yicha Osiyo chempionatiga mezbonlik qilgani sport turizmi uchun yangi imkoniyatlar ochdi. Shuningdek, xorijiy talabalar oqimi ortib, 2022–2023 o‘quv yilida respublika oliygohlarida 5 mingdan ziyod xorijiy talabalar

o‘qishni boshladi – ularning ota-onalari va yaqinlari ham sayyoh sifatida yurtimizga tashrif buyurmoqdalar. Kelgusida mazkur yo‘nalishlarni tartibli rivojlantirish uchun maxsus dastur va strategiyalar ishlab chiqilishi kutilmoqda.

Samarqand viloyati – O‘zbekistonning turizm flagmani hisoblanib, uning misolida mamlakat turizm industriyasi rivojining ko‘p jihatlarini ko‘rish mumkin. Viloyat boy tarixi va boy madaniy merosi tufayli ham xalqaro, ham ichki turistlar uchun eng jozibador manzillardan biri hisoblanadi. Samarqand shahri va uning atrofi dunyoga mashhur Registon, Shahi Zinda, Gur-Emira, Imom Buxoriy maqbarasi kabi turistik ob’yektlarga ega bo‘lib, hududda turizmning xalqaro, ziyorat, madaniy hamda gastronomik yo‘nalishlari yaxshi rivojlangan. Quyida Samarqand viloyati turizm tarmog‘ining asosiy ko‘rsatkichlari, infratuzilmasi va investision holati tahlil qilinadi.

Turistik oqim va xizmatlar. Samarqand viloyatiga keluvchi sayyohlar soni so‘nggi yillarda izchil o‘smoqda. 2019-yilda viloyatga taxminan 1,5 million nafar xorijiy sayyoh tashrif buyurgan bo‘lsa, pandemiya davrida bu ko‘rsatkich 2020-yilda 0,3 milliongacha tushgan edi. 2022-yilda viloyat 1,2 million nafar xorijiy turistni qabul qilgan bo‘lib, 2023-yilga kelib bu raqam 2,1 millionga etdi. Demak, 2023-yilda Samarqand viloyati yalpi xorijiy turistlar oqimining qariyb uchdan bir qismini tashkil etdi. 2024-yilda esa viloyatda xorijiy sayyohlar soni 2,5 million nafarga yetgan. Samarqandga tashriflar geografiyasi ham kengaydi – 2023-yilda nafaqat an’anaviy Markaziy Osiyo va MDH mamlakatlaridan, balki Yevropa (Italiya, Germaniya), Amerika va Osiyo (Xitoy, Yaponiya, Hindiston)dan keluvchi turistlar soni sezilarli oshdi[109]. Viloyat bo‘yicha ichki turizm ham jadal rivojlanmoqda. 2023-yilda respublika miqyosida tashkil etilgan “Travel to Samarkand!” aksiyasi doirasida 200 mingdan ziyod mahalliy sayyoh Samarqand tarixiy obidalariga tashrif buyurdi. Turistik xizmatlar hajmiga kelsak, 2023-yilda Samarqand viloyatida turizm xizmatlari ko‘rsatishdan olingan daromad 2019-yilga nisbatan 1,4 baravarga o‘sib, 150 milliard so‘mdan oshdi (taxminan $13 million). Bu erda asosiy tushum mehmonxona xizmatlari, ekskursiya va transport xizmatlaridan ta’minlandi. Samarqand shahrida gid-ekskursovodlar soni ham ortmoqda – hozirgi kunda 300 dan ziyod sertifikatlangan gidlar faoliyat yuritmoqda, 2023-yilning o‘zida ular qatoridan yana 50 nafar yangi gid o‘qitib chiqarildi.

[109] “The Development of Uzbekistan’s Tourism Contributes to the Growth of the People’s Welfare.” *Uzbekistan.org*. June 17, 2024. https://uzbekistan.org/the-development-of-uzbekistans-tourism-contributes-to-the-growth-of-the-peoples-welfare/459

Mehmonxona xo‘jaligi. Samarqand viloyati mehmonxona infratuzilmasi so‘nggi yillarda sezilarli darajada kengaydi. 2018-yil oxirida viloyatda 80 ga yaqin turli toifadagi mehmonxona faoliyat ko‘rsatgan bo‘lsa, 2023-yil yakunida ularning soni 166 taga yetdi. Bu mehmonxonalarda umumiy joy fondi 5000 dan ortiq xonani tashkil etib, bir vaqtda 10 mingdan ziyod mehmonni qabul qilish imkoniyati mavjud. 2022–2023 yillarda “Silk Road Samarkand” turistik markazida bir vaqtda 1200 o‘rinli 8 ta yangi mehmonxona (shu jumladan, 5 yulduzli “Samarqand Regency” va “Silk Road by Minyoun” mehmonxonalari) ishga tushirildi. Bu nafaqat Samarqand, balki butun mamlakat miqyosidagi eng yirik mehmonxona majmuasidir. Bundan tashqari, 2023-yil davomida viloyat bo‘ylab yana 15 ta yangi xususiy mehmonxona va 20 ta xonadon mehmon uyi (guest house) foydalanishga topshirildi. Rasmiy ma’lumotlarga ko‘ra, 2023-yil oxirida Samarqand viloyatida jami joylashtirish vositalari soni 5526 tani, shu jumladan oilaviy mehmon uylari 3458 tani tashkil etdi[110]. Mehmonxona xo‘jaligining sifat jihatdan yaxshilanishi ham kuzatilmoqda – xalqaro brendlar kirib kelishi va mahalliy xodimlarning malakasi oshishi hisobiga servis darajasi yaxshilandi. 2023-yil yakuni bo‘yicha Samarqand mehmonxonalari o‘rtacha bandlik koeffisiyenti 60–65% atrofida bo‘ldi, turizm mavsumi avjida (avgust oyida) esa ayrim yuqori toifali mehmonxonalar 90% gacha bandlikka erishdi. Viloyat markazida yangi mehmonxonalar qurilishini davlat sezilarli darajada qo‘llab-quvvatladi – masalan, uch yulduzli mehmonxona qurgan tadbirkorlarga har bir xona uchun 40 million so‘m subsidiya to‘landi. Bu kabi engilliklar samarasida 2022–2023 yillarda xususiy sektor hisobidan mehmonxona xonalari fondi 25% ga kengaydi.

Transport va logistika infratuzilmasi. Samarqand viloyati turizm infratuzilmasida transport alohida o‘rin tutadi. 2022-yil mart oyida Samarqandning tubdan rekonstruksiya qilingan yangi xalqaro aeroporti ishga tushirildi. U xalqaro talablar darajasidagi zamonaviy terminalga ega bo‘lib, yillik 1,5 million yo‘lovchi o‘tkazish iqtidoriga ega. Aeroport ochilishi bilan bir qatorda “open sky” (ochiq osmon) rejimi joriy etilib, xorijiy aviakompaniyalarga parvozlarni amalga oshirishda keng imtiyozlar berildi. Natijada 2022–2023 yillarda Samarqandga yangi xalqaro havo yo‘nalishlari ochildi – Istanbul, Dubay, Frankfurt, Deli, Kuala-Lumpur kabi shaharlar bilan to‘g‘ridan-to‘g‘ri havo qatnovi yo‘lga qo‘yildi. Bundan

[110] “The Development of Uzbekistan’s Tourism Contributes to the Growth of the People’s Welfare.” *Uzbekistan.org*. June 17, 2024. https://uzbekistan.org/the-development-of-uzbekistans-tourism-contributes-to-the-growth-of-the-peoples-welfare/459

tashqari, “O‘zbekiston havo yo‘llari” Milliy aviakompaniyasi zamonaviy Airbus A321neo va Boeing 787 Dreamliner laynerlarini Samarqand yo‘nalishiga qo‘yib, parvozlar soni va sifati oshirildi. Yer usti transportida ham sezilarli o‘zgarishlar bo‘ldi – 2021-yilda Toshkent–Samarqand o‘rtasida yangi “Afrosiyob” yuqori tezlikdagi elektropoyezdlari qatnovi ko‘paydirildi (kunlik reyslar soni 4 tadan 6 taga chiqarildi). Bu poytaxtdan Samarqandga turistlarning tez va qulay yetib kelishini ta’minladi. Viloyat ichidagi turistik yo‘nalishlarda 2023-yilda 20 ta zamonaviy turistik avtobus xarid qilinib, sayyohlarni aeroport, vokzal va mehmonxonalar o‘rtasida tashish xizmati yaxshilandi. Yo‘l-transport infratuzilmasini yaxshilash uchun 2019–2022 yillarda davlat byudjeti hisobidan 50 km dan ziyod turistik ahamiyatga ega avtoyo‘llar ta’mirlandi, xususan, Samarqand – Qarshi magistrali va Samarqand – Urgut yo‘li rekonstruksiya qilindi. Turizm ob’yektlariga olib boruvchi ichki yo‘llar ham obodonlashtirilib, yo‘lbo‘yi infratuzilmasi – dam olish maskanlari, avtostoyankalar, sanitariya shoxobchalari barpo etildi. Samarqand shahrining o‘zida 2022-yildan maxsus turistik avtobuslar – “Samarkand City Tour” ikki qavatli avtobuloq qatnovi boshlanib, shaharning tarixiy joylari bo‘ylab sayyohlar uchun doimiy ekskursiya xizmati yo‘lga qo‘yildi. Ushbu choralar viloyatda transport logistikasini turistlar uchun ancha osonlashtirdi va qulaylashtirdi.

Investisiyalar va yangi turistik loyihalar. Samarqand viloyatiga turizm sohasida chet el investisiyalari va xususiy sarmoyalar faol jalb qilinmoqda. Viloyatning so‘nggi yillardagi yirik loyihasi – “Silk Road Samarkand” turizm markazi “Orient Group” va xorijiy investorlar tomonidan $580 mln sarmoya evaziga bunyod etildi. Bu Markaziy Osiyodagi eng yirik turistik kompleks bo‘lib, u 8 ta mehmonxona, “Eternal Siti” madaniy majmuasi, akvapark, savdo va ko‘ngilochar markazlarni o‘z ichiga oladi. 2022-yil avgust oyida ushbu majmua tantanali ravishda ochilib, o‘sha yiliyoq 0,5 million nafar sayyohni qabul qildi. Shuningdek, 2023-yilda Samarqand shahrida “Great Silk Road” xalqaro universiteti qoshida turizm bo‘yicha ilmiy-tadqiqot markazi ochildi. Bu erda turizmni rivojlantirish strategiyalari va marketing masalalari bo‘yicha tadqiqotlar olib borilmoqda va investorlarga tavsiyalar berilmoqda. Samarqand viloyatidagi yangi turistik ob’yektlardan biri – 2022-yilda turistlar uchun ochilgan Hazrati Dovud ziyoratgohi yaqinidagi zanjirli ko‘prik va kuzatuv maydonchasidir. Bu loyiha xususiy sarmoya evaziga amalga oshirilib, ziyoratchilarga tog‘ bag‘ridagi g‘or va ziyoratgohni tomosha qilish uchun qo‘shimcha qulaylik yaratdi. Viloyatda hunarmandchilik turizmi bo‘yicha ham yangilik yaratildi – 2023-yilda Kongil qishlog‘i asosida “Samarqand

qag‘ozi markazi” kompleksi kengaytirilib, u yerda turistlar qadimiy usulda qog‘oz yasash jarayonini o‘z ko‘zi bilan ko‘rish imkoniyatiga ega bo‘ldi. Bu erga tashriflar 2023-yilda 30 ming nafarga yetgan. Davlat ko‘magi bilan amalga oshirilgan loyihalardan yana biri – “Qadimiy Samarqand” turistik maskani rekonstruksiyasidir. 2021–2022 yillarda davlat byudjeti hisobiga Registon maydoni, Bibixonum masjidi va Ulug‘bek madrasasi atrofi obodonlashtirilib, turistik piyodalar yo‘laklari va yoritish tizimi yaratildi. Hisob-kitoblarga ko‘ra, mazkur rekonstruksiya natijasida Samarqand shahrida turistlarning o‘rtacha qolish davomiyligi 0,5 kunga uzaydi va turistlar sofi oqimi 10% ga oshdi. Investisiya loyihalari yana yangi ish o‘rinlari yaratdi – faqatgina 2023-yil davomida Samarqand viloyatida turizm va yo‘lbo‘yi servis ob’yektlariga oid 50 ga yaqin loyiha amalga oshirilib, 1000 dan ortiq yangi ish o‘rni tashkil etildi. 2024-yilda esa 9,5 trln so‘m qiymatida 508 ta turizm loyihasi bajarilib, 9 492 ta yangi ish o‘rni yaratilgani rasman ma’lum qilindi. Bu loyihalar qatoridan 183 ta yangi mehmonxona, 232 ta yangi xostel, 452 ta yangi oilaviy guest-house ochilishi viloyat turizm salohiyatini yangi bosqichga olib chiqdi[111].

Yaxlit olganda, Samarqand viloyati turizm tarmog‘i o‘zining ko‘p qirrali rivojlanish modeliga ega. Viloyat misolida turizm uchun muhim bo‘lgan barcha jihatlar – boy tarixiy meros, zamonaviy infratuzilma, investorlarni jalb eta olish va xizmat ko‘rsatish sifati – uyg‘un tarzda namoyon bo‘lmoqda. Samarqand viloyati tajribasi shuni ko‘rsatadiki, agar turistik resurslarni to‘g‘ri boshqarish va reklamani yo‘lga qo‘yish ta’minlansa, hatto pandemiya kabi inqirozlardan so‘ng ham turizm tez tiklanib, mintaqa iqtisodiyotining rivoji uchun kuchli drayverga aylanadi.

O‘zbekiston turizm industriyasining mamlakat iqtisodiyotiga ta’siri 2020–2024 yillarda sezilarli darajada o‘zgardi. Pandemiya inqirozi va undan keyingi tiklanish davrida turizmning YAIMdagi ulushi, eksportdagi o‘rni, tarmoqda band bo‘lganlar soni va investisiyalar dinamikasi keskin tebranishlarni boshdan kechirdi. Quyida ushbu yillardagi asosiy makroiqtisodiy ko‘rsatkichlar tahlil qilinadi.

Yalpi ichki mahsulotdagi ulush. “Turizm sohasining YAIMga qo‘shayotgan hissasi iqtisodiy ahamiyatni ko‘rsatuvchi asosiy indikatorlardan biridir. 2019-yilda turizmning O‘zbekiston YAIMdagi ulushi taxminan 3% atrofida baholangan edi. 2020-yilda esa pandemiya sabab turizm daromadlari keskin qisqardӣ va tarmoq ulushi YAIMning atigi

[111] “The Development of Uzbekistan’s Tourism Contributes to the Growth of the People’s Welfare.” *Uzbekistan.org*. June 17, 2024. https://uzbekistan.org/the-development-of-uzbekistans-tourism-contributes-to-the-growth-of-the-peoples-welfare/459

0,5%ini tashkil qildi (turizm daromadlari $1,313 mlrd dan $256 mln ga tushdi). 2021–2022 yillarda sohaning tiklanishi bilan turizmning YAIMdagi ulushi qayta o‘sdi – 2022-yil yakunida u 2% dan oshdi. 2023-yilda esa ko‘rsatkich yanada yaxshilanib, taxminan 3,5% ni tashkil qildi”[112]. Bu shundan darak beradiki, turizm tarmog‘i milliy iqtisodiyotda o‘zining pandemiyagacha bo‘lgan pozisiyalariga qaytishga erishdi. Quyidagi formula turizmning YAIMga nisbatan ulushini hisoblash usulini ko‘rsatadi:

$$U_{turizm}(\%) = \frac{D_{turizm}}{YAIM} \times 100\% \qquad (2.1)$$

Bu yerda: U_{turizm} – turizm sohasidan olingan umumiy daromad (million AQSH dollarida), YAIM esa yalpi ichki mahsulot hajmi (million AQSH dollarida). Ushbu formula orqali turizm sektori iqtisodiyotda qanchalik ulushga egaligini aniqlash mumkin. Masalan, 2019-yil uchun qo‘yilsa: $U_{turism} \approx \frac{1313}{57{,}000} \times 100\% \approx 2.3\%$. 2023-yil uchun esa: $\frac{2143}{90{,}000} \times 100\% \approx 2.4\%$ (taxminiy hisoblar, chunki YAIM dollarda o‘zgaruvchan). Lekin bu yerda faqat turizm xizmatlarining eksport daromadlari hisobga olinganini qayd etish lozim. Turizmning ko‘p qirrali ta’sirini to‘liq baholash uchun uning multiplikativ ta’siri (ya’ni bog‘liq tarmoqlarda yaratiladigan qo‘shimcha qiymat) ham inobatga olinishi kerak. Jahon sayyohlik kengashi (WTTC) hisobotlariga ko‘ra, 2024-yilda O‘zbekistonda turizmning bilvosita umumiy YAIMdagi ulushi 5% atrofiga yetishi kutilmoqda.

Eksportdagi o‘rni (turizm xizmatlari eksporti). Turizm sohasi mamlakatning xizmatlar eksporti tarkibida tobora muhim o‘rin egallab bormoqda. 2019-yilda turistik xizmatlar eksporti $1,3 mlrd ni tashkil etib, umumiy xizmatlar eksportining taxminan 35%iga to‘g‘ri kelgan bo‘lsa, 2022-yilga kelib bu ko‘rsatkich 45%ga yaqinlashdi. 2022-yilda turizm xizmatlari eksporti $1,6 mlrd ga etdi va xizmatlar eksportida eng yirik ulushga ega yo‘nalish bo‘ldi. 2023-yilda esa turistik xizmatlar eksporti $2,14 mlrd ni tashkil etib, 2022-yilga nisbatan 1,3 martaga oshdi[113]. Bu umumiy xizmatlar eksportdagi ulushni taxminan 50%gacha chiqardi, ya’ni mamlakatga eksport qilinadigan har 2 dollarlik xizmatning 1 dollarnidan ko‘prog‘ini turizm tashkil qilmoqda. Quyida 2020–2024 yillarda turizm eksport daromadlari va ularning xizmatlar eksportgi nisbati keltirilgan.

---

[112] Ammon News. “Historic Cities Are Being Transformed: ….” Accessed December 6, 2025. https://en.ammonnews.net/article/86872

[113] “The Development of Uzbekistan’s Tourism Contributes to the Growth of the People’s Welfare.” *Uzbekistan.org*. June 17, 2024. https://uzbekistan.org/the-development-of-uzbekistans-tourism-contributes-to-the-growth-of-the-peoples-welfare/459“The Development of Uzbekistan’s Tourism Contributes to the Growth of the People’s Welfare.” *Uzbekistan.org*. June 17, 2024. https://uzbekistan.org/the-development-of-uzbekistans-tourism-contributes-to-the-growth-of-the-peoples-welfare/459

2.1.1-jadval.

Turistik xizmatlar eksporti dinamikasi (2020–2024 yy.) va xizmatlar umumiy eksportgi nisbati

Ko‘rsatkichlar	2020 y.	2021 y.	2022 y.	2023 y.	2024 y.
Turistik eksport, mln. $	255,8	500	1600	2143,5	3500
Xizm. eksportdagi ulush, %	10%	20%	43%	50% [114]	45%

2.1.1-jadval ma’lumotlaridan ko‘rinib turibdiki, 2020–2021 yillarda turizm eksporti keskin kamaygan bo‘lsa, 2022-yildan boshlab u qayta tiklanib, 2023-yilda mutloq rekord darajaga etgan. Pandemiyagacha turizm xizmatlari umumiy xizmatlar eksportidagi ikkinchi yirik modda edi (birinchi o‘rinda transport xizmatlari turar edi). 2022–2023 yillarda esa “Sayohat va turizm” xizmati transportni ham ortda qoldirib, xizmatlar eksport ko‘lamining yarmidan ziyodini bera boshladi. Bu holat turizmning eksportdash sektor sifatida mamlakat uchun naqadar muhimga aylanib borayotganidan dalolat beradi. Turistik xizmatlarning eksport orqali tushumlari nafaqat valyuta oqimini ta’minlaydi, balki xizmatlar sohasidagi tashqi savdo balansini ham sezilarli darajada yaxshilamoqda.

Bandlik va ish o‘rinlari. Turizm sohasi yangi ish o‘rinlari yaratish borasida yuqori samaradorlikka ega. Soha mehnat sig‘imi katta sohalardan biri bo‘lib, u yerda mehmonxona, transport, ekskursiya xizmati, umumiy ovqatlanish, hunarmandchilik kabi keng ko‘lamli faoliyat turlarida aholi band. Rasmiy ma’lumotlarga ko‘ra, 2019-yilda turizm va unga bog‘liq tarmoqlarda to‘g‘ridan-to‘g‘ri band bo‘lganlar soni 300 ming nafar atrofida edi (iqtisodiy faol aholining 2% ga yaqini). 2020-yil pandemiyasi oqibatida mazkur ko‘rsatkich ma’lum darajada kamaygan bo‘lsa-da (xizmat ko‘rsatuvchi xodimlarning bir qismi vaqtincha ishsiz qolgan), 2021-yildan sohada ish bilan bandlik qayta oshdi. Turizmni tiklashga qaratilgan choralar natijasida 2022-yilda tarmoqdagi bandlik soni 310 ming nafarga etdi. 2023-yilda turizmda bevosita band bo‘lganlar soni yana 70 ming nafarga ortib, taxminan 380 ming kishiga etdi[115]. Bu o‘ziga xos rekord ko‘rsatkich bo‘lib, iqtisodiyotning boshqa sohalari orasida turizm yangi ish o‘rinlari yaratish bo‘yicha yetakchi o‘ringa chiqqanini bildiradi. Xorijiy ekspertlarning

[114] “The Development of Uzbekistan’s Tourism Contributes to the Growth of the People’s Welfare.” *Uzbekistan.org*. June 17, 2024. https://uzbekistan.org/the-development-of-uzbekistans-tourism-contributes-to-the-growth-of-the-peoples-welfare/459

[115] “The Development of Uzbekistan’s Tourism Contributes to the Growth of the People’s Welfare.” *Uzbekistan.org*. June 17, 2024. https://uzbekistan.org/the-development-of-uzbekistans-tourism-contributes-to-the-growth-of-the-peoples-welfare/459

baholashicha, 2024-yilda O‘zbekistonda turizm va unga bog‘liq tarmoqlarda to‘g‘ridan-to‘g‘ri va bilvosita bandlik 520 ming kishiga etishi kutilmoqda. Turizm sohasidagi bandlik darajasini hisoblash uchun quyidagi formula qo‘llaniladi:

$$B_{turizm}(\%) = \frac{L_{turizm}}{L_{jami}} \times 100\% \quad (2.2)$$

Bu yerda: L_{turizm} – turizm sohasida ish bilan band bo‘lganlar soni (kishida), L_{jami} – iqtisodiyotda jami band aholi soni. Ushbu ko‘rsatkich turizmning mehnat bozoridagi ulushini anglatadi. Yuqorida keltirilgan ma’lumotlarga asoslanib taxmin qilsak, 2023-yilda $B_{turism} \approx \frac{380{,}000}{14{,}000{,}000} \times 100\% \approx 2.7\%$ Ya’ni mehnatga layoqatli aholining taxminan 2,7 foizi bevosita turizm sohasida ishlaydi. Lekin turizmning bilvosita bandlikka hissasi bundan yuqori – chunki qo‘shimcha ravishda transport, savdo, qishloq xo‘jaligi (oziq-ovqat ta’minoti) kabi tarmoqlarda ham turizm hisobiga ish o‘rinlari yaratiladi. Jahon bo‘yicha trendga muvofiq, O‘zbekistonda ham turizmda yaratilgan har 1 ta ish o‘rni hisobiga bog‘liq sohalarda 1,5–2 ta qo‘shimcha ish o‘rni yaratiladi, deb hisoblanadi[116]. Turizmda bandlik oshishi aholining daromad manbalarini ko‘paytiradi, xususan, xizmat ko‘rsatish sohasida kichik biznes va oilaviy tadbirkorlik rivojiga turtki beradi.

Investisiyalar va samaradorlik. Turizm infratuzilmasiga kiritilayotgan investisiyalar soha samaradorligining yana bir muhim ko‘rsatkichi hisoblanadi. Keyingi yillarda turizm ob’yekti va xizmatlariga sarmoyalar keskin oshdi. Masalan, 2023-yil davomida respublika bo‘ylab umumiy qiymati 9,5 trln so‘mlik (taxminan $0,85 mlrd) 508 ta turizm loyihasi amalga oshirildi[117]. Bular qatorida yangi mehmonxonalar, restoranlar, tarixiy ob’yektlarni restavratsiya qilish, transport vositalari xaridi va boshqalar mavjud. Shu investisiyalar natijasida 9492 ta yangi ish o‘rni yaratildi, demak har 1 trln so‘m investisiya sarflanganda turizmda taxminan 1000 dan ortiq ish o‘rni paydo bo‘lmoqda. Turizmga kiritilgan sarmoyalar iqtisodiy samaradorligini baholash uchun odatda investisiyalar qaytimi (ROI) yoki daromad/investisiya koeffisiyenti kabi ko‘rsatkichlar hisoblanadi. Umumiy holda turizmdagi investisiyalarning yillik qaytishi quyidagi formula orqali ifodalanishi mumkin:

[116] Ammon News. “Historic Cities Are Being Transformed: ….” Accessed December 6, 2025. https://en.ammonnews.net/article/86872

[117] “The Development of Uzbekistan’s Tourism Contributes to the Growth of the People’s Welfare.” *Uzbekistan.org*. June 17, 2024. https://uzbekistan.org/the-development-of-uzbekistans-tourism-contributes-to-the-growth-of-the-peoples-welfare/459

$$K_{turizm\ ROI} = \frac{D_{turizm\ yillik}}{I_{turizm}} \quad (2.3)$$

Bu yerda: $D_{turizm\ yillik}$ – turizm loyihasidan yil davomida olingan daromad, I_{turizm} – ushbu loyihaga kiritilgan bir martalik investisiya xarajatlari. Agar $K_{turizm\ ROI} > 1$ bo‘lsa, demak loyiha yil davomida sarmoyani to‘liq qoplab, foyda keltirmoqda, $K < 1$ bo‘lsa – sarmoya to‘liq qaytmaganini bildiradi. Albatta, turistik investisiyalarning faydasi ko‘pincha darhol emas, balki bir necha yillar davomida namoyon bo‘ladi. Lekin shuni ta’kidlash joizki, O‘zbekistonda so‘nggi yillarda turizmdagi investisiyalar juda tez pullashayotgani kuzatilmoqda. Masalan, xalqaro ekspertlar bahosiga ko‘ra, Samarqanddagi “Silk Road Samarkand” majmuasiga kiritilgan sarmoya 8–10 yil ichida to‘liq qaytib, yana daromad olib kela boshlaydi. Turizm infratuzilmasiga kiritilgan investisiyalarning bunday yuqori samarali ekanligi turizmga sarmoya jalb etish jozibadorligini oshirmoqda.

Shu o‘rinda, turizmning multiplikativ samarasiga e’tibor qaratish lozim. Turizmga kiritilgan sarmoya nafaqat bevosita turistik daromadni, balki bog‘liq tarmoqlarda (qurilish, sanoat, qishloq xo‘jaligi va h.k.) qo‘shimcha talab va ish o‘rinlari yaratadi. Hisob-kitoblarga qaraganda, O‘zbekistonda turizm sohasiga sarflangan har 1 so‘m mablag‘ yalpi ichki mahsulotni 1,5–2 so‘mga oshirishga xizmat qilmoqda. Xususan, 2023-yilda amalga oshirilgan 9,5 trln so‘mlik turizm loyihalari natijasida YAIM hajmidagi o‘sish kamida 14–15 trln so‘mga teng bo‘lishi kutilmoqda. Bu turizmga investisiya kiritishning yuqori ijobiy samaradorligini tasdiqlaydi.
Iqtisodiy tahlil xulosasi. 2020–2024 yillar mobaynida O‘zbekiston turizm industriyasi og‘ir tanazzul va undan keyingi tez tiklanish fazasini boshdan kechirdi. 2020-yilda ko‘rsatkichlar keskin pasaygan bo‘lsa, 2021-yildan tiklanish boshlandi va 2022–2023 yillarda o‘sish sur’atlari yuksak bo‘ldi. 2023-yil yakunlari bo‘yicha turizm tarmog‘i deyarli barcha parametrlar bo‘yicha pandemiyagacha darajaga qaytdi yoki oshdi: xorijiy turistlar oqimi 6,6 mln nafarga yetdi (2019-yil 6,7 mln ga nisbatan), turizm xizmatlari eksporti $2,14 mlrd bilan rekord yangiladi, sohada 70 ming yangi ish o‘rni yaratildi[118]. Turizmning YAIMdagi ulushi 3–3,5% atrofida tiklandi va xizmatlar eksportidagi ulushi 50%ga yaqinlashdi. Bu natijalar turizm industriyasi milliy iqtisodiyotga tobora katta hissa qo‘shayotganini ko‘rsatadi. Shu bilan birga, hali to‘liq foydalanilmagan salohiyat mavjud.

[118] “The Development of Uzbekistan’s Tourism Contributes to the Growth of the People’s Welfare.” *Uzbekistan.org*. June 17, 2024. https://uzbekistan.org/the-development-of-uzbekistans-tourism-contributes-to-the-growth-of-the-peoples-welfare/459

2024–2025 yillarda xorijiy turistlar sonini 8–10 mln nafarga, turizm eksportini $3–4 mlrdga yeetkazish real vazifa etib qo‘yilgan[119]. Bu esa YAIMda tarmoq ulushini 5–6% gacha oshiradi va 100 minglab yangi ish o‘rinlari yaratadi.

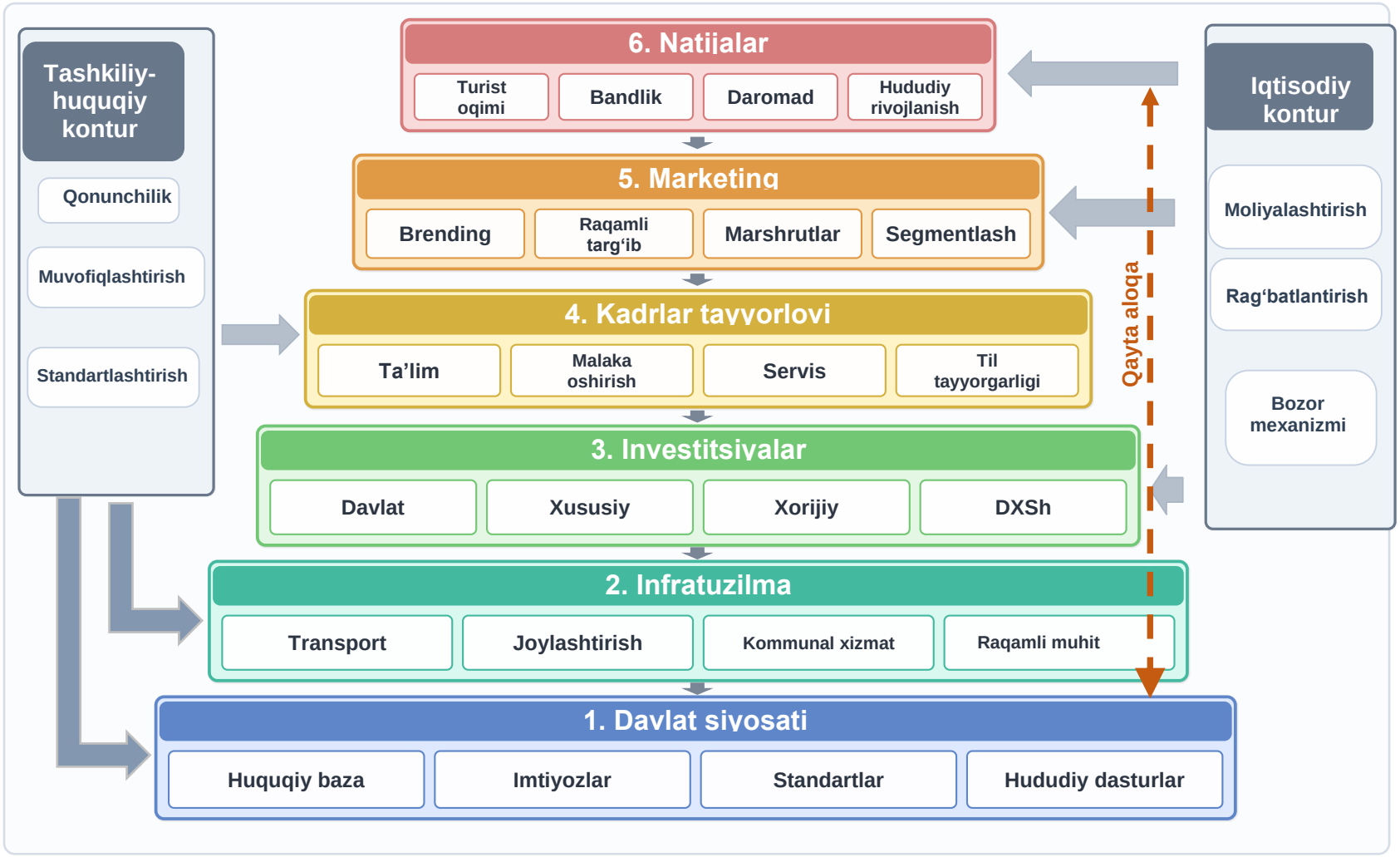
Yakunlaydigan bo‘lsak, O‘zbekistonning zamonaviy turizm industriyasi iqtisodiyotning muhim drayverlaridan biriga aylanmoqda. Tahliliy ma’lumotlar shuni ko‘rsatadiki, 2020–2024 yillardagi qiyin sinov va yuksalish davrida orttirilgan tajriba endilikda yutuqlarni mustahkamlash va yangi marralarni zabt etishga xizmat qiladi. Turizm tarmog‘iga kiritilayotgan investisiyalar va davlat ko‘magining davom etishi natijasida, 2030-yilga borib turizmning mamlakat YAIMdagi ulushini kamida 7% ga va xorijiy sayyohlar sonini 20 millionga yetkazish kabi strategik maqsadlarga erishish mumkin, deb hisoblanmoqda[120].

O‘zbekiston turizm tarmog‘i rivojlanishida qator o‘ziga xos omillar va mexanizmlar mavjud. Ularning o‘zaro bog‘liqligi va ta’sirini tushuntirish maqsadida shartli ravishda turizm industriyasini rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy modelini ko‘rib chiqish mumkin (2.1.1-rasm). Ushbu modelda turizmning rivojlanishiga ta’sir etuvchi asosiy kiruvchi omillar, taraqqiyot jarayonlari va chiqish natijalari tizimi aks ettiriladi. Modelda turizmni rivojlantiruvchi omillar (chapda) — davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlash, infratuzilmaviy investisiyalar, kadrlar va reklama-iqtisodiy omillar kiritilsa, jarayon qismida esa turistik mahsulotlarni (turlar, marshrutlar, xizmatlar) shakllantirish va ularni bozorga olib chiqish jarayoni ko‘rsatilgan. O‘ng tomonda esa bu jarayon natijasida erishiladigan ijtimoiy-iqtisodiy samaralar keltirilgan.

Modelga ko‘ra, turizm industriyasini rivojlantirishda input omillar muhim o‘rin tutadi. Davlat siyosati va me’yoriy baza turizm uchun zarur huquqiy va ma’muriy sharoitlarni yaratadi (masalan, viza rejimining yengilligi, soliq imtiyozlari, tartib-qoidalar). Infratuzilma — mehmonxonalar, yo‘llar, transport va aloqa — turistlar oqimini qabul qilish salohiyatini belgilaydi. Investisiyalar yangi turistik ob’yektlar barpo etish va mavjudlarini yaxshilash uchun moliyaviy resurslarni ta’minlaydi. Malakali kadrlar va gidlar sifati turizm xizmatlarining darajasini oshiradi. Marketing va targ‘ibot esa O‘zbekiston turizm brendini xalqaro bozorda targ‘ib qilib, sayyohlarni jalb etishga xizmat qiladi.

[119] Ammon News. “Historic Cities Are Being Transformed: ….” Accessed December 6, 2025. https://en.ammonnews.net/article/86872

[120] Ammon News. “Historic Cities Are Being Transformed: ….” Accessed December 6, 2025. https://en.ammonnews.net/article/86872



2.1.1-rasm. Turizm industriyasini rivojlantirishning tashkiliy-huquqiy va iqtisodiy modeli

Bu omillar turistik mahsulot va xizmatlarni shakllantirish jarayoniga ta’sir qiladi. Jumladan, mavjud resurslarga asoslanib yangi tur marshrutlari, sayyohlik dasturlari, qo‘shimcha xizmatlar (gird-ekskursiyalar, shou-dasturlar, suvenirlar) yaratiladi. Turistik mahsulotlarning sifati va xilma-xilligi ortishi turistlar uchun tanlov imkoniyatlarini ko‘paytiradi. Shu bilan birga, turistik jozibadorlik oshishi raqobatbardoshlikni ta’minlaydi. Masalan, Samarqandda yaratilgan yangi “Abadiy Shahar” majmuasi va shou-dasturlar turistlarga qo‘shimcha taassurot bag‘ishlab, shu yo‘nalishdagi ekvivalent xorijiy mahsulotlar bilan raqobatlasha oladi[121].

Natijada, chiqishda qator ijobiy samaralar namoyon bo‘ladi. Birinchi navbatda, turistlar oqimi o‘sishi ta’minlanadi — 2023-yildagi kabi xorijiy turistlar soni 2017-yilga nisbatan 2,5 barobarga ko‘payishi bunga misol bo‘la oladi. Turizm xizmatlari eksportidan valyuta tushumi ortib, mamlakat to‘lov balansiga ijobiy ta’sir ko‘rsatadi. YAIM va xizmatlar eksportdagi tarmoq ulushi oshadi, ya’ni turizm iqtisodiyotdagi hissasi ortadi. Turizm hisobidan ko‘plab yangi ish o‘rinlari yaratiladi, bu esa aholi daromadlarini va farovonligini oshiradi. Turizm rivoji mintaqaviy darajada infratuzilmani yaxshilashga, madaniy meros ob’yektlarini asrash va ulardan foydalanishga rag‘bat beradi — bu ham barqaror iqtisodiy, ham madaniy taraqqiyotga xizmat qiladi. Shuningdek, turizm orqali mamlakatning xalqaro mavqei va imiji yaxshilanadi: nufuzli reytinglarda yuqori o‘rinlar, xalqaro mukofotlar olinishi (xuddi Xiva va Sentob qishlog‘ining yutuqlari kabi) mamlakatni dunyoga yanada tanitadi[122].

Yaxlit modeldan ko‘rinib turibdiki, turizm industriyasi interfaol tizim bo‘lib, uning muvaffaqiyati kirish omillarining samaradorligi va muvofiqligiga bog‘liq. Davlat siyosati, investorlar, tadbirkorlar va mahalliy jamoalarning hamkorligi orqali mazkur omillarning barchasi uyg‘unlashganda turizm maksimal natija beradi. O‘zbekiston tajribasida ham shu holat tasdiqlanmoqda: masalan, viza rejimini bekor qilish (huquqiy omil) + yangi aviaqatnovlarni ochish (infratuzilma) + samarali reklama (marketing) natijasida Hindiston va Italiyadan keluvchi turistlar soni 2023-yilda 3,5 barobarga oshdi. Demak, omillar o‘rtasidagi sinergetik ta’sir turizm rivojida hal qiluvchi ahamiyatga egadir.

O‘zbekistonda turizm industriyasi so‘nggi yillarda jadal rivojlanish va shakllanish bosqichini boshdan kechirmoqda. Yuqoridagi tahlillar

[121] Ammon News. “Historic Cities Are Being Transformed: ….” Accessed December 6, 2025. https://en.ammonnews.net/article/86872

[122] “The Development of Uzbekistan’s Tourism Contributes to the Growth of the People’s Welfare.” *Uzbekistan.org*. June 17, 2024. https://uzbekistan.org/the-development-of-uzbekistans-tourism-contributes-to-the-growth-of-the-peoples-welfare/459

asosida bir qancha xulosalarni keltirish mumkin. Birinchidan, me’yoriy-huquqiy baza yaxshilanishi turizmning yuksalishiga mustahkam zamin yaratdi. 2016–2023 yillarda qabul qilingan qonun va farmonlar turizmni strategik tarmoq sifatida belgilab, sohaga davlat ko‘magini kuchaytirdi va xususiy sektor faoliyati uchun qulay shart-sharoitlar yaratdi. Masalan, vizasiz rejimning kengayishi, lisenziyalashning soddalashtirilishi va soliq imtiyozlari turistik faoliyatni yanada rag‘batlantirdi.

Ikkinchidan, turizm yo‘nalishlari bo‘yicha yuz bergan o‘zgarishlar sohaning tubdan o‘sishini ko‘rsatadi. Xalqaro turizm pandemiyadan so‘ng rekord darajada tiklandi – 2023-yilda xorijiy sayyohlar soni 6,6 millionga etdi, bu 2017-yilga nisbatan 2,5 barobar ko‘pdir. Ichki turizm ommaviy tus oldi – 2023-yilda 15 million aholi mamlakat bo‘ylab sayohat qildi. Ziyorat turizmida O‘zbekiston mintaqada yetakchi markazga aylanib bormoqda, xalqaro reytinglarda yuqori o‘rinlarni egalladi (GMTI-2023 da 13-o‘rin)[123]. Ekologik, madaniy, MICE, gastronomik va tibbiy turizm yo‘nalishlarida ham sezilarli ijobiy o‘zgarishlar kuzatildi. Xususan, Samarqand, Buxoro va Xiva kabi tarixiy markazlarimiz xalqaro konferensiyalar va festivallarga mezbonlik qilmoqda, bu esa MICE turizmni rivojlantirmoqda. Milliy taomlarimiz olamshumul tan olinayotgani gastronomik turizmni rag‘batlantiryapti. Sog‘liqni saqlash sohasidagi yutuqlar tibbiy turizm eksport salohiyatini oshirdi – 2023-yilda tibbiy xizmatlar eksporti $174 mln ga yetdi. Bu yo‘nalishlarning har biri tarmoqni diversifikatsiya qilib, yil davomida turistik oqimni barqaror ushlab turishga xizmat qilmoqda.

Uchinchidan, Samarqand viloyati misolida turizmning hududiy rivojlanishi namunasini ko‘rish mumkin. Samarqand turistik xab sifatida shakllanib, yirik investision loyihalar – “Silk Road Samarkand” markazi, yangi aeroport, zamonaviy mehmonxonalar – orqali dunyo miqyosida raqobatlasha oladigan destinatsiyaga aylandi. Viloyatga xorijiy turistlar oqimi 2022–2023 yillarda ikki baravardan ziyod oshdi va 2023-yilda 2,1 million kishini tashkil etdi. Mehmonxona fondining kengayishi, transport logistikasining yaxshilanishi va turistik mahsulotlar xilma-xilligi Samarqandda turistlar o‘rtacha qolish muddatini 4–5 kunga uzaytirishga erishdi. Samarqand tajribasi mamlakatning boshqa mintaqalariga ham tatbiq etilmoqda – Buxoro, Xiva, Toshkent viloyati kabi hududlarda ham turizmga yirik sarmoyalar kiritilmoqda, yangi turistik zonalar tashkil etilmoqda.

[123] “The Development of Uzbekistan’s Tourism Contributes to the Growth of the People’s Welfare.” *Uzbekistan.org*. June 17, 2024. https://uzbekistan.org/the-development-of-uzbekistans-tourism-contributes-to-the-growth-of-the-peoples-welfare/459

To‘rtinchidan, iqtisodiy ko‘rsatkichlar tahlili turizmning iqtisodiyotdagi o‘rni ortib borayotganini tasdiqlaydi. 2023-yil yakunlariga ko‘ra turizm YAIMning kamida 3,5%ini tuzdi, xizmatlar eksporti tarkibida esa birinchi o‘ringa chiqdi (50%ga yaqin). Turizm sohasi 2019-yilga nisbatan 2023-yilda 70 mingdan ortiq qo‘shimcha ish o‘rni yaratdi, bu ko‘rsatkich barqaror o‘sib bormoqda. Turizmga kiritilgan investisiyalarning samaradorligi yuqori – yangi loyihalar tez foyda keltira boshladi, milliy va mahalliy byudjetlarga tushumlar ortib bormoqda. Masalan, 2023-yilda turistik xizmatlar eksportidan tushgan $2,14 mlrd valyuta umumiy eksport daromadlarini sezilarli oshirdi[124]. Turizmning multiplikativ ta’siri mahalliy istehsolot, hunarmandchilik, oziq-ovqat ta’minoti kabi sohalarni ham rivojlantirmoqda.

Shu bilan birga, turizm industriyasini rivojlantirishda yechimini kutayotgan masalalar ham mavjud. Jumladan, turistik marketing va reklama ishlarini xalqaro bozorlarda yanada kuchaytirish zarur. 2023-yilda turistlarning 80%dan ziyodi qo‘shni mamlakatlardan kelgan bo‘lsa[125], uzoq davlatlar (Yevropa, Amerika, Sharqiy Osiyo) ulushini oshirish hali katta salohiyatga ega. Shunday holatda turistlar sarflovi va tusumlari yanada ortishi mumkin (qo‘shni davlatlar turistlarining o‘rtacha sarfi $200 atrofida, Yevropadan keluvchilari esa $800 dan yuqori ekani ma’lum). Shuningdek, turistik xizmatlar sifati va xavfsizligini jahon standartlariga to‘liq moslashtirish zarur – gidlar malakasini oshirish, xizmat ko‘rsatuvchilarning til bilimi va kasb mahoratini yuksaltirish, turistlarga axborot taqdim etish infratuzilmasini yaxshilash lozim. Xususiy tadbirkorlik uchun yanada keng imkoniyatlar yaratish – xususan, viloyatlarda kichik mehmonxonalar, kempinglar, axborot markazlari tarmog‘ini kengaytirish – ham dolzarbdir.

Yangi qabul qilingan “O‘zbekiston – 2030” strategiyasida belgilangan vazifalar ijrosi va 2025–2030 yillarga mo‘ljallangan Turizmni rivojlantirish dasturlari doirasida ushbu muammolarga yechim topilishi kutiladi. Mutasaddi idoralar 2024–2026 yillarda turizm sohasiga yana qo‘shimcha $1 milliarddan ortiq investisiya jalb qilish, 50 dan ziyod yangi mehmonxona va ziyoratgoh ob’yektlari ochishni rejalashtirmoqda[126]. Shu

[124] “The Development of Uzbekistan’s Tourism Contributes to the Growth of the People’s Welfare.” *Uzbekistan.org*. June 17, 2024. https://uzbekistan.org/the-development-of-uzbekistans-tourism-contributes-to-the-growth-of-the-peoples-welfare/459

[125] “The Development of Uzbekistan’s Tourism Contributes to the Growth of the People’s Welfare.” *Uzbekistan.org*. June 17, 2024. https://uzbekistan.org/the-development-of-uzbekistans-tourism-contributes-to-the-growth-of-the-peoples-welfare/459

[126] “The Development of Uzbekistan’s Tourism Contributes to the Growth of the People’s Welfare.” *Uzbekistan.org*. June 17, 2024. https://uzbekistan.org/the-development-of-uzbekistans-tourism-contributes-to-the-growth-of-the-peoples-welfare/459

bilan birga, kadrlar tayyorlash borasida 5 ta turizm kollej va universitetlarida xalqaro darajadagi o‘quv dasturlari joriy etildi (Jumladan, UNWTO huzuridagi Samarqand turizm akademiyasi filiali ochildi)[127].

Xulosa o‘rnida ta’kidlash mumkinki, O‘zbekistonda turizm industriyasi bugungi kunda sifat jihatidan yangi bosqichga kirib, iqtisodiy o‘sish va aholi bandligini ta’minlashda muhim drayverga aylandi. Davlat siyosati tomonidan qo‘llab-quvvatlanishi va xususiy sektor faol ishtirokida tarmoq jadal rivojlanmoqda. 2023-yil yakuniy natijalari tarixiy rekordlarga yaqinlashgani buning yorqin dalilidir. 2024–2025 yillarda ushbu yutuqlarni mustahkamlab, turizmni yanada ustuvor tarmoqqa aylantirish imkoniyati mavjud. Belgilangan maqsadlarga erishilsa, 2030-yilga borib O‘zbekiston turistik davlat sifatida jahonda o‘z nomini yanada mustahkamlaydi va bu orqali mamlakat iqtisodiyotiga salmoqli hissa qo‘shadi. Turizm industriyasining zamonaviy holati shuni ko‘rsatadiki, to‘g‘ri siyosat va samarali boshqaruv sharoitida O‘zbekiston dunyo sayyohlari uchun ajoyib manzilga, o‘z xalqi uchun esa farovonlik manbaiga aylanishi muqarrar.

2.2. Hududlarda turizm infratuzilmasi, investisiyalar va kadrlar salohiyati strategiyalarining tahlili

O‘zbekistonda “Yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasi”da turizm milliy iqtisodiyotning ustuvor o‘sish nuqtalaridan biri sifatida belgilanib, uning hududiy infratuzilmasini jadal rivojlantirish, investisiyaviy jozibadorligini oshirish va kadrlar tayyorlash tizimini zamon talablariga moslashtirish strategik vazifa sifatida qayd etilgan[128]. Bu jarayonda Samarqand viloyati boy madaniy-tarixiy merosi, qulay geografik joylashuvi, transport aloqalari va yirik investisiya loyihalari hisobiga respublika turizm makonida strategik “o‘sish nuqtasi” sifatida shakllanib bormoqda[129].

Butunjahon turizm tashkiloti ma’lumotlariga ko‘ra, 2024 yilga kelib xalqaro turistik oqim pandemiyagacha bo‘lgan 2019 yil darajalarini deyarli to‘liq tiklab, jahon miqyosida 2–3 foiz atrofida qo‘shimcha o‘sish namoyon

[127] Ammon News. “Historic Cities Are Being Transformed: ….” Accessed December 6, 2025. https://en.ammonnews.net/article/86872

[128] O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining PF–5781-son Farmoni “O‘zbekiston Respublikasida turizm sohasini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”. – 13.08.2019 y. – https://lex.uz/docs/4474527; O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining PF–5611-son Farmoni “O‘zbekiston Respublikasida turizmni jadal rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”. – 05.01.2019 y. – https://lex.uz

[129] Silk Road Samarkand. Investment in the Samarkand Tourist Center Silk Road Samarkand amounted to $580 million. – Elektron resurs. – https://www.silkroad-samarkand.com

etgan[130]. Bu esa mamlakatlar o‘rtasida turistlar uchun raqobat kuchayib borayotganini, infratuzilma, investisiya va kadrlar salohiyatini yagona tizimda rejalashtirish zarurligini ko‘rsatadi. Jahon sayohat va turizm kengashi tahlillariga ko‘ra, O‘zbekistonda turizmning yalpi ichki mahsulotdagi to‘g‘ridan-to‘g‘ri ulushi 2019 yilda 2,5 foizni tashkil etgan bo‘lsa, 2022–2023 yillarda pandemiyadan keyingi tiklanish sharoitida mazkur ko‘rsatkich yana barqaror o‘sish trayektoriyasiga qaytgan.

Milliy me’yoriy-huquqiy bazada ham turizm alohida ustuvor yo‘nalish sifatida belgilab berilgan. Prezident farmonlari va qarorlari, jumladan PF–5611, PF–5781, shuningdek, Vazirlar Mahkamasining 433-son qarori turizm infratuzilmasi ob’yektlarini barpo etish va modernizatsiya qilish, muhandislik-kommunikatsiya tarmoqlarini yaxshilash, transport va servis xizmatlarini yanada rivojlantirishga qaratilgan kompleks chora-tadbirlarni o‘z ichiga oladi[131].

Quyida O‘zbekiston misolida turizm infratuzilmasi, investisiyalar va kadrlar salohiyatining hududiy strategiyalari tahlil qilinib, ayniqsa Samarqand viloyatining o‘rniga alohida to‘xtalinadi.

Ilmiy adabiyotlarda turizm infratuzilmasi deganda turistlarning turistik-rekreatsiya resurslaridan samarali foydalanishini ta’minlovchi jismoniy ob’yektlar (inshootlar, binolar, muhandislik tarmoqlari), xizmat ko‘rsatish sohalari, boshqaruv institutlari va kadrlar majmui tushuniladi[132]. Bunda infratuzilma faqat “qattiq” elementlar (yo‘llar, aeroportlar, mehmonxonalar) bilan cheklanib qolmasdan, “yumshoq” elementlar – malaka oshirilgan kadrlar, servis standartlari, marketing va raqamli platformalar, huquqiy-institutsional muhit kabi omillarni ham qamrab oladi.

Tizimli yondashuv asosida turizm infratuzilmasi shartli ravishda quyidagi asosiy bloklarga ajratiladi (2.2.1-rasm).

---

[130] UNWTO. World Tourism Barometer. May 2024 Excerpt. – Elektron resurs. – https://www.unwto.org

[131] O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining PF–5781-son Farmoni “O‘zbekiston Respublikasida turizm sohasini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”. – 13.08.2019 y. – https://lex.uz/docs/4474527; O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2020 yil 10 iyuldagi 433-son Qarori “O‘zbekiston Respublikasida turizm sohasini qo‘llab-quvvatlash chora-tadbirlari to‘g‘risida”. – https://lex.uz/docs/4930291; O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining PF–5611-son Farmoni “O‘zbekiston Respublikasida turizmni jadal rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”. – 05.01.2019 y. – https://lex.uz

[132] Rahimova N. Tourism Potential of Uzbekistan. – Tashkent: Institute of Tourism Research, 2023; Valiyev B.B. O‘zbekistonda turizmning zamonaviy yo‘nalishlarini rivojlantirish xususiyatlari // Iqtisodiy tadqiqotlar jurnali. – 2022. – №2. – B. 47–53.; O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining PF–5611-son Farmoni “O‘zbekiston Respublikasida turizmni jadal rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”. – 05.01.2019 y. – https://lex.uz



2.2.1-rasm. Turizm infratuzilmasi tarkibiy tuzilmasi (konseptual model)

Turizm infratuzilmasiga shunday tizimli yondashuv uning alohida elementlarini emas, balki ular o‘rtasidagi o‘zaro ta’sirni tahlil qilish imkonini beradi. Samarqand viloyatida yirik turistik markazlar – “Silk Road Samarkand” turistik shahri, “Boqiy shahar” majmuasi, zamonaviy xalqaro aeroport, tezyurar temir yo‘llar, uy-joy va gastronomik ob’yektlar o‘zaro bog‘liq holda hududning milliy va xalqaro raqobatbardoshligini ta’minlab bermoqda[133].

2.2.1-jadvala ko‘ra, 2024 yilda O‘zbekistonga turizm maqsadida kelgan chet el fuqarolarining safarlari 7 957,2 mingni, O‘zbekiston fuqarolarining chet elga turizm maqsadida chiqish safarlari esa 6 183,8 mingni tashkil etdi. Milliy darajada kiruvchi turizm 2023 yilga nisbatan 20,1 foizga, chiquvchi turizm esa 29,2 foizga o‘sgan. Samarqand viloyatida esa 2024 yilda kiruvchi turistik safarlar 53,2 mingni, chiquvchi turistik safarlar 2,8 mingni tashkil etgan. Samarqand viloyati statistika boshqarmasi ma’lumotiga ko‘ra, kiruvchi safarlar 2023 yildagi 66,7 mingdan 53,2 mingga tushib, 20,3 foizga kamaygan. Chiquvchi safarlar ham grafik ma’lumotlariga ko‘ra 2023 yildagi 5,1 mingdan 2024 yilda 2,8 mingga tushgan. Shu sababli Samarqand viloyatining respublika bo‘yicha kiruvchi turistik safarlardagi ulushi 0,67 foiz, chiquvchi turistik

[133] Silk Road Samarkand. Investment in the Samarkand Tourist Center Silk Road Samarkand amounted to $580 million. – Elektron resurs. – https://www.silkroad-samarkand.com

2.2.3-jadval

2024 yilda hududlar bo‘yicha solishtirish mumkin bo‘lgan rasmiy ko‘rsatkichlar[134]

Hudud	Aholi, ming kishi	Turistik firma va tashkilotlar, ta	Xizmat ko‘rsatilgan shaxslar, ming	Har 1000 aholiga, ta	Mehmonxona va o‘xshash joylashtirish vositalari, ta	Mehmonxonalarda joylashtirilgan shaxslar, ming / har 1000 aholiga
O‘zbekiston	36 799,8	743	1 972,9	53,61	2 383	2 864,3 / 77,83
Qoraqalpog‘iston R.	2 002,7	9	18,3	9,14	52	38,4 / 19,17
Andijon	3 394,4	16	0,7	0,21	68	76,9 / 22,65
Buxoro	2 044,0	44	66,1	32,34	250	267,2 / 130,72
Jizzax	1 507,4	16	30,1	19,97	47	66,3 / 43,98
Qashqadaryo	3 560,6	9	8,6	2,42	79	71,3 / 20,02
Navoiy	1 075,3	28	17,0	15,81	36	48,3 / 44,92
Namangan	3 066,1	8	2,6	0,85	44	66,4 / 21,66
Samarqand	4 208,5	144	61,7	14,66	361	428,4 / 101,79
Surxondaryo	2 877,1	14	1,8	0,63	80	91,6 / 31,84
Sirdaryo	914,0	2	2,0	2,19	26	33,8 / 36,98
Toshkent viloyati	3 051,8	16	2,1	0,69	116	150,2 / 49,22
Farg‘ona	4 061,5	19	11,9	2,93	280	81,2 / 19,99
Xorazm	1 995,6	28	497,5	249,30	100	177,2 / 88,80
Toshkent shahri	3 040,8	390	1 252,5	411,90	844	1 267,1 / 416,70

Izoh. Turistik firmalar tomonidan xizmat ko‘rsatilgan shaxslar ko‘rsatkichiga viza, xorijiy pasport, bronlashtirish kabi xizmatlar ham kirishi mumkin; shu bois mazkur ustunni to‘g‘ridan-to‘g‘ri real turistlar soni bilan tenglashtirish mumkin emas.

[134] O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi ma’lumotlari asosida muallif tomonidan ishlab chiqilgan

safarlardagi ulushi esa 0,05 foiz bo‘lib ko‘rinadi. Bir qarashda bu ko‘rsatkichlar pastdek tuyuladi, ammo ularni Samarqand turizmi sust degan xulosaga asos sifatida qabul qilish noto‘g‘ri.

Birinchidan, respublika bo‘yicha umumiy turistik oqim tarkibida qarindoshlarni yo‘qlash maqsadidagi safarlar mutlaq ustun. 2024 yilda kiruvchi safarlarning 6 105,3 mingtasi yoki 76,7 foizi, chiquvchi safarlarning 5 123,9 mingtasi yoki 82,9 foizi aynan shu maqsadga to‘g‘ri kelgan. Demak, respublika jami ko‘rsatkichi klassik madaniy-ekskursion turizmni emas, balki ommaviy shaxsiy va chegaralararo safarlarni ham o‘zida mujassam etadi.

Ikkinchidan, rasmiy metodologiyaga ko‘ra, milliy darajada turistik oqimlar ma’muriy manbalar asosida shakllanadi va bir shaxs bir necha marta kirib-chiqsa, har bir safar alohida holat sifatida hisoblanishi mumkin. Demak, ushbu indikator real turistlar sonini emas, safarlar sonini aks ettiradi. Bu esa hududlar kesimidagi ulushlarni to‘g‘ridan-to‘g‘ri turistik raqobatbardoshlik sifatida talqin qilishni cheklaydi.

Uchinchidan, Samarqandning real turistik o‘rnini joylashtirish va xizmat infratuzilmasi ko‘rsatkichlari yaxshiroq ochib beradi. 2024 yilda Samarqand viloyatida 144 ta turistik firma va tashkilot faoliyat yuritgan, ular 61,7 ming shaxsga xizmat ko‘rsatgan va 71,7 mingta yo‘llanma sotgan. Shuningdek, viloyatda 361 ta mehmonxona va shunga o‘xshash joylashtirish vositasi faoliyat yuritib, ularda 428,4 ming kishi joylashtirilgan. Bu ko‘rsatkichlar Samarqandni Toshkent shahridan keyingi yetakchi turistik hududlardan biri sifatida tavsiflaydi.

Hududlar kesimidagi taqqoslama jadval ham shu fikrni tasdiqlaydi. Turistik firmalar soni bo‘yicha Toshkent shahri birinchi o‘rinda (390 ta), Samarqand viloyati esa ikkinchi o‘rinda (144 ta). Mehmonxonalarda joylashtirilgan shaxslar soni bo‘yicha ham Toshkent shahri birinchi (1 267,1 ming), Samarqand viloyati esa ikkinchi (428,4 ming) o‘rinda turadi. Buxoro viloyati (267,2 ming) uchinchi o‘rinni egallaydi. Shu bilan birga, har 1000 aholiga nisbatan intensivlik ko‘rsatkichi bo‘yicha Samarqand ayrim hududlardan pastroq chiqadi. Masalan, mehmonxonalarda joylashtirilgan shaxslar har 1000 aholiga Samarqandda 101,79 tani tashkil etsa, Buxoroda bu ko‘rsatkich 130,72 tani, Toshkent shahrida esa 416,70 tani tashkil etadi. Bu holat Samarqand aholisi sonining kattaroq bo‘lishi va ayrim hududlarda turistik faollikning aholiga nisbatan yuqori konsentratsiyasi bilan izohlanadi.

Xulosa sifatida aytish mumkinki, Samarqand ulushining past ko‘rinishi uning turizm salohiyati pastligini emas, balki turistik oqimlar

ko‘rsatkichining mazmuni va shakllanish usulini, shuningdek 2024 yilda Samarqand viloyatida kiruvchi va chiquvchi safarlar qisqarganini aks ettiradi. Samarqandning haqiqiy turistik ahamiyatini baholashda mehmonxona infratuzilmasi, joylashtirilgan shaxslar soni, turistik firmalar soni va sotilgan yo‘llanmalar kabi ko‘rsatkichlar ancha ishonchlidir. 2024 yilgi rasmiy statistika Samarqand viloyatining respublika bo‘yicha kiruvchi va chiquvchi turistik safarlardagi ulushi past ko‘rinishini tasdiqlaydi, ammo bu holat viloyatning real turistik salohiyati past degani emas. Samarqand absolyut hajmlar bo‘yicha mamlakatning eng kuchli turistik markazlaridan biri bo‘lib qolmoqda; past ulush esa, avvalo, turistik oqimlar statistikasining metodik xususiyatlari va 2024 yilda viloyatda safarlar qisqargani bilan izohlanadi.

2.2.2-jadval

O‘zbekistonda 2024 yilda joylashtirish vositalari infratuzilmasi va Samarqand viloyati ulushi

№	Ko‘rsatkich	O‘zbekiston bo‘yicha jami	Samarqand viloyati	Samarqand / O‘zbekiston nisbati, %
1	Mehmonxona va shunga o‘xshash ob’yektlar soni, dona	2 383	361	15,1
2	Xonalar soni, dona	38 075	6 603	17,3
3	O‘rinlar soni, dona	79 469	13 827	17,4
4	10 000 aholiga to‘g‘ri keladigan o‘rinlar soni, ta	21,6	32,9	152,1

2.2.2-jadval ma’lumotlari Samarqand viloyatining O‘zbekiston turizm joylashtirish infratuzilmasidagi yetakchi o‘rnini yaqqol tasdiqlaydi. Mehmonxona ob’yektlari soni bo‘yicha viloyat ulushi 15 foizdan ortiqni, xonalar va o‘rinlar soni bo‘yicha esa 17–18 foizni tashkil etmoqda. Demak, respublikada mavjud mehmonxona fondidagi har beshta o‘rindan biri Samarqand viloyatiga to‘g‘ri kelmoqda. Respublika bo‘yicha har 10 000 aholiga o‘rtacha 21,6 ta mehmonxona o‘rni to‘g‘ri kelayotgan bir paytda, Samarqand viloyatida bu ko‘rsatkich 32,9 tani tashkil etmoqda.

Bu holat ikki tomonlama strategik xulosaga olib keladi. Birinchidan, viloyatda yirik turistik loyihalar (xususan, “Silk Road Samarkand” majmuasi) joylashtirish quvvatlarini tez sur’atda oshirib, turistik talabga

mos ravishda infratuzilmani shakllantirayotganini ko‘rsatadi[135]. Ikkinchidan, aholiga nisbatan yuqori quvvat mavjud bo‘lishi mavsumiylikka bog‘liq ravishda “bo‘sh quvvatlar” muammosini keltirib chiqarishi mumkin. Shuning uchun kelgusida joylashtirish infratuzilmasini rivojlantirishda nafaqat hajm, balki yil davomida yuklamani barqarorlashtirish, kongress-ko‘rgazma va ishbilarmonlik turizmi segmentlarini rivojlantirish, ichki turizmni rag‘batlantirish orqali mavsumiy “chuqurlik”larni yumshatish muhim ahamiyat kasb etadi[136].

Mehmonxona infratuzilmasiga oid ma’lumotlarni hudud maydoni va aholi raqami bilan bog‘lab tahlil qilish ham strategiya ishlab chiqishda muhim ahamiyatga ega. Samarqand viloyati maydoni (taxminan 16,8 ming km²) va aholisi (4,2 mln kishi)ni inobatga olsak[137], viloyatdagi har 100 km² hududga o‘rtacha 8 dan ziyod mehmonxona ob’yekti to‘g‘ri keladi. Ayrim kam aholiga ega viloyatlarda bu ko‘rsatkich ancha past. Natijada infratuzilmani rivojlantirishda “bir xil shablon” emas, balki differensiallashgan yondashuv zarur: turizm salohiyati pastroq hududlarda kichik, oilaviy va agroturizm ob’yektlarini qo‘llab-quvvatlash; Samarqand kabi yuqori konsentratsiyaga ega hududlarda esa servis sifatini oshirish, raqamli boshqaruv va ekologik barqarorlik omillariga e’tiborni kuchaytirish darkor.

Turistik firmalar va tashkilotlar faoliyati turizm infratuzilmasining “ishlovchi qismi” bo‘lib, turistik mahsulotni shakllantirish, paketlash va bozorga chiqarishda hal qiluvchi o‘rin tutadi[138]. 2024 yilda O‘zbekistonda 743 ta turistik firma va tashkilotlar faoliyat yuritib, jami 1 972,9 ming shaxsga xizmat ko‘rsatgan va 601,5 mingta turistik yo‘llanma sotgan. Samarqand viloyatida 144 ta turistik firma va tashkilotlar faoliyat ko‘rsatib, 61,7 ming kishiga xizmat ko‘rsatgan va 71,1 mingta yo‘llanma sotgan[139].

2.2.3-jadval ma’lumotlari Samarqand viloyati turistik firmalar soni bo‘yicha mamlakatdagi eng faol hududlardan biri ekanini ko‘rsatadi: mavjud firmalar umumiy sonining qariyb beshdan bir qismi (19,4 foiz) Samarqandga to‘g‘ri keladi. Biroq xizmat ko‘rsatilgan shaxslar ulushi jami miqdorning 3,1 foiziga, yo‘llanmalar bo‘yicha esa 11,8 foizga teng.

---

[135] Ziyodullayeva N. Silk Road Samarkand predicts record ear // UzA axborot agentligi. – 2024. – https://uza.uz

[136] UNWTO. Tourism Doing Business – Investing in Uzbekistan. – Madrid, 2023. – 143 b.

[137] Tourism in Uzbekistan: Development of Tourism Industry and Tourist Realities // Ilmiy maqola. – 2024. – Elektron resurs. – https://researchgate.net

[138] Valiyev B.B. O‘zbekistonda turizmning zamonaviy yo‘nalishlarini rivojlantirish xususiyatlari // Iqtisodiy tadqiqotlar jurnali. – 2022. – №2. – B. 47–53.

[139] Samarqand viloyati statistika boshqarmasi. Samarqand viloyatida turizm va dam olishni rivojlanishi: 2024-yil uchun press-reliz. – Samarqand, 2025. – https://samstat.uz

2.2.3-jadval

O‘zbekistonda 2024-yilda turistik firmalar faoliyati ko‘rsatkichlari va Samarqand viloyati ulushi,

№	Ko‘rsatkich	O‘zbekiston bo‘yicha jami	Samarqand viloyati	Samarqand / O‘zbekiston nisbati, %
1	Turistik firma va tashkilotlar soni, dona	743	144	19,4
2	Xizmat ko‘rsatilgan shaxslar, ming kishi	1 972,9	61,7	3,1
3	Sotilgan turistik yo‘llanmalar, ming dona	601,5	71,1	11,8
4	Bir firmaga to‘g‘ri keladigan xizmat olganlar, ming kishi	2,66	0,43	16,1

4-qatordagi ko‘rsatkich – bir turistik firmaga to‘g‘ri keladigan o‘rtacha mijozlar soni – Samarqand viloyatida turizm biznesi masshtablari va ixtisoslashuv darajasini yaxshiroq tushunishga yordam beradi. Respublika bo‘yicha o‘rtacha holda bir firma yiliga 2,66 ming kishiga xizmat ko‘rsatayotgan bo‘lsa, Samarqandda bu ko‘rsatkich 0,43 ming kishini (ya’ni taxminan 430 nafarni) tashkil etadi. Natijada Samarqanddagi firmalarning o‘rtacha “kechimi” milliy darajaning taxminan 16 foizini tashkil etadi. Bu esa turistik sub’yektlar soni ko‘p, ammo ko‘pchiligi kichik hajmli, tor ixtisoslashgan yoki yangi tashkil etilganligidan dalolat beradi[140].

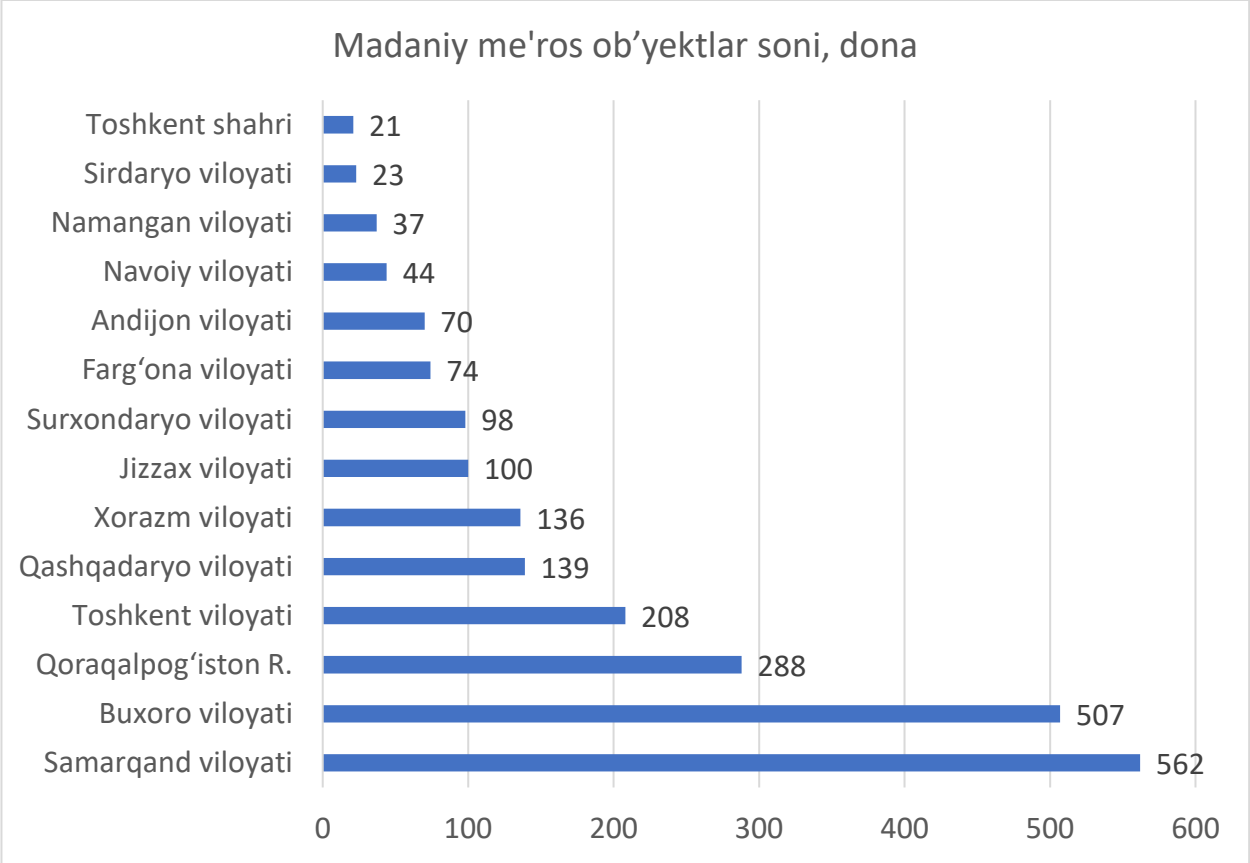
Boshqacha aytganda, Samarqandda turizm industriyasida kichik va o‘rta tadbirkorlik sub’yektlari ulushi katta, ularning har biri bozorning muayyan segmentiga – ziyorat, ichki ekskursiya, oilaviy turlar yoki nish-yo‘nalishlarga xizmat ko‘rsatmoqda. Bir tomondan, bu raqobat muhitini kuchaytirsa, ikkinchi tomondan, kichik firmalarda marketing, brendlash, raqamli platformalardan foydalanish va xalqaro bozorga chiqish kompetensiyalarini kuchaytirish talab etiladi.

Bir turistik firmaga to‘g‘ri keladigan o‘rtacha mijozlar sonining mintaqaviy farqlari kadrlar siyosatiga ham bevosita ta’sir ko‘rsatadi. Respublika miqyosida bir firmada o‘rtacha 5–10 nafar xodim faoliyat yuritsa, Samarqanddagi kichik firmalarda bu ko‘rsatkich ancha past bo‘lishi va bitta xodim bir vaqtning o‘zida gid, bron qilish menejeri, marketolog vazifalarini bajarishi mumkin. Jahon tajribasi shuni ko‘rsatadiki, kichik

[140] Sattorova Z.I. Samarqand viloyatida madaniy turizm rivojlanishining tahlili // Modern Journal of Social Sciences and Technology. – 2025. – №4. – B. 1–10.

firmalarda servis sifatini barqaror saqlash uchun tarmoq ichidagi kooperatsiya, autsorsing va klaster doirasida umumiy reklama-axborot markazlari tashkil etish samarali hisoblanadi. O‘zbekistonda madaniy-tarixiy meros ob’yektlari turizmning asosiy resurs bazasini tashkil etadi. Geotaxlil va kartografik tadqiqotlar natijalariga ko‘ra, mamlakat bo‘yicha 2 300 dan ortiq madaniy meros ob’yekti turizm nuqtai nazaridan faol foydalanilayotgan bo‘lib, ularning katta qismi Samarqand va Buxoro viloyatlarida joylashgan[141].

Madaniy meros ob’yektlari hududlar kesimida quyidagicha taqsimlangan.



2.2.2-rasm. O‘zbekistonda madaniy meros ob’yektlari hududlar kesimida[142]

2.2.2-rasm ma’lumotlari Samarqand viloyati O‘zbekiston madaniy-tarixiy merosining qariyb to‘rtdan bir qismiga egaligini ko‘rsatadi. 562 ta ob’yekt, jumladan, Butunjahon merosi ro‘yxatiga kiritilgan Registon maydoni, Shohizinda nekropoli, Bibixonim masjidi, Xazrati Xizr masjidi kabi ob’yektlar viloyatning tarixiy turizm bo‘yicha no‘yob pozisiyasini

[141] Tajirian R., Nori A. Geospatial Analysis of Tourism Infrastructure in Uzbekistan: A GIS Approach // Journal of Geography and Tourism. – 2021. – Vol.14, No.2. – P. 58–76.

[142] [142] Rahimova N. Tourism Potential of Uzbekistan. – Tashkent: Institute of Tourism Research, 2023;Sattorova Z.I. Samarqand viloyatida madaniy turizm rivojlanishining tahlili // Modern Journal of Social Sciences and Technology. – 2025. – №4. – B. 1–10. ma’lumotlari asosida muallif tomonidan ishlab chiqilgan

belgilaydi. Buxoro viloyatining 22 foizlik ulushi bilan birgalikda ushbu ikki hudud mamlakat madaniy turizm resurslarining qariyb yarmini o‘z ichiga olmoqda.

Madaniy meros ob’yektlarining hududiy zichligi nuqtai nazaridan ham Samarqand alohida o‘ringa ega. Viloyat maydoni taxminan 16,8 ming kv. km, doimiy aholisi esa 4,2 mln kishini tashkil etishini hisobga olsak[143], har ming kvadrat kilometrga va har 10 000 aholiga to‘g‘ri keladigan ob’yektlar soni respublika o‘rtacha ko‘rsatkichidan ancha yuqori. Bu esa shaharsozlik, transport va ekologik yuklamani rejalashtirishda madaniy meros nuqtalari atrofida integral yondashuv talab etilishini, xususan, tarixiy markazlarda transport harakatini cheklash, piyoda yo‘laklari va jamoat transporti ulushini oshirish, madaniy ob’yektlar atrofida ko‘kalamzorlashtirish va infratuzilmani modernizatsiya qilish zarurligini ko‘rsatadi.

Samarqand va Buxoro viloyatlarida madaniy meros ob’yektlari konsentratsiyasi yuqori bo‘lishi, ularni faqat tayyor turistik mahsulot sifatida emas, balki innovatsion turizm mahsulotlarini yaratish maydoni sifatida ko‘rishni taqozo etadi. Masalan, taqvimiy-madaniy festivallar, jonli tarixiy rekonstruksiyalar, tashkilotchilik jihatdan mukammal yo‘lga qo‘yilgan “kecha ekskursiyalari”, multimediyali muzey ekspozisiyalari orqali bir xil ob’yektlar har xil tajriba sifatida taklif etilishi mumkin. Bu, bir tomondan, turistlar harajatini ko‘paytirsa, ikkinchi tomondan, bir ob’yektga tushadigan yuklamani diversifikatsiya qilib, restavratsiya va muhofaza ishlarini rejalashtirishga qulaylik yaratadi.

UNWTO tomonidan tayyorlangan maxsus hisobotlarda 2020-yillar boshidan boshlab O‘zbekiston investisiya muhitini yaxshilash va turizmga oid loyihalarni qo‘llab-quvvatlash bo‘yicha qat’iy qadamlar qo‘yayotgan mamlakatlar qatoriga kiritilgan[144]. 2022 yilda turizmga oid tarmoqlarda asosiy kapitalga investisiyalar hajmi 20 trln so‘mdan ortiqni tashkil etgani, to‘g‘ridan-to‘g‘ri kapital qo‘yilmalar esa 4 trln so‘mga yaqin bo‘lgani qayd etilgan. Bu ko‘rsatkichlar turizm infratuzilmasi iqtisodiy siyosatda alohida ustuvor yo‘nalish sifatida ko‘rilayotganidan dalolat beradi.

Samarqand viloyati misolida turizm infratuzilmasiga jalb etilayotgan investisiyalar bir necha yirik loyihalarda jamlangan:

- “Silk Road Samarkand” turistik shahri – 260 gektar maydonda joylashgan, 8 ta mehmonxona, 1 200 dan ortiq xonalar, kongress-markaz, “Boqiy shahar” tarixiy-madaniy bog‘i, shifobaxsh va gastronomik

[143] Tourism in Uzbekistan: Potentials and Prospects of Development // Konferensiya materiallari. – 2022. – Elektron resurs. – https://www.academia.edu

[144] UNWTO. Tourism Doing Business – Investing in Uzbekistan. – Madrid, 2023. – 143 b.

ob’yektlarni o‘z ichiga olgan majmua bo‘lib, umumiy investisiya hajmi 580 mln AQSH dollari atrofida baholanadi[145].

- Samarqand xalqaro aeroportining yangi terminali – davlat-xususiy sheriklik asosida amalga oshirilgan, qiymati taxminan 80 mln dollarga teng loyiha bo‘lib, aeroportning yillik o‘tkazish quvvatini keskin oshirgan.
- UzA axborot agentligi ma’lumotlariga ko‘ra, 2016 yildan buyon Samarqand viloyatida turizm va unga bog‘liq tarmoqlarga jalb etilgan umumiy investisiyalar hajmi 1 mlrd dollardan ortiq bo‘lib, natijada turistlar oqimi yetti barobarga, turizm xizmatlari eksporti esa 600 mln dollarga yetgan.

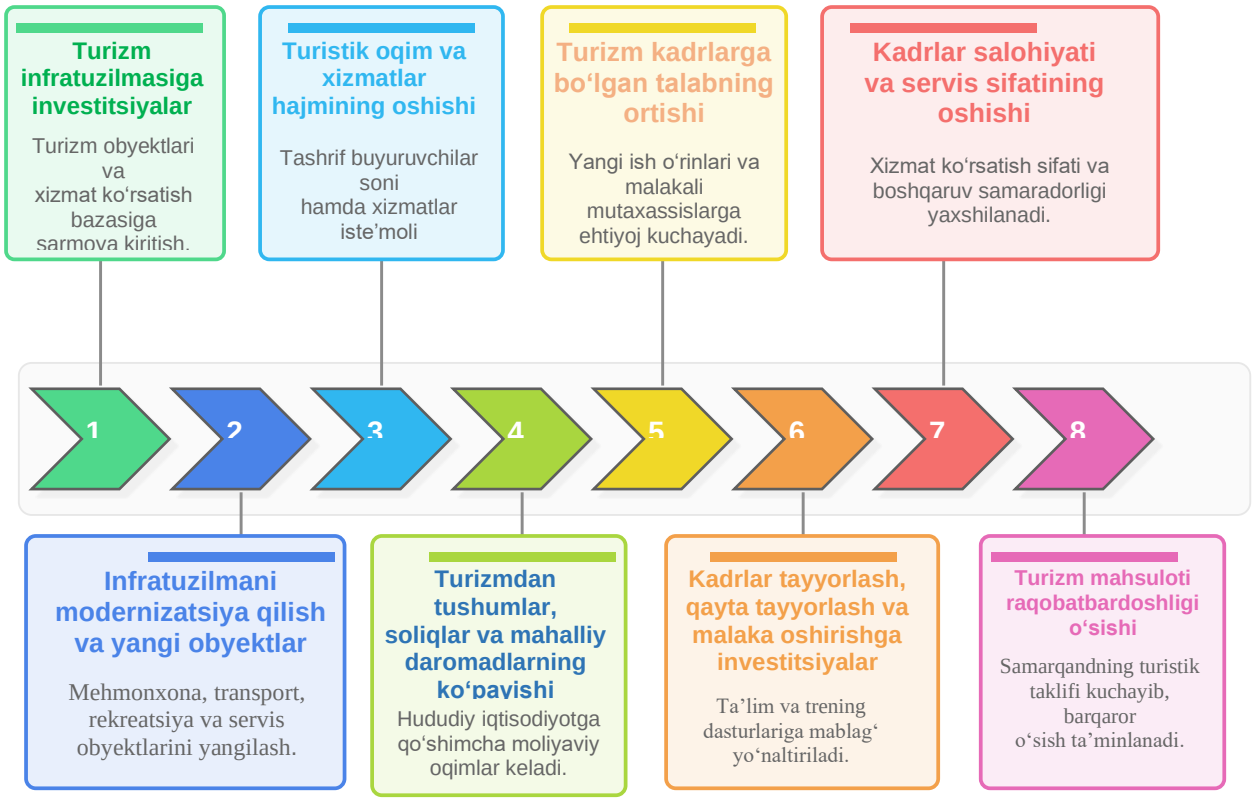
Bu loyihalar natijasida faqat infratuzilmaning moddiy qismi emas, balki hududiy brend, xizmatlar sifat standartlari, kadrlar tayyorlash va mahalliy ish o‘rinlari strukturasi ham keskin o‘zgarmoqda[146].

Turizm infratuzilmasini rivojlantirish strategiyasi investisiya siyosatidan, kadrlar tayyorlash tizimi esa infratuzilmadan uzilgan holda ko‘rilsa, hududiy rivojlanishda parchalangan va samarasiz natijalar yuzaga kelishi mumkin. Shu bois, Samarqand viloyati sharoitida ushbu uchta omil o‘rtasidagi siklli bog‘lanishni ifodalovchi blok-sxema shakllantirish maqsadga muvofiqdir.

2.2.3-rasmda keltirilgan blok-sxema turizm infratuzilmasiga investisiyalar, kadrlar salohiyati va hududiy raqobatbardoshlik o‘rtasidagi o‘zaro bog‘liqlikni siklli tarzda yoritadi. Birinchi bosqichda (1-blok) mehmonxonalar, transport tizimi, infokommunikatsiya tarmoqlari, turistik-madaniy ob’yektlar kabi infratuzilmani rivojlantirishga yo‘naltirilgan investisiyalar amalga oshiriladi. Bu investisiyalar natijasida infratuzilma modernizatsiya qilinib, yangi ob’yektlar barpo etiladi (2-blok); bu esa turistik oqimning o‘sishi, xizmatlar assortimenti va sifatining yaxshilanishiga olib keladi (3-blok).

[145] Silk Road Samarkand. Investment in the Samarkand Tourist Center Silk Road Samarkand amounted to $580 million. – Elektron resurs. – https://www.silkroad-samarkand.com

[146] Abduvakhidova N. Sustainable Tourism Development in the Regions (The Case of Samarkand Region) // Central Asian Journal of Innovations in Tourism and Management. – 2023. – Vol.3, No.1. – B. 45–59.



2.2.3-rasm. Samarqand viloyatida turizm infratuzilmasi, investisiyalar va kadrlar salohiyati o‘zaro aloqasining blok-sxemasi

Turistlar oqimi va xizmatlar hajmiga mos ravishda turizmdan tushumlar, soliqlar va mahalliy byudjet daromadlari ko‘payib boradi (4-blok). Daromadlar bilan birga infratuzilma ob’yektlarida ishlaydigan kadrlar soniga talab o‘sadi, yangi ish o‘rinlari yaratiladi (5-blok). Bu esa universitetlar, kollejlar, qayta tayyorlash markazlari va korporativ o‘quv dasturlariga investisiyalarni ko‘paytirish zaruratini yuzaga keltiradi (6-blok)[147].

Kadrlar salohiyati oshgani sari servis sifati yaxshilanadi, mehmonlar qoniqish darajasi va hudud brendi kuchayadi (7-blok). Bu esa hudud turistik mahsulotining raqobatbardoshligini oshirib, yangi investisiya oqimlari uchun yanada qulay muhit yaratadi (8-blok). Shu tariqa, “infratuzilma – kadrlar – raqobatbardoshlik” o‘rtasida o‘z-o‘zini quvvatlovchi sikl shakllanadi. Samarqand viloyatidagi yirik turistik loyihalar mazkur modelning amaliy tasdig‘i sifatida ko‘rilishi mumkin.

[147] Abduvakhidova N. Sustainable Tourism Development in the Regions (The Case of Samarkand Region) // Central Asian Journal of Innovations in Tourism and Management. – 2023. – Vol.3, No.1. – B. 45–59.

Turizm infratuzilmasiga yo‘naltirilgan investisiyalar natijasini, shuningdek hududlar kesimida infratuzilma qamrovi darajasini ilmiy asosda baholash uchun iqtisodiy-matematik modellardan foydalanish muhim[148]. Samarqand viloyati misolida qo‘llash mumkin bo‘lgan ikki shartli model quyida bayon etiladi.

a) Investisiya samaradorligi koeffisiyenti

Turizm infratuzilmasiga investisiyalarning natijadorligini baholashda quyidagi koeffisiyentdan foydalanish taklif etiladi:

$$K_{inv,r} = \frac{TR_r^t - TR_r^{t-1}}{I_r^t} \qquad (2.3)$$

bunda:

$K_{inv,r}$ – r-hududda turizm infratuzilmasiga investisiya samaradorligi koeffisiyenti;

TR_r^t – r-hududda t yilda turizmdan olingan umumiy daromad (turistik xizmatlar eksporti, ichki turizm xizmatlari, soliqlar va h.k.);

TR_r^{t-1} – o‘tgan yildagi turizm daromadi;

I_r^t – r-hududda t yilda turizm infratuzilmasiga yo‘naltirilgan investisiyalar hajmi.

Mazkur formula (2.3) turizm infratuzilmasiga qilingan investisiyalar natijasida turistik daromadlarda yuzaga kelgan qo‘shimcha o‘sishni har bir sarf etilgan birlik investisiya hisobiga to‘g‘ri keladigan ko‘rsatkich sifatida ifodalaydi. Agar $K_{inv,r} > 1$ bo‘lsa, bu har bir birlik investisiya hisobiga olinayotgan qo‘shimcha daromad yuqori ekanini va sarmoyalar iqtisodiy jihatdan o‘zini oqlayotganini ko‘rsatadi. $K_{inv,r} \approx 1$ holatida investisiyalarning qaytarilishi qoniqarli, ammo yuqori emas, deb baholanishi mumkin. Koeffisiyentning yuqori bo‘lishi infratuzilma ob’yektlari turistik talab bilan mos va muvofiq ravishda barpo etilganini, marketing, logistika va servis siyosatlari samarali tashkil etilganini anglatadi[149],[150],[151]. Aksincha, $K_{inv,r}$ past qiymatlarga ega bo‘lsa, infratuzilmaga qilingan sarflar turistik daromadlar bilan qoplanmayotgani, loyihalarni tanlashda xato yo‘l qo‘yilgani yoki boshqaruvda samaradorlik past ekanini anglatadi.

[148] Tourism in Uzbekistan: Potentials and Prospects of Development // Konferensiya materiallari. – 2022. – Elektron resurs. – https://www.academia.edu

[149] UNWTO. Tourism Doing Business – Investing in Uzbekistan. – Madrid, 2023. – 143 b.

[150] World Travel & Tourism Council. Travel & Tourism Economic Impact 2023: Uzbekistan. – London, 2023. – Elektron resurs. – https://wttc.org

[151] Astanakulov O. O‘zbekistonda turizm samaradorligini baholash va uni rivojlantirish istiqbollari // Qo‘qon universiteti xabarnomasi. – 2024. – №13. – B. 16–21.

Samarqand viloyatida yirik turistik loyihalarga jalb etilgan investisiyalar natijasida turistik oqim bir necha barobarga ko‘paygani, xizmatlar eksporti 600 mln dollarga yaqinlashgani hisobga olinsa[152],[153],[154], mazkur koeffisiyentdan foydalanish hududiy investisiya siyosatini baholashda muhim amaliy ahamiyat kasb etadi. Qiymatlarni yillar kesimida solishtirish orqali infratuzilmaga yo‘naltirilgan sarmoyalar qaysi davrlarda ko‘proq samara bergani, qaysi yo‘nalishlarda esa resurslar qayta taqsimotga muhtoj ekani aniqlanadi.

b) Turizm infratuzilmasi qamrov indeksi

Hududlarda infratuzilma elementlarining aholi soniga nisbatan yetarli darajada ta’minlangan yoki ta’minlanmaganligini baholash uchun quyidagi integral indeksdan foydalanish mumkin:

$$TI_r = \frac{1}{3}\left(\frac{H_r}{P_r} + \frac{F_r}{P_r} + \frac{C_r}{P_r}\right) \cdot 10{,}000 \quad (2.4)$$

bunda:

TI_r – r-hudud uchun turizm infratuzilmasi qamrov indeksi (10 ming aholiga nisbatan);

H_r – r-hududdagi joylashtirish vositalaridagi umumiy o‘rinlar soni;

F_r – r-hududda faoliyat ko‘rsatayotgan turistik firma va tashkilotlar soni;

C_r – r-hududda turistlar uchun ochiq madaniy meros ob’yektlari soni;

P_r – r-hududning doimiy aholisi soni.

Bu formula (2.4) hududdagi turizm infratuzilmasi elementlarining aholiga nisbatan o‘rtacha qamrov darajasini ifoda etadi. Indeks tarkibiga joylashtirish quvvatlari H_r , xizmat ko‘rsatuvchi turistik firmalar F_r va madaniy meros ob’yektlari $C_r$ning kiritilishi hudud turizm salohiyatini kompleks tarzda baholash imkoniyatini yaratadi. Indeks qiymati qancha yuqori bo‘lsa, ushbu hududda har 10 000 aholiga to‘g‘ri keladigan o‘rinlar, turistik firmalar va madaniy ob’yektlar shuncha ko‘p, demak, infratuzilma qamrovi yuqoriroq, deb xulosa chiqarish mumkin.

Samarqand viloyati misolida H_r – 13 827 o‘rin, F_r – 144 ta firma, C_r – 562 ta madaniy meros ob’yekti, P_r – taxminan 4,2 mln aholi deb qabul qilinsa, indeks qiymati respublika o‘rtacha ko‘rsatkichidan ancha yuqori

[152] Silk Road Samarkand. Investment in the Samarkand Tourist Center Silk Road Samarkand amounted to $580 million. – Elektron resurs. – https://www.silkroad-samarkand.com

[153] Ziyodullayeva N. Silk Road Samarkand predicts record ear // UzA axborot agentligi. – 2024. – https://uza.uz

[154] Sattorova Z.I. Samarqand viloyatida madaniy turizm rivojlanishining tahlili // Modern Journal of Social Sciences and Technology. – 2025. – №4. – B. 1–10.

bo‘lishi tabiiy[155]. Bu Samarqand infratuzilmasi nisbatan yuqori darajada shakllanganini, biroq turistik oqim asosan shahar markazida to‘planib qolayotganini, qishloq va periferiya hududlarida infratuzilma elementlarini ko‘paytirish zarurligini ko‘rsatadi.

Indeksdan foydalanish orqali hududlar “yuqori”, “o‘rtacha” va “past” qamrov guruhlariga ajratilib, investisiyalarni maqsadli yo‘naltirish, “qizil zonalar” – infratuzilma etishmaydigan hududlarni aniqlash mumkin. Masalan, Samarqand, Buxoro va Xorazm viloyatlari yuqori qamrov toifasiga kirsa, ayrim olis viloyatlar infratuzilma etishmaydigan hududlar sifatida belgilab olinib, ularga alohida davlat qo‘llab-quvvatlovi dasturlari ishlab chiqilishi mumkin.

Jahon sayohat va turizm kengashi ma’lumotlariga ko‘ra, 2022 yilda O‘zbekistonda turizm tarmog‘i to‘g‘ridan-to‘g‘ri 226,5 mingta ish o‘rni yaratib, umumiy bandlikda 1,6 foiz ulushni ta’minlagan, bilvosita ta’sir hisobga olinganda esa mazkur ulush ancha yuqori ekani qayd etilgan. Turizm infratuzilmasi jadal rivojlanayotgan hududlar – Samarqand, Buxoro, Xorazm va Toshkent shahridan farqli o‘laroq, ayrim viloyatlarda kadrlar etishmovchiligi, ayniqsa mehmonxona xo‘jaligi, gid-tarjimonlik, turoperatorlik, restoran biznesi, marketing va raqamli servis yo‘nalishlarida yaqqol sezilmoqda.

Samarqand shahridagi oliy va o‘rta maxsus ta’lim muassasalari – Samarqand davlat universiteti, turizmga ixtisoslashgan institut va texnikumlar, qisqa muddatli o‘quv markazlari turizm sohasi uchun mutaxassislar tayyorlashda yetakchi o‘rinni egallab bormoqda. Shu bilan birga, yirik turistik loyihalar amalga oshirilayotgan sharoitda mehmonxona menejmenti, kongress-ko‘rgazma turizmi, xalqaro standartlar bo‘yicha servis, raqamli marketing va loyiha menejmenti yo‘nalishlarida zamonaviy ko‘nikmalarga ega kadrlarga bo‘lgan ehtiyoj yanada oshmoqda[156].

Tadqiqotlar kadrlar tayyorlash dasturlarini amaliy ko‘nikmalarga yo‘naltirish, mehmonxona va turistik firmalarda dual ta’lim modellarini yo‘lga qo‘yish, xorijiy oliy ta’lim muassasalari bilan qo‘shma dasturlar tashkil etish, ish joyida malaka oshirish mexanizmlarini kuchaytirish Samarqand va boshqa turistik hududlar uchun ustuvor vazifalardan ekanini

[155] Samarqand viloyati statistika boshqarmasi. Samarqand viloyatida turizm va dam olishni rivojlanishi: 2024-yil uchun press-reliz. – Samarqand, 2025. – https://samstat.uz; Rahimova N. Tourism Potential of Uzbekistan. – Tashkent: Institute of Tourism Research, 2023; Sattorova Z.I. Samarqand viloyatida madaniy turizm rivojlanishining tahlili // Modern Journal of Social Sciences and Technology. – 2025. – №4. – B. 1–10.; Tourism in Uzbekistan: Potentials and Prospects of Development // Konferensiya materiallari. – 2022. – Elektron resurs. – https://www.academia.edu

[156] Tourism in Uzbekistan: Development of Tourism Industry and Tourist Realities // Ilmiy maqola. – 2024. – Elektron resurs. – https://researchgate.net

koʻrsatadi[157]. Turizm infratuzilmasi kengaygan sari kadrlarga boʻlgan talab nafaqat son, balki sifat jihatidan ham oʻsmoqda: xorijiy tillarni bilish, servis psixologiyasi, raqamli texnologiyalar va loyiha boshqaruvi kabi koʻnikmalar har bir mutaxassis uchun majburiy talabga aylanib bormoqda.

Yuqorida keltirilgan tahlillar shuni koʻrsatadiki, 2024 yil natijalari boʻyicha Oʻzbekistonda turizm infratuzilmasi, investisiya oqimlari va kadrlar salohiyati barqaror oʻsish trayektoriyasiga kirgan. Samarqand viloyati mehmonxona quvvatlari, madaniy-tarixiy meros obʼyektlari zichligi, turistik firmalar soni va yirik investisiya loyihalari jihatidan respublikada yetakchi oʻrinni egallab, milliy turizm makonida "yadro hudud" vazifasini bajarmoqda.

Biroq rasmiy statistikada viloyatga toʻgʻridan-toʻgʻri kelayotgan turistik oqimning toʻliq aks etmasligi, turistik firmalar faoliyati va mustaqil sayohatlar oʻrtasidagi tafovutlar, kadrlar sifatini oshirish zarurati hududiy strategiyalarni yanada takomillashtirishni talab qiladi. Turizm infratuzilmasiga oid koʻrsatkichlarni aholi soni, hudud maydoni va madaniy meros resurslari bilan birgalikda baholash esa investisiya siyosatini koʻr-koʻrona emas, balki aniq maqsadli yoʻnalishlarda amalga oshirish imkonini yaratadi. Hududlarda turizm infratuzilmasi, investisiyalar va kadrlar salohiyatini rivojlantirish boʻyicha quyidagi ustuvor yoʻnalishlar maqsadga muvofiq, deb hisoblanadi:

- turizm infratuzilmasi qamrov indeksi (2.2) asosida infratuzilma obʼyektlarini hududlar kesimida maqsadli joylashtirish, "yuqori", "oʻrtacha" va "past" qamrov toifalarini aniq belgilash;
- Samarqand viloyati tajribasidagi klasterli yondashuvni Buxoro, Xiva va Fargʻona vodiysidagi tarixiy shaharlarga tatbiq etish, madaniy meros obʼyektlari asosida yaxlit turistik marshrutlar shakllantirish;
- davlat-xususiy sheriklik asosida infratuzilma loyihalarini moliyalashtirishni chuqurlashtirish, investisiya muhitini yanada yaxshilash, xalqaro moliya institutlari bilan hamkorlikni kengaytirish;
- turizm taʼlim tizimida amaliy praktika ulushini oshirish, dual taʼlim modellarini keng joriy qilish, xalqaro sertifikatlash tizimlarini qoʻllash orqali kadrlar sifatini oshirish;
- raqamli platformalar orqali turistik oqimni real vaqt rejimida monitoring qilish, rasmiy statistikaning qamrov va aniqlik darajasini oshirish, hududiy qarorlarni dalillarga asoslangan holda qabul qilish;

[157] Jeong J.Y., Karimov M. va boshq. Evaluating Culturalization Strategies for Sustainable Tourism Development in Uzbekistan // Sustainability. – 2023. – Vol.15, No.7727.

- Samarqand, Buxoro, Xiva kabi hududlarda madaniy merosni muhofaza qilish, restavratsiya va konservatsiya ishlarini turizmdan olinayotgan daromadlar hisobiga barqaror moliyalashtirish mexanizmlarini joriy etish.

Shu tarzda, Samarqand viloyati misolida shakllantirilayotgan turizm infratuzilmasi, investisiyalar va kadrlar salohiyati strategiyalari O‘zbekistonning boshqa turistik hududlari uchun universal metodologik model vazifasini bajarishi, milliy turizmning jahon bozorida raqobatbardoshligini oshirishga xizmat qilishi mumkin.

2.3. Hududlarda turizm rivojlanishning turli darajalaridagi strategiyalari samaradorligi

Turizm hozirgi global iqtisodiyotda faqat dam olish sohasi emas, balki hududiy iqtisodiy o‘sish, yangi ish o‘rinlari yaratilishi va hudud brendi shakllanishi uchun asosiy drayver sifatida qaralmoqda[158]. Aynan turizm orqali ko‘plab hududlarda infratuzilma yangilanishi, kichik biznes faollashuvi va mahalliy jamoalarning daromadlar o‘sishi kuzatilayapti.

Shu bilan birga, ko‘p hududlarda turizm taraqqiyoti hali ham o‘z holischa spontan jarayon ko‘rinishida davom etadi: rivojlanish darajasi aniq tashxislanmaydi; strategiyalar darajaga mos tanlanmaydi; samaradorlik kompleks o‘lchanmaydi.

Tabiiy va madaniy salohiyat yuqori bo‘lgan hududlarda ham “turizm imkoniyati” real iqtisodiy natijaga to‘liq mos kelmaydi. Mavjud ilmiy ishlar hududiy turizmni rivojlantirish strategiyalarini integral indekslar bilan bog‘lash, turizm ekotizimi tushunchasi orqali barqaror rivojlanishni ta’minlash zarurligini ta’kidlamoqda[159].

Samarqand viloyati – O‘zbekiston turizm industriyasining eng muhim destinatsiyalarning biri bo‘lib, tarixiy meros, ziyorat turizmi va yangi turdagi turizm infratuzilmasi bilan ajralib turadi. 2024-yil statistikasi turizm hajmining keskin oshishini, mehmonxonalar soni va xizmat ko‘rsatilgan turistlar miqyosida yangi bosqichni ko‘rsatadi. Iqtisodiy adabiyotlarda turizm hududiy rivojlanishni rag‘batlantiruvchi tarmoq sifatida tavsiflanadi: u ijtimoiy infratuzilmaga sarmoyalar, transport va kommunikatsiya

[158] OECD (2025). *Building Strong and Resilient Tourism Destinations*. OECD Tourism Papers, 2025/03

[159] Miloradov, K.A. et al. (2018). *An Efficient Strategy for the Development of Tourism at Regional Level*. European Research Studies Journal, XXI(4), 208–221.

tarmoqlarini yaxshilash, xizmatlar sektorini kengaytirish orqali hudud raqobatbardoshligiga ko‘p qirrali ta’sir ko‘rsatadi.

Shu bilan bir qatorda, digital iqtisodiyot, raqamli platformalar va bronlash tizimlari turizmda yangi biznes modellarini shakllantirib, hududlarning tashqi bozorlarga chiqish imkoniyatlarini ancha osonlashtirmoqda. Turizm rivojlanishi bir vaqtning o‘zida bir necha darajada kechadi:

- Makro daraja – mamlakat darajasidagi turistik siyosat, viza rejimi, xavfsizlik, milliy brend va xalqaro pozisiyalash.
- Mezo daraja – viloyat, iqtisodiy rayon yoki turizm klasterlari miqyosidagi rivojlanish; klaster ichki kooperatsiyasi, hududlararo raqobat va resurslar taqsimoti.
- Mikro daraja – aniq destinatsiya, shahar yoki qishloq darajasi; servis sifati, mehmonxona infratuzilmasi, mahalliy aholi ishtirok darajasi va jamiyatning ijtimoiy qabul qilishi. Miloradov va hammualliflar hududiy turizm rivojlanish darajasini baholash uchun integral indeks va bloklar yordamida kompleks model taklif etadilar, u strategiyani darajaga bog‘lash imkoniyatini beradi.

Hududlarni turizm rivojlanish darajasiga ko‘ra segmentlash g‘oyasi shundan iboratki, har bir hudud uchun “bir xil resept” emas, balki mavjud infratuzilma, turistik oqim, tabiiy va madaniy resurslar, mahalliy jamoa ishtirokini hisobga olgan holda differensial strategiya tanlanadi[160].

Ilmiy manbalarda asosan quyidagi turdagi bosqichlar ajratiladi:

1. Past rivojlanish darajasi – infratuzilma zaif, turistik oqim kam, brend deyarli shakllanmagan.
2. O‘rta daraja – turizm mavjud, lekin hudud salohiyatiga nisbatan kam foydalaniladi; mahsulot assortimenti tor, mavsumiylik yuqori.
3. Yuqori daraja – turizm rivojlangan, ammo ekologik bosim, ommaviy turizmning salbiy oqibatlari va jamoa noroziligi xavfi ortmoqda[161].

Har bir bosqich uchun mos strategiya kerak:

- “Turizm soasida faoliyatni boshalsh”,
- “Kengaytirish va diversifikatsiya”,
- “Mustahkamlash va barqaror intensivlashtirish”.

Ushbu model maqolaning keyingi qismlarida Samarqand viloyati misolida amaliy mazmun bilan to‘ldiriladi. Regional turizm

[160] Miloradov, K.A. et al. (2018). *An Efficient Strategy for the Development of Tourism at Regional Level*. European Research Studies Journal, XXI(4), 208–221.
[161] OECD (2025). *Building Strong and Resilient Tourism Destinations*. OECD Tourism Papers, 2025/03

samaradorligini baholash uchun ko‘p o‘lchamli integral indekslar qo‘llanishi tobora kengaymoqda. Miloradov va boshqalar tomonidan taklif etilgan modelda turizm rivojlanish darajasi uchta asosiy blok bo‘yicha baholanadi: tabiiy-rekreasion saloxiyat, turizm industriyasi samaradorligi va infratuzilma rivojlanishi.

Qisqacha, integral indeks quyidagi tarkibiy qismlar asosida shakllanishi mumkin:

1. Tabiiy-rekreasion saloxiyat indeksi (I_n): qo‘riqlanadigan hududlar, madaniy meros ob’yektlari, landshaft diversifikatsiyasi.
2. Turizm industriyasi indeksi (I_e): turistik xizmatlar hajmi, turfirmalar soni, turistlar oqimi, turizmning hudud yalpi mahsulotiga ulushi.
3. Infratuzilma indeksi (I_i): mehmonxona fondi, transport va raqamli infratuzilma rivojlanishi, xizmatlar turlari. Barcha ko‘rsatkichlar normallashtirilib, integral indeks I_td ko‘rinishida hisoblanadi. Indeks qiymatiga qarab hududlar turizm rivojlanish darajasiga ko‘ra tasniflanadi.

3.2. Kelajakka yo‘naltirilgan indikatorlar. So‘nggi yillarda turizm samaradorligini baholashda “faqat hozirgi holat” emas, balki yuqori sifatli iqtisodiy rivojlanishga qo‘shilayotgan hissa asosiy etalonga aylanmoqda.

Shu bois indikatorlar tizimi quyidagi yo‘nalishlar bilan boyitilyapti:

- innovatsion infratuzilma va raqamli qarorlar ulushi;
- ekologik barqarorlik (energiya tejamkor ob’yektlar, emissiyalar, chiqindilar boshqaruvi);
- mahalliy aholi uchun yaratilgan ish o‘rinlari va daromadlar;
- davlat, biznes va jamoalar o‘rtasidagi hamkorlik intensivligi.

Aynan shu yo‘nalishlar keyingi o‘n yillikda Samarqand va boshqa hududlar uchun strategik mezon vazifasini bajaradi. Samarqand viloyati Statistika boshqarmasi press-relizida 2024 yilda turizm va dam olish rivojlanishi bo‘yicha qator ko‘rsatkichlar e’lon qilingan[162].

2.3.1-jadval ma’lumotlari bir nechta muhim tendensiyalarni ko‘rsatadi[163]:

1. Mehmonxona va shunga o‘xshash joylashtirish vositalari soni 361 taga etgan – bu 2022 yilga nisbatan deyarli ikki barobar o‘sish dinamikasi bilan bog‘liq.
2. Joylashtirilgan shaxslar soni 428,5 ming kishini tashkil etib, o‘tgan yilga nisbatan 80 foizdan ortiq o‘sish qayd etilgan.

[162] Samarqand viloyati Statistika boshqarmasi (2025). *“Samarqand viloyatida turizm va dam olishni rivojlanishi, 2024-yil uchun” press-relizi*.
[163] Samarqand viloyati Statistika boshqarmasi (2025). *“Samarqand viloyatida turizm va dam olishni rivojlanishi, 2024-yil uchun” press-relizi*.

3. Turfirmalar soni 144 taga etgan, xizmat ko‘rsatilgan shaxslar 61,7 ming kishini tashkil qilgan.

2.3.1-jadval.

Samarqand viloyatida turizm va dam olishning asosiy ko‘rsatkichlari (2024 yil)[164]

№	Ko‘rsatkich	O‘lchov birligi	2024 yil qiymati
1	Turistik maqsadlarda kelgan xorijiy davlatlar fuqarolarining umumiy safarlari soni	ming safar	53,2
2	Turistik firma va tashkilotlar soni	ta	144
3	Turistik firma va tashkilotlar tomonidan xizmat ko‘rsatilgan shaxslar soni	kishi	61 679
4	Turistik firma va tashkilotlar tomonidan sotilgan sayyohlik yo‘llanmalari	ta	71 076
5	Mehmonxona va shunga o‘xshash joylashtirish vositalari ob’yektlari soni	ta	361
6	Mehmonxona va shunga o‘xshash joylashtirish vositalaridagi nomerlar (xonalar)	ta	6 603
7	Mehmonxona va shunga o‘xshash joylashtirish vositalaridagi joylar soni	ta	13 827
8	Mehmonxona va shunga o‘xshash joylashtirish vositalarida joylashtirilgan shaxslar	kishi	428 451
9	Ixtisoslashtirilgan joylashtirish vositalari ob’yektlari	ta	40
10	Ixtisoslashtirilgan joylashtirish vositalaridagi nomerlar soni	ta	1 139
11	Ixtisoslashtirilgan joylashtirish vositalaridagi joylar soni	ta	2 941
12	Ixtisoslashtirilgan joylashtirish vositalarida joylashtirilgan shaxslar	ming kishi	31,7
13	Individual va boshqa joylashtirish vositalari ob’yektlari	ta	34
14	Individual va boshqa joylashtirish vositalaridagi nomerlar soni	ta	187
15	Individual va boshqa joylashtirish vositalaridagi joylar soni	ta	460

Biroq xorijiy fuqarolarning turizm maqsadidagi safari 53,2 mingni tashkil etib, 2023 yilga nisbatan 20,3 % kamaygani strategik jihatdan jiddiy signal bo‘lib, ichki infratuzilma kengayishiga qaramay, tashqi bozorda ilgarillash zarurligini ko‘rsatadi.

[164] Muallif tomonidan ishlab chiqilgan

Yuqoridagi ko‘rsatkichlarni integral yondashuv nuqtai nazaridan talqin qilganda:

- infratuzilma indeksi (I_i) – mehmonxona fondi va joylashtirish quvvatiga ko‘ra – yuqori darajaga yaqin;
- turizm industriyasi indeksi (I_e) – turfirmalar soni va xizmat ko‘rsatilgan shaxslar barqaror o‘sishda;
- resurs salohiyati indeksi (I_n) – tarixiy-madaniy meros va ziyorat ob’yektlari tufayli an’anaviy tarzda yuqori.

Shu sababli, Samarqand viloyati markaziy yadro sifatida amalda yuqori rivojlanish bosqichiga yaqin turadi, lekin bir qator tumanlar (infratuzilma zaif, turfirmalar etishmasligi, joylashtirish ob’yektlari kamligi) hali ham past yoki o‘rta darajada qolyapti[165].

Bu holat strategiyada aralash modelni talab qiladi:

- Samarqand shahri va turizm klasteri yadrosi uchun – “mustahkamlash va barqaror intensivlashtirish”;
- periferiya tumanlari uchun – “turizmni boshlash” va “kengaytirish” strategiyalarini kombinatsiya qilish.

Turizm strategiyasi nazariy modelini amaliy ko‘rinishga olib kelish uchun hududlarni rivojlanish darajasiga ko‘ra tasniflash va har biriga mos strategiyani aniqlash qulay. Samarqand viloyatining hozirgi manzarasi: Samarqand shahri va viloyatning asosiy turistik resurslari – III bosqichga yaqin, yuqori darajali infratuzilma va xizmatlar, lekin barqarorlik va ekologik yo‘nalgan boshqaruv etarli emas; qator tumanlar – I–II bosqichda, resurslari mavjud, lekin infratuzilma va marketing quvvatlari cheklangan[166].

Shu bois regional siyosatda “bir xil strategiya” emas, balki hudud ichida segmentlashgan, klaster asosida tarmoq strategiyalarni amalga oshirish maqsadga muvofiq. Xalqaro tahlillar barqaror va bardoshli destinatsiyalar uchun quyidagi mavqe muhim ekanini ko‘rsatadi: ko‘p tomonlama boshqaruv, diversifikatsiya qilingan mahsulot, “yashil” infratuzilma va raqamli transformatsiya.

Samarqand viloyati uchun 2030 yilgacha ustuvor yo‘nalishlarni quyidagicha umumlashtirish mumkin:

[165] Samarqand viloyati Statistika boshqarmasi (2025). *“Samarqand viloyatida turizm va dam olishni rivojlanishi, 2024-yil uchun” press-relizi*.
[166] Samarqand viloyati Statistika boshqarmasi (2025). *“Samarqand viloyatida turizm va dam olishni rivojlanishi, 2024-yil uchun” press-relizi*.

2.3.2-jadval.

Hududlarda turizm rivojlanish darajalari va mos strategiyalar umumiy tasnifi[167]

Daraja / bosqich	Turizm rivojlanishi holati (qisqacha)	Mos rivojlanish strategiyasi nomi	Asosiy ustuvor yo‘nalishlar (qisqacha)
I bosqich – past daraja	Turistik tushum va oqimlar juda past, infratuzilma zaif, brend deyarli shakllanmagan	“Turizmni boshlash”	Asosiy ob’yektlarni aniqlash, bazaviy infratuzilma (yo‘l, suv, elektr, internet), 1–2 “lokomotiv” loyihani ishga tushirish
II bosqich – o‘rta daraja	Turizm bor, lekin salohiyatga nisbatan kam ishlayapti; oqimlar mavsumiy, mahsulot birxil	“Kengaytirish va diversifikatsiya”	Tur mahsulotini kengaytirish, hudud brendi, MSBni qo‘llab-quvvatlash, mavsumdan tashqari tadbirlar
III bosqich – yuqori daraja	Turistlar oqimi yuqori, infratuzilma keng, lekin ekologik bosim va jamoa noroziligi xavfi o‘smoqda	“Mustahkamlash va barqaror intensivlashtirish”	Yashil standartlar, tashrif limitlari, yuqori qo‘shilgan qiymatli mahsulot, daromadni mahalliy jamoalarga qayta taqsimlash

1. Turizm ekotizimini institutsionallashtirish. Viloyat darajasida turizm ekotizimi kengashi yoki klaster platformi; davlat organlari, xususiy sektor, ta’lim va mahalliy jamoalar ishtirokini tizimlash.
2. Raqamli transformatsiya va marketing. Yagona mintaqaviy onlayn-portal, bronlash va to‘lov platformalarini joriy etish; targetlashgan reklama orqali xorijiy turistlar oqimini tiklash va ko‘paytirish.
3. Yashil infratuzilma va barqaror turizm standartlari. Mehmonxonalar uchun “yashil sertifikat” talablari, energiya tejamkor texnologiyalar; himoya qilinadigan tabiiy hududlarda tashrif limitlari, chiqindilarni boshqarish tizimi.
4. Turizm va boshqa tarmoqlar integratsiyasi. Agroturizm, o‘quv (ta’lim) turizmi, industrial turizm yo‘nalishlarni rivojlantirish; mahalliy qishloq xo‘jaligi, hunarmandchilik va gastronomiyani turizm zanjiriga joriy qilish.

[167] Muallif tomonidan ishlab chiqilgan

5. Inson kapitali va tadbirkorlikni qo‘llab-quvvatlash. Gidlar, servis xodimlari, turizm menejerlari uchun uzluksiz o‘quv dasturlari; yoshlar uchun turizm startaplari, raqamli servislar, mobil ilovalar bo‘yicha grantlar.

O‘rta muddatli istiqbolda Samarqand viloyatining maqsadi – faqat turistlar sonini emas, balki turizmning hudud iqtisodiy va ijtimoiy rivojlanishiga qo‘shadigan yuqori sifatli hissasini maksimallashtirish bo‘lishi zarur.

Tahlillar shuni ko‘rsatadiki, hududlarda turizm rivojlanishi tasodifiy jarayon emas, balki makro, mezo va mikro darajalarda uyg‘unlashgan strategik boshqaruv natijasi sifatida shakllanishi kerak.

Maqolada taklif etilgan yondashuv –

- integral indeks orqali rivojlanish darajasini aniqlash;
- darajalarga mos strategiyalar (boshlash, kengaytirish, mustahkamlash)ni belgilash;
- Samarqand viloyati misolida amaliy statistika bilan solishtirish –

hududiy turizm siyosatini 2030 yilgacha rejalashtirishda metodologik asos sifatida qo‘llanilishi mumkin.

Samarqand viloyati uchun olingan natija quyidagi xulosaga olib keladi:

- markaziy yadro (Samarqand shahri va atrof turistik klaster) – yuqori rivojlanish darajasi, lekin barqarorlik va boshqaruvning sifat jihatlari etarlicha optimal emas;
- qator tumanlar – turizmni boshlash yoki kengaytirish bosqichida, ular uchun infratuzilma va tadbirkorlikni rag‘batlantirish asosiy vazifa[168].

Kelgusi o‘n yillik uchun eng muhim savol shunday shakllanadi: turizm Samarqand viloyati aholisining turmush sifati va kelajak imkoniyatlarini qay darajada yaxshilayapti? Shu savolga haqqoniy javob berish zarurati hududiy siyosatni yanada mas’uliyatli, ma’lumotlarga tayangan va barqaror rivojlanishga yo‘naltirilgan shaklga o‘tishga majbur qiladi.

[168] Samarqand viloyati Statistika boshqarmasi (2025). *“Samarqand viloyatida turizm va dam olishni rivojlanishi, 2024-yil uchun” press-relizi.*

III BOB. HUDUDLARDA TURIZM INDUSTRIYASINI STRATEGIK RIVOJLANTIRISH MEXANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISHNING FORSAYT TEXNOLOGIYALARI

3.1. Hududlarda turizm industriyasini strategik rivojlantirishda turizm klasterlarini tashkil etish usullari va vositalari

O‘zbekistonda turizm so‘nggi yillarda iqtisodiyotning shunchaki xizmat ko‘rsatish segmenti emas, balki ichki talab, hududiy faollik va xizmatlar eksportini rag‘batlantiruvchi muhim tarkibiy omilga aylanib bormoqda. Bu jarayonning institutsional va bozoriy mantig‘i 2017–2019 yillar dinamikasidayoq yaqqol shakllangan: 2017 yilda mamlakat 2,7 mln turist qabul qilgan bo‘lsa, 2019 yilga kelib ushbu ko‘rsatkich 6,7 mlnga etgan.[169] Pandemiya mazkur traektoriyani vaqtincha sekinlashtirgan bo‘lsada, keyingi tiklanish bosqichi nisbatan tez kechdi: 2023 yilda O‘zbekistonga turizm maqsadida kelgan xorijiy fuqarolar safarlari 6 626,3 mingni, 2024 yilda esa 7 957,2 mingni tashkil etdi, ya’ni bir yilda 20,1 foizlik o‘sish qayd etildi.[170] Shu jihatdan, turizmning qayta faollashuvi oddiy statistik ko‘tarilish emas, balki xizmatlar iqtisodiyoti tarkibidagi struktur mustahkamlanishni ham ifodalaydi.

Eng muhim holat shundaki, o‘sish faqat tashriflar miqdorida emas, balki valyuta tushumi dinamikasida ham aniq aks etmoqda. Jumladan, 2023 yil yanvar–dekabr yakunlariga ko‘ra, O‘zbekistonning xizmatlar eksporti 5 179,7 mln AQSh dollarini tashkil etgan va uning 41,4 foizi travel (tourism) hissasiga to‘g‘ri kelgan; bu taxminan 2,14 mlrd dollarlik turizm eksportini anglatadi. 2024 yilda xizmatlar eksporti 7 204,4 mln dollarga etgan bo‘lib, uning 48,8 foizi travel (tourism) hissasiga to‘g‘ri kelgan, ya’ni turizm eksporti taxminan 3,52 mlrd dollarni tashkil etgan.[171] 2025 yil yakunlarida esa xizmatlar eksporti 9 760,4 mln dollarga chiqib, travel (tourism) segmenti 50,0 foiz ulush bilan deyarli 4,88 mlrd dollarga etgan.Bu yerda asosiy xulosa shundan iboratki, turizm endilikda xizmatlar eksporti tarkibida qo‘shimcha emas, balki tayanch valyuta manbalaridan biriga aylanmoqda.

[169] [1] UN Tourism. *Tourism Doing Business – Investing in Uzbekistan*. 2023.

[170] [2] O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi. *Development of tourism and recreation in the Republic of Uzbekistan*. Press release, 12.08.2025.

[171] [4] O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi. *Foreign Trade Turnover of the Republic of Uzbekistan*, January–December 2024.

2025 yil koʻrsatkichlari esa tiklanish bosqichidan kengayish bosqichiga oʻtish yuz berganini koʻrsatadi. Rasmiy axborotlarga koʻra, 2025 yil yanvar–noyabr oylarida Oʻzbekistonga 10,7 mln xorijiy turist tashrif buyurgan, turizm xizmatlari eksporti esa 4,4 mlrd dollarga etgan.[172] Shu bilan birga, Oʻzbekiston UN Tourism World Tourism Barometer ma'lumotlari asosida 2025 yil yanvar–sentyabr natijalari boʻyicha dunyoda kirish turizmi eng tez oʻsgan davlatlar qatoriga kiritilgan; mamlakatda xalqaro turistik oqim 2019 yil darajasiga nisbatan 73 foiz yuqori ekani qayd etilgan[173]. Demak, soʻz faqat pandemiyadan keyingi kompensatsion oʻsish haqida emas, balki Oʻzbekiston turizm bozorining yangi miqyosga chiqishi haqida bormoqda.

Biroq tahlil faqat oʻsishni qayd etish bilan cheklanmasligi kerak. 2024 yilgi kirish turizmi tarkibiga nazar tashlansa, asosiy ulushni "qarindoshlarni koʻrish" maqsadidagi safarlar tashkil etgani koʻrinadi — 76,7 foiz. Hordiq va dam olish maqsadidagi safarlar ulushi 14,9 foiz, biznes safarlar 4,3 foiz, tijorat 2,5 foiz, davolanish 1,3 foiz va ta'lim 0,3 foiz darajasida boʻlgan.[2] Bu raqamlar muhim metodologik xulosani beradi: tashriflar hajmining oʻsishi hali turizm modeli diversifikatsiyalanganini anglatmaydi. Aksincha, kelgusi bosqichda strategik vazifa turistlar sonini shunchaki koʻpaytirish emas, balki leisure, cultural, eco, MICE, medical va gastronomic segmentlar ulushini oshirish, oʻrtacha qolish muddatini uzaytirish va bir turist hisobiga sarf-xarajat hajmini koʻpaytirishdan iborat boʻladi. Bu esa turizmning kelajakdagi qiymati uning sonida emas, balki tuzilmaviy sifatida hal boʻlishini anglatadi.

Metodologik nuqtai nazardan yana bir muhim jihat shundaki, 2024 yil boʻyicha rasmiy statistikada "tourist trips" hisoblangan, ya'ni bir shaxs mamlakatga bir necha marta kirsa, u alohida holat sifatida qayta qayd etilishi mumkin.Shu sababli monografiya matnida "xorijiy turistlar soni" degan umumiy ifodadan koʻra, "xorijiy turistik safarlar soni" yoki "turizm maqsadidagi kirish safarlari" degan atamani qoʻllash ilmiy jihatdan aniqroq boʻladi. Aynan shu kabi arzimagandek koʻringan, ammo usuliy jihatdan muhim aniqliklar tadqiqot ishonchliligini belgilaydi.

Bu tendensiyalar hududlar miqyosida turizmni oddiy "arzon–yaqin" (ya'ni qoʻshni bozorlar, qisqa muddatli va past chekli sayohatlar) modelidan "qoʻshilgan qiymat" yuqori boʻlgan, uzoq bozorlar uchun raqobatbardosh va barqaror klaster modeliga oʻtkazish zarurligini koʻrsatadi. OECD va

[172] [6] Tourism Committee / gov.uz. *Sustainable growth in the tourism sector*, 06.12.2025.
[173] [7] gov.uz. *Uzbekistan ranks among the World's Top 7 countries with the highest tourism growth*, 2025.

WEF tadqiqotlarida ko‘rsatilganidek, zamonaviy turizm siyosatining ustuvor yo‘nalishlari barqarorlik, raqamlashtirish, hududiy diversifikatsiya hamda yuqori qiymatli segmentlarga ixtisoslashgan klasterlarni shakllantirishdir[174].

Turizm industriyasini strategik rivojlantirish tushunchasi keng ma’noda turistik resurslar, infratuzilma, xizmatlar ko‘rsatuvchi subyektlar, davlat boshqaruvi institutlari va mahalliy hamjamiyatlar o‘rtasidagi o‘zaro bog‘liq tizimni uzoq muddatli maqsadlar asosida boshqarish jarayonini anglatadi. Strategik rivojlanish uchta darajada namoyon bo‘ladi:

- makro daraja – milliy strategiyalar, qonunchilik bazasi, soliq va viza siyosati;
- mezo daraja – hududiy klasterlar, turizm zonalari, shahar va viloyat darajasidagi dasturlar;
- mikro daraja – alohida korxonalar, tadbirkorlar, turizm zanjiri bo‘ylab hamkor tarmoqlar.

Klasik raqobat nazariyasi va klaster yondashuvi (M. Porter, S. Nordin, N. Shpak va boshqalar)ga ko‘ra, klaster bu geografik jamlangan, bir-birini to‘ldiruvchi va raqobatbardosh korxonalar, tashkilotlar hamda institutlar majmuasi bo‘lib, ular o‘zaro hamkorlik va raqobat orqali qo‘shilgan qiymatni keskin oshirishga xizmat qiladi[175]. Turizm klasterlari an’anaviy “tashrif buyuruvchi soni”ga asoslangan yondashuvdan farqli tarzda “qiymat zanjiri” konsepsiyasini markazga qo‘yadi. “Qiymat zanjiri”da sayohat oldi axborot va brending, transport, joylashtirish, ovqatlanish, tajriba, xarid, qayta tashrif va tavsiyalar bosqichlari bo‘yicha har bir bo‘g‘in strategik boshqariladi[176].

Turizm industriyasini strategik rivojlantirish metodologiyasi quyidagi asosiy yondashuvlarga tayanadi:

- tizimli yondashuv – turizmni hududiy ijtimoiy-iqtisodiy tizimning tarkibiy qismi sifatida ko‘rib, iqtisodiyotning boshqa tarmoqlari bilan o‘zaro ta’sirini tahlil qilish;
- klaster yondashuvi – turistik resurslar, biznes subyektlar, infratuzilma va boshqaruv institutlarini yagona klaster tizimida rejalashtirish;

[174]World Economic Forum. Travel & Tourism Development Index 2024. – Geneva: WEF, 2024. – URL: https://www3.weforum.org/docs/WEF_Travel_and_Tourism_Development_Index_2024.pdf (murojaat qilingan sana 05.12.2025).

[175] Moyle C., McLennan C., Ruhanen L., Weiler B. Entrepreneurial Strategies and Tourism Industry Growth // Journal of Hospitality and Tourism Management. – 2020. – URL: https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2211973620300751 (murojaat qilingan sana 05.12.2025).

[176] Eshtayev A.A. O‘zbekistonda turizm sohasini rivojlanishiga global trendlarning ta’siri // “Yashil iqtisodiyot va taraqqiyot” ilmiy jurnali. – 2023. – №10. – B. 45–52. – URL: https://www.researchgate.net/publication/375976706 (murojaat qilingan sana 05.12.2025).

• innovatsion va raqamli yondashuv – raqamli platformalar, onlayn bron qilish tizimlari, “aqlli shahar” texnologiyalari, big data asosidagi marketingni qo‘llash;

• barqarorlik yondashuvi – ekologik, ijtimoiy va madaniy barqarorlik mezonlarini strategik rejalashtirish markaziga qo‘yish[177].

Quyidagi jadval turizm industriyasini strategik rivojlantirishda qo‘llaniladigan asosiy mexanizmlar va usullarni tizimlashtiradi.

3.1.1-jadval

Turizm industriyasini strategik rivojlantirish mexanizmi va usullari[178]

№	**Mexanizm guruhi**	**Mazmuni**	**Asosiy usullar**	**Natijani baholash ko‘rsatkichlari (hisoblashga yo‘naltirilgan)**
1	Institutsional-huquqiy	Turizmga oid qonunlar, davlat dasturlari, vizaviy va bojxona rejimlari, litsenziyalash tartiblari	Milliy strategiya qabul qilish, viza rejimini soddalashtirish, davlat-xususiy sheriklik bitimlari, “erkin turizm zonalari” yaratish	Turizmga oid normativ-huquqiy hujjatlar soni va sifati, viza rejimining erkinlik indeksi, davlat-xususiy sheriklik loyihalari hajmi (mln dollar)
2	Hududiy rejalashtirish va infratuzilma	Transport, muhandislik va turizm infratuzilmasi, shaharlashuv va landshaftni rejalashtirish	Hududiy bosh rejalar, turizm zonalarini ajratish, aeroport va temir yo‘l infratuzilmasini modernizatsiya qilish	Turizm obyektlariga etib borish vaqti (daqiqada), turistik o‘rinlar soni (yotoq o‘rinlari), infratuzilmaga investitsiya hajmi
3	Iqtisodiy-moliyaviy	Soliq va bojxona imtiyozlari, subsidiyalar, kredit va grantlar, investitsiya	Soliq stavkalarini maqbullashtirish, foiz stavkasini subsidiya qilish, klaster loyihalari uchun maqsadli	Turizm investitsiyasi ulushi (% YAIMda), turizm eksporti hajmi, klasterga jalb

[177]Mahmudovich J.A. Improving Statistical Assessment of Tourism Sector Development in Uzbekistan // Modern American Journal of Business, Economics and Entrepreneurship. – 2025. – Vol. 1, №2. – URL: https://usajournals.org/index.php/4/article/download/285/309 (murojaat qilingan sana 05.12.2025).

[178] Muallif tomonidan ishlab chiqilgan

		muhitini yaxshilash	kreditlar va grantlar	qilingan xususiy investitsiyalar ulushi
4	Innovatsion-raqamli	Raqamli platformalar, axborot tizimlari, big data, sun’iy intellekt asosida boshqaruv va marketing	Onlayn bron tizimlari, raqamli marketing, turistlar oqimining raqamli monitoringi, “raqamli klaster xaritalari” yaratish	Onlayn bronlar ulushi (%), raqamli platformalar orqali kelgan sayyohlar soni, turizm subyektlarida raqamli xizmatlar ulushi
5	Marketing va brending	Hududiy brend, xalqaro targ‘ibot, uzoq bozorlar bilan ishlash strategiyasi	Brend konsepsiyasi, targ‘ibot kampaniyalari, xalqaro ko‘rgazmalar, bloger va ommaviy axborot vositalari bilan hamkorlik	Chet el OAVda va tarmoqlarda tilga olinishi soni, uzoq bozorlar ulushi (%), o‘rtacha chek va qolish muddati (kunlar)
6	Ijtimoiy-ekologik	Mahalliy aholini jalb etish, ijtimoiy infratuzilma, ekologik muvozanatni saqlash	Aholi bilan hamkorlik kengashlari, ekologik me’yorlar, “yashil sertifikat” tizimi, mahalliy mas’uliyatli turizm loyihalari	Turizmda bandlik ulushi, ayollar va yoshlar bandligi, ekoturizm ulushi, hududning ekologik yuklama ko‘rsatkichi

3.1.1-jadval asosida hududiy strategiyalarni ishlab chiqishda har bir mexanizm bo‘yicha aniq indikatorlar va maqsadli chegaralar belgilanadi. Masalan, “marketing va brending” guruhi bo‘yicha uzoq bozorlar ulushini 2024 yildagi 10–12 foizlardan 2030 yilgacha 25–30 foizga oshirish kabi.

Turizm klasteri hududiy jihatdan yaqin joylashgan, turizm xizmatlari va mahsulotlarini yaratish, etkazib berish hamda iste’mol qilish zanjirida ishtirok etuvchi korxonalar, infratuzilma obyektlari, ta’lim va ilmiy muassasalar, boshqaruv institutlari va mahalliy hamjamiyatlarning o‘zaro integrallashgan tizimidir[179].

[179] Kulakov K.Yu., Uvarova S.S., Orlov A.K., Kankhva V.S., Sudakova A.A. Determining the Level of and Potential for the Development of Tourism Clusters, Taking into Account Infrastructure and Urban Planning Factors // Sustainability. – 2024. – Vol. 16, №19. – 8660. – URL: https://www.mdpi.com/2071-1050/16/19/8660 (murojaat qilingan sana 05.12.2025).

Turizm klasterlarini turli mezonlar bo‘yicha tasniflash mumkin:

- profili bo‘yicha – tarixiy-madaniy, ziyorat, ekologik, sog‘lomlashtirish, tog‘ va sarguzasht, gastronomik, qishloq, MICE (konferensiya va tadbirlar), urbanistik va aralash klasterlar;
- bozor yo‘nalishi bo‘yicha – asosan yaqin davlatlar bozoriga tayanadigan “arzon–yaqin” klasterlar va uzoq, yuqori to‘lovga qodir bozorlarni nishonga olgan “qo‘shilgan qiymat” klasterlari;
- boshqaruv modeli bo‘yicha – yuqoridan tashabbus qilinadigan, mahalliy tashabbusga asoslangan va aralash tipdagi klasterlar.

Hududlar miqyosida turizm klasterlari quyidagi strategik vazifalarni bajaradi:

- hududning raqobat ustunliklarini (tarixiy meros, tabiiy resurslar, transport tugunlari) paket ko‘rinishida bozorga olib chiqish;
- turistik qiymat zanjiri bo‘yicha kichik biznes va o‘rta korxonalarni birlashtirish orqali kooperatsiya va sinergiya yaratish;
- barqaror bandlik va hududiy daromad bazasini kengaytirish;
- turizmni “arzon–yaqin” oqimlardan yuqori qo‘shilgan qiymatli segmentlar (premium madaniy turizm, sog‘lomlashtirish, uzoq bozorlar uchun kombinatsiyalangan marshrutlar)ga bosqichma-bosqich o‘tkazish.

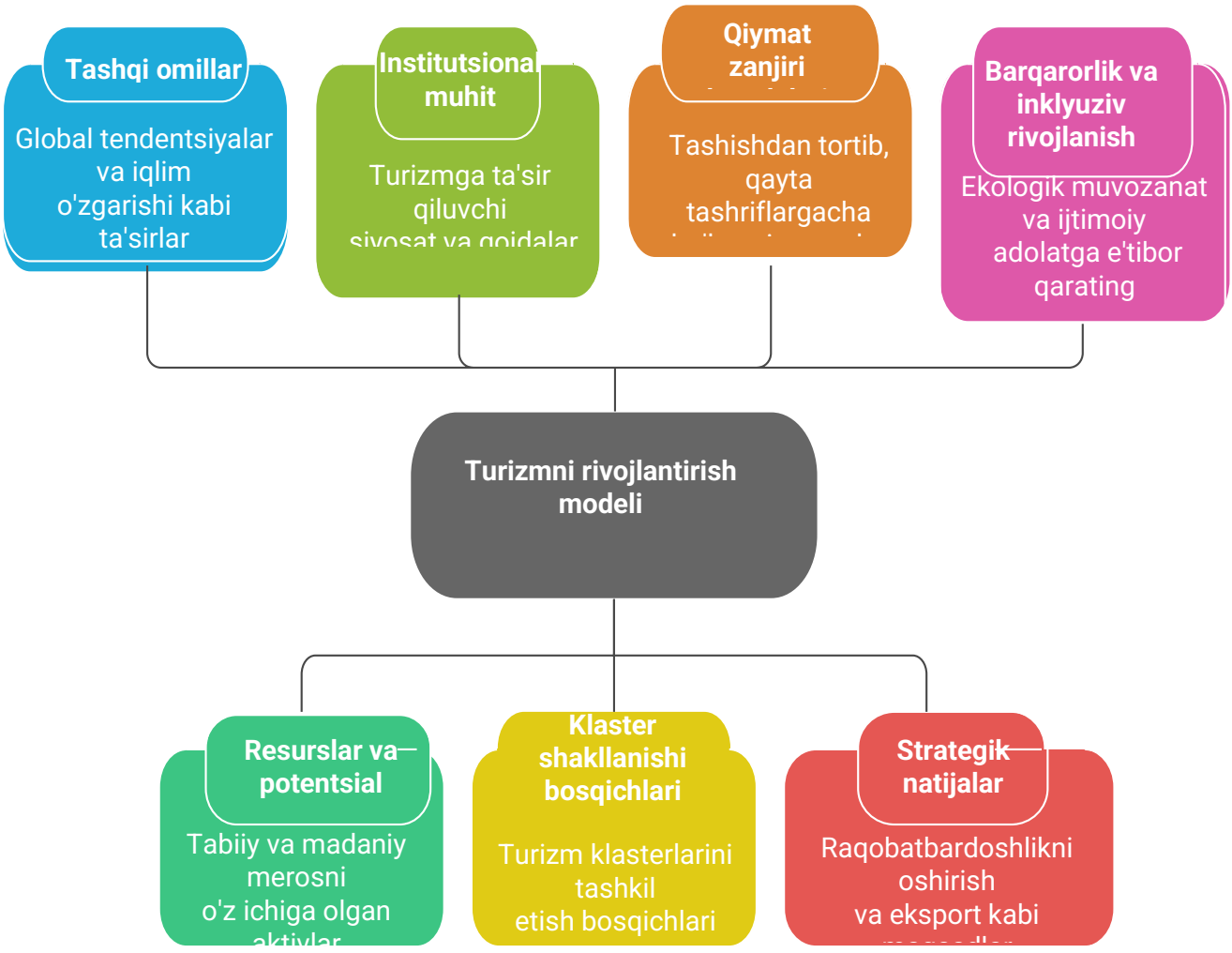
Hududiy turizm klasterini shakllantirish jarayoni bosqichma-bosqich va ilmiy asoslangan bo‘lishi lozim[180]. Umuman olganda, quyidagi metodik ketma-ketlik tavsiya etiladi:

1. Hududiy diagnostika va resurs auditidan boshlash
   - turistik resurslar (tabiiy, madaniy, diniy, etnografik) inventarizatsiyasi;
   - mavjud infratuzilma va xizmatlar xaritasi;
   - turistlar oqimi va segmentlari tahlili (yaqin va uzoq bozorlar bo‘yicha).
2. Qiymat zanjiri va klaster yadrosini aniqlash
   - asosiy “yadro” obyektlar (UNESCO obyektlari, yirik ziyorat maskanlari, yirik kurortlar);
   - qiymat zanjiri bo‘yicha asosiy bo‘g‘inlar: transport, joylashtirish, ovqatlanish, gidlik, madaniy xizmatlar, savdo, IT xizmatlar.
3. Ishtirokchilar xaritasi va manfaatdor tomonlar tahlili

[180] O‘zbekistonda turizmni rivojlantirish istiqbollari // CEDR tahliliy sharhi. – 2024. – URL: https://cedr.uz/2024/10/04/o%CA%BBzbekistonda-turizmni-rivojlantirish-istiqbollari/ (murojaat qilingan sana 05.12.2025).

- xususiy sektor (mehmonxonalar, turoperatorlar, transport kompaniyalari);
- davlat organlari (hokimlik, turizm qo‘mitasi, ekologiya organlari);
- ta’lim muassasalari va ilmiy markazlar;
- mahalliy aholi va NNTlar.

4. Klasterning boshqaruv modeli va institutlarini shakllantirish
   - klaster koordinatori yoki boshqaruv kompaniyasi;
   - maslahat kengashi, ekspert kengashlari;
   - hamkorlik kelishuvlari va “klaster nizomi”.
5. Investitsiya va infratuzilma loyihalarini paketlash
   - yadro va qo‘shimcha loyihalarni investorga tushunarli paketga keltirish;
   - davlat-xususiy sheriklik loyihalari;



3.1.1-rasm. Hududlarda turizm klasterini strategik rivojlantirishning tizimli modeli[181]

[181] Muallif tomonidan ishlab chiqilgan

- xalqaro moliya institutlari bilan hamkorlik (Jahon banki, ADB va boshqalar)

6. Monitoring, raqamli analitika va klaster samaradorligini baholash

- turizm statistikasi sifatini oshirish, indikatorlar tizimini joriy etish[182];
- big data asosida oqimlarni bashorat qilish, yuqori qo‘shilgan qiymatli segmentlarni aniqlash.

Ushbu model hududiy turizm klasterini strategik boshqarishning tizimli mantiqini namoyon etadi. Avval tashqi omillar – global talab, xalqaro raqobat, transport va viza sharoitlari, raqamli texnologiyalar bilan bog‘liq trendlar aniqlanadi. Keyingi bosqichda hududning ichki salohiyati – tabiiy va madaniy resurslar, mehnat bozori, tadbirkorlik va ilmiy bazasi baholanadi. Shu asosda institutsional muhit, ya’ni milliy va hududiy strategiyalar, normativ-huquqiy asos hamda davlat-xususiy sheriklik mexanizmlari shakllantiriladi.

Klaster shakllanishi bosqichlari turizmni oddiy loyihalar jamlanmasi emas, balki boshqariladigan ekotizim sifatida qarashga imkon beradi. Qiymat zanjiri bo‘yicha bo‘g‘inlarning birlashtirilishi “arzon–yaqin” strategiyasidan yuqori qo‘shilgan qiymatga asoslangan modelga o‘tishning kalitidir. Modelda natijalar faqat sayyohlar sonining ko‘payishi bilan emas, balki eksport tushumlari, YAIMdagi ulush, barqaror bandlik, uzoq bozorlar ulushi va barqarorlik ko‘rsatkichlari orqali baholanadi. Shunday qilib, blok-sxema hududiy strategik rejalashtirish va klaster boshqaruvi uchun amaliy instrument vazifasini bajaradi.

Turizm klasterlarini shakllantirishda qo‘llaniladigan vositalar tizimi hududning iqtisodiy, ijtimoiy, ekologik hamda institutsional xususiyatlarini hisobga olgan holda kompleks tarzda loyihalanishi zarur. Quyidagi jadval ushbu vositalarni “arzon–yaqin” modelidan “qo‘shilgan qiymat” va “uzoq bozorlar” modeliga bosqichma-bosqich o‘tish nuqtai nazaridan guruhlaydi.

Ushbu 3.1.2-jadval klasterlashtirish vositalarini tizimlashtirgan holda, O‘zbekiston hududlarining turizm siyosatini “arzon–yaqin” strategiyasidan bosqichma-bosqich yuqori qo‘shilgan qiymatga asoslangan va uzoq bozorlarni nishonga olgan iqtisodiy modelga o‘tkazishda amaliy asos bo‘lib xizmat qiladi.

[182] O‘zbekistonda turizmni rivojlantirish istiqbollari // CEDR tahliliy sharhi. – 2024. – URL: https://cedr.uz/2024/10/04/o%CA%BBzbekistonda-turizmni-rivojlantirish-istiqbollari/ (murojaat qilingan sana 05.12.2025).

3.1.2-jadval

Hududlarni strategik rivojlantirishda turizm klasterlarini yaratish vositalari[183]

№	Vositalar guruhi	An’anaviy “arzon–yaqin” yondashuvi mazmuni	Strategik “qo‘shilgan qiymat” yondashuvi mazmuni	Uzoq bozorlar uchun ustuvor segmentlar	Baholash mezonlari
1	Institutsional vositalar	Asosan qisqa muddatli dasturlar, reklama aksiyalari, ayrim soliq imtiyozlari	Hududiy klaster konsepsiyalari, uzoq muddatli strategik dasturlar, “yagona deraza” tizimi	Yevropa, Sharqiy Osiyo, Shimoliy Amerika bozorlariga mo‘ljallangan klaster strategiyalari	Klaster konsepsiyasi qabul qilingan hududlar soni, strategik hujjatlarda klaster bandlari mavjudligi
2	Infratuzilma vositalari	Avtobus va temir yo‘l qatnovini ko‘paytirish, mavjud mehmonxonalarni ta’mirlash	Aeroport va temir yo‘l tugunlarini hub sifatida rivojlantirish, yuqori toifadagi mehmonxonalar, kongress markazlar, tematik parklar barpo etish	Uzoq masofali to‘g‘ridan-to‘g‘ri aviareyslar, MICE va premium turlarni qabul qiluvchi infratuzilma	Premium o‘rinlar soni, xalqaro reytinglarda xizmat sifati, to‘g‘ridan-to‘g‘ri reyslar soni
3	Moliyaviy vositalar	Soliq imtiyozlari va kichik kreditlar bilan cheklanish	Klaster loyihalari uchun maqsadli kredit liniyalari, xalqaro moliya institutlari bilan yirik PPP loyihalar,	Uzoq bozorlardan yuqori chekli turistlarni jalb qiluvchi infra va servis loyihalari	Klaster asosida jalb qilingan investitsiyalar hajmi va ulushi, turizm eksporti o‘sish sur’ati

[183] Muallif tomonidan ishlab chiqilgan

			yashil obligatsiyalar		
4	Inson kapitali vositalari	Qisqa kurslar, umumiy mehmondo‘stlik ko‘nikmalariga e’tibor	Klaster profili bo‘yicha ixtisoslashgan ta’lim: gid-tarjimonlar, MICE menejerlari, wellness mutaxassislar, raqamli marketing kadrlar	Uzoq bozorlarga mo‘ljallangan til va xizmat standarti (ingliz, nemis, koreys, yapon tillari va h.k.)	Klasterda yuqori malakali kadrlar ulushi, xizmat sifati indekslari, mehmonlarning qoniqish bahosi
5	Marketing va brending vositalari	Qisqa muddatli reklama kampaniyalari, ko‘proq narxga asoslangan raqobat	Hududiy brend, mavsumiy diversifikatsiya, tajriba markazli marketing, hikoyaviy kontent asosida targ‘ibot	Premium madaniy marshrutlar, “Ipak yo‘li”, sog‘lomlashtirish, gastronomik va tematik marshrutlar	Uzoq bozorlar ulushi, o‘rtacha chek, qayta tashrif ulushi
6	Raqamli vositalar	Oddiy veb-saytlar, ijtimoiy tarmoqlarda sporadik reklama	Integrallashgan raqamli platforma, onlayn bron, reyting va sharhlar boshqaruvi, data-analitika	Uzoq bozorlardagi platformalar bilan integratsiya (xalqaro OTAlar, metapoisk tizimlari)	Onlayn bronlar ulushi, raqamli platforma orqali kelgan sayyohlar soni, onlayn reytinglar

Turizm klasterlarining samaradorligini faqat sayyohlar soni bilan baholash etarli emas. Xalqaro tadqiqotlar va mahalliy ilmiy ishlarda kompleks indikatorlar tizimi taklif etiladi[184]. Quyida hududiy turizm klasterlari samaradorligini baholashga mo‘ljallangan ikki asosiy integral ko‘rsatkich formulasi keltiriladi.

[184] Shpak N., Zbaravska L., Shtangret A. Clusterization in Tourism Development Level's Assessment // Journal of Tourism and Services. – 2023. – Vol. 14, №27. – URL: https://jots.cz/index.php/JoTS/article/download/444/149 (murojaat qilingan sana 05.12.2025).

Turizm klasterining integral raqobatbardoshlik indeksi. Turizm klasteri raqobatbardoshligini baholash uchun quyidagi integral indeksdan foydalanish mumkin:

$$I_{rk} = w_1 * \left(\frac{YQQ_t}{YAIM}\right) + w_2 * \left(\frac{B_t}{B}\right) + w_3 * \left(\frac{T_t}{X}\right) + w_4 * \left(\frac{T_i}{I}\right) \quad (3.1)$$

bu yerda:

I_{rk} – turizm klasterining integral raqobatbardoshlik indeksi;
YQQ_t – turizm klasteri tomonidan yaratilgan yalpi qo‘shilgan qiymat;
YAIM – hudud yalpi ichki mahsuloti (YAIM);
B_t – turizm klasterida band bo‘lganlar soni;
B – hududdagi jami band aholining soni;
T_t – turizm klasteri turizm daromadlari (yoki turizm eksporti);
X – hududning jami eksporti;
T_i – turizm infratuzilmasiga yo‘naltirilgan investitsiyalar hajmi;
I – hudud bo‘yicha jami investitsiyalar hajmi;
w_1, w_2, w_3, w_4 – ekspert baho asosida aniqlanadigan vazn koeffitsientlari, yig‘indisi 1 ga teng

3.1 formula – integral raqobatbardoshlik indeksi – turizm klasterining faqat bir ko‘rsatkich emas, balki turli o‘lchamlar bo‘yicha kompleks natijasini hisobga olishga imkon beradi. YAIMdagi ulush, bandlik, eksport va investitsiya ulushi klasterning iqtisodiy salmog‘ini, barqaror ish o‘rinlari yaratish qobiliyatini va chet el valyutasini jalb etish salohiyatini aks ettiradi. Vazn koeffitsientlarining mavjudligi turli hududlar uchun ustuvor yo‘nalishlarni inobatga olishga, masalan, ayrim viloyatlarda bandlik, boshqalarida esa eksport ko‘rsatkichlariga ko‘proq e’tibor qaratishga imkon beradi.

Mazkur formula Mahmudovich tomonidan taklif etilgan turizmning YAIMdagi ulushi, bandlik va eksport ko‘rsatkichlarini aniqlash metodikasini klaster darajasiga moslashtirish sifatida talqin etilishi mumkin.

Turizm klasterining qo‘shilgan qiymat multiplikatorini aniqlash. 3.2 formula – qo‘shilgan qiymat multiplikatori – turizm klasterini butun hudud iqtisodiy modeliga integratsiyalashgan holatda ko‘rib chiqadi. O‘zbekiston sharoitida, ayniqsa, xizmatlar sektorining YAIMdagi ulushi oshib borayotgan bir paytda turizm klasterlari orqali YAIMga qo‘shilgan qiymatni keskin ko‘paytirish imkoniyati mavjud[185]. Multiplikator qiymati 1,5–2 atrofida bo‘lsa, bu turizm investitsiyalari va eksportining hududiy iqtisodiyotga kuchli “tortuvchi” ta’sirini bildiradi. Shu bois hududiy

[185] Tourism emerging as national brand of the New Uzbekistan // Daryo Korea Edition. – 12.09.2025. – URL: https://www.djournal.kr/mobile/article.html?no=24661 (murojaat qilingan sana 05.12.2025).

strategik rejalashtirishda turizm klasterlari uchun ana shu indeks va multiplikator asosida maqsadli ko‘rsatkichlar belgilash maqsadga muvofiqdir.

Turizm klasterining iqtisodiyotga multiplikativ ta’sirini baholash uchun quyidagi multiplikatordan foydalanish mumkin:

$$M_{tq} = \frac{\Delta YAIM}{\Delta X_{turizm}} \qquad (3.2)$$

bu yerda:

M_{tq} – turizm klasterining qo‘shilgan qiymat multiplikatori;

$\Delta YAIM$ – ko‘rib chiqilayotgan davrda hudud YAIMidagi o‘sish (klaster faoliyati bilan bog‘liq qismi);

ΔX_{turizm}– turizm klasteri eksporti (yoki daromadlari)dagi o‘sish.

Agar ($M_{tq} > 1$) bo‘lsa, bu turizm klasterining iqtisodiyot uchun multiplikativ ta’siri borligini, ya’ni har bir qo‘shimcha birlik turizm eksporti YAIMda undan katta o‘sish keltirib chiqayotganini bildiradi.

O‘zbekiston turizmida so‘nggi yillarda eng muhim muammolardan biri shundaki, sayyohlar oqimining mas’uliyatli qismi yaqin mamlakatlar va past o‘rtacha chekli segmentlarga to‘g‘ri keladi. Bu esa turizm eksporti hajmining tez o‘sishiga qaramay, bir sayyohga to‘g‘ri keladigan daromadning nisbatan past bo‘lib qolishiga olib keladi. Shu nuqtai nazardan “arzon–yaqin” strategiyasi bosqichma-bosqich quyidagicha transformatsiya qilinishi zarur:

1. Klaster ichida mahsulotni chuqurlashtirish – mavjud marshrutlarga yuqori qo‘shilgan qiymatli xizmatlarni qo‘shish (premium ekskursiyalar, gastro-tajribalar, tematik festivallar, wellness-paketlar).
2. Uzoq bozorlar uchun maxsus paketlar – Yevropa, Sharqiy Osiyo, Shimoliy Amerika bozorlariga mo‘ljallangan, kamroq, ammo ko‘proq to‘lovga qodir turistlarni nishonga oluvchi kombinatsiyalangan paketlar.
3. MICE va biznes-turizmni rivojlantirish – konferensiyalar, yirik forumlar, korporativ tadbirlar uchun klaster darajasida infratuzilma va xizmatlar zanjirini yaratish.
4. Brend va TTDI (Travel & Tourism Development Index) ko‘rsatkichlarini yaxshilash – WEFning TTDI 2024 reytingida O‘zbekiston 78-o‘rinni egallagan va 2019–2024 yillarda eng tez o‘sish ko‘rsatgan davlat sifatida e’tirof etilgan.
5. “Yashil” va ijtimoiy mas’uliyatli klasterlar – barqaror transport, energiya samaradorligi, chiqindilarni kamaytirish, mahalliy aholi

manfaatlarini maksimal hisobga olish asosida yuqori qo‘shilgan qiymatli, lekin ekologik barqaror turizm modellari.

Natijada, turizm klasterlari orqali O‘zbekiston hududlari “arzon–yaqin” modelidan uzoq bozorlar uchun yuqori qiymatli, raqamli va inovatsion turizm mahsulotlari taklif qiluvchi global raqobatbardosh hududiy markazlarga aylanishi mumkin.

Mazkur paragrafda hududlarda turizm industriyasini strategik rivojlantirishda turizm klasterlarini tashkil etishning nazariy, metodologik va amaliy jihatlari tizimli yoritildi. Jahon tajribasi shuni ko‘rsatadiki, turizm tarmog‘i pandemiyadan keyingi davrda jahon YAIMining 10 foizini ta’minlaydigan, 350 mln dan ortiq ish o‘rni yaratadigan yirik sektor darajasiga etgan bo‘lsa-da, bu o‘sishning barqarorligi aynan klasterlashuv, qiymat zanjiri va yuqori qo‘shilgan qiymatga asoslangan strategiyalarga bog‘liq.

O‘zbekiston misolida esa 2019–2024 yillar davomida sayyohlar soni 1,5 baravar, turizm eksporti 1,6 baravar oshib, turizm xizmatlarining xizmatlar sektoridagi ulushi 22 foizdan ortiq darajaga etgani hududiy klaster siyosatini jadallashtirish zarurligini yaqqol ko‘rsatmoqda[186]. Hududlar darajasida turizm klasterlarini shakllantirish bo‘yicha taklif etilgan bosqichlar, blok-sxema, statistik tahlil va integral indekslar tizimi klasterlar samaradorligini ilmiy asoslangan tarzda baholash va boshqarishga xizmat qiladi. Kelgusida hududiy siyosat turizm klasterlari orqali quyidagi strategik ustuvor yo‘nalishlarni amalga oshirishi lozim:

- “arzon–yaqin” modelidan bosqichma-bosqich “qo‘shilgan qiymat”ga asoslangan va uzoq bozorlarni nishonga olgan modelga o‘tish;
- turizm klasterlarini xizmatlar sektorida innovatsion va raqamli markazlarga aylantirish;
- turizmni hududiy YAIM, eksport va bandlikning muhim manbaiga aylantirgan holda, yashil va ijtimoiy mas’uliyatli rivojlanish tamoyillariga qat’iy rioya etish.

Shu asosda 3.1-paragraf keyingi bo‘limlar uchun – hududiy klaster modellarini empirik baholash, aniq viloyatlar misolida amaliy tavsiyalar ishlab chiqish hamda iqtisodiy-matematik modellashtirish uchun metodologik poydevor yaratadi.

[186] The development of Uzbekistan's tourism contributes to the growth of the people's welfare // Uzbekistan.org. – 2024. – URL: https://uzbekistan.org/the-development-of-uzbekistans-tourism-contributes-to-the-growth-of-the-peoples-welfare/4597/ (murojaat qilingan sana 05.12.2025).(Uzbekistan Embassy USA)

3.2. Turizm sohasida davlat va xususiy sektor hamkorligini kuchaytirish usullari

Turizm industriyasi bugungi davrda nafaqat dam olish ehtiyojini qondirish, balki hududlarning iqtisodiy o‘sishi, yangi ish o‘rinlari, valyuta tushumlari va hududiy brendlar shakllanishi uchun ham asosiy drayverga aylanmoqda. 2024 yilda dunyoda taxminan 1,4 mlrd xalqaro sayyoh safar qilgani, bu ko‘rsatkich pandemiyagacha bo‘lgan darajaning deyarli to‘liq tiklanganini bildiradi. Milliy iqtisodiyotlar uchun bu jarayon raqobatning keskinlashuvi, turizm infratuzilmasiga katta hajmdagi investitsiyalar zarurati va davlat hamda biznes o‘rtasidagi yangi hamkorlik shakllarini izlashni anglatadi.

Yangi O‘zbekistonning 2022–2026 yillarga mo‘ljallangan taraqqiyot strategiyasi hamda turizmni rivojlantirish bo‘yicha qator dasturlar turizmni iqtisodiyotning yuqori qo‘shilgan qiymat manbalaridan biriga aylantirish, “arzon–yaqin” mintaqaviy bozorlar bilan cheklanib qolmasdan, uzoq, to‘lov qobiliyati yuqori segmentlarga bosqichma-bosqich chiqishni strategik maqsad sifatida belgilagan[187]. Bunday burilish davlat mablag‘lari bilan cheklanib bo‘lmaydigan yirik infratuzilma loyihalarini, transport-logistika va raqamli platformalar rivojlanishini, brending va marketingning yangi formatlarini talab etadi. Shu sababli davlat–xususiy sheriklik (DXSh) mexanizmlari turizm siyosatining markaziy instrumentiga aylanmoqda.

Quyida davlat va xususiy sektor hamkorligi nazariy asoslari, xalqaro tajriba, hududiy turizm klasterlarida hamkorlik mexanizmlarini takomillashtirish yo‘nalishlari, turistlik resurslardan foydalanish samaradorligini baholash uslubiyoti hamda forsayt texnologiyalari asosidagi integrallashgan model batafsil yoritiladi.

Davlat–xususiy sheriklik mohiyatiga ko‘ra, davlatning ijtimoiy ahamiyatga ega infratuzilma va xizmatlarni ta’minlash majburiyati bilan xususiy sektorning kapital, innovatsiya va menejment salohiyatini birlashtiruvchi uzoq muddatli hamkorlikdir. Bu hamkorlikda investitsiya xavflari, foyda va javobgarlik taraflar o‘rtasida shartnoma asosida qayta taqsimlanadi.

Turizm sohasida DXShning o‘ziga xos jihatlaridan biri turistlik oqimlarning mavsumiyligi va tashqi shoklarga yuqori sezgirligi bilan bog‘liq. Aynan shuning uchun ham xalqaro adabiyotlarda turizmda DXShni

[187] Turizm to‘g‘risida: O‘zbekiston Respublikasi Qonuni O‘RQ-549, 18.07.2019. – Elektron resurs. – Rejim kirish: Lex.uz. – URL: https://lex.uz/docs/-4428097; O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi qarori “2022–2026 yillarda turizmni rivojlantirish konsepsiyasi” haqida ma’lumot. – Elektron resurs. – URL: https://in-academy.uz/index.php/yo/article/view/64484

“barqarorlikka yo‘naltirilgan sheriklik” sifatida qayta talqin qilish tendensiyasi kuchaymoqda[188],[189].

So‘nggi yillarda turizmda DXSh bo‘yicha ilmiy izlanishlarni uchta asosiy yo‘nalishga ajratish mumkin:

- **infratuzilma markazlashtirilgan yondashuv** – aeroportlar, yo‘llar, mehmonxonalar, kongress markazlari kabi ob’ektlarni qurish va boshqarishda DXSh modellarini tahlil qiladi[190],[191];
- **hududiy va rural turizm loyihalarida sheriklik** – qishloq turizmi, ekoturizm va madaniy meros ob’ektlarida mahalliy hamjamiyatlar, tadbirkorlar va davlat o‘rtasidagi sheriklik kombinatsiyalarini o‘rganadi[192];
- **barqarorlik va chidamlilik (resilience) markazidagi yondashuv** – DXSh orqali turizm tizimining inqirozlarga moslashuvchanligini oshirish, risklarni taqsimlash va moslashuvchan boshqaruv mexanizmlarini shakllantirish masalalariga e’tibor qaratadi[193].

OECDning turizm siyosati bo‘yicha hisobotlarida pandemiya davrida paydo bo‘lgan tarmoqlararo hamkorlikni institutsional darajada mustahkamlash zarurligi, davlat va xususiy sektorlar o‘rtasidagi tezkor axborot almashuvi va qo‘shma qarorlar qabul qilish mexanizmlari kelajakdagi inqirozlarga tayyorgarlikning asosiy omillaridan biri sifatida baholanadi[194].

Turizmga tatbiq etilgan DXSh modellarini shartnomaviy tuzilishiga ko‘ra quyidagilarga ajratish maqsadga muvofiq:

- **“Qurish–ekspluatatsiya–topsirish” modeli (BOT)** – xususiy sherik ob’ektni quradi, ma’lum muddat ekspluatatsiya qiladi, keyin esa davlat balansiga topshiradi.
- “Qurish–egalik qilish–ekspluatatsiya qilish” modeli (BOO) – ob’ektga xususiy sektor to‘liq egalik qiladi, davlat esa normativ-huquqiy hamda soliq imtiyozlari orqali qo‘llab-quvvatlaydi.

---

[188] “O‘zbekiston madaniy va tarixiy turizmini rivojlantirish masalalari” // Western Science Review jurnali. – 2023. – Elektron resurs. – URL: https://scientific-jl.com/wsrj/article/download/21057/20516/41107

[189] “O‘zbekistonda inklyuziv turizmni rivojlantirishning institutsional asoslari” // Buxoro davlat universiteti ilmiy ishlari. – 2025. – Elektron resurs. – URL: https://uniwork.buxdu.uz/resurs/46757_1_F858676AE3D840C087230A4E9C6BBA3A6B7F9601.pdf

[190] Isadjanov A. Tourism development in Uzbekistan: current state and prospects. – Ilmiy ish. – Elektron resurs. – URL: https://core.ac.uk/download/pdf/322613029.pdf

[191] v

[192] O‘zbekiston Respublikasi Turizm qo‘mitasi: rasmiy ma’lumotlar. – Elektron resurs. – URL: https://gov.uz/oz/uzbektourism/pages/o-zbekiston-respublikasi-prezidentning-ekologiya-atrof-muhitni-muhofaza-qilish-va-iqlim-o-zgarishi-vazirligi-huzuridagi-turizm-qo-mitasi-faoliyati

[193] “O‘zbekiston madaniy va tarixiy turizmini rivojlantirish masalalari” // Western Science Review jurnali. – 2023. – Elektron resurs. – URL: https://scientific-jl.com/wsrj/article/download/21057/20516/41107

[194] “O‘zbekistonda agroturizmni innovatsion rivojlantirish” // Ilmiy maqola. – Elektron resurs. – URL: https://zenodo.org/records/17389710

- “Qurish–egalik qilish–ekspluatatsiya qilish va topshirish” modeli (BOOT) – yuqori investitsiyali aeroport, yirik rekreatsion majmualar, tematik parklar uchun qo‘llaniladi.
- Ijaraga asoslangan operatsion sheriklik – mavjud davlat ob’ektlarini xususiy operator belgilangan muddatga ijaraga olib, modernizatsiya va boshqaruvni amalga oshiradi.

Mazkur modellar tanlovi hudud turizm resurslarining xususiyatlari, bozor sig‘imi, ekologik yuklama va investitsiya xavflarining darajasiga bog‘liq. Davlatning asosiy vazifasi normativ-huquqiy aniqlik, mulk huquqi kafolatlari, infratuzilaviy tayanch va ma’lumot shaffofligini ta’minlash bo‘lsa, xususiy sektorning vazifasi qo‘shilgan qiymat yaratadigan, innovatsion mahsulot va xizmatlarni shakllantirishdan iborat.

Hududiy turizm klasteri – bu ma’lum hududda joylashgan turistik resurslar, transport va muhandislik infratuzilmasi, mehmonxona va ovqatlanish korxonalari, xizmat ko‘rsatuvchi boshqa biznes subyektlari hamda davlat boshqaruvi institutlarining o‘zaro bog‘langan tizimi. Bu tizimda DXSh asosiy integratsion mexanizm vazifasini bajaradi.

O‘zbekistonda Samarqand, Buxoro, Xiva, Toshkent kabi yirik turistik markazlar atrofida shakllanayotgan klasterlar shu ma’noda “arzon–yaqin” segmentdan “baland qo‘shilgan qiymat”ga o‘tish uchun tabiiy platformadir. Agar ilgari asosiy e’tibor yaqin qo‘shni mamlakatlar bozoriga yo‘naltirilgan bo‘lsa, hozirda Yevropa, Sharqiy Osiyo, Yaqin Sharq va Shimoliy Amerika bozorlarida “Silk Road”, ziyorat, gastroturizm, kongress va tadbirlar turizmi segmentlari bo‘yicha yuqori daromadli turistlarni jalb qilish strategiyasi shakllanmoqda[195].

Bunday burilish quyidagi yo‘nalishlarda davlat va xususiy sektor hamkorligining yangi formatlarini talab qiladi:

- Transport va logistika infratuzilmasi – xalqaro aeroportlar, tezkor temir yo‘l va avtomobil yo‘llari, multimodal terminal va hublar DXSh asosida modernizatsiya qilinishi, uzoq bozorlardan uzluksiz oqimni ta’minlashi zarur.
- Brend va marketing ittifoqlari – manzil marketingi tashkilotlari, milliy brendni targ‘ib etuvchi qo‘shma fondlar, raqamli platformalar va kontent ishlab chiqarish loyihalari davlat va biznes mablag‘lari uyg‘unligiga tayangan holda tashkil etilishi mumkin.

[195] World Tourism Barometer. September 2024, Excerpt. – UN Tourism, 2024. – Elektron resurs. – URL: https://pre-webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2024-09/UNWTO_Barom24_03_Sep_EXCERPT.pdf

- Mahalliy hamjamiyat ishtiroki – rural turizm, agroturizm, ekoturizm yo‘nalishlarida mahalla, fermer xo‘jaliklari va xususiy tadbirkorlarni sheriklikka jalb etish orqali ijtimoiy barqarorlikni ta’minlash[196].

Mahalliy olimlar tadqiqotlarida turizm klasterlarida DXSh mexanizmlarini to‘g‘ri loyihalash hududning investitsion jozibadorligi, eksportga yo‘naltirilgan xizmatlar ulushi va yangi ish o‘rinlari ko‘payishiga bevosita ta’sir ko‘rsatishi, shu bilan birga ekologik cheklovlar va madaniy merosni muhofaza qilish talablarini hisobga olgan holda amalga oshirilishi kerakligi qayd etiladi. Davlat va xususiy sektor hamkorligi samaradorligini baholashda oddiy moliyaviy rentabellik ko‘rsatkichlari etarli bo‘lmaydi. Turizm resurslaridan foydalanish jarayonida iqtisodiy, ijtimoiy va ekologik natijalar bir vaqtning o‘zida e’tiborga olinishi lozim. Shuning uchun hududiy turizm siyosatida kompleks baholash tizimini shakllantirish zarur.

3.2.1-jadval

Turizmni barqaror rivojlantirish sharoitida turistlik resurslardan foydalanish samaradorligini baholash mezonlari[197]

Mezonga oid yo‘nalish	Asosiy tushuncha	Mazmuni	Baholash ko‘rsatkichi (misol)
Iqtisodiy samaradorlik	Turizm xizmatlari eksporti	Hududga kelayotgan xorijiy sayyohlar xarajatlari va mahalliy turizm ishlab chiqarishi qiymati	Turizm xizmatlari eksporti (mln AQSH doll.) / yalpi hududiy mahsulot (%)
	Investitsiya qaytimi	DXSh loyihalariga kiritilgan investitsiyalarning daromad bilan qoplanish darajasi	Investitsiyalar rentabelligi, diskontlangan sof joriy qiymat
Ijtimoiy samaradorlik	Bandlik	Yangi ish o‘rinlari soni va ularning sifat darajasi	Turizmda bandlar ulushi, o‘rtacha ish haqi
	Mahalliy aholi farovonligi	Aholi daromadlari, ko‘nikmalar va ijtimoiy infratuzilma yaxshilanishi	Turizm bilan bog‘liq o‘rtacha daromad, kasbga qayta tayyorlash qamrovi

[196] Ghanem M., Ghaley M. Building a framework for a resilience-based public private partnership // Journal of Destination Marketing & Management. – 2024. – V.31. – Elektron resurs. – URL: https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2212571X23000884; Dai R. Performance analysis of PPP models in rural tourism projects of Shandong Province // Open-access maqola. – 2024. – Elektron resurs. – URL: https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC11620400/

[197] Muallif tomonidan ishlab chiqilgan

Ekologik samaradorlik	Ekologik yuklama	Turistlar oqimi natijasida tabiiy resurslarga tushadigan yuklama darajasi	Turistik mintaqada ruxsat etilgan va amaldagi yuklama nisbati
	Resurslarni tiklash	Ekologik va madaniy meros obyektlarini saqlash va rekultivatsiya xarajatlari	Saqlash va tiklash xarajatlarining turizm daromadiga nisbati
Institutsional samaradorlik	Boshqaruv sifati	Turizmni boshqarish institutlari, DXSh shartnomalarining shaffofligi va prognoz qilinishi	Boshqaruv sifatining ekspert bahosi, DXSh shartnomalarida risk taqsimoti aniqligi

Mazkur 3.2.1-jadvaldan ko‘rinadiki, samaradorlik baholash jarayonida faqat iqtisodiy natija emas, balki jamiyat va ekologiya uchun yaratilayotgan qiymat ham e’tiborga olinishi talab etiladi. Aynan shunday yondashuv turizmni barqaror rivojlantirish konsepsiyasi bilan uyg‘unlashadi va davlat–xususiy sheriklik loyihalarini tanlashda puxta mezonlar tizimini ta’minlaydi.

Turistik resurslardan foydalanishning integral samaradorlik koeffitsienti (3.3 formula)

Turistik resurslardan foydalanish samaradorligini kompleks baholash uchun quyidagi integral koeffitsientdan (3.1-formula) foydalanish taklif etiladi:

$$K_{int} = w_1 K_{iqt} + w_2 K_{ijt} + w_3 K_{eko}, \quad w_1 + w_2 + w_3 = 1 \qquad (3.3)$$

bu yerda:

K_{iqt} – iqtisodiy samaradorlik ko‘rsatkichi (masalan, turizm daromadining DXSh investitsiyalariga nisbati);

K_{ijt} – ijtimoiy samaradorlik ko‘rsatkichi (yangi ish o‘rinlari ulushi, mahalliy aholi daromadlarining o‘sishi);

K_{eko} – ekologik samaradorlik ko‘rsatkichi (amaldagi ekologik yuklamaning ruxsat etilgan yuklamaga nisbati orqali normallashtirilgan ko‘rsatkich);

w_1, w_2, w_3 – tegishli yo‘nalishlarning ahamiyatini ifodalovchi og‘irlik koeffitsientlari.

Mazkur integral koeffitsientning afzalligi shundaki, u turizm resurslaridan foydalanish natijalarini uchta – iqtisodiy, ijtimoiy va ekologik vektorda birlashtirish imkonini beradi. Amaliyotda ko‘pincha faqat daromad va ROI ko‘rsatkichlari asosida qaror qabul qilinishi natijasida

qisqa muddatli, arzon segmentga yo‘naltirilgan, uzoq muddatli barqarorlikni esa zaiflashtiradigan loyihalar tanlanadi. K_{int} yordamida esa, yuqori qo‘shilgan qiymat va uzoq bozorlarga chiqishni ko‘zlagan strategik loyihalar ustuvorligi aniqlashtiriladi. Masalan, agar ekologik yuklama yuqori bo‘lib, tiklash xarajatlari katta ulushni egallasa, K_{eko} past qiymatga ega bo‘ladi va bu umumiy integral koeffitsientni pasaytiradi. Bu holatda davlat va xususiy sektor uchun resurslarni tejaydigan texnologiyalar, yashil infratuzilma yoki turistlar oqimini mavsumlar bo‘yicha qayta taqsimlaydigan choralarni moliyalashtirish zarurligi aniq signallar bilan ko‘rinadi. Shu bilan birga, w_i og‘irliklari hududning rivojlanish maqsadlariga mos ravishda moslashtirilishi mumkin – masalan, zaif bandlikka ega hududlarda ijtimoiy komponent og‘irligi oshirilsa, ekologik sezgir mintaqalarda ekologik komponent ustuvorlashtiriladi.

Hududiy turizm siyosatini rejalashtirishda resurslar to‘liq ro‘yxatini tuzishning o‘zi etarli emas, balki ularning raqobatbardoshligi, bozorga chiqish imkoniyatlari, infratuzilma tayyorgarligi va boshqaruv tizimi holati bo‘yicha kompleks indeksni shakllantirish talab etiladi. TTDI (Travel & Tourism Development Index) indeksining xalqaro tajribasi shuni ko‘rsatadiki, turizm raqobatbardoshligi ko‘rsatkichlarini normallashtirish va og‘irliklar orqali agregatsiya qilish strategik tahlil uchun qulay instrument hisoblanadi[198].

Shunga o‘xshash yondashuv hudud darajasida ham qo‘llanilishi mumkin. Quyidagi jadvalda hudud turizm resurslarini baholash metodikasining asosiy indikatori va baholash shkalasi taklif etiladi.

3.2.2-jadval

Hududning turizm resurslarini baholash metodikasi (indikatorlar tizimi)

Yo‘nalish	Indikator	O‘lchov birligi / shkala	Izoh (baholash mezoni)
Tabiiy resurslar	Landshaft xilma-xilligi	1–5 ball	1 – cheklangan, 5 – yuqori xilma-xillik, brend darajasidagi tabiiy obyektlar mavjudligi

[198] Djabbari M.H. va boshq. Public Private Partnership Model in Tourism Development in North Toraja Regency. – 2021. – Elektron resurs. – URL: https://psychologyandeducation.net/pae/index.php/pae/article/view/4484

	Iqlim qulayligi	1–5 ball	Turizm mavsumining davomiyligi, ekstremal ob-havo risklari hisobga olinadi
Madaniy meros	YUNESKO va milliy maqomdagi obyektlar soni	dona	Hududning xalqaro va milliy miqyosda tan olingan meros potensiali
	Mahalliy madaniy tadbirlar	1–5 ball	Festival va an’anaviy tadbirlar soni, davomiyligi va turistlar jalb qilish salohiyati
Infratuzilma	Transport kirish imkoniyati	1–5 ball	Aeroport, temir yo‘l, avtomobil yo‘llari va jamoat transporti rivojlanganlik darajasi
	Turistik xizmatlar sig‘imi	joy/kun	Mehmonxona, xostel, oilaviy mehmon uylari sig‘imi va diversifikatsiya darajasi
Ijtimoiy muhit	Xavfsizlik va ijtimoiy barqarorlik	1–5 ball	Jinoyatchilik darajasi, sayyohlar uchun xavfsizlik infratuzilmasi
	Mahalliy hamjamiyatning turizmga munosabati	1–5 ball	Aholining turizmga ijobiy munosabat darajasi, ishtirokchanlik institutlari
Boshqaruv va siyosat	Hududiy turizm strategiyasi mavjudligi	0/1	Strategik hujjat mavjudligi va amalga oshirish mexanizmlarining aniq belgilanganligi
	DXSh loyihalari portfeli	dona	Hududda amaldagi va rejalashtirilgan DXSh loyihalari soni

Turizm resurslari integral indeksini hisoblash (3.4-formula) keltirilgan. Hududning umumiy turizm resurs salohiyatini baholash uchun yuqoridagi indikatorlar asosida integral indeksni hisoblash taklif qilinadi:

$I_{hud} = \sum_{i=1}^{n} a_i \cdot N_i, \quad \sum_{i=1}^{n} a_i = 1$ (3.4)

bu yerda:

N_i – i-indikatorning normallashtirilgan qiymati (0 dan 1 gacha oraliqda);

a_i – i-indikator uchun og‘irlik koeffitsienti (indikator ahamiyatiga qarab ekspert yo‘li bilan belgilanadi);

(n) – indikatorlar soni.

Hududiy turizm resurslari integral indeksini shakllantirish orqali davlat va xususiy sektor o‘rtasida strategik muloqot uchun yagona tahliliy “til” paydo bo‘ladi. Normallashtirilgan indikatorlar hududlararo taqqoslash

imkonini beradi, bu esa DXSh loyihalarini joylashtirishda resurslar va infratuzilmaning nisbiy ustunliklarini aniqroq ko‘rsatadi. Masalan, tabiiy va madaniy resurslari yuqori, biroq infratuzilmasi sust hududlarda I_{hud} nisbatan past chiqadi, lekin strukturaga qarab qaysi bloklar bo‘yicha investitsiya etishmayotgani aniqlanadi. Shu tarzda davlat uzoq muddatli infratuzilma va boshqaruv islohotlariga, xususiy sektor esa yuqori qo‘shilgan qiymatga ega mahsulot va xizmatlar ishlab chiqishga yo‘naltirilgan strategik sheriklikni shakllantirishi mumkin. Indeks dinamikasini yillik monitoring qilish esa forsayt yondashuvi doirasida turizm siyosati ssenariylarini asoslash, “arzon–yaqin” segmentga qaramlikni qisqartirish va uzoq bozorlarda raqobatbardosh klasterlar shakllantirish uchun muhim analitik asbob bo‘lib xizmat qiladi.

2024 yilda xalqaro turizm pandemiyagacha bo‘lgan darajani deyarli to‘liq tiklab, 2019 yilga nisbatan umumjahon darajada 1 foiz o‘sishga erishdi[199]. UN Tourism ma’lumotlariga ko‘ra, mintaqalar kesimida tiklanish sur’atlari sezilarli darajada farqlandi – Yaqin Sharq eng tez o‘sayotgan hududga, Osiyo va Tinch okeani esa tiklanish bo‘yicha kechikish kuzatilgan mintaqaga aylandi.

3.2.3-jadval

Xalqaro turizmning 2019 va 2024-yillarda mintaqalar bo‘yicha o‘zgarishi[200]

Hudud	2024 yilda xalqaro sayyohlar sonining 2019 yilga nisbatan o‘zgarishi, %	Izoh
Jahon bo‘yicha jami	+1	2024 yilda 1,4 mlrd xalqaro sayyoh, pandemiyagacha darajaning deyarli to‘liq tiklanishi
Yevropa	+1	2019 yil darajasidan bir oz yuqori, lekin o‘sish sur’ati sekinlashgan
Osiyo va Tinch okeani	−13	Tiklanish davom etmoqda, ammo 2019 yil darajasidan ancha past
Amerika	−3	Pre-pandemiya darajasiga deyarli yaqin, regional xavfsizlik va aviatsiya tiklanishi hal qiluvchi omil
Afrika	+7	2019 yil darajasidan sezilarli yuqori, xususan Shimoliy Afrika submintaqasida yuqori o‘sish
Yaqin Sharq	+32	Eng tez o‘sayotgan mintaqa, yangi mega-loyihalar va viza soddalashtirish siyosati natijasi

[199] Turayev Z.N. Turizm sohasida davlat-xususiy sheriklik mexanizmidan foydalanishdagi yo‘nalishlari. – Ilmiy maqola. – Elektron resurs. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/turizm-sohasida-davlat-xususiy-sheriklik-mexanizmidan-foydalanishdagi-yo-nalishlari

[200] Muallif tomonidan ishlab chiqilgan

3.2.3-jadvaldan ko‘rinadiki, global tiklanish bo‘lishiga qaramay, hududlar kesimida katta asimmetriya saqlanib qolgan. Yaqin Sharqda 2019 yilga nisbatan 32 foizlik o‘sish yangi turistik brendlar, mega-infratuzilma loyihalari va DXSh modellariga tayangan agressiv investitsiya siyosati bilan izohlanadi. Yevropa va Amerika mintaqalarida esa tiklanish asosan barqarorlashgan, o‘sish sur’atlari past, lekin yuqori qo‘shilgan qiymat va xizmatlar sifati hisobiga turizmning yalpi ichki mahsulotdagi ulushi yuqori darajada ushlab turilmoqda. Osiyo va Tinch okeani mintaqasida 13 foizlik salbiy tafovut hali ham saqlanib qolayotgani, aviatsiya tizimidagi cheklovlar va ayrim mamlakatlarda sanitariya talablari yuqoriligi bilan bog‘lanmoqda. Afrika mintaqasida, ayniqsa Shimoliy Afrikada o‘sish sur’atlari kuchli bo‘lib, bu yerda tabiat va madaniy meros asosidagi yo‘nalishlarga xos uya turizm (niche tourism) segmentlari faollashgani kuzatiladi. Bu struktura O‘zbekiston uchun strategik xulosa beradi: yaqin mintaqaviy bozorlar bilan bir qatorda Yaqin Sharq va Yevropa bilan ko‘p tomonlama sheriklik va qo‘shma tur paketlar shakllantirish, DXSh loyihalarini aynan yuqori o‘sish manbaiga yo‘naltirish maqsadga muvofiq.

O‘zbekiston so‘nggi yillarda xalqaro turizm bozorida eng tez o‘sayotgan mamlakatlardan biriga aylandi. Jahon iqtisodiy forumi tomonidan e’lon qilingan Travel & Tourism Development Index (TTDI) reytingida mamlakat 2019 yildagi 94-o‘rindan 2024 yilda 78-o‘ringa ko‘tarildi[201]. Bu ko‘rsatkich institutsional va infratuzilaviy islohotlar natijasida turizm raqobatbardoshligining sifat jihatdan oshganini bildiradi.

3.2.4-jadval

O‘zbekistonda 2019–2024-yillarda turizm rivojlanishining asosiy ko‘rsatkichlari[202]

Ko‘rsatkich	2019	2022	2023	2024
Xorijiy turistlar soni, mln kishi	6,75	5,2	6,626	10,2
Turizm xizmatlari eksporti, mlrd AQSH doll.	—	—	2,1	3,5
TTDI reytingida o‘rin	94	—	—	78

3.2.4-jadval O‘zbekiston turizm sohasida 2019–2024 yillar oralig‘ida amalga oshirilgan islohotlar natijasini aniq ko‘rsatadi. Xorijiy turistlar soni

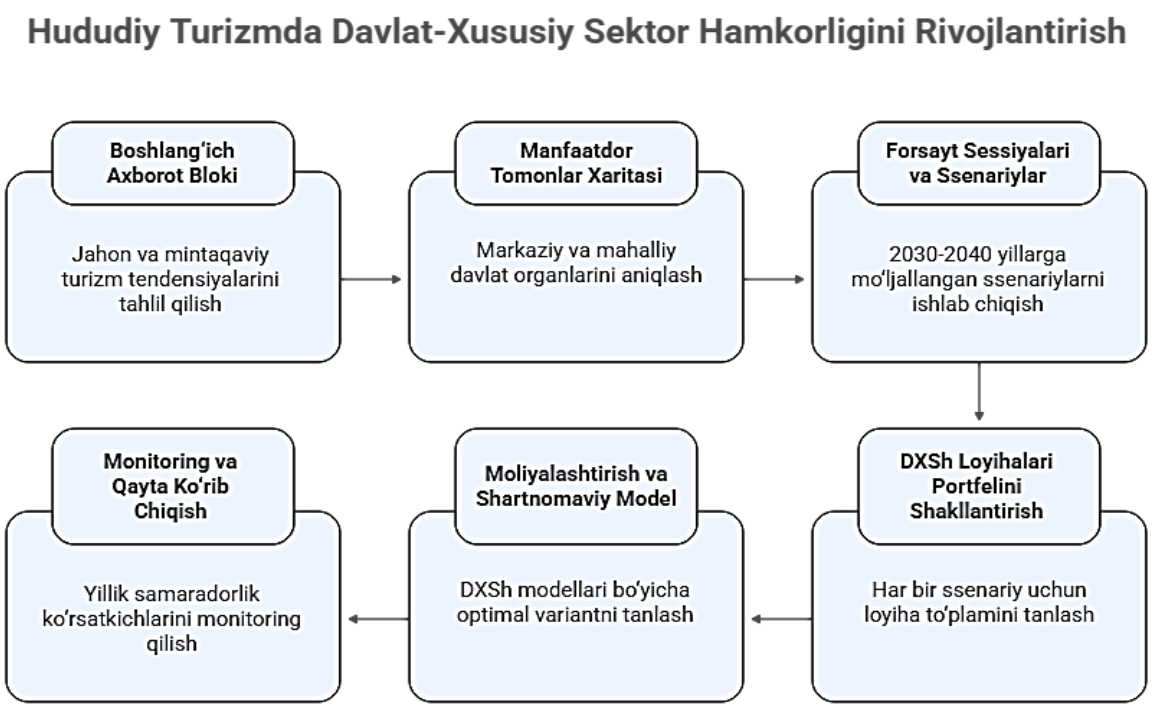
[201] Travel & Tourism Development Index 2024. – World Economic Forum. – 2024. – Elektron resurs. – URL: https://www.weforum.org/publications/travel-tourism-development-index-2024

[202] International Tourism Highlights, 2024 Edition. – UN Tourism, 2024. – Elektron resurs. – URL: https://www.e-unwto.org/doi/10.18111/9789284425808 Travel & Tourism Development Index 2024. – World Economic Forum. – 2024. – Elektron resurs. – URL: https://www.weforum.org/publications/travel-tourism-development-index-2024 materiallari asossida muallif ishlanmasi

2019 yildagi 6,75 mln nafardan 2024 yilda 10,2 mln nafarga etib, deyarli 1,5 baravar o‘sdi. Bunga vizasiz rejim kengayishi, aviatsiya bozorini liberallashtirish, yangi aeroport va turizm markazlari qurilishi, ziyorat va madaniy turizm klasterlarining shakllanishi kabi omillar sezilarli hissa qo‘shdi. Turizm xizmatlari eksporti 2023 yildagi 2,1 mlrd dollardan 2024 yilda 3,5 mlrd dollarga etib, yuqori qo‘shilgan qiymatga yo‘naltirilgan mahsulot va xizmatlar ulushi oshganini ko‘rsatadi. Eng muhim o‘zgarishlardan biri – TTDI reytingida 16 pog‘onaga ko‘tarilish bo‘lib, bu nafaqat infratuzilma rivojlanishi, balki xavfsizlik, biznes muhiti, raqamli xizmatlar va marketing siyosatidagi sifat sikrishi natijasidir. Shu bilan birga, turistik oqimlarning asosiy qismi hanuz yaqin mintaqaviy bozorlar hissasiga to‘g‘ri kelayotgani, uzoq bozorlarda brendni mustahkamlash hamon ustuvor vazifa bo‘lib qolayotganini unutmaslik kerak.

Turizm sohasida DXSh loyihalari odatda uzoq muddatga mo‘ljallanadi, investitsiya qaytimi esa bozor sharoiti, global shoklar va texnologik o‘zgarishlarga juda sezgir. Shuning uchun an’anaviy statik rejalashtirish usullari o‘rnini bosqichma-bosqich forsayt texnologiyalariga tayangan dinamik yondashuv egallashi lozim. Forsayt – bu kelajak ssenariylarini yaratish, manfaatdor tomonlar ishtirokida istiqbolni muhokama qilish va shunga mos strategik qarorlar qabul qilish jarayonidir.

Quyidagi model hududiy turizmda DXShni rivojlantirish bo‘yicha forsayt yondashuvining blok-sxemasini ifodalaydi (3.2.1-rasm). Modelning asosiy g‘oyasi shundan iboratki, DXSh loyihalari alohida infratuzilma obyekti sifatida emas, balki hududiy turizm tizimining uzun muddatli rivojlanish ssenariylariga ulanadi. Boshlang‘ich axborot bloki orqali jahon va mintaqaviy tendensiyalar, TTDI reytingi, global turist oqimlarining siljishi hamda O‘zbekistonning ichki imkoniyatlari kompleks tahlil qilinadi. Manfaatdor tomonlar xaritasi davlat va xususiy sektor qarorlari, mahalliy aholi manfaatlari va ilmiy hamjamiyat tavsiyalarini bir nuqtag a jamlashga xizmat qiladi. Forsayt sessiyalari davomida “arzon–yaqin” segmentiga qaramlikni saqlab qolish xavflari, uzoq bozorlarga chiqish uchun investitsiyalar hajmi va vaqt talabining real bahosi muhokama qilinadi. Natijada B-scenariy – yuqori qo‘shilgan qiymatga asoslangan, ekologik va madaniy cheklovlarni inobatga oluvchi bosqichma-bosqich diversifikatsiya yo‘li eng maqbul variant sifatida shakllanishi mumkin. Monitoring bosqichi esa DXSh shartnomalarini “muzlatilgan” emas, balki moslashuvchan, indikatorlarga bog‘langan tirik instrumentga aylantiradi.



3.2.1-rasm. Hududiy turizmda davlat–xususiy sektor hamkorligini rivojlantirishning forsayt modeli

Yuqoridagi nazariy va amaliy tahlillar asosida O‘zbekistonda turizm sohasida DXSh hamkorligini kuchaytirish uchun quyidagi ustuvor yo‘nalishlar dolzarb ko‘rinadi:

1. Normativ-huquqiy bazani yanada aniqlashtirish. Turizm to‘g‘risidagi qonun va DXShga oid maxsus qonunchilikda turizm sohasiga xos risklar – mavsumiylik, ekologik cheklovlar, madaniy meros talablarini hisobga olgan alohida bo‘limlarni kiritish lozim[203].

2. “Arzon–yaqin” strategiyasidan uzoqlashib, “qo‘shilgan qiymat”ga o‘tish. DXSh loyihalarini tanlashda, birinchi navbatda, yuqori sarf-harajatli, lekin katta qo‘shilgan qiymatga ega segmentlar – madaniy va gastroturizm, kongress-tadbirlar, sog‘lomlashtirish va tibbiyot turizmi, tematik parklar va tajriba turizmi yo‘nalishlariga ustuvorlik berish kerak. Bu segmentlarda uzoq bozorlardan keladigan turistlar ulushi yuqori bo‘ladi, bu esa tashriflar sonidan ko‘ra har bir turistdan olinadigan daromadni oshirishga xizmat qiladi.

3. Hududiy turizm klasterlarida kompleks DXSh portfellarini shakllantirish. Alohida mehmonxona yoki alohida yo‘l qurish o‘rniga, aeroport, transport, mehmonxonalar, rekreatsion hududlar, raqamli marketing va kadrlar tayyorlashni qamrab oladigan integrallashgan DXSh

[203] Turizm to‘g‘risida: O‘zbekiston Respublikasi Qonuni O‘RQ-549, 18.07.2019. – Elektron resurs. – Rejim kirish: Lex.uz. – URL: https://lex.uz/docs/-4428097

paketlari bo‘yicha tanlov e’lon qilish maqsadga muvofiq. Bunday paketlar investorga ham, davlatga ham sinergetik ta’sir beradi.

4. Forsayt texnologiyalari asosida muntazam muloqot maydonlarini yo‘lga qo‘yish. Har yili kamida bir marta hududiy va milliy darajada turizm forsayt forumlarini o‘tkazish, unda DXSh loyihalarining natijalari, global tendensiyalar, TTDI indeksidagi o‘zgarishlar, yangi texnologiyalar va bozor segmentlari muhokama qilinishi zarur.

5. Mahalliy hamjamiyat va kichik biznesni sheriklikka keng jalb etish. Ziyorat, ekoturizm, agroturizm va madaniy turizm yo‘nalishlarida mahalliy aholi ishtirokini kuchaytirish – DXSh loyihalari uchun ijtimoiy legitimlikni ta’minlaydi. Bu jarayonda grantlar, imtiyozli kreditlar va mahalliy startaplarni qo‘llab-quvvatlovchi fondlar orqali kichik biznesga yo‘naltirilgan alohida blokni shakllantirish lozim.

6. Monitoring va baholash tizimini kuchaytirish. K_{int} va I_{hud} kabi integral ko‘rsatkichlar asosida DXSh loyihalarining yilma-yil monitoringi, natijalar ochiq e’lon qilinishi, shartnomalarda ushbu ko‘rsatkichlar bilan bog‘langan rag‘bat va javobgarlik mexanizmlarini joriy etish zarur. Bu shaffoflik investorlar uchun riskni kamaytiradi va aholi ishonchini oshiradi.

Natijada, davlat va xususiy sektor o‘rtasidagi hamkorlik oddiy infratuzilma qurilishi darajasidan chiqib, hududiy turizm tizimining kelajakdagi arxitekturasini birgalikda loyihalash jarayoniga aylanadi.

3.3. Turzm industriyasini strategik rivojlantirishda barqaror turizmning raqamli transformatsiyasi

Raqamli iqtisodiyot sharoitida barqaror turizm endi alohida soha emas, balki raqamli platformalar, ma’lumotlar oqimi va innovatsion boshqaruvdan iborat murakkab ekotizim ko‘rinishini olmoqda[204]. Raqamli transformatsiya jarayoni turizm zanjirining har bir bosqichiga – turist ehtiyoji shakllanishi, ma’lumot izlash, bron qilish, safar davomida xizmatlardan foydalanish va safar yakunida fikr-mulohaza bildirish bosqichlarigacha – chuqur kirib bormoqda[205]. Turizmning barqarorligi bo‘yicha global kun tartibi esa bu transformatsiyani faqat o‘sish emas, balki

[204] Kayumovich K.O., Navruz-Zoda B.N., Xurramov O.K. Digital tourism and tourism info-structure in Uzbekistan // “Iqtisodiyot va turizm” xalqaro ilmiy va innovatsion jurnali. – 2022. – №1(3). – 72–82 b.
[205] Xurramov O.K. Raqamli turizm. Darslik. – Buxoro: “Sadriddin Salim Buxoriy” MCHJ, 2021.

resurslardan oqilona foydalanish, ijtimoiy adolat va ekologik muvozanat mezonlari bilan bog‘lamoqda[206].

2023 yilda xalqaro turistlar soni 1,3 milliardga etib, pandemiya oldi davrining 89 foizi qayta tiklandi, 2024 yilda esa 1,4 milliard atrofida bo‘lib, 2019 yil ko‘rsatkichining deyarli 99 foiziga chiqdi[207]. Shu bilan birga, sayohat va turizmning global YAIMdagi ulushi 2024 yilda 10 foizni tashkil etib, 10,9 trillion AQSH dollari miqyosidagi iqtisodiy natijani namoyon qildi, sohada 357 millionga yaqin ish o‘rni shakllandi[208]. Bu jarayon raqamli echimlar va barqarorlik tamoyillari uyg‘unligini strategik zarurat darajasiga ko‘tarmoqda.

Milliy va xorijiy adabiyotlarda barqaror turizm ko‘proq iqtisodiy, ijtimoiy va ekologik ustunliklarning muvozanatiga asoslangan, resurslarni hozirgi avlod ehtiyojlarini qondirgan holda kelajak avlodlar imkoniyatini cheklamagan holda boshqarish jarayoni sifatida izohlanadi[209]. Bunday yondashuvda turizm faqat daromad manbai emas, balki hududiy taraqqiyot, bandlik, madaniy merosni saqlash va ekologik xavfsizlik mexanizmi sifatida qaraladi.

Raqamli transformatsiya mohiyati esa xo‘jalik subyektlari faoliyatida raqamli texnologiyalarni qisman joriy qilish emas, balki biznes-modellar, boshqaruv uslublari, iste’molchi bilan muloqot va qaror qabul qilish mexanizmlarining tubdan yangilanishi bilan bog‘liq[210]. Xurramov tomonidan taklif etilgan yondashuvga ko‘ra, raqamli turizm – turistning niyatidan boshlab safar yakuniga qadar bo‘lgan barcha bosqichlarda raqamli texnologiyalarga tayangan xizmatlar tizimi bo‘lib, unda onlayn ma’lumot, elektron bron, raqamli to‘lov, mobil navigatsiya va virtual tajriba uzluksiz zanjirni tashkil etadi[211].

Barqaror turizm va raqamli transformatsiya o‘zaro kesishgan nuqtada quyidagi asosiy yo‘nalishlar vujudga keladi:

- resurs yuklamasini raqamli monitoring qilish va boshqarish
- energiya va suvdan foydalanish samaradorligini aqlli tizimlar orqali oshirish
- turist oqimlarini vaqt va makon bo‘yicha boshqarish orqali ortiqcha yuklamani kamaytirish

[206] UN Tourism. International Tourism Highlights – 2024 Edition. – Madrid: UN Tourism, 2024.
[207] UN Tourism. World Tourism Barometer. January 2025 (2024 yil yakuniy ma’lumotlari). – Madrid: UN Tourism, 2025
[208] World Travel & Tourism Council. Travel & Tourism Economic Impact Research (EIR). – London: WTTC, 2025.
[209] Talwar S. Digitalization and sustainability: virtual reality tourism in a post-pandemic world // Journal of Sustainable Tourism. – 2023.
[210] Park S. Digital Transformation for Sustainable Tourism. – Kyung Hee University, 2022.
[211] Kayumovich K.O., Navruz-Zoda B.N., Xurramov O.K. Digital tourism and tourism info-structure in Uzbekistan // “Iqtisodiyot va turizm” xalqaro ilmiy va innovatsion jurnali. – 2022. – №1(3). – 72–82 b.

- mahalliy aholi daromadlari va bandligini oshiruvchi, yuqori qo‘shilgan qiymatli raqamli xizmatlar yaratish[212].

Bu uyg‘unlik O‘zbekiston sharoitida ayniqsa dolzarb, chunki mamlakat uzoq vaqt “arzon–yaqin” strategiyasi – yaqin mamlakatlardan qisqa muddatli va nisbatan past xarajatli turistlarni jalb qilish modeli bo‘yicha rivojlandi[213]. Raqamli transformatsiya esa bosqichma-bosqich “qo‘shilgan qiymat”li xizmatlar va “uzoq bozorlar”ga chiqish imkoniyatini kengaytiruvchi asosiy vosita sifatida shakllanmoqda.

Barqaror turizmning raqamli transformatsiyasi uchun raqamli infratuzilma strategik tayanch bo‘lib xizmat qiladi. Bu infratuzilma tarkibiga keng polosali va mobil internet tarmoqlari, ma’lumotlarni saqlash va qayta ishlash markazlari, bulut servislar, raqamli to‘lov tizimlari, milliy va hududiy turizm axborot platformalari hamda geoaxborot tizimlari kiradi[214].

O‘zbekiston misolida internet foydalanuvchilari sonining 27 milliondan oshishi, mobil internet qamrovi 95 foizga yaqinlashgani va tezkor internetga ega xo‘jaliklar ulushining 50 foizdan oshishi turizmni raqamlashtirish uchun zarur minimal sharoit yaratilayotganini ko‘rsatadi. Raqamli infratuzilmadagi bu o‘sish, agar turizm geoportallari, yagona bron tizimlari va transport-logistika raqamli platformalari bilan birlashtirilsa, barqaror turizmni boshqarish uchun kuchli ma’lumotlar bazasini yaratadi[215].

Raqamli infratuzilma barqarorlik nuqtai nazaridan uchta asosiy funksiyani bajarishi kerak:

1. **Monitoring** – hududning turizm resurslari holati, tashriflar soni, mavsumiy yuklama, ekologik ko‘rsatkichlar bo‘yicha onlayn kuzatuv.
2. **Bashorat** – katta ma’lumotlar va sun’iy intellekt asosida talab prognozi, resurs yuklamasi va investitsiya samaradorligini oldindan baholash.
3. **Muvazanatni boshqarish** – raqamli narx belgilash, kvota va slot tizimlari, vaqtga bog‘liq bron mexanizmlari orqali turist oqimlarini hudud ichida va hududlar o‘rtasida qayta taqsimlash[216].

Shu ma’noda, raqamli infratuzilma faqat texnik baza emas, balki barqaror turizm siyosatini amaliyotga o‘tkazuvchi boshqaruv Axborot

[212] World Economic Forum. Protecting the magic of travel – and local economies. – 2024.
[213] UN Tourism. Tourism Doing Business – Investing in Uzbekistan. – Madrid: UNWTO, 2023.
[214] Egamberdiyev X.S. Raqamlashtirish sharoitida O‘zbekiston turistik geoportal tizimining tashkiliy arxitekturasi // Ilmiy elektron jurnal. – 2023.
[215] Egamberdiyev X.S. Raqamlashtirish sharoitida O‘zbekiston turistik geoportal tizimining tashkiliy arxitekturasi // Ilmiy elektron jurnal. – 2023.
[216] Samaana M.Y. Digitalization of tourism for sustainable regional development // Ilmiy jurnal. – 2024.

texnologiyalari turizm zanjirining barcha bo‘g‘inlarida qiymat yaratish mexanizmini qayta shakllantirmoqda. O‘zbekiston olimlarining tadqiqotlarida raqamli turizmda quyidagi texnologik bloklar muhim ahamiyat kasb etishi ta’kidlanadi[217]:

- onlayn bron tizimlari va meta-qidiruv platformalari;
- mobil ilovalar va navigatsiya servislar;
- virtual va kengaytirilgan reallik asosidagi madaniy meros taqdimoti;
- raqamli to‘lov va elektron viza tizimlari;
- turist xatti-harakatini tahlil qiluvchi analitik platformalar.

Xalqaro tadqiqotlarda raqamli platformalarning barqarorlikka ta’siri uch yo‘nalishda namoyon bo‘layotgani qayd etiladi: resurslardan foydalanish izini qisqartirish, turist oqimlarini hudud bo‘ylab qayta taqsimlash va yuqori qo‘shilgan qiymatli xizmatlar ulushini oshirish[218].

Yevropa Ittifoqi tomonidan ishlab chiqilgan turizmni raqamli tranzitsiya konsepsiyasida raqamli echimlar yordamida indikatorlarni o‘lchash va kuzatish imkoniyatlari barqaror turizm strategiyalarini ishlab chiqishda “o‘yin qoidalarini o‘zgartiruvchi omil” sifatida talqin qilinadi. Shuningdek, sun’iy intellekt asosidagi echimlar aviatsiyada yo‘nalishlarni optimallashtirish, mehmonxona xo‘jaligida energiya va oziq-ovqat isrofgarchiligini kamaytirish hamda turistlarga shaxsiylashtirilgan, shu bilan birga barqaror sayohat tavsiyalari berish imkonini bermoqda.

Forsayt texnologiyalari raqamli innovatsiyalarni turizm siyosatiga bog‘lashda metodologik “ko‘prik” vazifasini bajarishi mumkin. Fanday yondashuvda raqamli transformatsiya alohida texnik loyiha emas, balki 2030–2035 yillargacha mo‘ljallangan barqaror turizm stsenariylarining ajralmas qismi sifatida ko‘riladi.

Hududiy darajada quyidagi forsayt metodlari samarali qo‘llanishi mumkin:

- Delphi – turizm va IT sohasidagi ekspertlar bilan takroriy so‘rovlar o‘tkazib, asosiy raqamli drayverlar va to‘sqinlik qiluvchi omillarni aniqlash.
- Stsenariy tahlili – “inertsion”, “yetib olish” va “sakrash” stsenariylari bo‘yicha raqamli infratuzilma va barqarorlik ko‘rsatkichlarining ehtimoliy trayektoriyalarini qurish.
- Texnologik yo‘l xaritalari – qisqa, o‘rta va uzoq muddatli raqamli loyihalarni, zarur investitsiyalar va normativ-huquqiy o‘zgarishlarni bosqichlar kesimida aniqlash.

[217] Xodjayev A.R. Raqamli marketing strategiyalarining O‘zbekistonda turistlar xulq-atvoriga ta’sirini tahlil qilish yo‘llari // “Iqtisodiyot va turizm” xalqaro ilmiy va innovatsion jurnali. – 2022.
[218] European Commission. Digital transition of tourism. – Brussels, 2021.

- Morfologik tahlil – turizm segmentlari (ziyorat, ekologik, MICE, agro va boshqalar) bo‘yicha raqamli echimlar kombinatsiyalarini baholash.

Such yondashuv O‘zbekiston hududlari uchun “arzon–yaqin” strategiyasidan bosqichma-bosqich yuqori qo‘shilgan qiymatli va uzoq bozorlar segmentiga o‘tish yo‘lini aniqroq chizib berishi mumkin. Masalan, forsayt natijalariga asoslangan holda ziyorat va madaniy meros yo‘nalishlari uchun virtual va gibrid mahsulotlar, uzoq bozorlarga mo‘ljallangan “premium” tajriba paketlari, ichki bozor uchun esa raqamli sodiqlik dasturlari ustuvor yo‘nalishlar sifatida belgilanishi mumkin[219].

Barqaror turizm sharoitida turistlik resurslardan foydalanish samaradorligi faqat iqtisodiy natija bilan emas, balki ekologik yuklama, ijtimoiy ta’sir va raqamli xizmatlardan foydalanish darajasi bilan kompleks baholanishi lozim[220]. Shu maqsadda quyidagi integral yondashuv taklif etiladi.

Barqaror turizm resurslaridan foydalanishning integral indeksi 3.5-formula asosida hisoblanadi

Har bir hudud uchun barqaror turizm indeksi quyidagicha hisoblanadi:

$$I_{barqaror,j} = w_1 E_j + w_2 S_j + w_3 Ec_j + w_4 D_j \qquad (3.5)$$

bu yerda:

E_j – iqtisodiy samaradorlikning normallashtirilgan ko‘rsatkichi (masalan, turizm daromadlari / turistlar soni);

S_j – ijtimoiy samaradorlik (turizm sohasidagi bandlik ulushi, mahalliy aholi daromadlari va boshqalar);

Ec_j – ekologik barqarorlik ko‘rsatkichi (atrof-muhit yuklamasining teskari indekslashgan qiymati);

D_j – raqamli xizmatlardan foydalanish darajasi indeksi (onlayn bron, raqamli to‘lov, mobil ilovalar orqali murojaatlar ulushi va hokazo);

w_1, w_2, w_3, w_4 – vazn koeffitsientlari bo‘lib, ularning yig‘indisi 1 ga teng.

Ushbu integral indeks yondashuvi klassik “uch ustunli” barqarorlik konsepsiyasini raqamli o‘lchov bilan boyitadi. Iqtisodiy komponent turist boshiga to‘g‘ri keladigan daromadni aks ettiradi, bu ko‘rsatkich yuqori bo‘lsa, “arzon–yaqin” segmentdan yuqori qo‘shilgan qiymatli modelga o‘tish jarayoni tezroq kechayotganini bildiradi[221]. Ijtimoiy komponent

[219] UN Tourism. Tourism Doing Business – Investing in Uzbekistan. – Madrid: UNWTO, 2023.
[220] Samaana M.Y. Digitalization of tourism for sustainable regional development // Ilmiy jurnal. – 2024.; Park S. Digital Transformation for Sustainable Tourism. – Kyung Hee University, 2022.
[221] World Travel & Tourism Council. Travel & Tourism Economic Impact Research (EIR). – London: WTTC, 2025.

mahalliy aholi bandligi va daromadlari o‘sishini, hamda xizmat sifatidan qoniqish darajasi orqali ijtimoiy adolat o‘lchamini ifodalaydi. Ekologik komponent esa tashriflarning tabiiy va madaniy resurslarga tushirayotgan yuklamasini, chiqindilar, suv va energiya iste’moli kabi ko‘rsatkichlar orqali inobatga oladi[222]. Raqamli komponentning kiritilishi esa turizm resurslaridan foydalanishda raqamli transformatsiyaning real rolini aks ettiradi – masalan, onlayn boshqaruv va raqamli monitoring kuchli bo‘lgan hududlarda resurs yuklamasi odatda nisbatan barqaror, xizmatlar esa shaffofroq bo‘ladi. Vazn koeffitsientlari forsayt jarayonlari orqali ekspertlar ishtirokida aniqlanadi; O‘zbekiston sharoitida qisqa muddatda iqtisodiy va raqamli komponentlarga (w_1 va w_4) biroz yuqoriroq, o‘rta va uzoq muddatda esa ekologik va ijtimoiy ko‘rsatkichlarga katta og‘irlik berish maqsadga muvofiq.

3.3.1-jadval

Turizmni barqaror rivojlantirish sharoitida turistlik resurslardan foydalanish samaradorligini baholash mezonlari

№	Ko‘rsatkich nomi	Belgilanishi	Hisoblash mazmuni (soddalashtirilgan)	O‘lchov birligi
1	Turizm resurslaridan iqtisodiy foydalanish koeffitsienti	E_j	Turizm daromadlari / xorijiy turistlar soni	AQSH dollari / turist
2	Turizm sohasida bandlik ulushi	S_j	Turizm sohasida bandlar / mehnatga layoqatli aholi	foiz
3	Ekologik yuklama koeffitsienti	Ec_j	1 – (faktik tashriflar / ekologik jihatdan maqbul tashriflar sig‘imi)	nisbiy birlik
4	Raqamli xizmatlardan foydalanish ulushi	D_j	Onlayn bron va raqamli to‘lov bilan kelgan turistlar / jami turistlar	foiz
5	Barqaror turizm integral indeksi	$I_{barqaror,j}$	(3.1) formula bo‘yicha hisoblanadi	nisbiy birlik

[222] UN Tourism. International Tourism Highlights – 2024 Edition. – Madrid: UN Tourism, 2024.

Ushbu 3.3.1-jadval hududlar kesimida indikatorlarni standartlashtirish, ma’lumotlarni yig‘ish va keyingi bosqichda integral indeksni hisoblashni soddalashtiradi.

Raqamli transformatsiya sharoitida hududning turizm resurslarini baholash faqat resurslar soni yoki ulug‘vorligi bilan emas, balki ularning raqamli taqdimoti va boshqaruv darajasi bilan ham bog‘lanishi zarur. Shu maqsadda ko‘p mezonli ball-reyting yondashuvi taklif qilinadi.

3.3.2-jadval

Hududning turizm resurslarini ko‘p mezonli yondashuv asosida baholash metodikasi[223]

Resurs toifasi	Baholash mezonlari	Ball diapazoni (1–5)	Og‘irlik koeffitsienti	Izoh (5 ball talqini)
Tabiiy-landshaft resurslar	Noyoblik, saqlanganlik, ekologik sig‘im, yil bo‘yicha foydalanish imkoniyati	1–5	0,25	Juda yuqori noyoblik, yaxshi saqlangan, tashrif sig‘imi muvozanatli
Madaniy-tarixiy resurslar	Xalqaro tan olinishi, autentiklik, infratuzilma ta’minoti	1–5	0,25	Jahon darajasida tan olingan, ziyoratchi infratuzilmasi to‘liq
Turizm infratuzilmasi	Mehmonxona fondu, transport, servis tarmoqlari zichligi	1–5	0,20	Turist uchun barcha asosiy xizmatlar yuqori sifatda mavjud
Raqamli infratuzilma	Internet qamrovi, raqamli bron tizimlari, geoportal va mobil ilovalar mavjudligi	1–5	0,20	Hudud to‘liq raqamli xarita, onlayn bron, raqamli gid bilan qamrab olingan
Boshqaruv va brending	Destinatsiya boshqaruv tashkilotlari, barqarorlik siyosati, brend strategiyasi	1–5	0,10	Strategik hujjatlar va samarali boshqaruv tizimi to‘liq ishlamoqda

[223] UN Tourism. Tourism Doing Business – Investing in Uzbekistan. – Madrid: UNWTO, 2023. ma’lumotlari asosida muallif tomonidan ishlab chiqilgan

Hudud bo‘yicha umumiy resurs indeksi quyidagicha hisoblanadi: mezonlar bo‘yicha ball 1–5 oralig‘ida belgilanadi, so‘ng har bir resurs toifasi bo‘yicha o‘rtacha ball olinadi va tegishli og‘irlik koeffitsientiga ko‘paytiriladi. Yakuniy yig‘indi 1–5 oralig‘ida baholanadigan integral resurs indeksi bo‘ladi. Raqamli infratuzilmaga alohida blok sifatida og‘irlik berilishi hududning raqamli barqaror turizm salohiyatini aniqroq aks ettiradi.

Jahon ko‘lamida turizm 2024 yilda pandemiyadan oldingi darajaga deyarli to‘liq qaytdi. Xalqaro turistlar soni 1,3 milliarddan 1,4 milliardga o‘sdi, bu 2023 yilga nisbatan 11 foizlik o‘sishni anglatadi[224]. Sayohat va turizmning global YAIMdagi ulushi 10 foiz atrofida shakllangi, sohada 357 million ish o‘rni yaratildi[225]. Raqamli va “aqlli” echimlar joriy etilishi bo‘yicha yetakchi mamlakatlar barqarorlik ko‘rsatkichlarida ham yuqori natijalar qayd etmoqda[226].

Jadvaldan ko‘rinib turibdiki, xalqaro turistlar soni 2024 yilda pandemiya oldi darajalariga deyarli qaytdi, lekin iqtisodiy ko‘rsatkichlar – daromad va YAIMdagi ulush – sifat jihatidan o‘zgarishlarni aks ettirmoqda. Xalqaro turizm eksport daromadlari 2023 yilda allaqachon 1,8 trillion AQSH dollariga etgan va real qiymatda pandemiya oldi darajalariga juda yaqinlashgan[227]. WTTC ma’lumotlariga ko‘ra, turizmning global YAIMdagi ulushi 2024 yilda 10 foizga chiqishi, bu esa sohaning nafaqat tiklanishini, balki boshqa tarmoqlarga nisbatan tezroq o‘sayotganini bildiradi[228]. Bu holat talabning “miqdor”dan “sifat”ga, ya’ni uzoqroq bozorlar, yuqori qo‘shilgan qiymatli xizmatlar va uzoq muddatli safarlarga siljishidir[229]. Raqamli transformatsiya aynan shu o‘zgarishlarning asosi bo‘lib, yuqori texnologiyali destinatsiyalar raqamli boshqaruv, aqlli infratuzilma va big data asosida turist oqimlari va resurs yuklamasini yanada nozik boshqarishga muvaffaq bo‘lmoqda. Keyingi o‘n yillikda kutilayotgan o‘sish asosan raqamli infratuzilma va barqarorlik siyosatini uyg‘unlash uchun tezkor harakat qilgan mamlakatlarga ko‘proq foyda keltiradi. Biroq, tarkibiy jihatdan turistlar oqimi hanuz asosan yaqin mamlakatlar, ayniqsa Markaziy Osiyo va MDH bozorlariga tayanadi. Bu model “arzon–yaqin” strategiyasining davom etayotganini bildiradi: qisqa muddatli tashrif, nisbatan past xarajat va ko‘proq transport yaqinligiga asoslangan talab. Shu

[224] UN Tourism. World Tourism Barometer. January 2025 (2024 yil yakuniy ma’lumotlari). – Madrid: UN Tourism, 2025
[225] World Travel & Tourism Council. Travel & Tourism Economic Impact Research (EIR). – London: WTTC, 2025.
[226] European Commission. Digital transition of tourism. – Brussels, 2021.
[227] UN Tourism. International Tourism Highlights – 2024 Edition. – Madrid: UN Tourism, 2024.
[228] World Travel & Tourism Council. Travel & Tourism Economic Impact Research (EIR). – London: WTTC, 2025.
[229] World Economic Forum. Protecting the magic of travel – and local economies. – 2024.

bilan birga, so‘nggi yillarda vizani soddalashtirish, yangi avia yo‘nalishlar, madaniy va ziyorat festivallari orqali uzoq bozorlar – Yevropa, Osiyo–Tinch okeani mintaqasi hamda Shimoliy Amerika yo‘nalishlariga chiqish uchun zamin yaratildi[230]. Bu jarayonni tezlashtirish uchun raqamli platformalar, ko‘p tilli kontent, onlayn reputatsiyani boshqarish va uzoq bozorlar uchun moslashtirilgan yuqori qo‘shilgan qiymatli mahsulotlar zarur. Shunday qilib, son jihatdan o‘sish bosqichi deyarli yakunlangan, endi sifat jihatidan “raqamli barqarorlik” bosqichiga o‘tish asosiy vazifa bo‘lib qolmoqda.

Hududiy turizmni boshqarishda raqamli transformatsiya darajasini alohida indikator sifatida o‘lchash zarur.

Turizm sohasida raqamli transformatsiya indeksi

$$RTI_j = \frac{DI_j + DS_j + DO_j + DG_j}{4} \quad (3.6)$$

bu yerda:

DI_j – raqamli infratuzilma indeksi (internet qamrovi, tezlik, mobil aloqa, raqamli to‘lov tizimlari mavjudligi);

DS_j – raqamli xizmatlar indeksi (onlayn bron, e-viza, mobil ilovalar, virtual gidlar);

DO_j – ochiq ma’lumotlar va analitika indeksi (ochiq turizm ma’lumotlar portali, real vaqt statistikasi, indikatorlar tizimi);

DG_j – raqamli boshqaruv va kibermuhofaza indeksi (yagona standartlar, axborot xavfsizligi, raqamli kompetensiyalar).

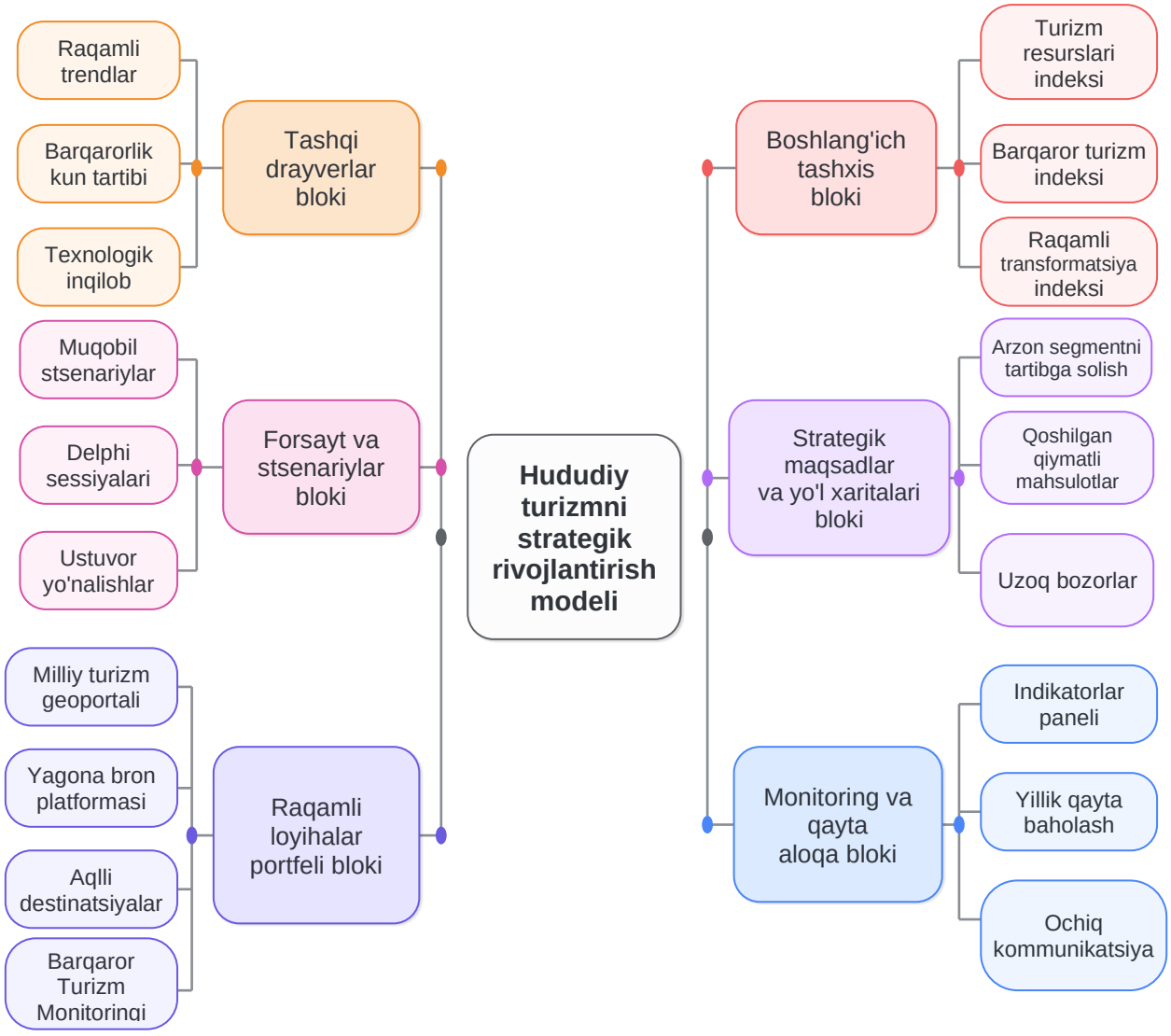
Indeks 0 dan 1 gacha intervalda normallashtiriladi; 0,8 va undan yuqori qiymatlar “raqamli yetakchi”, 0,5–0,8 oralig‘i “transformatsiya jarayonida”, 0,5 dan past ko‘rsatkichlar esa “boshlang‘ich bosqich” sifatida tavsiflanadi.

RTI indeksi turizmni raqamlashtirish darajasi haqida soddalashtirilgan, lekin amaliy jihatdan qulay tasavvur beradi. DI komponenti mamlakat yoki hududning texnik tayyorgarligini aks ettirib, internet qamrovi, tezlik, raqamli to‘lov va mobil aloqa tizimlarini qamrab oladi[231]. DS indeksi turist ko‘zidan ko‘rinadigan raqamli xizmatlar – bron tizimlari, e-viza, onlayn kassa va mobil gidlarni baholaydi; aynan shu komponent “uzoq bozorlar”ga chiqishda eng sezilarli farqlash omili bo‘lib

[230] UN Tourism. Tourism Doing Business – Investing in Uzbekistan. – Madrid: UNWTO, 2023.

[231] Kayumovich K.O., Navruz-Zoda B.N., Xurramov O.K. Digital tourism and tourism info-structure in Uzbekistan // “Iqtisodiyot va turizm” xalqaro ilmiy va innovatsion jurnali. – 2022. – №1(3). – 72–82 b.

xizmat qiladi[232]. DO indeksi barqarorlik nuqtai nazaridan muhim, chunki indikatorlar, ochiq ma’lumotlar va real vaqt statistikasi bo‘lmasa, resurs yuklamasini boshqarish va forsayt modellarini shakllantirish imkoni cheklangan bo‘ladi. Nihoyat, DG indeksi raqamli boshqaruv, me’yoriy-huquqiy baza va axborot xavfsizligi jihatlariga e’tibor qaratadi. Raqamli transformatsiyani “texnika o‘rnatish” darajasidan haqiqiy boshqaruv transformatsiyasiga aylantirish aynan shu komponent orqali amalga oshadi. O‘zbekiston uchun qisqa muddatda DI va DS bo‘yicha ko‘rsatkichlarni tez oshirish, o‘rta muddatda esa DO va DG orqali barqaror boshqaruvga o‘tish maqsadga muvofiq.



3.3.1-rasm. Forsayt texnologiyalariga asoslangan barqaror turizmning raqamli transformatsiyasi konseptual modeli

[232] Talwar S. Digitalization and sustainability: virtual reality tourism in a post-pandemic world // Journal of Sustainable Tourism. – 2023.

3.3.1-rasmda Keltirilgan model raqamli transformatsiyani barqaror turizm strategiyasi bilan birlashtiruvchi konseptual “ramka” sifatida qaralishi mumkin. Uning birinchi blokida jahon trendlari, texnologik o‘zgarishlar va barqarorlik bo‘yicha global talablar aniq qayd etiladi, bu esa milliy va hududiy strategiyani ichki emas, balki xalqaro kontekstda shakllantirish imkonini beradi[233],[234]. Ikkinchi blok diagnostika vazifasini bajaradi: resurs indeksi, barqarorlik indeksi (3.1) va raqamli indeksi (3.2) orqali hududning real holati raqamlar bilan ifodalanadi.

Uchinchidan, forsayt va stsenariylar bosqichi strategik fikrlashni “kecha–bugun”dan “bugun–ertaga–indinga” siljitadi; bu yerda “arzon–yaqin” modelini saqlab qolish yoki undan chiqish variantlari aniqroq shakllanadi. To‘rtinchi va beshinchi bloklar yo‘l xaritalari va raqamli loyihalar portfelini shakllantirib, investitsiyalar va normativ-huquqiy islohotlar uchun aniq yo‘nalish beradi. Nihoyat, monitoring va qayta aloqa tizimi real natijalarni doimiy ravishda baholab, stsenariylar va vazn koeffitsientlarini yangilash imkonini yaratadi; bu jarayon barqaror turizmni “bir martalik loyiha” emas, balki uzluksiz o‘rganish va moslashuv jarayoniga aylantiradi. Barqaror turizmning raqamli transformatsiyasi O‘zbekiston hududlari uchun bir vaqtning o‘zida ham xavf, ham imkoniyat sifatida namoyon bo‘lmoqda. Xavf – raqamli infratuzilmaga etarli e’tibor berilmasa, “arzon–yaqin” modelining inersiyasi uzoq davom etishi va resurslar haddan tashqari yuklanishi mumkinligida. Imkoniyat esa raqamli texnologiyalar yordamida yuqori qo‘shilgan qiymatli mahsulotlar yaratish, uzoq bozorlarga chiqish va resurslardan foydalanishni nozik boshqarish imkoniyatining keskin kengayishida. Paragraf doirasida taklif etilgan metodik echimlar quyidagi amaliy tavsiyalarni shakllantirish imkonini beradi:

1. Indikatorlar tizimi darajasida – har bir viloyat uchun $I_{barqaror,j}$ va RTI_j indekslarini joriy etish, ularni yilma-yil forsayt sikllarida qayta hisoblash va Strategik rivojlanish dasturlariga bog‘lash.
2. “Arzon–yaqin”dan “qo‘shilgan qiymat”ga o‘tish – raqamli platformalar yordamida uzoq bozorlarga mo‘ljallangan premium paketlar, tematik marshrutlar va virtual komponentli mahsulotlarni (masalan, VR ekskursiyalar, gibrid onlayn–oflayn tadbirlar) ustuvorlashtirish.
3. “Uzoq bozorlar”ga raqamli chiqish – ko‘p tilli kontent, xalqaro reyting va sharh platformalaridagi reputatsiya boshqaruvi, raqamli

[233] World Economic Forum. Travel & Tourism Development Index 2024 – Insight report. – Geneva: WEF, 2024.
[234] World Economic Forum. Protecting the magic of travel – and local economies. – 2024.

marketing va maqsadli reklama kampaniyalarini markazlashgan tarzda qo‘llab-quvvatlash.

4. Forsayt institutlashuvi – turizm va raqamli iqtisodiyot bo‘yicha doimiy ekspertlar kengashi, raqamli laboratoriya va tajriba maydonlari (smart-destinatsiyalar)ni yaratish, ularni ilmiy tadqiqot va biznes bilan bog‘lash.

Shunday qilib, barqaror turizmning raqamli transformatsiyasi O‘zbekiston uchun oddiy modernizatsiya emas, balki iqtisodiy, ijtimoiy va ekologik manfaatlarni birlashtiruvchi strategik “sakrash” imkoniyatidir. Bu sakrashning muvaffaqiyati esa raqamli infratuzilmani kuchaytirish, ilmiy asoslangan indikatsion tizimni joriy etish, forsayt texnologiyalaridan tizimli foydalanish va “arzon–yaqin” modelidan “qo‘shilgan qiymat” hamda “uzoq bozorlar”ga asoslangan yangi paradigmaga o‘tish tezligi bilan belgilanadi.

IV BOB. TURIZM INDUSTRIYASINI RIVOJLANTIRISHNING KELAJAKDAGI STRATEGIK YO‘NALISHLARI VA IQTISODIY SAMARADORLIGINI OSHIRISHDA INNOVATSION YONDASHUVLAR

4.1. Turizmni strategik rivojlantirish va samaradorlikni baholash mezonlari

Hozirgi davrda jahon turizm industriyasi pandemiya davridan keyingi tiklanish bosqichini yakunlab, barqaror o‘sish va yangi tarkibiy o‘zgarishlar bosqichiga o‘tmoqda. BMTning Turizm bo‘yicha Butunjahon tashkiloti ma’lumotlariga ko‘ra, 2024 yilda xalqaro sayyohlar soni 1,45 mlrd nafarga etib, 2019 yil darajasining deyarli to‘liq tiklanishi hamda 2023 yilga nisbatan 11,5 foiz o‘sish qayd etilgan[235]. Jahon sayohat va turizm kengashining (WTTC) 2024 yilgi hisobotida esa 2024 yilda sayohat va turizmning jahon YAIMidagi ulushi 10 foizni, yalpi hajmi 10,9 trln AQSh dollarini tashkil etgani va 357 mln atrofida ish o‘rinlarini qo‘llab-quvvatlagani ko‘rsatiladi[236].

Bu jarayonlar turizmni “tez daromad keltiruvchi xizmatlar majmui” sifatida emas, balki yuqori qo‘shilgan qiymat yaratadigan, hududiy iqtisodiyotni diversifikatsiya qiladigan va barqaror rivojlanish maqsadlariga xizmat qiladigan strategik tarmoq sifatida ko‘rishni taqozo etmoqda. OECDning “Tourism Trends and Policies 2024” nashrida turizm siyosatini makroiqtisodiy barqarorlik, raqamli transformatsiya, yashil iqtisodiyot va inkluzivlik bilan integratsiyalash zarurligi alohida ta’kidlanadi. Jahon iqtisodiy forumining 2024 yilgi “Travel & Tourism Development Index” (TTDI) hisobotida ham turizm raqobatbardoshligini baholashda an’anaviy resurs va infratuzilma ko‘rsatkichlari bilan bir qatorda barqarorlik, innovatsiya, ijtimoiy inklyuzivlik va boshqaruv sifati kabi mezonlar kuchayib borayotgani qayd etiladi[237].

O‘zbekiston ham mazkur global tendensiyalar ta’sirida turizmni milliy iqtisodiy taraqqiyotning ustuvor yo‘nalishi sifatida ko‘rib, huquqiy va

[235] UN Tourism. UN Tourism Data Dashboard va World Tourism Rankings 2024 [Elektron resurs]. – Rejim: UN Tourism ma’lumotlar panellari (Untourism)
[236] World Travel & Tourism Council. Travel & Tourism Economic Impact 2024. Global Trends Report. – London, 2024 [Elektron resurs]. (researchhub.wttc.org)
[237] World Economic Forum. Travel & Tourism Development Index 2024. Insight Report. – Geneva, 2024

institutsional asoslarni tubdan yangiladi. “Turizm to‘g‘risida”gi Qonunning yangi tahriri qabul qilinishi, PF-6199-son Farmon orqali turizm, sport va madaniy meros sohalarida boshqaruv tizimining qayta tashkil etilishi, shuningdek, Vazirlar Mahkamasining 433-son va 484-son qarorlari binoan “O‘zbekiston bo‘ylab sayohat qil!” dasturining joriy etilishi strategik yondashuvning normativ poydevorini mustahkamladi[238].

Ilmiy adabiyotlarda turizmni strategik rivojlantirish, odatda, uzoq muddatli maqsadlarni belgilash va ularni amalga oshirish uchun resurslarni rejalashtirish, institutsional islohotlar va bozor mexanizmlarini uyg‘un holda qo‘llash jarayoni sifatida talqin etiladi[239]. Xususan, turizm raqobatbardoshligiga bag‘ishlangan ishlar turizm siyosatini quyidagi komponentlar orqali ko‘rishni taklif etadi[240]

- huquqiy muhit va institutsional tizim
- infratuzilma va transport kirish imkoniyatlari
- turistik resurslar (tabiiy, madaniy, rekreatsion)
- inson kapitali va xizmatlar sifati
- innovatsiyalar va raqamli transformatsiya
- barqarorlik hamda ijtimoiy ta’sir.

O‘zbekiston olimlari – K. Abduraxmanov, F. Aziztayeva, K. Kaxxoraliyev, B. Janzakov va boshqalar ishlarida turizmni strategik rivojlantirish milliy iqtisodiyot tarkibida qulay biznes muhit, samarali investitsiya mexanizmlari, klasterlashuv, davlat-xususiy sheriklik va hududiy ixtisoslashuv orqali amalga oshirilishi zarurligi ko‘rsatib o‘tiladi[241]. Turistik-rekreatsion resurslardan foydalanish bo‘yicha tahlillar esa tabiiy, madaniy va mehnat resurslarini kompleks boshqarish, yuklama chegaralarini hisobga olish hamda hududiy brendingni rivojlantirishni talab qilmoqda. Jahon tajribasi shuni ko‘rsatadiki, strategik yondashuv faqat turistlar oqimini ko‘paytirish bilan cheklanmaydi. U, avvalo, quyidagi yo‘nalishlar birlikda boshqarilganda samara beradi:

- turizmni YAIM va bandlikdagi ulushini oshirish
- turist boshiga to‘g‘ri keladigan daromadni ko‘paytirish

[238] O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Farmoni PF-6199-son “Turizm, sport va madaniy meros sohalarida davlat boshqaruvi tizimini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”, 06.04.2021

[239] Li G. va boshq. Evaluation and analysis of tourism resources and environmental carrying capacity (TRECC) of 278 cities in China: A pressure-support perspective // Journal of Cleaner Production. – 2023

[240] Stoicea D.-M. The Competitiveness of the Destination and the Development of Tourism in Romania: Problems and Challenges // Annals of University of Craiova – Economic Sciences Series. – 2022.

[241] Aziztayeva F. A. Turizm industriyasining rivojlanish imkoniyatlari va o‘ziga xos xususiyatlari // Iqtisodiyot va biznes bo‘yicha ilmiy maqola. – 2024.; Kaxxoraliev K. O‘zbekistonda turistik majmualar faoliyatini takomillashtirish va raqobatbardoshligini oshirish yo‘llari // “Iqtisodiyot va turizm” xalqaro ilmiy jurnali. – 2023.; Janzakov B. Turistik biznes taraqqiyoti va uni respublikada raqobatbardoshlikka mos rivojlantirish yo‘llari // “Iqtisodiy taraqqiyot va tahlil” jurnali. – 2025.

- turizmning hududlararo nomutanosibligini kamaytirish
- iqlim o‘zgarishi, ekologik yuklama va madaniy merosga salbiy ta’sirlarni minimallashtirish
- raqamli xizmatlar, ma’lumotlar tahlili va innovatsion mahsulotlar orqali qo‘shilgan qiymatni oshirish.

O‘zbekiston turizm rivojlanishining dastlabki bosqichlarida strategiya, asosan, “arzon–yaqin” modeliga tayanib, qo‘shni va mintaqaviy bozorlardan – Qozog‘iston, Qirg‘iziston, Rossiya, boshqa MDH davlatlaridan turistlar oqimini jalb etishga qaratilgan edi[242] . Bunday yondashuv qisqa muddatda oqimni tez ko‘paytirish imkonini bersa-da, qo‘shilgan qiymat past, sarf-harajatlar nisbati esa yuqori bo‘lib qoladi.

Bugungi kunda davlat siyosati bosqichma-bosqich “qo‘shilgan qiymatga yo‘naltirilgan” va “uzoq bozorlar”ga kengaytirilgan modelga o‘tmoqda. Bu modelning asosiy tarkibiy qismlarini quyidagicha umumlashtirish mumkin

- Segmentlashtirish – yaqin mintaqaviy bozorlar hisobidan barqaror turist oqimini saqlagan holda, Yevropa, Sharqiy Osiyo, Yaqin Sharq va Shimoliy Amerika kabi uzoq bozorlardan yuqori to‘lovga qodir segmentlarni jalb qilish.
- Qo‘shilgan qiymat – tematik marshrutlar (Buyuk Ipak yo‘li, ziyorat, gastronomik, ekologik, qishloq turizmi), MICE-turizm, yuqori servisli mehmonxonalar va tajriba asosidagi mahsulotlar hisobiga bir turistga to‘g‘ri keladigan daromadni oshirish.
- Diversifikatsiya – tarixiy shaharlar (Samarqand, Buxoro, Xiva) bilan bir qatorda tog‘li, cho‘l, suv-inshootlari va rekreatsion hududlarda yangi markazlar va klasterlar shakllantirish.
- Raqamli platformalar – onlayn bron qilish, raqamli marketing, ma’lumotlar tahlili, dinamik narx belgilash orqali talabni segmentlar bo‘yicha boshqarish.

TTDI 2024 hisobotida O‘zbekistonning reytingi 94-o‘rindan 78-o‘ringa ko‘tarilgani, ayniqsa “T&T resurslari” va “T&T barqarorligi” yo‘nalishlarida ballarning sezilarli o‘sishi mazkur strategik burilishni tasdiqlovchi muhim signal bo‘lib xizmat qiladi[243].

[242] O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 433-son qarori “O‘zbekiston Respublikasida turizm sohasini tiklash va rivojlantirish uchun qulay shart-sharoitlarni yaratish chora-tadbirlari to‘g‘risida”, 10.07.2020

[243] World Economic Forum. Travel & Tourism Development Index 2024. Insight Report. – Geneva, 2024

Zamonaviy ilmiy adabiyotlarda turizm samaradorligini baholash, asosan, uch darajada ko‘rib chiqiladi[244]

- makro daraja – turizmning YAIM, bandlik, to‘lov balansi, investitsiyalar va fiskal tushumlardagi ulushi
- mezo daraja – alohida hudud yoki klasterlar kesimida turistik oqimlar, resurslarga yuklama, mavsumiylik, hudud brendi va boshqaruv sifati
- mikro daraja – korxona yoki loyiha darajasida foydalilik, rentabellik, mehnat unumdorligi, xizmatlar sifati.

Turizm samaradorligini baholashning zamonaviy metodikalarida ma’lumotlarni ko‘p mezonli tahlil qilish, indekslash, ma’lumotlar qatlami bo‘yicha taqqoslash va fazoviy-dinamik tahlil usullari keng qo‘llaniladi. Xususan, Data Envelopment Analysis (DEA) usuliga asoslangan ishlarda mamlakat yoki hudud turizm samaradorligini kirish-chiqish ko‘rsatkichlari asosida baholash amaliyoti shakllangan[245].

Ammo O‘zbekiston sharoitida turistik resurslarning o‘ziga xosligi, hududlararo farqlar va statistik ma’lumotlar sifati e’tiborga olinsa, samaradorlikni baholashda qo‘shma yondashuv – klassik ko‘rsatkichlar bilan bir qatorda soddalashtirilgan indekslar va ekspert baholarini integratsiyalash maqsadga muvofiq. Quyida “turistik resurslardan foydalanish samaradorligini baholash” hamda “hududning turizm resurslarini baholash metodikasi” bo‘yicha taklif etilayotgan mezonlar tizimi va ularning jadval shaklidagi ifodasi keltiriladi.

4.1.1-jadval

Turizmni barqaror rivojlantirish sharoitida turistik resurslardan foydalanish samaradorligini baholash mezonlari[246]

Mezon guruhi	Asosiy ko‘rsatkichlar	Mazmuni	O‘lchov birligi	Hisoblash yondashuvi va manba
Iqtisodiy samaradorlik	1. Turistlar soni (T) 2. Turizm tushumi (R) 3. Bir turistga to‘g‘ri keladigan daromad ($R_ı$) 4. Investitsiya qaytimi (ROI)	Hududga tashrif buyurgan xalqaro va ichki turistlar oqimi, umumiy turizm tushumi hamda har bir turist hissasiga to‘g‘ri keladigan daromad va	T – kishi, R – mln/ mlrd so‘m yoki AQSh dollari, $R_ı$ – AQSh dollari/turist, ROI – foiz	$R_ı = R / T$; ROI = (Sof daromad / Investitsiya hajmi) × 100. Manbalar: Davlat statistika qo‘mitasi,

[244] Li G. va boshq. Evaluation and analysis of tourism resources and environmental carrying capacity (TRECC) of 278 cities in China: A pressure-support perspective // Journal of Cleaner Production. – 2023; Xue D. va boshq. Exploring Tourism Efficiency and Its Drivers to Understand the Spatial–Temporal Differences // Sustainability. – 2022.

[245]. “Tourist flows” 2024 yil yakuniy ma’lumoti. – Toshkent, 2025

[246] O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi va UN Tourism. World Tourism Barometer. September 2024 (EXCERPT) [Elektron resurs]. – Rejim: UN Tourism rasmiy sayti (Pre-Web UNWTO) ma’lumotlari asosida muallif tomonidan ishlab chiqilgan

		kiritilgan investitsiyalarning qaytishi		WTTC, soliq organlari
Ijtimoiy samaradorlik	1. Turizmda bandlik ulushi 2. Yangi ish o‘rinlari soni 3. Aholi jon boshiga turizmdan tushadigan daromad	Turizm tarmog‘ining bandlikka qo‘shgan hissasi, yangi ish o‘rinlari va aholi daromadlari o‘sishidagi roli	Foiz, kishi, so‘m/aholi	Bandlik ulushi = Turizmda band bo‘lganlar / Umumiy bandlar × 100; aholi jon boshiga turizm daromadi = Turizm daromadi / Aholi soni
Ekologik-barqarorlik	1. Resurslardan foydalanish yuklamasi koeffitsiyenti K_{TR} 2. Ekologik iz EF 3. Ochiq yashil maydonlar ulushi	Turistik rekreatsion hududlarning ekologik sig‘imi bilan solishtirilgan real yuklama, turizm faoliyatining ekologik izlari va yashil hududlar ulushi	K_{TR} – nisbiy, EF – gektar/turist, foiz	$K_{TR} = \frac{T_{haq}}{T_{sig}}$ (qarang 4.1 formula); EF maxsus metodika asosida baholanadi. Ma’lumotlar: Ekologiya vazirligi, UN Tourism, mahalliy monitoring
Institutsional va innovatsion samaradorlik	1. Turizm boshqaruvining institutsional sifati 2. Raqamli xizmatlar ulushi 3. Davlat-xususiy sheriklik loyihalari soni 4. TTDI indeksida o‘rin va ball	Normativ-huquqiy baza, boshqaruv organlari samaradorligi, raqamli servislar, DXS loyihalari, xalqaro indekslardagi pozitsiyalar	Ball (0–5), foiz, birlik, indeks balli	Ekspert baholash asosida 0–5 ball; raqamli xizmatlar ulushi = raqamli kanallar orqali sotilgan paketlar / jami paketlar × 100; TTDI bo‘yicha WEF ma’lumotlari

Turistik resurslardan foydalanishning ekologik va rekreatsion jihatdan maqbulligini aniqlash uchun quyidagi koeffitsiyent taklif etiladi

$$K_{TR} = \frac{T_{haq}}{T_{sig}} \qquad (4.1)$$

bu yerda

- T_{haq} – ma’lum davrda hududga tashrif buyurgan real turistlar soni (kishi/yil)
- T_{sig} – hududning ekologik va infratuzilma sig‘imi bo‘yicha ruxsat etilgan maksimal turistlar soni (kishi/yil).

Taklif etilayotgan K_{TR} koeffitsiyenti turistik resurslardan foydalanish samaradorligini barqarorlik mezonlari nuqtayi nazaridan baholashga xizmat

qiladi. Agar K_{TR}< 0,3 bo‘lsa, resurslardan foydalanish darajasi past, turizm salohiyati etarlicha ishga solinmayapti, deb baholash mumkin. K_{TR} ning 0,3–0,7 oralig‘i hududlar uchun optimal zona bo‘lib, bu holatda infratuzilma imkoniyatlari va ekologik yuklama o‘rtasida muvozanat ta’minlanadi. Ko‘rsatkich 1 ga yaqinlashganda yoki undan oshganida esa ortiqcha yuklama – “overtourism” xavfi paydo bo‘ladi, bu esa tabiiy va madaniy resurslarning degradatsiyasi, xizmatlar sifati pasayishi hamda lokal aholi noroziligiga olib kelishi ehtimoli yuqori[247],[248]. O‘zbekiston sharoitida ushbu koeffitsiyent ayniqsa tog‘li hududlar, milliy bog‘lar va tarixiy yodgorliklar joylashgan shaharlarda qo‘llanishi maqsadga muvofiq. Normativ darajalar ekologik monitoring, tashrif buyuruvchilar oqimi va infratuzilma sig‘imi bo‘yicha ilmiy tadqiqotlar asosida aniqlanishi lozim. Bu yondashuv “arzon–yaqin” modelidan sifat va qo‘shilgan qiymatga asoslangan strategiyaga o‘tishda turizm hajmini emas, balki resurslar bilan uyg‘un darajada boshqariladigan turist oqimini maqsad sifatida belgilash imkonini beradi.

4.1.2-jadval

Hududning turizm resurslarini baholash metodikasi (integral indeks yondashuvi)[249]

Baholash yo‘nalishi	Ko‘rsatkichlar tizimi	Hisoblash tartibi (qisqacha)	Baholash diapazoni	Metodik yondashuv
Tabiiy resurslar	Tabiiy landshaftlar xilma-xilligi, iqlimning sayyohlik jozibadorligi, suv resurslari, biologik xilma-xillik, rekreatsion sig‘im	Har bir ko‘rsatkich 0–1 gacha normalizatsiya qilinadi; masalan, rekreatsion sig‘im bo‘yicha yuqori salohiyatli hududlarga yuqori ball beriladi	0–1 (har bir ko‘rsatkich uchun), integral bo‘yicha 0–100	Standardizatsiya va ekspert baholash asosida w_1 og‘irlik bilan indekslash
Madaniy va tarixiy resurslar	YUNESKO obyektlari soni, milliy reyestrga kiritilgan me’moriy yodgorliklar, muzeylar va madaniy tadbirlar, merosning autentiklik darajasi	Mezonlar bo‘yicha ball berish (0–5), keyin 0–1 gacha normalizatsiya qilish; xalqaro e’tirof (UNESCO, TTDI indikatorlari)	0–1, integral indeks 0–100	Ballari vaznli o‘rtacha orqali hisoblanadi

[247] Li G. va boshq. Evaluation and analysis of tourism resources and environmental carrying capacity (TRECC) of 278 cities in China: A pressure-support perspective // Journal of Cleaner Production. – 2023

[248] “O‘zbekistonda turistik-rekreatsion resurslardan foydalanish holati va dinamikasi tahlili” // Iqtisodiyot va turizm bo‘yicha ilmiy maqola. – 2025.

[249] World Economic Forum. Travel & Tourism Development Index 2024. Insight Report. – Geneva, 2024; World Travel & Tourism Council. Travel & Tourism Economic Impact 2024. Global Trends Report. – London, 2024 [Elektron resurs]. (researchhub.wttc.org) ma’lumotlari asosida muallif tomonidan ishlab chiqilgan

		alohida inobatga olinadi		
Turizm infratuzilmasi	Mehmonxona o‘rinlari soni, transport kirish imkoniyati, raqamli xizmatlar mavjudligi, ovqatlanish va rekreatsion obyektlar zichligi	Ko‘rsatkichlar aholi soni, hudud maydoni va turistlar oqimiga nisbatan keltiriladi (1000 aholiga, 1 km² ga nisbatan)	0–1, integral indeks 0–100	Normalizatsiya va og‘irliklar (w_2) orqali indekslash
Boshqaruv va institutsional muhit	Normativ-huquqiy baza sifati, strategik hujjatlar mavjudligi, DXSH loyihalari soni, marketing va brending siyosati	Ekspertlar tomonidan 0–5 ball, TTDI bo‘yicha alohida indikatorlar bilan solishtirish	0–1, integral indeks 0–100	Ballar tahlili, ekspert og‘irliklari (w_3)
Ijtimoiy-iqtisodiy natijalar	Turizmda bandlik, aholi daromadlari, hududiy nomutanosiblik, ijtimoiy qoniqish darajasi	Statistika ma’lumotlari; ijtimoiy so‘rovlar natijalarini qo‘shish	0–1, integral indeks 0–100	Indekslashtirish va regressiya tahlili (ixtiyoriy)

Hududning turizm resurslari bo‘yicha integral bahosini quyidagi ko‘rinishda aniqlash taklif etiladi

$$I_{TR} = \sum_{i=1}^{n} w_i \cdot x_i^* \quad (4.2)$$

bu yerda:

I_{TR} – hududning integrallashgan turizm resurslari indeksi (0–1 yoki 0–100 oralig‘ida)

x_i^* – i-chi ko‘rsatkichning normallashtirilgan qiymati (0–1 oralig‘ida)

w_i – i-chi ko‘rsatkichning og‘irlik koeffitsiyenti, $\sum w_i = 1$.

Ushbu indeks yondashuvi turizm resurslari bahosini bir nechta o‘lchov – tabiiy, madaniy, infratuzilma, boshqaruv va ijtimoiy natijalar – bo‘yicha kompleks tarzda ifodalash imkonini beradi. Asosiy ustunlik shundaki, turli birliklarda o‘lchanadigan ko‘rsatkichlar (kishi, km², dollar, ball) 0–1 diapazoniga keltiriladi va og‘irlik koeffitsiyentlari yordamida yagona indeksga jamlanadi. Og‘irliklar ekspertlar, analitik modellar yoki faktor tahlili natijalariga tayangan holda aniqlanishi mumkin. Masalan, uzoq bozorlarni nishonga olgan hududlar uchun infratuzilma va boshqaruv omillariga (w_2, w_3) yuqori og‘irlik berilishi, ichki turizmga tayangan rekreatsion zonalarda esa tabiiy va ijtimoiy natijalar ko‘rsatkichlariga ko‘proq e’tibor qaratilishi maqsadga muvofiq. Indeksning 0,2 dan past qiymatlari resurslardan foydalanish salohiyati kam darajada ishga solinganini, 0,4–0,7 oralig‘i o‘rtacha va barqaror holatni, 0,7 dan yuqori qiymatlar esa resurs bazasi va boshqaruv salohiyati yuqori ekani,

“qo‘shilgan qiymatga yo‘naltirilgan” strategiya uchun zarur poydevor mavjudligini ko‘rsatadi. Shu tariqa, indeks yondashuvi strategik rejalashtirish, resurslarni hududlar o‘rtasida qayta taqsimlash va investitsiya ustuvor yo‘nalishlarini aniqlashda samarali boshqaruv instrumentiga aylanadi.

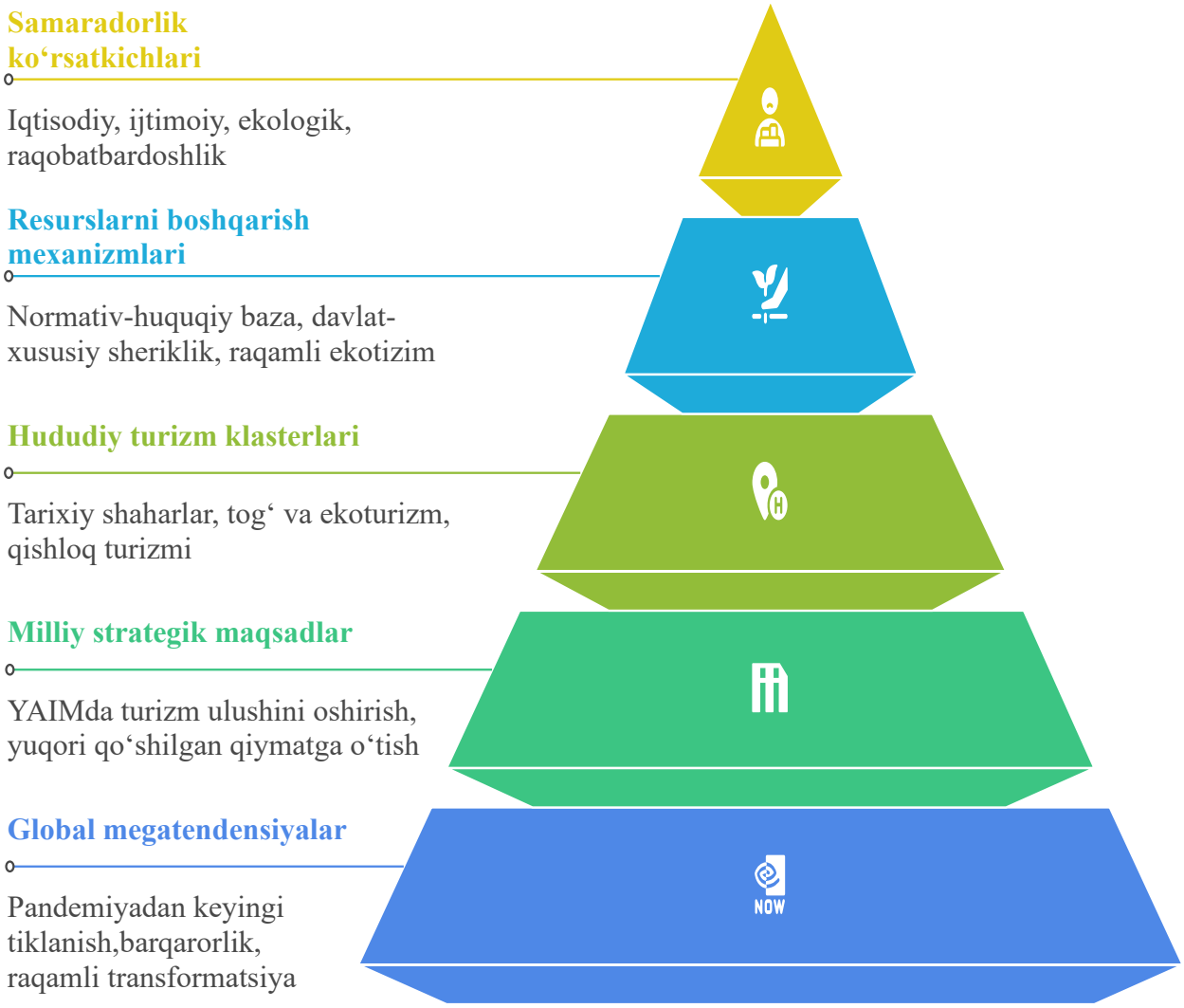
4.1.3-jadval

2024 yilda Jahon turizm industriyasining asosiy makroko‘rsatkichlari va O‘zbekistonning o‘rni,

Ko‘rsatkich	Jahon bo‘yicha	O‘zbekiston	Izoh
Xalqaro turistlar soni	1,45 mlrd kishi[250]	8,2 mln kishi (turistik maqsadda kelgan xorijiy fuqarolar)	O‘zbekistonning jahon bozoridagi ulushi taxminan 0,55 foiz atrofida
Turizm va sayohatning YAIMdagi ulushi	10 foiz, 10,9 trln AQSh dollari[251]	YAIMdagi ulushi 3,5 foiz oralig‘ida (WTTC baholari va eksport hajmidan kelib chiqqan holda)	Rasmiy WTTC ma’lumotlarida 2022 yilda 3,4 foiz, 2024 yilda eksport oshishi bilan ulushning yanada ko‘tarilishi taxmin qilinadi
Turizmda bandlik	357 mln ish o‘rni, jahon bo‘yicha har o‘ninchi ish o‘rni[252]	To‘g‘ridan-to‘g‘ri va bilvosita bandlikda bir necha yuz ming ish o‘rni, WTTC prognozlariga ko‘ra 2033 yilgacha sezilarli o‘sish	O‘zbekiston bo‘yicha aniq 2024 yil ko‘rsatkichlari e’lon qilinmagan, biroq turizm loyihalari soni va investitsiyalar bandlikning tez sur’atlar bilan ortayotganini ko‘rsatmoqda
Xalqaro turistlar xarajatlari (visitor exports)	1,9 trln AQSh dollari[253]	3,5 mlrd AQSh dollari atrofida, turizm xizmatlari eksporti 1,6 barobar oshgan	Eksport hajmi bo‘yicha O‘zbekiston Markaziy Osiyodagi yetakchi mamlakatlardan biriga aylanib bormoqda
Ichki turizm oqimi	Taxminan 9–10 mlrd ichki sayohat (turli shakllar)[254]	20 mln dan ortiq ichki sayohatlar, “O‘zbekiston bo‘ylab sayohat qil!” dasturi orqali subsidiyalangan safarlar ulushi ortmoqda	Ichki turizm valyuta tushumlariga emas, balki hududiy rivojlanish va bandlikka sezilarli ta’sir ko‘rsatmoqda

[250] UN Tourism. UN Tourism Data Dashboard va World Tourism Rankings 2024 [Elektron resurs]. – Rejim: UN Tourism ma’lumotlar panellari (Untourism)
[251] World Bank. Tourism Watch. Quarterly Report, 2023–2025
[252] World Travel & Tourism Council. Travel & Tourism Economic Impact 2024. Global Trends Report. – London, 2024 [Elektron resurs]. (researchhub.wttc.org)
[253] World Travel & Tourism Council. Travel & Tourism Economic Impact 2024. Global Trends Report. – London, 2024 [Elektron resurs]. (researchhub.wttc.org)
[254] World Bank. Tourism Watch. Quarterly Report, 2023–2025

4.1.3-jadvaldan ko‘rinib turibdiki, jahon miqyosida turizm “har o‘ninchi ish o‘rni” va “YAIMning o‘ndan bir qismi” tamoyillarini amalda ifodalaydigan ulkan tarmoq darajasiga etgan. O‘zbekistonning xalqaro turistlar bozoridagi ulushi hozircha yarim foizdan kam bo‘lsa-da, so‘nggi yillarda turistlar oqimi va eksport tushumlarining tez sur’atlar bilan o‘sayotgani mamlakatning Markaziy Osiyoda



4.1.1-rasm. Turizm klasterini rivojlantirish ierarxiyasi

muhim turizm markaziga aylanib borayotganini ko‘rsatadi. Turizm xizmatlari eksportining 3,5 mlrd dollarga etishi “arzon–yaqin” modelidan chiqib, yuqori qo‘shilgan qiymatli mahsulotlar va uzoq bozorlarga yo‘naltirilgan strategiyaning amaliy natijasi sifatida talqin qilinishi mumkin. Shu bilan birga, ichki turizmning keskin faollashuvi – “O‘zbekiston bo‘ylab sayohat qil!” dasturi doirasidagi keshbek mexanizmlari, yangi marshrutlar va rekreatsion maskanlarning rivojlanishi – hududlararo ijtimoiy-iqtisodiy

nomutanosibliklarni yumshatish va bandlikni oshirishda muhim rol o‘ynamoqda[255]. Shu bois strategik rivojlantirishda nafaqat umumiy turistlar soni, balki bir turistga to‘g‘ri keladigan daromad, barqarorlik va ijtimoiy samara kabi mezonlar ustuvor bo‘lishi zarur.

Mazkur model turizmni strategik rivojlantirish jarayonini “global – milliy – hududiy – operatsion – natijalar” zanjiri sifatida ko‘rsatadi. Birinchi bosqichda global megatendensiyalar – pandemiyadan keyingi tiklanish, barqarorlik talablari, raqamli texnologiyalar va siyosiy-iqtisodiy beqarorliklar – tarmoq uchun tashqi cheklovlar va imkoniyatlar maydonini belgilaydi[256]. Ikkinchi bosqichda milliy strategik maqsadlar – YAIMdagi ulush, eksport, bandlik, qo‘shilgan qiymat, uzoq bozorlar – aniqlanadi. Uchinchi bosqichda esa ushbu maqsadlar hududiy turizm klasterlari orqali makon jihatidan “tarjimonlik qilinadi”, ya’ni har bir hudud o‘z resurslariga mos ixtisoslashuvni tanlaydi. To‘rtinchi bosqich turistik resurslar boshqaruvining amaliy mexanizmlarini – huquqiy tizim, DXS, raqamli platformalar, marketing – ifodalaydi[257]. Nihoyat, beshinchi bosqich samaradorlik ko‘rsatkichlari tizimidir. U iqtisodiy, ijtimoiy, ekologik va raqobatbardoshlik yo‘nalishlaridagi indekslar – K_TR, I_TR, TTDI ballari – orqali natijalarni o‘lchashga imkon beradi. Modelning ustun jihati shundaki, u “arzon–yaqin” yondashuvini bosqichma-bosqich “qo‘shilgan qiymat” va “uzoq bozorlar” strategiyasi bilan almashtirishni tizimli holda tasvirlaydi.

TTDI 2024 natijalari shuni ko‘rsatadiki, Markaziy Osiyo mamlakatlari ichida Qozog‘iston va Ozarbayjon turizm raqobatbardoshligi bo‘yicha nisbatan yuqori o‘rinlarga ega bo‘lsa-da, O‘zbekistonning so‘nggi yillarda reyting bo‘yicha eng tez sakrash qilgan davlatlardan biri bo‘lgani alohida e’tiborga loyiq. 94-o‘rindan 78-o‘ringa ko‘tarilish – bu nafaqat turistik resurslar va infratuzilmani yaxshilash natijasi, balki huquqiy-institutsional islohotlar, vizaviy engilliklar, “ochiq osmon” siyosati va raqamli xizmatlar joriy etilayotganidan dalolat beradi. Biroq indeks tahlili O‘zbekiston uchun ham transformatsiya bosqichi tugamaganini ko‘rsatadi. Xususan, infratuzilma va xususiy investitsiyalar, barqarorlik va ekologik ko‘rsatkichlar hamda raqamli ekotizim parametrlarida qo‘shimcha rezervlar mavjud.

[255] O‘zbekiston Respublikasi Statistika agentligi va Kun.uz materiallari. “Uzbekistan sees 31% increase in outbound tourism in 2024” hamda boshqa tahliliy ma’lumotlar

[256] World Economic Forum. Travel & Tourism Development Index 2024. Insight Report. – Geneva, 2024

[257] O‘zbekiston Respublikasi “Turizm to‘g‘risida”gi Qonuni. O‘RQ-549-son, 18.07.2019

4.1.4 jadval

Markaziy Osiyo va ayrim mamlakatlar bo‘yicha Travel & Tourism Development Index (TTDI) natijalari, 2024 yil[258]

Mamlakat	TTDI reytingi (o‘rin)	Umumiy ball (0–7)	Asosiy kuchli tomonlar	Asosiy cheklovlar
Qozog‘iston	52-o‘rin	3,93	Transport va infratuzilma, biznes muhiti, hududiy ulanishlar	Barqarorlik ko‘rsatkichlari va T&T resurslarining to‘liq diversifikatsiya qilinmagani
Ozarbayjon	56-o‘rin	4,56	Tabiiy resurslar, madaniy meros, aviatashuvlar rivojlanishi	Institutsional barqarorlik va T&T barqarorligi ustida qo‘shimcha ish talab etiladi
Armaniston	72-o‘rin	3,95	Madaniy meros va tog‘-rekreatsion resurslar	Transport ulanishlari va bozor hajmining kichikligi
O‘zbekiston	78-o‘rin (2019–2024 davrida 94-o‘rindan ko‘tarilgan)	4,06	Tabiiy va madaniy resurslar (Ipak yo‘li merosi), inson kapitali, T&T resurslari ustida olib borilgan islohotlar	Infratuzilma va xususiy sektor investitsiyalarini yanada oshirish, raqamli xizmatlar va barqarorlik ko‘rsatkichlarini kuchaytirish zarur
Tojikiston	99-o‘rin	3,60	Tog‘li tabiiy resurslar, ekoturizm imkoniyatlari	Transport kirish imkoniyati va institutsional muhitdagi cheklovlar

“Arzon–yaqin” modelidan “qo‘shilgan qiymat” va “uzoq bozorlar” strategiyasiga o‘tish aynan mana shu yo‘nalishlarda tizimli ish olib borishni

[258] World Economic Forum. Travel & Tourism Development Index 2024. Mintaqaviy natijalar va Markaziy Osiyo bo‘yicha jadval asosida muallif ishlanmasi

taqozo etadi. TTDI indeksini milliy ko‘rsatkichlar bilan bog‘lab, K_TR va I_TR kabi lokal indekslar bilan integratsiyalash O‘zbekiston uchun global reytinglar va ichki rejalashtirish o‘rtasida uzviy aloqani ta’minlaydi hamda turizm siyosatini faktlarga asoslangan tarzda shakllantirish imkonini beradi.

Yuqorida keltirilgan jadval va modellardan ko‘rinadiki, turizmni strategik rivojlantirish va samaradorlikni baholash uchta asosiy metodologik blokni o‘z ichiga oladi

1. Ko‘p darajali mezonlar tizimi – makro, mezo va mikro darajadagi iqtisodiy, ijtimoiy, ekologik va institutsional ko‘rsatkichlar kombinatsiyasi. Bunda K_{TR} kabi koeffitsiyentlar resurslardan foydalanish intensivligini, I_{TR} kabi indekslar esa hududiy salohiyatning kompleks darajasini ifodalaydi.
2. Indeks va reyting yondashuvlari – TTDI, WTTC va boshqa xalqaro indekslar milliy ko‘rsatkichlar bilan bog‘langan holda strategik diagnostika va benchmarking uchun muhim vosita bo‘lib xizmat qiladi[259].
3. Innovatsion boshqaruv instrumentlari – raqamli platformalar, ma’lumotlar tahlili, klasterlashuv va davlat-xususiy sheriklik (DXS) loyihalari turizmning qo‘shilgan qiymatini oshirish, “uzoq bozorlar”ga chiqish va barqarorlikni ta’minlashning bosh mezoniga aylanadi[260].

O‘zbekiston olimlarining ishlarida taklif etilgan klasterlashuv, rekreatsion resurslarni boshqarish, qishloq va tarixiy-madaniy turizmni rivojlantirish bo‘yicha konseptual yondashuvlar ushbu metodologik platforma bilan uyg‘unlashganda, turizm industriyasini strategik rivojlantirish bo‘yicha milliy modelni shakllantirish imkonini beradi. Natijada “arzon–yaqin” strategiyasidan sekin-asta yuqori qo‘shilgan qiymatga yo‘naltirilgan, uzoq bozorlar ulushi ortib boradigan, barqaror va innovatsion turizm modeliga o‘tish uchun zarur ilmiy-metodik zamin yaratiladi.

4.2. Iqtisodiy samaradorlikni baholashda ustuvor ko‘rsatkichlar tahlili

Turizm industriyasini strategik rivojlantirish sharoitida iqtisodiy samaradorlikni baholash oddiy daromad yoki xarajatlar nisbatini aniqlash

[259] World Travel & Tourism Council. Travel & Tourism Economic Impact 2024. Global Trends Report. – London, 2024 [Elektron resurs]. (researchhub.wttc.org)
[260] Song J. va boshq. Evaluation model of urban tourism competitiveness in the context of digital economy // Open Access Journal, 2024.

bilangina cheklanmaydi. Mazkur jarayon, avvalo, turizm tizimining hududiy iqtisodiyotga qo‘shayotgan yalpi hissasi, resurslardan foydalanish unumdorligi, investitsiyalar qaytimi, bandlik yaratish quvvati hamda fiskal barqarorlikka ta’siri kabi ko‘p qirrali yo‘nalishlar asosida baholanishi lozim. Shu bois iqtisodiy samaradorlikni tahlil qilishda ustuvor ko‘rsatkichlarni tanlash masalasi nafaqat metodik, balki strategik ahamiyatga ham egadir.

Amaliyot shuni ko‘rsatadiki, turizm sohasidagi ko‘plab boshqaruv qarorlari ko‘pincha tashrif buyuruvchilar soni yoki umumiy xizmat hajmi kabi sirtqi ko‘rsatkichlarga tayanadi. Biroq bunday yondashuv turizmning haqiqiy iqtisodiy natijadorligini to‘liq ochib bera olmaydi. Chunki sayyohlar oqimining ko‘payishi har doim ham hudud uchun yuqori iqtisodiy foyda anglatmaydi. Agar tashriflar soni ortib, biroq bir turistga to‘g‘ri keladigan xarajat hajmi past bo‘lsa, xizmatlar zanjiridagi mahalliy ulush kam bo‘lsa yoki infratuzilmaga bosim kuchayib, xarajatlar keskin oshsa, u holda tashqi ko‘rinishdagi o‘sish ichki samaradorlikni kafolatlamaydi. Demak, ustuvor ko‘rsatkichlarni saralashda son emas, balki sifat va ta’sir chuqurligi bosh mezon bo‘lishi kerak.

Iqtisodiy samaradorlikni baholashda биринчи ustuvor yo‘nalish sifatida **yakuniy iqtisodiy natija ko‘rsatkichlari** ajratiladi. Bularga turizm xizmatlari hajmi, turizm eksporti, hududiy yalpi mahsulotdagi turizm ulushi, turist boshiga o‘rtacha xarajat, tunashlar soni, turistik iste’mol hajmi kabi indikatorlar kiradi. Mazkur ko‘rsatkichlar turizmning hudud iqtisodiy tizimidagi real hajmini aniqlash imkonini beradi. Ayniqsa, turist boshiga to‘g‘ri keladigan xarajat ko‘rsatkichi strategik nuqtayi nazardan muhimdir, chunki u miqdoriy o‘sishdan ko‘ra qiymat yaratish darajasini ko‘rsatadi. Shu sababli zamonaviy tahlilda “ko‘proq turist” emas, balki “yuqoriroq iqtisodiy qaytim beruvchi turist” konsepsiyasi ustuvorlik kasb etmoqda.

Ikkinchi муҳим yo‘nalish — **resurs samaradorligi ko‘rsatkichlari**dir. Turizmda iqtisodiy natija ko‘pincha mavjud tabiiy, tarixiy-madaniy, mehnat va infratuzilma resurslaridan qay darajada samarali foydalanilayotganiga bog‘liq bo‘ladi. Shu jihatdan mehmonxona o‘rinlaridan foydalanish koeffitsienti, bir obyektga to‘g‘ri keladigan tushum, bir xodim hisobiga yaratilgan qo‘shilgan qiymat, transport va logistika sig‘imi, mavsumiy yuklama darajasi kabi indikatorlar tahlil markaziga qo‘yilishi lozim. Agar hududda katta turistik salohiyat mavjud bo‘lsa-yu, biroq undan foydalanish intensivligi past bo‘lsa, bu boshqaruv va marketing mexanizmlarida nomutanosiblik borligini anglatadi. Shunday

ekan, iqtisodiy samaradorlik faqat natijada emas, balki natijaga eltuvchi resurslar harakatida ham namoyon bo‘ladi.

Uchinchi ustuvor guruhni **investitsion samaradorlik ko‘rsatkichlari** tashkil etadi. Turizm sohasida mehmonxona, transport, yo‘lbo‘yi servisi, rekreatsion zonalar, axborot tizimlari va ko‘ngilochar infratuzilmalarga yo‘naltirilgan investitsiyalar uzoq muddatli xarakterga ega bo‘lgani sababli ularning qaytimi alohida baholanishi zarur. Bu yerda investitsiya rentabelligi (ROI), sof joriy qiymat (NPV), ichki daromadlilik normasi (IRR), qoplanish muddati, kapital sig‘imi, investitsiyaning qo‘shimcha bandlik yaratish ta’siri kabi ko‘rsatkichlar qo‘llanadi. Ayniqsa, davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlangan turizm loyihalarida iqtisodiy natijani faqat korxona darajasida emas, balki hududiy multiplikativ samarasi bilan birgalikda baholash maqsadga muvofiqdir. Chunki ayrim loyihalar bevosita foydasi past bo‘lsa ham, ularga tutash bizneslar rivoji, soliq bazasining kengayishi va hududiy jozibadorlik oshishi orqali yuqori bilvosita samara berishi mumkin.

To‘rtinchi muhim yo‘nalish — **fiskal va byudjet samaradorligi ko‘rsatkichlari**dir. Turizmni rivojlantirishga qaratilgan davlat dasturlari, imtiyozlar va infratuzilma xarajatlari byudjet uchun ma’lum yuklama hosil qiladi. Shu bois mazkur xarajatlarning qaytimi soliq tushumlari, yig‘imlar, litsenziya to‘lovlari, bojxona tushumlari hamda mahalliy byudjet daromadlarining o‘sishi orqali tahlil qilinishi lozim. Fiskal samaradorlik turizm siyosatining barqaror moliyaviy asoslarini aniqlaydi. Agar soha davlat ko‘magisiz o‘smasa yoki berilgan imtiyozlar natijadorligi past bo‘lsa, bunday mexanizmlar qayta ko‘rib chiqilishi kerak bo‘ladi. Demak, iqtisodiy samaradorlik tahlili davlat xarajatlarining ham samarali strukturaviy yo‘naltirilganligini ko‘rsatishi lozim.

Beshinchi ustuvor ko‘rsatkichlar guruhi **ijtimoiy-iqtisodiy natijadorlik** bilan bog‘liq. Turizmning o‘ziga xos xususiyati shundaki, u faqat korxona foydasi yoki valyuta tushumi bilangina emas, balki bandlikni kengaytirish, aholi daromadlarini oshirish, oilaviy tadbirkorlik va xizmatlar tarmog‘ini rivojlantirish orqali ham iqtisodiy samara yaratadi. Shuning uchun yangi ish o‘rinlari soni, turizmda o‘rtacha ish haqi, ayollar va yoshlar bandligi, mahalliy ishlab chiqaruvchilar ulushi, oilaviy mehmon uylari va hunarmandchilik subyektlari daromadlari kabi indikatorlar alohida ahamiyat kasb etadi. Aynan mana shu ko‘rsatkichlar turizm rivojining hududiy inklyuzivligini ochib beradi. Agar iqtisodiy o‘sish yirik operatorlar

yoki tor doiradagi investorlar foydasiga xizmat qilsa, bunday rivojlanish uzoq muddatda barqaror bo‘la olmaydi.

Shu bilan birga, zamonaviy yondashuvda **multiplikativ ta’sir ko‘rsatkichlari** ham ustuvor tahlil obyektiga aylanmoqda. Turizm transport, savdo, qishloq xo‘jaligi, qurilish, aloqa, madaniyat, gastronomiya va ko‘plab xizmat tarmoqlarini bir-biriga bog‘lovchi integrallashgan tizimdir. Shu sababli turizmda yaratilgan bir birlik talab boshqa tarmoqlarda qo‘shimcha ishlab chiqarish va daromadlarni yuzaga keltiradi. Multiplikator koeffitsienti, turizm xarajatlarining mahalliy iqtisodiyotda aylanish darajasi, bog‘liq tarmoqlarda vujudga kelgan qo‘shimcha bandlik va qo‘shilgan qiymat hajmi iqtisodiy samaradorlikni chuqurroq baholash imkonini beradi. Ayniqsa, hududiy strategik rejalashtirishda aynan mana shu ko‘rsatkichlar turizmning “lokomotiv tarmoq” sifatidagi haqiqiy salohiyatini namoyon etadi.

Iqtisodiy samaradorlikni baholashda ustuvor indikatorlarni saralash jarayonida **vaqt omili** ham hisobga olinishi zarur. Qisqa muddatli natijadorlik ko‘rsatkichlari, masalan, joriy tushum, mavsumiy oqim yoki bir yillik foyda dinamikasi tezkor boshqaruv uchun muhim bo‘lsa, uzoq muddatli ko‘rsatkichlar — investitsiya qaytimi, turistik brend kapitali, infratuzilmaning iqtisodiy xizmat muddati, hududiy raqobatbardoshlik o‘sishi — strategik boshqaruv uchun hal qiluvchi ahamiyatga ega. Demak, ustuvor ko‘rsatkichlar tizimi vaqt kesimida ikki qatlamli bo‘lishi kerak: operativ monitoring indikatorlari va strategik ta’sir indikatorlari.

Mazkur tahlilda ko‘rsatkichlarni tizimlashtirish uchun ularni shartli ravishda quyidagi funksional bloklarga ajratish maqsadga muvofiq:

1. natija ko‘rsatkichlari;
2. resursdan foydalanish ko‘rsatkichlari;
3. investitsion samaradorlik indikatorlari;
4. fiskal qaytim ko‘rsatkichlari;
5. ijtimoiy-iqtisodiy inklyuzivlik indikatorlari;
6. multiplikativ va tarmoqlararo ta’sir indikatorlari.

Bunday guruhlash metodik tarqoqlikni kamaytiradi va tahlilni yagona mantiqiy platformaga olib chiqadi. Natijada turizm rivojini baholash jarayoni bir yoqlama statistik tavsif emas, balki boshqaruv qarorlarini asoslovchi ko‘p omilli analitik tizimga aylanadi.

Shuningdek, ustuvor ko‘rsatkichlarni aniqlashda hududning ixtisoslashuvi ham inobatga olinishi kerak. Masalan, ziyorat turizmi rivojlangan hududlarda tunash davomiyligi, ziyoratchi boshiga xizmatlar

to‘plami va mavsumiylik darajasi muhimroq bo‘lsa, ekologik yoki tog‘ turizmi yo‘nalishlarida transport etkazib berish xarajatlari, bir marshrutga to‘g‘ri keladigan tushum, ekologik yuklama va mahalliy aholi ishtiroki ko‘rsatkichlari ustuvor ahamiyat kasb etadi. Demak, yagona universal indikatorlar to‘plami bilan bir qatorda hududiy moslashtirilgan indikatorlar tizimi ham shakllantirilishi zarur. Aks holda, tahlil formal tus oladi va hudud real imkoniyatlarini noto‘g‘ri aks ettiradi.

Muallifning yondashuviga ko‘ra, iqtisodiy samaradorlikni baholashda eng ustuvor ko‘rsatkichlar sifatida quyidagilarni ajratish mumkin: turist boshiga o‘rtacha xarajat, tunash davomiyligi, turizm xizmatlaridan tushgan yalpi daromad, turizmning hududiy yalpi mahsulotdagi ulushi, bandlik yaratish sig‘imi, investitsiya rentabelligi, soliq qaytimi hamda multiplikativ ta’sir koeffitsienti. Mazkur indikatorlar birgalikda qo‘llanganda turizm rivojining nafaqat joriy holati, balki kelgusi o‘sish sifati va barqarorlik darajasi ham namoyon bo‘ladi. Shu jihatdan ular strategik boshqaruvning “signal ko‘rsatkichlari” sifatida xizmat qiladi.

Umuman olganda, iqtisodiy samaradorlikni baholashda ustuvor ko‘rsatkichlar tahlili turizm industriyasining haqiqiy natijadorligini ochib beruvchi asosiy metodik tayanchlardan biridir. U orqali hududda qiymat yaratish darajasi, resurslardan foydalanish oqilonaligi, investitsiya jozibadorligi, byudjetga ta’sir kuchi va ijtimoiy inklyuzivlik holati aniqlanadi. Eng muhimi, bunday tahlil turizmni son jihatidan emas, sifat jihatidan o‘sishga yo‘naltiradi. Kelajak nuqtayi nazaridan qaralganda esa aynan ustuvor indikatorlarga tayangan boshqaruv modeli hududiy turizm siyosatining barqaror, manzilli va yuqori qaytimli bo‘lishini ta’minlaydi.

Turizm sohasida iqtisodiy samaradorlikni aniqlash uchun bir nechta asosiy ko‘rsatkichlar qo‘llaniladi. 4.2.1-jadvalda keltirilgan ko‘rsatkichlar turizmning iqtisodiy samaradorligini har tomonlama baholashga imkon beradi. Turistlar soni turizm hajmini va mamlakat jozibadorligini bildirardir. Turizm daromadlari esa kelgusi investisiyalar va valyuta tushumlari manbai sifatida muhim – masalan, 2023 yilda O‘zbekiston turistik xizmatlari eksporti 2,14 mlrd dollarni tashkil etib, 2022 yilga nisbatan 1,3 barobar oshdi[261]. Turizmning YAIMdagi ulushi va eksportdagi ulushi orqali soha milliy iqtisodiyot ustuvor tarmog‘iga aylanib borayotganini ko‘rish mumkin. Bandlik ko‘rsatkichlari esa turizm yangi ish o‘rinlari yaratish,

[261] O‘zbekiston Respublikasi Turizmni rivojlantirish davlat qo‘mitasi ma’lumotlari (2019–2023) – turizm statistikasi va yangi ish o‘rinlari haqida

aholi daromadlarini oshirish kabi ijtimoiy samaralarini tasdiqlaydi. «Yashil turizm» vs «Intellektual turizm» modeli.

4.2.1-jadval

Turizm industriyasida iqtisodiy samaradorlikni belgilovchi ustuvor indikatorlar mazmuni

Ko‘rsatkich	Mazmuni va ahamiyati
Turistlar soni (yillik)	Mamlakatga kelgan xalqaro turistlar soni. Bu turizm salohiyati hajmining asosiy ko‘rsatkichi bo‘lib, turistik talab dinamikasini aks ettiradi[262]. Masalan, O‘zbekiston 2019 yilda 6,7 million xorijiy turist qabul qilgan[263]. Yuqori turist oqimi xizmatlar eksporti va daromadning ko‘payishiga zamin yaratadi.
Turizm daromadlari (yillik)	Xalqaro turistlar tomonidan mamlakatga olib kirilgan valyutaviy tushumlar, ya’ni inbound turizmdan olingan daromad (turistik qabuldan tushgan tushumlar). Bu ko‘rsatkich turizmning iqtisodiy foydasini ifodalaydi. Masalan, O‘zbekistonda 2019 yilda turizmdan tushgan daromad 1,68 mlrd AQSH dollarini tashkil etgan[264]. Turizm daromadlari iqtisodga to‘g‘ridan-to‘g‘ri valyuta tushirib, milliy yalpi mahsulot o‘sishiga hissa qo‘shadi.
Turizmning YAIMdagi ulushi (%)	Turizm sohasining yalpi ichki mahsulotdagi ulushi. Ushbu ko‘rsatkich turizm milliy iqtisodiyot uchun qanchalik muhim ekanini ko‘rsatadi. Masalan, O‘zbekistonda 2019 yilda turizmning YAIMdagi to‘g‘ridan-to‘g‘ri ulushi 2,8 % edi[265], umumiy (jami ta’sir) ulushi esa taqriban 5–6 % atrofida baholanadi. Rivojlangan mamlakatlarda bu ulush odatda yuqori – masalan, Yevropada ~10 % atrofida[266], Janubi-Sharqiy Osiyo davlatlarida o‘rtacha 10–12 % ni tashkil etadi.
Turizmning eksportdagi ulushi (%)	Turizm xizmatlaridan tushgan daromadning mamlakat umumiy eksport hajmidagi ulushi. Bu ko‘rsatkich turizmning eksport orqali valyuta tushumiga qo‘shadigan hissasini ko‘rsatadi. Masalan, 2019 yilda O‘zbekistonda xalqaro turizm tushumlari umumiy eksportning qariyb 10 % ni tashkil etgan (eng yuqori

[262] “Uzbekistan – International tourism, number of arrivals,” IndexMundi, accessed December 6, 2025, https://www.indexmundi.com/facts/uzbekistan/international-tourism

[263] “Uzbekistan – International tourism, number of arrivals,” IndexMundi, accessed December 6, 2025, https://www.indexmundi.com/facts/uzbekistan/international-tourism

[264] “Uzbekistan – International tourism, number of arrivals,” IndexMundi, accessed December 6, 2025, https://www.indexmundi.com/facts/uzbekistan/international-tourism

[265] TourCentralAsia. “Uzbekistan Tourism Industry Statistics.” Accessed December 6, 2025. https://tourcentralasia.com/uzbekistan/uzbekistan-tourism-industry-statistics/

[266] Butunjahon turistik tashkiloti (UNWTO) hisobotlari va Jahon sayyohlik va sayohat kengashi (WTTC) ma’lumotlari – global va mintaqaviy turizm ko‘rsatkichlari (2018–2019)

	ko‘rsatkich – 9,9 %)[267]. Turizmga boy mamlakatlarda bu ulush yuqori bo‘lishi mumkin – masalan, Ispaniya kabi mamlakatlarda turistik xizmatlar eksporti ulushi 16 % ga yaqin[268].
Turizmdagi bandlik (ish o‘rinlari)	Turizm sohasida yaratilgan doimiy ish o‘rinlari soni yoki umumiy bandlikdagi ulushi. Bu ko‘rsatkich turizmning mehnat bozori va ijtimoiy sohaga ta’sirini ko‘rsatadi. Masalan, O‘zbekistonda so‘nggi yillarda turizm hisobiga minglab yangi ish o‘rinlari yaratilmoqda – faqat 2023 yilning o‘zida turizm va bog‘liq tarmoqlarda 70 mingga yaqin yangi ish o‘rni vujudga keldi[269]. Rivojlangan turistik hududlarda esa turizmdagi bandlik umumiy mehnat bozorining 10 % dan ortig‘ini tashkil etadi (masalan, Yevropada har o‘nta ish o‘rnidan biri turizm hissasiga to‘g‘ri keladi)[270].

Iqtisodiy samaradorlikni ta’minlashda turizmning turli rivojlanish modellari mavjud. Savolingizda keltirilgan «yashil turizm» va «intellektual turizm» shular jumlasidandir. Blok-sxema shaklida bu modellarning konseptual tuzilishini ifodalash mumkin.

Yashil turizm modeli – bu *barqaror (ekologik) turizm* konsepsiyasini amalga oshiruvchi tizimdir. Uning blok-sxemasida odatda quyidagi elementlar ajratiladi:

- Tabiiy resurslar va muhit – turizmning asosi bo‘lgan ekologik ob’yektlar (milliy bog‘lar, qo‘riqxonalar, tabiat manzaralari). Yashil turizmda bu blokni saqlash va muhofaza qilish birinchi o‘rinda turadi.
- Turistik faoliyat – turistlar oqimi, ekoturizm dasturlari, sayohatlar va ekskursiyalar. Bu blok tabiiy resurslardan oqilona foydalanish sharti bilan rivojlantiriladi. Masalan, bir vaqtning o‘zida turistlar sonini cheklash, “boshqariladigan turistik oqim” tamoyili qo‘llanilishi mumkin.
- Mahalliy jamoa va iqtisod – turizm orqali mahalliy aholi daromad oladi, ish o‘rinlari yaratiladi. Yashil turizm modelida mahalliy jamoalarning manfaati alohida blok sifatida kiritilib, daromadning muayyan ulushi mahalliy rivojlanishga yo‘naltiriladi.
- Boshqaruv va infratuzilma – ekologik standartlarga mos turizm infratuzilmasini yaratish (eko-mehmonxonalar, atrof-muhitga zararsiz

[267] “Uzbekistan – International tourism, number of arrivals,” IndexMundi, accessed December 6, 2025, https://www.indexmundi.com/facts/uzbekistan/international-tourism

[268] O‘zbekiston Respublikasi Turizmni rivojlantirish davlat qo‘mitasi ma’lumotlari (2019–2023) – turizm statistikasi va yangi ish o‘rinlari haqida

[269] O‘zbekiston Respublikasi Turizmni rivojlantirish davlat qo‘mitasi ma’lumotlari (2019–2023) – turizm statistikasi va yangi ish o‘rinlari haqida

[270] “The role of tourism in the economy. The formation of tourist flows to the ASEAN countries.” *Revista Espacios*, no. 42 (2021). PDF. https://www.revistaespacios.com/a21v42n18/a21v42n18p05.pdf

transport va h.k.) hamda davlat va nodavlat tashkilotlari tomonidan nazorat. Bu blok barqarorlik mezonlariga rioya etilishini ta’minlaydi.

- Atrof-muhitga ta’sirni baholash – turizmning ekologik oqibatlarini monitoring qilish va choralar ko‘rish (masalan, chiqindilarni kamaytirish, uglerod izini hisoblash). Bu element orqali model faoliyatining uzluksiz ekologik nazorati amalga oshiriladi.

Bloklar o‘rtasida o‘zaro bog‘liqlik shu tarzda namoyon bo‘ladiki, turistik faoliyatdan olinadigan iqtisodiy foydaning bir qismi tabiiy resurslarni asrash va mahalliy jamoani qo‘llab-quvvatlashga yo‘naltiriladi. Shu yo‘sin, “yashil turizm” modeli siklik va barqaror taraqqiyotni ta’minlaydi – turizm rivoji tabiatga zarar etkazmaydi, aksincha, unga sarmoya qilgan holda davom etadi[271]. Boshqacha qilib aytganda, ekologik turizm modeli blok-sxemasida iqtisodiy faollik va ekologik muvozanat bir tizim sifatida tasvirlanadi.

Intellektual turizm modeli – bu zamonaviy axborot texnologiyalari va bilim resurslaridan foydalanib, turistik xizmatlarni tartiblashtirish modeli. “Intellektual turizm” atamasi ba’zan *“aqlli turizm”* (smart tourism) ma’nosida qo‘llaniladi. Uning blok-sxemasi quyidagicha bo‘lishi mumkin:

- Aqlli infratuzilma va texnologiyalar – raqamli platformalar, mobil ilovalar, IoT (Internet of Things) qurilmalari orqali turistik ma’lumotlar almashinuvi. Masalan, turistik ob’yektlar to‘g‘risida real-vaqt ma’lumot beruvchi ilovalar, elektron chiptalar, rohatlanish (AR/VR) texnologiyalari.
- Madaniy va intellektual resurslar – muzeylar, tarixiy obidalar, ilmiy-ta’lim maskanlari, madaniy tadbirlar. Intellektual turizmda bu ob’yektlar atrofida bilim olish va ma’rifat komponentlari kuchaytiriladi, ya’ni har bir sayohat bilim va tajriba oshirishga xizmat qiladi.
- Turistlik tajriba (experience) – personallashtirilgan va intellektuallashtirilgan turistik mahsulot. Bunda har bir turistning qiziqishlari va ehtiyojlariga mos kontent va xizmat taklif etish bloki mavjud (masalan, intellektual gidlar, interaktiv ekskursiyalar).
- Boshqaruv (menedjment) va xavfsizlik – turizm sohasini intellektual boshqarish (big data tahlili orqali turistik oqimlarni yo‘naltirish, dinamik narxlanish va h.k.) hamda turistlar xavfsizligini smart-nazorat qilish. Masalan, inson oqimini sensorlar orqali kuzatib, gavjumlikning oldini olish.

[271] Kodirov A.A. dissertatsiyasi: *“Ekologik turizmni rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy jihatlari”*. – Buxoro davlat universiteti, 2022. (Yashil turizmning dolzarbligi va ustuvorliklari)

- Iqtisodiy samara – intellektual turizm natijasida olinadigan foyda va samaradorlikning bozor bloki. Sifrovizatsiya xarajatlarni pasaytiradi va xizmat sifati oshadi, bu esa umumiy samaradorlikni kuchaytiradi.

Tashqi turistik bozorlarda O‘zbekiston, xususan Samarqand uchun potensial sayyohlarni jalb etish maqsadida geografik yo‘nalishlarni aniq belgilab olish muhim. Ayni damda respublikaga kelayotgan xorijiy sayyohlarning asosiy qismini qo‘shni MDH davlatlari fuqarolari tashkil etadi – bunga yaqinlik, vizasiz rejimi va transport aloqalari qulayligi sababdir. Lekin so‘nggi yillarda Yevropa va Osiyo bozorlari hissasi izchil o‘smoqda. Masalan, Yevropadan keluvchi sayyohlar soni bir yilda sezilarli ortdi: 2024 yil yakunlariga ko‘ra faqat Germaniyaning o‘zida 37,5 ming nafar german sayyohi O‘zbekistonga tashrif buyurgan (bunda 2023 yilga nisbatan +7,9 minglik o‘sish kuzatildi). Fransiya va Ispaniyadan ham har biri 23 mingdan ortiq sayyoh kelgani qayd etilgani Yevropadagi qiziqish oshib borayotganidan darak beradi[272].

Osiyo mamlakatlari ichidan esa alohida ravishda Xitoy bozoriga e’tibor qaratish lozim. Xitoylik sayyohlar oqimi jadal o‘smoqda: 2024 yil davomida 74,3 ming xitoylik turist O‘zbekistonga keldi, bu o‘tgan yilgiga nisbatan 75% ga yaqin ko‘proqdir. Xitoy shu tariqa MDHga kirmaydigan davlatlar orasida eng yirik turistlar manbaiga aylandi[273]. Xitoy bozori ulkan salohiyatga ega bo‘lib, ularni jalb etish uchun maxsus reklama kampaniyalari, aviaqatnovlarni ko‘paytirish va xitoylik sayyohlar talabiga mos xizmatlarni (masalan, xitoy tilidagi gidlar, xalal ovqatlanish, etc.) rivojlantirish zarur.

Shuningdek, Janubi-Sharqiy Osiyo (masalan, Hindiston, Malayziya, Indoneziya) va Yaqin Sharq davlatlari ham kelgusida istiqbolli tashqi bozorlar sifatida ko‘rilmoqda. O‘zbekiston hukumati tomonidan Yevropa va Osiyoda turizm vakolatxonalari ochish, marketing kampaniyalarini kuchaytirishga alohida e’tibor berilmoqda[274]. Masalan, Turizm qo‘mitasining xorijiy davlatlardagi vakolatxonalarini ochish to‘g‘risida qaror chiqarilib, xorijda O‘zbekiston brendini targ‘ib qilishga kirishildi. Tashqi bozorlarni ko‘zlab, viza tartiblarini yanada soddalashtirish, ayrim

[272] “Government announces tax and customs relief measures for tourism investors,” Kun.uz, November 21, 2025. https://www.kun.uz/en/news/2025/11/21/government-announces-tax-and-customs-relief-measures-for-tourism-investors

[273] Times of Central Asia. “Uzbekistan Welcomes 6.5 Million Tourists in 10 Months of 2024, With China Leading Growth Outside CIS.” December 17, 2024. https://timesca.com/uzbekistan-welcomes-6-5-million-tourists-in-10-months-of-2024-with-china-leading-growth-outside-cis/

[274] “Turizm sohası qator subsidiyalar va imtiyozlar bilan qo‘llab-quvvatlanadi,” *Xabar.uz*, November 20, 2025, https://www.xabar.uz/uz/jamiyat/turizm-sohasi-qator-subsidiya-va-imtiyozlar-bilan-q

davlatlar uchun vizasiz muddatlarni uzaytirish ham raqobatda ustunlik beradi. Hozirda AQSH, Yevropa Ittifoqi, Osiyo-Tinch okeani mintaqasining ko‘plab davlatlari bilan aviaqatnovlar tiklanib, yangi yo‘nalishlar ochilmoqda. Xulosa qilib aytganda, Yevropa mamlakatlari, Xitoy va qo‘shni MDH hududi O‘zbekiston turizmi uchun asosiy tashqi bozorlar bo‘lib, ularning har biriga moslashgan strategiya talab etiladi. Yevropalik sayyohlarga madaniy-tarixiy turlar qiziq bo‘lsa, xitoyliklar uchun tijoriy va sayohat infratuzilmasiga e’tibor muhim; MDH sayyohlari esa transport-dostup va madaniy yaqinlik tufayli hali ham eng katta ulushni saqlab turibdi.

Turizm sohasini tahlil qilish va rivojlantirish strategiyasini ishlab chiqishda zamonaviy ilmiy konsepsiyalar hamda modellardan foydalanish katta samara beradi. Jumladan, marketing va boshqaruvda keng qo‘llaniladigan SWOT-tahlil Samarqand turizm sektorining kuchli va zaif jihatlari, imkoniyat va xavf-xatarlarini tizimli ravishda aniqlashga yordam beradi. Masalan, SWOT orqali Samarqandning boy madaniy merosi va geografik joylashuvi kabi kuchli tomonlari, infratuzilmadagi kamchiliklar yoki mavsumiylik kabi zaif jihatlari, shuningdek xorijiy turistlar oqimining oshishi (imkoniyat) yoxud mintaqaviy raqobatning kuchayishi (xavf) kabi omillar baxolanadi. PESTEL-tahlil esa turizm rivojiga ta’sir etuvchi tashqi makro-omillarni – siyosiy qarorlar, iqtisodiy holat, ijtimoiy o‘zgarishlar, texnologiyalar darajasi, atrof-muhit holati va qonuniy bazani – har tomonlama tahlil qilish imkonini beradi. Samarqand misolida PESTEL metodi orqali, deylik, davlat siyosatining (vizasiz rejim, subsidiyalar) ijobiy ta’siri, yoki global pandemiya kabi ekologik-ijtimoiy faktorlarning salbiy ta’siri inobatga olinadi.

Shuningdek, raqobat muhitini tahlil etishda Porter’ning “besh kuch” modelini qo‘llash mumkin. U turizm tarmog‘idagi raqobatchilar, yangi kiruvchilar, alternativ mahsulotlar (masalan, qo‘shni davlatlardagi o‘xshash turistik yo‘nalishlar), turistlarning tortish qobiliyati va ta’minotchilar (aviakompaniyalar, mehmonxona tarmoqlari)ning kuchini baholaydi. Bunday tahlil Samarqand turizm bozorida qanday ustuvorliklarga ega bo‘lish va qaysi jihatlarda raqobatchilartdan orqada ekanini aniqlaydi. Zarur hollarda, mintaqaviy raqobatbardoshlikni o‘rganish uchun Porter’ning “oltingugurt rombi” (milliy raqobat ustunligi) modeli ham foydalidir – u hududning resurs omillari, talab sharoiti, bog‘liq tarmoqlar va davlatning roli kabi elementlarni ko‘rib chiqadi.

Xulosa qilib aytganda, strategik rejalashtirishda ilmiy-tadqiqot asosiga tayanib, yuqoridagi kabi modellar kompleks qo‘llanilsa, Samarqand

turizmini rivojlantirish bo‘yicha qarorlar yanada asoslangan va samarali bo‘ladi. Innovatsion yondashuvlar (raqamlashtirish va yashil turizm), aniq mintaqaviy rejalar, investisiyaviy rag‘batlar va tashqi bozorlarga moslashgan marketing bilan birgalikda, shu ilmiy tahlil instrumentlari Samarqand viloyatini haqiqiy turistik markazga aylantirishga xizmat qiladi.

4.3. Hududlarda turizm industriyasini strategik rivojlantirishning ekonometrik modellarini takomillashtirish

Moddiy tomonidan turizm bozoridagi raqobat, sayyohlarning ortib borayotgan talabi va zamonaviy turizm trendlari madaniy merosga qiziqishni kuchaytirishi mumkin. Mamlakatimizda bu jarayonda boshqa omillar ham muhim ahamiyatga ega: me’yoriy-huquqiy baza, mahalliy muhandislik infratuzilmasi, mahalliy aholi bilan ishlash, tashqi sarmoya jalb qilish mexanizmlari. Shunday ekan, metodologik asosda tarixiy resurslardan foydalanishda “samaradorlik + muhofaza” tamoyili ustuvor sanaladi. Birinchi navbatda uchta bosqichni aniqlash mumkin: reestr yaratish, holatni baholash, investitsiya dasturini ishlab chiqish.

4.3.1-jadval

O‘zbekistonda tarixiy ob’ektidan tushayotgan umumiy iqtisodiy foyda dinamikasi (2020–2022 yy.)

Yil	Tarixiy meros ob’ektlari soni	Sayyohlar tashrif soni (ming)	Turizmdan tushgan tushum (mlrd so‘m)	Davlat subsidiyasi (mlrd so‘m)
2020	400	1100	300	30
2021	420	1370	380	25
2022	440	1450	420	20

Ushbu raqamlardan ko‘rinadiki, 2020-yilda turistik soha pandemiya sabab to‘xtalganiga qaramay, umumiy tushum 300 mlrd so‘mni tashkil etgan bo‘lsa, 2022 yilda 420 mlrd so‘mga etdi. Davlat subsidiyasi esa yil sayin kamayayotgani ham xususiy sektor roli o‘sib borayotganidan dalolatdir. Bundan tashqari, tarixiy meros ob’ektlari soni 400 tadan 440 taga oshgan, demak, qayta tiklash orqali yangi ob’ektlar “yangilangan” yoki tan olingan.

Bo‘lib o‘tayotgan islohotlar zamirida nafaqat iqtisodiy manfaat, balki madaniy merosni saqlanishini ta’minlash maqsadi ham mujassam. Shu

sababli, tarixiy resurslarni samarali boshqarishda ilmiy, texnologik va iqtisodiy qo‘llab-quvvatlash kerak bo‘ladi.

Tarixiy yodgorliklardan foydalanishda asosiy metodologiya to‘rtta asosiy elementdan iborat:

- Tashkiliy-boshqaruvviy yo‘nalish (davlat siyosat, xususiy sektor, mahalliy aholi),
- Iqtisodiy-moliyaviy yo‘nalish (sarmoya, grant, PPP, kraudfanding),
- Texnologik-raqamli yo‘nalish (AR/VR, veb-portal, audiogid, internet-marketing),
- Reklamashtirish-marketing (brendlash, sotsiotarmoqlar, turoperatorlar bilan hamkorlik).

Bu elementlar bir vaqtda o‘sib borishi kerak, aks holda integratsiya bajarilmaydi.

Tarixiy resurslardan foydalanish – ko‘p shoxobchali jarayon bo‘lib, unda davlat, xususiy biznes, mahalliy aholi, xalqaro tashkilotlar ishtirok etadi. Innovatsion iqtisodiy modellardan biri sifatida Davlat-xususiy sherikchiligi, kraudfanding, grantlar bilan birga xususiy sarmoya jalb etish maqsadi BoFocus-Group Reni zamonaviy jamoatchilik muhokamasi, ekspertlar baholashi va chuqur marketing tahlili talab etiladi.

Innovatsion usullardan biri – madaniy meros ob’ektini “adopt-a-monument” shaklida bir korxona yoki fond “vasiy” sifatida qabul qilishi. Bu shaklda ob’ektni saqlash, ta’mirlash xarajatlari belgilangan davr mobaynida tegishli tashkilot zimmasiga tushadi, evaziga ular madaniy ob’ekt atrofida har xil iqtisodiy faoliyat (suvenir do‘konlari, kafe, ko‘rgazma, konferensiyalar)ni tashkil etish vakolati olishadi (4.3.1-jadval).

Tarixiy resurslardan innovatsion usullar bilan foydalanish O‘zbekistonda yuksak samara keltirishi mumkin. Davlat-xususiy sherikchiligi, IT-texnologiyalar, klaster asosida integratsiya, kraudfanding, franchayzing kabi mexanizmlar bir-biri bilan uyg‘unlashgan holda ishga tushirilsa, tarixiy meros ob’ekti nafaqat saqlab qolinadi, balki mahalliy iqtisodiyotda sayyohlik, xizmat ko‘rsatish, hunarmandchilik, infratuzilma singari sohalarni ham rivojlantiradi. Asosiy ahamiyatli jihat – tizimli yondashuv. Har bir ob’ektni alohida olganda buzib qayta qo‘yish yoki uncha-ma’noli bo‘lmagan tarzda modernizatsiya qilish bilan cheklanmaslik, aksincha, ilmiy ekspertiza, asllikni saqlash, innovatsion moliyalashtirish, texnologik kuchayotgan davrda raqamlashtirish, kuchli marketing va

mahalliy aholi manfaatlarini ta’minlash bilan barqaror rivojlanishga erishish maqsad qilinmog‘i kerak.

4.3.1-jadval

Innovatsion iqtisodiy modellarning afzalliklari va kamchiliklari[275]

Model	Afzalliklar	Kamchiliklar
Davlat-xususiy sherikchiligi	Davlat kafolati, xususiy sarmoya, keng ko‘lamli loyihalar	Byurokratiya imkoni, loyiha muddati uzoq, davlat bilan kelishuv mashmasha
Kraudfanding	Keng jamoatchilik jalb etilishi, xayriya, PR jihatda ustunlik	Miqdor jihatdan katta mablag‘ yig‘ish qiin, monitoring murakkab
IT-innovatsiyalar (AR/VR)	Marketing arzon, sayyohlarga qiziqarli, “sifraviy” turistiq taxallusi	Texnologik infratuzilma talab etilishi, mutaxassislar etishmovchiligi
Franchayzing	Tayyor brend, standartlashgan servis	Xalqaro brend yoki tramoqa bog‘liqlik, mustaqil qarorlar cheklanishi

Mazkur yondashuv barqaror rivojlanish tamoyillarini hisobga olgan holda tarixiy-madaniy merosni kelgusi avlodlarga etkazadi, bir vaqtning o‘zida mamlakatimiz turistik salohiyatini oshiradi va iqtisodiyotga sezilarli daromad keltiradi.

O‘zbekiston Respublikasida ichki turizm faoliyatini rivojlantirishga qaratilgan strategik dasturlarning muvaffaqiyati madaniy-tarixiy ob’ektlarning uzluksiz ishlashi va ularni samarali boshqarishga bog‘liqdir. Shuning uchun, madaniy-tarixiy ob’ektlar infratuzilmasi boshqaruv tizimini ilmiy asosda modellashtirish va prognozlashtirish, turizm oqimlarini qamrab olish va madaniy meros xizmatlari sifatini oshirish bo‘yicha samarali mexanizmlarni ishlab chiqish muhim vazifalardan hisoblanadi. Bu esa ichki turizmning barqaror rivojlanishi, mamlakat iqtisodiyotining diversifikatsiyasi, ish o‘rinlarini yaratish va aholining ijtimoiy-iqtisodiy farovonligini oshirishga hissa qo‘shadi. Ayniqsa, ichki turizmning rivojlanishi respublikaning barcha hududlariga iqtisodiy faollik va ijtimoiy o‘zgarishlarni olib kirib, ularning madaniy meros tizimini mustahkamlashga, mavjud resurslardan samarali foydalanishga va mavjud tarmoqlarini rivojlantirishga turtki bo‘ladi (4.3.2-jadval).

[275] Muallif tomonidan ishlab chiqilgan

4.3.2-jadval

Madaniy meros bilan bog‘liq asosiy manfaatdor tomonlar va kutishlari

Manfaatdor tomon	Kutilayotgan maqsad	Iqtisodiy-samara manfaat
Davlat	Merosni asrab-avaylash, turizmni rivojlantirish	Soliq tushumlari, nufuz oshishi
Xususiy sektor	Daromad olish, brend qilish	Investitsiya qaytishi, turizmdan oldingi o‘rinni egallash
Mahalliy aholi	Ish o‘rinlari, madaniy hayotda ishtirok	Daromad, mahalliy biznes rivoji
Turistlar	Madaniy obidalar bilan tanishish, yangi taassurot	Sifatli servis, ma’naviy boyish
Xalqaro fondlar	Tarixiy ob’ektlarni muhofaza qilish, iqtisodiy barqarorlik	Homiylik orqali ijobiy imidj

Klaster tamoyilida bir necha tarixiy ob’ektlar turizmda birgalikda reklama qilinadi, logistika hamoxang yo‘lga qo‘yiladi, mahalliy hunarmandlar, joylashuv muassasalari, ichki transport xizmatlari bilan uyg‘unlashadi. Shu tariqa umumiy turistik mahsulot yaratiladi. Bu yerda muhim jihat – klaster ishtirokchilarining manfaatlari va huquqlari aniq belgilab berilishi. Innovatsion iqtisodiy modellardan samarali foydalanish uchun elektron chipta sotib olish, turpaketlar, turistika ilovalari (apps), virtual ekskursiyalar joriy etilishi kutilganidek sayyohlar oqimini keskin oshiradi. Ayniqsa, AR/VR texnologiyalari yordamida yodgorlik aslida qanday ko‘rinishda bo‘lganligini ko‘rishi turistlar uchun qiziq. Shu orqali pullik xizmatlar (self-service audiogid, musobaqalar, interaktiv kvestlar) ko‘payishi mumkin.

Bugungi kunda dunyo tajribasida turizmda madaniy meros xizmatlari sohasini boshqarishda ekonometrik modellashtirish alohida o‘rin tutmoqda. Ekonometrik modellar yordamida real iqtisodiy jarayonlar matematik va statistik vositalar orqali tahlil qilinadi, har xil omillarning o‘zaro bog‘liqligi aniqlanadi, va shu asosda strategik qarorlar ishlab chiqiladi. Ayniqsa, madaniy-tarixiy ob’ektlar kabi ko‘plab omillarga bog‘liq tarmoqlarda ekonometrik tahlil vositalari orqali xizmatlar sifati, narxlar dinamikasi, turistlar sonini chuqur o‘rganish imkoniyati mavjud. Shuningdek, bu modellarning yordami bilan turli iqtisodiy siyosat choralarining kutilayotgan natijalari oldindan baholanadi, bu esa strategik rejalashtirishni ancha samarali qiladi.

Ekonometrik modellashtirishda asosiy e’tibor tarixiy ma’lumotlar asosida regressiya tahlili, vaqt qatorlarini tahlil qilish, panel ma’lumotlar modellari, sababiylik tahlillari (causality analysis), hamda stoxastik prognoz modellarini tuzishga qaratiladi. Bunday yondashuvlar orqali turizmda madaniy meros infratuzilmasi, omillar ta’siri, bozor o‘zgarishlariga nisbatan sezgirligi kabi jihatlar aniqlanadi. Shu bilan birga, bu modellar kelgusidagi rivojlanish istiqbollarini aniqlash, ishlab chiqarish va ta’minot zanjirlarida uzilishlar oldini olish, resurslarni maqsadli taqsimlash hamda davlat qo‘llab-quvvatlash choralarini ilmiy asoslashga xizmat qiladi.

O‘zbekistonda bu borada hali etarli darajadagi statistik, iqtisodiy va raqamli infratuzilmaning to‘liq shakllanmaganligi ushbu uslublarni keng joriy qilishga to‘sqinlik qilayotgan asosiy omillardan biridir. Bundan tashqari, ilmiy tadqiqotlar va amaliy iqtisodiy siyosat o‘rtasidagi uzviy bog‘liqlikning sustligi, iqtisodiy qaror qabul qiluvchi sub’ektlarning analitik vositalardan etarlicha foydalanmasligi, zamonaviy iqtisodiy modellashtirish madaniyatining endigina shakllanayotganligi mavjud holatni yanada murakkablashtirmoqda. Shu sababli, turizmda madaniy meros infratuzilmasini boshqarishda iqtisodiy-analitik uslublarning, xususan ekonometrik modellar asosidagi prognozlash yondashuvlarining joriy etilishi dolzarb ilmiy va amaliy vazifa bo‘lib qolmoqda.

Shu nuqtai nazardan olib qaralganda, ushbu mavzu bo‘yicha tadqiqot olib borish quyidagi muhim jihatlarni aniqlashga xizmat qiladi: turizmda madaniy meros infratuzilmasini boshqarishda mavjud iqtisodiy muammolarni modellashtirish orqali tahlil qilish; asosiy ta’sir ko‘rsatuvchi omillarni statistik aniqlash; bozor sharoitlariga mos keluvchi samarali boshqaruv mexanizmlarini taklif etish; va nihoyat, raqamli iqtisodiyot sharoitida iqtisodiy prognozlashning zamonaviy usullarini tatbiq etish. Bu esa respublikamizda turizm infratuzilmasini rivojlantirishning ustuvor yo‘nalishlari bilan hamohang bo‘lib, “2022–2026-yillarda ichki va tashqi turizmni rivojlantirish strategiyasi” kabi konseptual dasturlar doirasida o‘zining dolzarbligi va amaliy ahamiyatini namoyon etadi.

Turizmda madaniy meros infratuzilmasi rivojlanishiga ta’sir etuvchi omillarning ekonometrik tahlilida ko‘p omilli ishlab chiqarish funksiyalari va ulardan kelib chiqadigan funksiyalardan keng foydalanishni hisobga olgan holda turistik majmualardan foydalanish asosida sohada yaratilgan yalpi qo‘shilgan qiymat hajmining o‘zgarish holatini ko‘p omilli bog‘lanish asosida ishlab chiqarish funksiyasi ko‘rinishidagi ekonometrik modellarini aniqlaymiz. Aniqlanadigan modellar madaniy-tarixiy ob’ektlar bo‘yicha

ko‘rsatilgan xizmatlar hajmi va unga ta’sir etuvchi omillarni rivojlanish yo‘nalishlarini aniqlash asosida madaniy meros turizimi uchun o‘rta muddatli davr uchun maqsadli prognoz ko‘rsatkichlarini aniqlash hamda ushbu ko‘rsatkichlarni ta’minlash uchun zarur bo‘lgan tadbirlarni belgilashga yordam beradi. Shu nuqtai nazardan, ushbu tadqiqot turizm faoliyati bilan shug‘ullanuvchi korxonalarni samaradorligini oshirish usullarini o‘rganishga qaratilgan bo‘lib, bu borada ekonometrik modellashtirish usulidan foydalaniladi.

Ekonometrik modellashtirish orqali turistik majmualardan foydalanish asosida sohada yaratilgan yalpi qo‘shilgan qiymat hajmiga ta’sir etuvchi asosiy omillar aniqlanib, ularning natijaviy omilga ta’sir darajasi baholanadi. Bu esa, o‘z navbatida, samaradorlikni oshirish uchun qanday yo‘nalishlarda islohotlar va investitsiyalarni amalga oshirish kerakligini belgilash imkonini beradi.

Tadqiqot usullaridan foydalanilgan holda turistik majmualardan foydalanish asosida sohada yaratilgan yalpi qo‘shilgan qiymat hajmi, ya’ni endogen omil hisoblangan ko‘rsatkichga asosiy ta’sir etuvchi omil ta’sirida o‘zgarishi bo‘yicha ko‘p omilli tahlil amalga oshirildi.

Turistik majmualardan foydalanish asosida sohada yaratilgan yalpi qo‘shilgan qiymat hajmi asosiy kiruvchi, ya’ni iqtisodiy samara keltiruvchi resurs sifatida belgilab, ushbu natijaviy omilni rivojlanishiga multiplikativ ta’sir ko‘rsatuvchi omillar sifatida tadqiqot natijalariga asoslanib quyidagi ko‘rsatkichlar tanlandi:

X_1 – Respublikadagi tarixiy-madaniy ob’ektlar soni;

X_2 – Mamlakat ichidagi turizm iste’moli;

X_3 – turistik majmualarga kiritilayotgan investitsiyalar hajmi;

X_4 – Respblikadagi ichki va tashqi turistlar soni;

Turistik majmualardan foydalanish asosida sohada yaratilgan yalpi qo‘shilgan qiymat hajmini modellashtirishda sohada amalga oshirilayotgan ijtimoiy-iqtisodiy islohotlar va aholining madaniy-tarixiy meros xizmatlariga bo‘lgan ehtiyojlarini hisobga olib iqtisodiy-matematik modellar yordamida amalga oshirilishi mumkin. Tadqiqot jarayonida turistik majmualardan foydalanish asosida sohada yaratilgan yalpi qo‘shilgan qiymat hajmi va uning iqtisodiy samaradorligiga ta’sir etuvchi asosiy ko‘rsatkichlarning 2011-2024-yillar davomidagi o‘zgarish tendensiyalari tahlili amalga oshirildi (4.3.3-jadval).

4.3.3-jadval

Turistik majmualardan foydalanish asosida sohada yaratilgan yalpi qo‘shilgan qiymat hajmi va uning o‘zgarishiga ta’sir etuvchi omil ko‘rsatkichlari[276]

Yil lar	Turistik majmualardan foydalanish asosida sohada yaratilgan yalpi qo‘shilgan qiymat, mlrd. so‘m (Y)	Respublikadagi tarixiy-madaniy ob’ektlar soni, (birlik), (X_1)	Mamlakat ichidagi turizm iste’moli, (mlrd. so‘m.) (X_2)	Turistik majmualarga kiritilayotgan investitsiyalar hajmi, (mlrd.so‘m), (X_3)	Respblikadagi ichki va tashqi turistlar soni, (ming kishi), (X_4)
2011	3294,7	7800	11897,2	2,5	10802,3
2012	3561,5	7850	12348,9	3,1	11156,8
2013	3793,4	7900	12785,6	3,5	12456,6
2014	4066,4	7950	13576,2	4,2	13580,4
2015	4219,5	8000	14010,7	5,1	14015,8
2016	4253,3	8050	13772,5	5,8	13778,3
2017	4631,8	8080	16568,3	6,7	16575
2018	5085,7	8100	30561,4	8	30569,4
2019	6169	8208	50445,8	9	50454,8
2020	3245,7	8210	9323,6	10,5	9334,1
2021	4869,8	8210	17313,3	11,4	17324,7
2022	5286,4	8210	33091,9	22,1	33114
2023	5841,6	8300	40534,3	25,1	40559,4
2024	6125,4	8366	48054,6	27	48081,6

Yuqoridagi jadvalda keltirilgan omil parametrlarining korrelyatsion-regression tahlili hamda u asosida turistik majmualardan foydalanish asosida sohada yaratilgan yalpi qo‘shilgan qiymat hajmi hamda unga ta’sir eetuvchi omillar orasidagi bog‘liqlik darajalari tahlili amalga oshiriladi.

Turistik majmualardan foydalanish asosida sohada yaratilgan yalpi qo‘shilgan qiymat hajmi va unga ta’sir etuvchi omillarning o‘zaro juft korrelyatsion bog‘lanish darajasini korrelyatsion tahlil asosida o‘rganib chiqildi. Korrelyatsion tahlil natijasi endogen omil bilan ta’sir etuvchi omillar o‘rtasidagi bog‘lanish zichligi zaruriy shartni qanoatlantirmoqda, ya’ni r_{yx1}=0,7747229, r_{yx2}=0,9406973, r_{yx3}=0,7283571 hamda r_{yx4}=0,9461042 ga teng. Zichlik darajalari ushbu ko‘rsatkichlar natijaviy

[276] Ўзбекистон Республикаси Миллий статистика қўмитаси маълумотлари асосида муаллиф томонидан қайта ишлнаган.

omilga nisbatan ta’sir etuvchi omillar to‘g‘ri tanlanganligini ko‘rsatadi (4.3.4-jadval).

4.3.4-jadval

Turistik majmualardan foydalanish asosida sohada yaratilgan yalpi qo‘shilgan qiymat hajmi va unga ta’sir etuvchi omillarning korrelyatsion bog‘lanishi[277]

	Y	X_1	X_2	X_3	X_4
Y	1				
X_1	0,7747229	1			
X_2	0,9406973	0,7157459	1		
X_3	0,7283571	0,8554577	0,727935	1	
X_4	0,9461042	0,7285	0,999645	0,732572	1

Yuqoridagi jadvalda ajratib olingan natijaviy va ta’sir etuvchi omil ko‘rsatkichlarining o‘lchov birligi bir xil emasligi, ya’ni omil ko‘rsatkichlarining bir jinsli emasligi sababli asosiy trend modelini chiziqli logarifmik bog‘lanish ko‘rinishida aniqlab olamiz. Buning uchun omil ko‘rsatkichlarining barchasini natural logarifmik ko‘rsatkichlarga keltirib olinadi (4.3.5-jadval).

4.3.5-jadval

Turistik majmualardan foydalanish asosida sohada yaratilgan yalpi qo‘shilgan qiymat hajmi va uning o‘zgarishiga ta’sir etuvchi omil ko‘rsatkichlarining logarifmik qiymati[278]

Yillar	LnY	LnX_1	LnX_2	LnX_3	LnX_4
2011	8,10	8,96	9,38	0,92	9,29
2012	8,18	8,97	9,42	1,13	9,32
2013	8,24	8,97	9,46	1,25	9,43
2014	8,31	8,98	9,52	1,44	9,52
2015	8,35	8,99	9,55	1,63	9,55
2016	8,36	8,99	9,53	1,76	9,53
2017	8,44	9,00	9,72	1,90	9,72
2018	8,53	9,00	10,33	2,08	10,33
2019	8,73	9,01	10,83	2,20	10,83
2020	8,09	9,01	9,14	2,35	9,14
2021	8,49	9,01	9,76	2,43	9,76
2022	8,57	9,01	10,41	3,10	10,41
2023	8,67	9,02	10,61	3,22	10,61
2024	8,72	9,03	10,78	3,30	10,78

[277] Муаллиф томонидан Microsoft Excel дастури асосида ишлаб чиқилди.
[278] Муаллиф ҳисоб-китоблари асосида ишлаб чиқилган.

Eviews10 dasturiy paketidan foydalangan holda amalga oshirilgan regression tahlil jarayonida aniqlangan parametrlar hamda modelning ahamiyati dastur tomonidan hisoblangan asosiy baholash ko‘rsatkichlari orqali hisoblangan.

Regression tahlil natijalaridan ko‘rilayotgan holat uchun regression modelning koeffitsientlarini ajratib olgan holda trendning logarifmik modelini shakllantirib olinadi.

4.3.6-jadval

Turistik majmualardan foydalanish asosida sohada yaratilgan yalpi qo‘shilgan qiymat hajmi bo‘yicha tanlangan omillarning bog‘lanish xususiyatlari va tuzilgan omilli model sifatining asosiy ko‘rsatkichlari[279]

Dependent Variable: **Turistik majmualardan foydalanish asosida sohada yaratilgan yalpi qo‘shilgan qiymat hajmi, LnY**
Method: Least Squares
Date: 06/10/25 Time: 14:01
Sample: 2011 2024
Included observations: 14

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
Respublikadagi tarixiy-madaniy ob’ektlar soni, LnX_1	1.597868	2.964436	0.539012	0.6030
Mamlakat ichidagi turizm iste’moli, LnX_2	-1.060946	0.714381	-1.485125	0.1717
Turistik majmualarga kiritilayotgan investitsiyalar hajmi, LnX_3	-0.048238	0.072279	-0.667384	0.5213
Respblikadagi ichki va tashqi turistlar soni, LnX_4	1.390776	0.719144	1.933933	0.0851
Tasodifiy omillar ta’siri, *e*	-9.103018	26.50704	-0.343419	0.7392

R-squared	0.948837	Mean dependent var	8.412857
Adjusted R-squared	0.926098	S.D. dependent var	0.216562
S.E. of regression	0.058872	Akaike info criterion	-2.554452
Sum squared resid	0.031193	Schwarz criterion	-2.326217
Log likelihood	22.88116	Hannan-Quinn criter.	-2.575579
F-statistic	41.72741	Durbin-Watson stat	2.456077
Prob(F-statistic)	0.000008		

Turistik majmualardan foydalanish asosida sohada yaratilgan yalpi qo‘shilgan qiymat hajmi va unga ta’sir etuvchi omillar ta’sirida o‘zgarishining ko‘p omilli ekonometrik modeli tuzildi hamda regressiya tenglamasi ishlab chiqildi.

[279]Muallif tomonidan ishlab chiqilgan

$$\boldsymbol{LnY = 1,598 \cdot LnX_1 - 1,061 \cdot LnX_2 - 0,048 \cdot LnX_3 + 1,391 \cdot LnX_4 - 9,103} \quad \textbf{(4.1)}$$

Tadqiqot natijasida aniqlangan chiziqli logarifmik modelni potensirlash asosida Turistik majmualardan foydalanish asosida sohada yaratilgan yalpi qo‘shilgan qiymat hajmini ifodalovchi chiziqsiz ko‘rinishdagi ekonometrik model tuzildi:

$$\boldsymbol{Y = \frac{x_1^{1,598} \cdot x_4^{1,391}}{x_2^{1,061} \cdot x_3^{0,048} \cdot e^{9,103}}} \qquad (4.2)$$

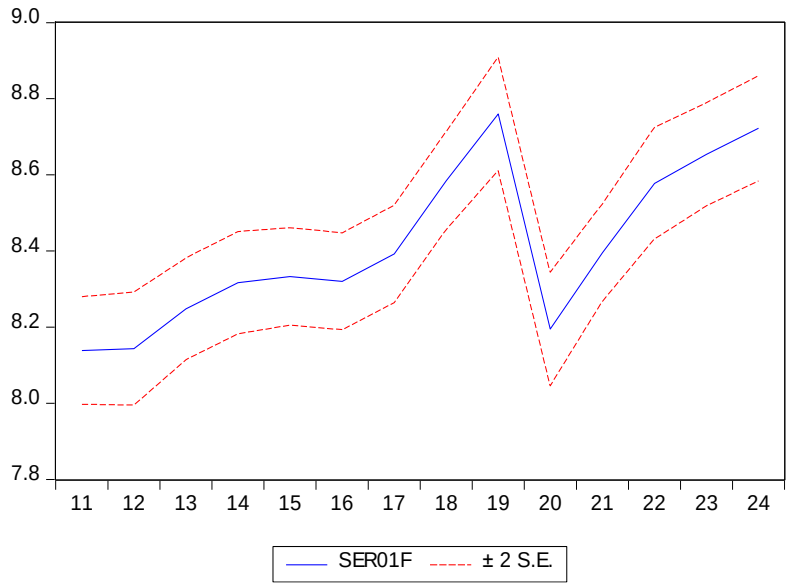
4.3.6-jadvalda ko‘rsatilgan ko‘rsatkichlar qiymatidan foydalangan holda tuzilgan ekonometrik modelning ahamiyati va parametrlari sifati baholanadi. Aniqlangan modeldagi endogen omil uchun korrelyatsiya koeffitsienti 0,9653 ga, determinatsiya koeffitsienti 0.926098 ga, Fisher mezoni qiymati 41.72741 ga teng bo‘lib, uning ahamiyati 0.000008 ga teng. Bundan ko‘rinib turibdiki, tuzilgan trend modelni ahamiyati jihatidan amaliyotda qo‘llash mumkin.

Model sifati dasturiy paket vositasida Akiake axborot mezoni (-2.554452), Shvars mezoni (-2.326217) va Xannan-Kuin mezoni (-2.575579) orqali baholangan. Ushbu mezonlar qiymati ham trend modelini amaliyotda qo‘llash mumkinligini ko‘rsatadi.

Tuzilgan ekonometrik modelda avtokorrelyatsiya yoki multikolleniarlik mavjudligini aniqlash imkonini beruvchi Darbin-Uotson (DW) mezoni 2.456077 ga teng bo‘lib, optimal chegara 2,0 atrofida ekanligi hisobga olinsa, modelda avtokorrelyatsiya mavjud emasligini ko‘rish mumkin.

EViews10 dasturiy paketidan foydalangan holda turistik majmualardan foydalanish asosida sohada yaratilgan yalpi qo‘shilgan qiymat hajmining ±2 stoxastik xatolik chegaralarida o‘zgarishi trendi shakllantirildi hamda ushbu trendning ahamiyatini ifodalovchi ko‘rsatkichlar baholandi (4.3.1-rasm).

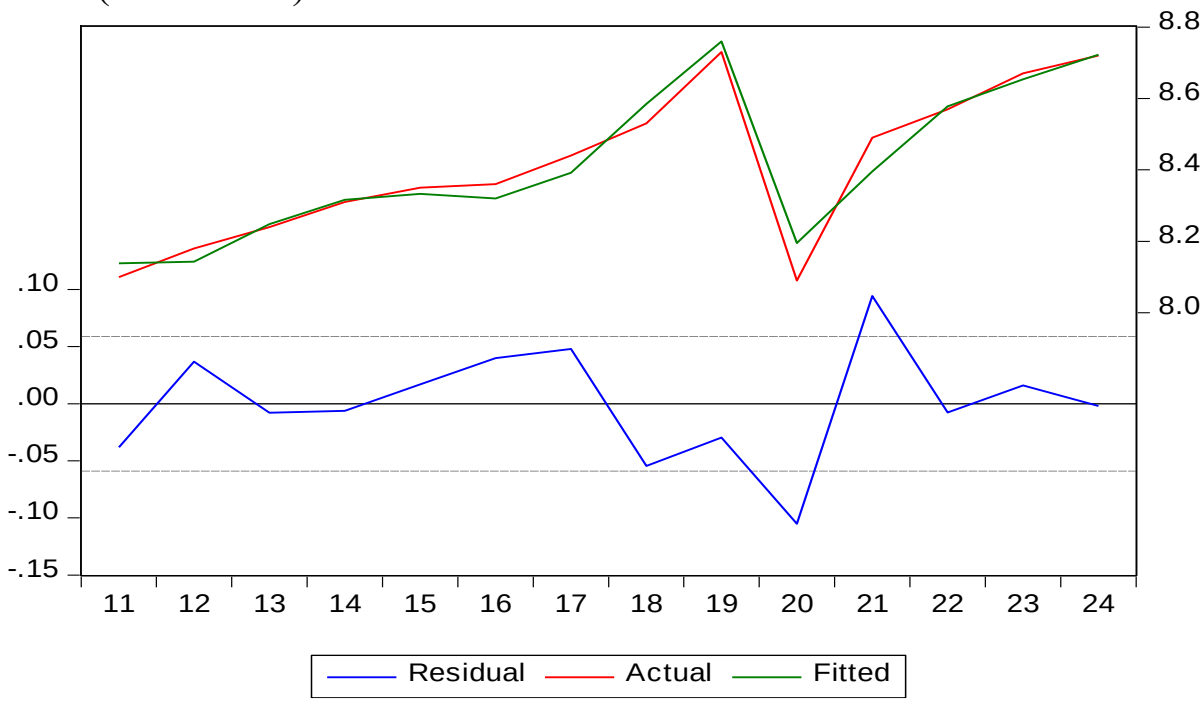
4.3.1-rasmda keltirilgan ko‘rsatkichlar tuzilgan modelning ahamiyati hamda adekvatligini aks ettiradi. Jumladan, Teil notenglik koeffitsienti 0,002805 ga, Teil U2 koeffitsienti 0,215309 ga, Bias nisbati 0 ga, variatsiya nisbati 0,013129 ga, kovariatsiya nisbati 0,986871 ga hamda simmetrik MAPE 0,430614 ga teng ekanligi tuzilgan modelning zaruriy oraliqlarda joylashganligini ko‘rsatadi. Xususan, simmetrik MAPE uchun chegara 10 gacha ekanligi hisobga olinsa, taxminiylik xatoligi darajasi belgilangan chegaradan kichikligini ko‘rish mumkin, ya’ni MAPE: 0,430614<10.



Forecast: SER01F	
Actual: SER01	
Forecast sample: 2011 2024	
Included observations: 14	
Root Mean Squared Error	0.047203
Mean Absolute Error	0.035967
Mean Abs. Percent Error	0.430748
Theil Inequality Coefficient	0.002805
Bias Proportion	0.000000
Variance Proportion	0.013129
Covariance Proportion	0.986871
Theil U2 Coefficient	0.215309
Symmetric MAPE	0.430614

4.3.1-rasm. Turistik majmualardan foydalanish asosida sohada yaratilgan yalpi qo‘shilgan qiymat hajmining 2011–2024-yillardagi ±2 stoxastik xatolik chegaralarida o‘zgarishi[280]

Yuqoridagilar bilan birga turistik majmualardan foydalanish asosida sohada yaratilgan yalpi qo‘shilgan qiymat hajmining omillar ta’sirida o‘zgarish modelini baholashda qoldiq, haqiqiy va tuzilgan model qiymatlari ifodalandi (4.3.2-rasm).



4.3.2-rasm. Turistik majmualardan foydalanish asosida sohada yaratilgan yalpi qo‘shilgan qiymat hajmining qoldiq, haqiqiy va tuzilgan model qiymatlari grafigi[281]

[280] Eviews 10 dasturi asosida muallif tomonidan ishlab chiqilgan.
[281] Eviews 10 dasturi asosida muallif tomonidan ishlab chiqilgan.

4.3.2-rasmda berilgan grafikda qoldiq model asosida hisoblangan va haqiqiy qiymatlarning qoldiq ko‘rsatkichlari o‘rtasidagi tebranish darajasi yuqori bo‘lsa-da, haqiqiy ko‘rsatkichlar va tuzilgan model asosida hisoblangan ko‘rsatkichlar grafigi o‘rtasidagi farq darajasi sezilarsiz ekanligini ko‘rish mumkin.

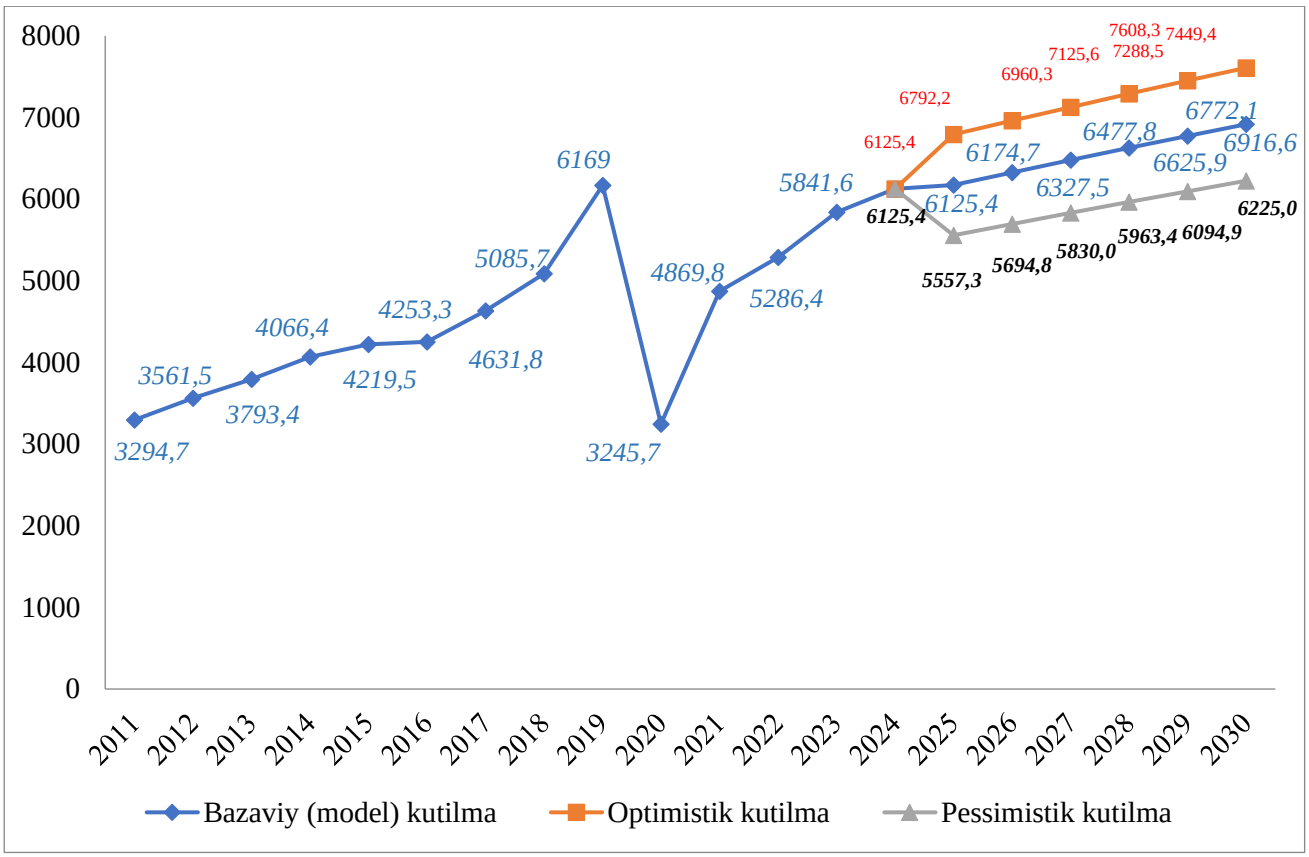
4.3.7-jadval

2025-2030-yillarda turistik majmualardan foydalanish asosida sohada yaratilgan yalpi qo‘shilgan qiymat hajmi va uning o‘zgarishiga ta’sir etuvchi omil ko‘rsatkichlari hamda uni amalga oshirish faoliyati ko‘rsatkichlarining prognozlari[282]

Yillar	Turistik majmualardan foydalanish asosida sohada yaratilgan yalpi qo‘shilgan qiymat, mlrd. so‘m (Y)	Respublikadagi tarixiy-madaniy ob’ektlar soni, (birlik), (X_1)	Mamlakat ichidagi turizm iste’moli, (mlrd. so‘m.) (X_2)	Turistik majmualarga kiritilayotgan investitsiyalar hajmi, (mlrd.so‘m), (X_3)	Respblikadagi ichki va tashqi turistlar soni, (ming kishi), (X_4)
2025	6174,7	8392	41123,3	23,7	41460,7
2026	6327,5	8433	43517,9	25,5	43924,0
2027	6477,8	8474	45912,6	27,3	46387,3
2028	6625,9	8514	48307,3	29,1	48850,6
2029	6772,1	8555	50702,0	30,9	51313,9
2030	6916,6	8595	53096,7	32,7	53777,2

Ko‘p omilli ekonometrik modeldan foydalangan holda tahlil uchun olingan turistik majmualardan foydalanish asosida sohada yaratilgan yalpi qo‘shilgan qiymat hajmining iqtisodiy omillari ta’sirida qisqa muddatda, ya’ni 2025–2030-yillarda o‘zgarish qiymatlarini 4.3.8-jadval asosida 4.3.3-rasmdagi ko‘rinishda ifodalandi.

[282] Муаллиф томонидан ишлаб чиқилган.



4.3.3-rasm. 2011–2030-yillarda turistik majmualardan foydalanish asosida sohada yaratilgan yalpi qo‘shilgan qiymat hajmining o‘zgarishi[283], mlrd. so‘m. (2025–2030-yillar prognoz)

Yuqoridagi tahliliy ma’lumotlar hamda ko‘rsatkichlar qiymatlarini baholash asosida turizm xizmatlari faoliyati bilan shug‘ullanuvchi korxonalarining kelgusi davrda rivojlantirish strategiyalari asosida ssenariylar ishlab chiqish jarayonida foydalanish yaxshi samara keltiradi.

Aniqlangan trendlardan foydalanish tahlil qilinayotgan turistik majmualardan foydalanish asosida sohada yaratilgan yalpi qo‘shilgan qiymat hajmining rejalashtirish jarayonini tashkil etishda kiritilayotgan resurs hajmini to‘g‘ri taqsimlagan holda resurs omil birligidan olinadigan samarani optimallashtirish imkonini beradi. Ko‘p omilli bog‘lanish asosida aniqlangan trend modellari kelgusi davrda turistik majmualardan foydalanish asosida sohada yaratilgan yalpi qo‘shilgan qiymat hajmining tanlangan omillar ta’sirida ma’lum bir chegaradagi xatoliklarni hisobga olgan holda o‘zgarishini oldindan prognozlash imkonini beradi.

Tadqiqot davomida madaniy-tarixiy meros xizmatlari ko‘lamini kengaytirish orqali ichki va tashqi turizm hamda boshqa iqtisodiy tarmoqlar o‘rtasidagi hamkorlikni kuchaytirish istiqbollari tahlil qilindi. Ayniqsa,

[283]Muallif tadqiqotlari asosida ishlab chiqilgan.

ekonometrik modellashtirish vositasida mavjud o‘sish trendi, madaniy-tarixiy meros infratuzilmasi salohiyati va investitsion oqimlar hisobga olingan holda kelgusi yillarda turistik majmualardan foydalanish asosida sohada yaratilgan yalpi qo‘shilgan qiymat hajmining o‘sish ko‘rsatkichlari prognoz qilindi. Olingan natijalar shuni ko‘rsatdiki, agar mavjud iqtisodiy siyosat, davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlash va xususiy sektor ishtiroki hozirgi darajada davom etsa, 2030-yilga borib turistik majmualardan foydalanish asosida sohada yaratilgan yalpi qo‘shilgan qiymat hajmi 12-15% atrofida oshishi mumkin.

Modellashtirish natijalariga ko‘ra, turistik majmualardan foydalanish asosida sohada yaratilgan yalpi qo‘shilgan qiymat hajmining oshishi bir nechta asosiy omillarga bog‘liq bo‘lib qolmoqda: bu —logistika tizimlarining rivojlanishi, transport vositalari va infratuzilmaning zamonaviylashuvi, yuqori texnologiyali uskunalarning jalb qilinishi hamda madaniy-tarixiy meros xizmatlarini rag‘batlantirish va bozorlarni diversifikatsiya qilish. Ayniqsa, xorijiy investitsiyalarni jalb qilish va innovatsion texnologiyalarni joriy etish madaniy-tarixiy meros xizmatlari tizimi samaradorligini keskin oshiradi. Shu bilan birga, madaniy meros xizmatlari bo‘yicha kooperatsiya darajasining ortishi, marketing tizimining takomillashuvi va brendlash jarayonining faollashuvi ham iqtisodiy modelda muhim o‘rin tutadi.

Ekonometrik prognozlash asosida, agar har yili o‘rtacha 2-5% lik o‘sish sur’atlari saqlansa, turistik majmualardan foydalanish asosida sohada yaratilgan yalpi qo‘shilgan qiymat hajmi ichki va tashqi turizmda, shuningdek eksport bozorlarida ham izchil oshib boradi. Bu esa nafaqat valyuta tushumining ortishiga, balki ichki bozor barqarorligiga, ish o‘rinlari sonining ko‘payishiga va turizm infratuzilmasining yanada rivojlanishiga xizmat qiladi.

Xulosa qilib aytganda, turistik majmualardan foydalanish asosida sohada yaratilgan yalpi qo‘shilgan qiymat hajmini oshirish bo‘yicha amalga oshirilayotgan modellashtirish jarayonlari mantiqiy asosga ega va ularni yanada chuqurlashtirish maqsadga muvofiqdir. Bunda ilmiy asoslangan ekonometrik modellar orqali madaniy-tarixiy meros resurslaridan samarali foydalanish, raqobatbardosh xizmatlar ko‘rsatish va ularni xalqaro bozorlarga tanishtirish imkoniyatlari kengayadi. Shu sababli, turizm xizmatlarini tizimli rag‘batlantirish, davlat-xususiy sheriklik mexanizmlarini kuchaytirish va ilmiy yondashuv asosida strategik

rejalashtirish iqtisodiy taraqqiyot uchun muhim omillardan biri bo‘lib qoladi.

XULOSA

Olib borilgan tadqiqotlar natijasida quyidagi ilmiy xulosa, takliflar va amaliy tavsiyalar ishlab chiqildi.

1. Tadqiqot davomida turizm industriyasi uchun tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlar, “strategik rivojlanish”, “turistik sig‘im”, “barqaror turizm” tushunchalari qayta talqin qilindi va ular o‘rtasidagi bog‘liqlik ilmiy jihatdan asoslandi. Turizmni hududiy rivojlanish drayveri sifatida baholashda iqtisodiy, ijtimoiy va ekologik bloklar birlashtirilgan yagona metodologik platforma ishlab chiqildi.

2. Amaliy tahlillar asosida hududlar bo‘yicha turistik salohiyat, infratuzilma, kadrlar va investitsion muhitning farqlari aniqlandi. Klasterlashtirish modellari, turizm mahsuloti diversifikatsiyasi va hududiy iqtisodiy potensial o‘rtasidagi bog‘liqlik ko‘rsatib berildi. Bunda hududlar kesimida strategik rivojlanish uchun salohiyat–sig‘im–talab uchligi asosiy mezon sifatida belgilab olindi.

3. Tadqiqot jarayonida “Dynamic Territorial Capacity Index – DTCI”, “Limits of Acceptable Change” asosidagi turistik so‘qmoqlar modeli, “Emotional Carrying Capacity – ECC” indeksi kabi ilmiy yangiliklar taklif etildi. Ushbu modellar overturizm xavfini bashorat qilish, hudud yuklamasini chegaralash va ekologik-ijtimoiy barqarorlikni ta’minlashda yuqori amaliy ahamiyat kasb etadi.

4. Strategik rivojlanishda turistlar oqimini ma’muriy cheklash emas, balki qiziqish, mavsum va infratuzilmaga qarab qayta taqsimlashning “yumshoq dispersiya” mexanizmi ishlab chiqildi. U markazlashgan hududlarda zichlikni kamaytiradi, ikkinchi darajali hududlarning iqtisodiy faolligini oshiradi va jamiyatdagi ijtimoiy muvozanatni ta’minlaydi.

5. turizmni raqamli boshqarish uchun “Smart Tourism Data System” va Tourist Flow Recalibration System (TFRS) integratsion algoritmi ishlab chiqildi. Bu tizim katta ma’lumotlardan (big data), real time monitoring (real vaqtda monitoring) va prognozlash modellaridan foydalangan holda turistik oqimni aniq rejalashtirish va infratuzilmani samarali yuklashga imkon beradi.

6. Ekologik barqaror turizmni rivojlantirish uchun turizm ob’ektlarini ekosertifikatlash kriteriylari, “Green Travel” standarti va Zero-Carbon Pressure Tourism modeli taklif etildi. Bu modellar resurs tejami, chiqindilar

kamayishi, uglerod izini qisqartirish va turizm faoliyatining ekologik samaradorligini oshirishga qaratilgan.

7. Turizmda investitsiya siyosatini strategik tarzda to‘g‘ri yo‘naltirish maqsadida Multiplex Value Capacity (MVC) indeksi taklif etildi. U loyihalarning iqtisodiy foydasi, ekologik ta’siri va ijtimoiy samarasini yagona integral ko‘rsatkichda baholash imkonini beradi va investitsiya portfelini optimallashtirishning ilmiy asosini yaratadi.

8. Qoraqalpog‘iston Respublikasi, viloyatlar va Toshkent shahri markazlarining bosh rejalarini ishlab chiqish jarayonida «Entertainment district» turistik xizmatlar klasteri uchun optimallashtirish modeli asosida turizm xizmatlariga ixtisoslashgan hududlarni tashkil etish asoslandi.

9. Nurota tumani Sentob va Chuya, Xatirchi tumani Langar va Angidon qishloqlarini turizm qishloqlari sifatida rivojlantirish, 50 ta oilaviy mehmon uyi tashkil etish va yiliga 500 ming mahalliy, 80 ming xorijiy sayyoh jalb etish asosida qishloq miqyosida “computable general equilibrium” modelini qo‘llash bo‘yicha takliflar ishlab chiqildi.

10. O‘zbekiston hududlari bo‘ylab sayyohlar tashrif buyuradigan madaniy meros ob’ektlari, muzeylar va tarixiy obidalarga kirish imkonini beradigan «O‘zbekiston bo‘ylab sayohat» kartasini joriy etish asosida differensial tarif strategiyasini ishlab chiqish asoslandi.

11. Turizm salohiyati yuqori bo‘lgan tuman va shaharlarda zamonaviy mehmonxonalar va maydoni 5 ming kvadrat metrdan ortiq bo‘lgan savdo-ko‘ngilochar majmualardan iborat bo‘lgan turizm markazlari, «Zomin» turistik-rekreatsion zonasi, «Chimyon» xalqaro umummavsumiy kurorti va «Amirsoy» tog‘-chang‘i kurort zonasi hududida boj olinmaydigan («duty free») va yirik xalqaro brendlarning savdo do‘konlaridan iborat bo‘lgan yirik savdo komplekslarini «Luxury tourism village» uchun premium-segment klaster modeli asosida barpo qilish bo‘yicha takliflar asoslandi.

12. Mamlakatimizda turizmni strategik rivojlantirishga ta’sir etuvchi omillarning tahlili asosida xorijiy turistlar oqimining 2030-yilga qadar ishlab chiqilgan prognoz ko‘rsatkichlari bo‘yicha amaliy tavsiyalar dalillandi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

I. Me’yoriy-huquqiy va dasturiy hujjatlar

1. O‘zbekiston Respublikasining “Turizm to‘g‘risida”gi Qonuni. 2019-yil 18-iyul. – O‘zbekiston Respublikasi Qonun hujjatlari to‘plami.
2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 5-yanvardagi PF-5611-son Farmoni “O‘zbekiston Respublikasida turizm sohasini jadal rivojlantirishga oid qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”. lex.uz-O‘zbekiston Respublikasi qonunchilik ma’lumotlari milliy bazasi
3. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 5-yanvardagi PQ-4095-son qarori “Turizm tarmog‘ini jadal rivojlantirishga oid chora-tadbirlar to‘g‘risida”. lex.uz-O‘zbekiston Respublikasi qonunchilik ma’lumotlari milliy bazasi
4. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 4-oktyabrdagi PQ-4477-son qarori “2019–2030-yillar davrida O‘zbekiston Respublikasining ‘yashil’ iqtisodiyotga o‘tish strategiyasini tasdiqlash to‘g‘risida”. lex.uz-O‘zbekiston Respublikasi qonunchilik ma’lumotlari milliy bazasi
5. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 11-sentabrdagi PF-158-son Farmoni “O‘zbekiston — 2030 strategiyasi to‘g‘risida”. lex.uz-O‘zbekiston Respublikasi qonunchilik ma’lumotlari milliy bazasi
6. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 26-apreldagi PQ-135-son qarori “Respublikaning turizm salohiyatini jadal rivojlantirish hamda mahalliy va xorijiy turistlar sonini yanada oshirishga doir qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”. lex.uz-O‘zbekiston Respublikasi qonunchilik ma’lumotlari milliy bazasi
7. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2024-yil 12-yanvardagi PF-9-son Farmoni “Respublikaga xorijiy turistlar oqimini keskin oshirish hamda ichki turizmni yanada jadallashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”. lex.uz-O‘zbekiston Respublikasi qonunchilik ma’lumotlari milliy bazasi
8. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2024-yil 12-yanvardagi PQ-21-son qarori “O‘zbekiston Respublikasida ekologik turizmni jadal rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”. lex.uz-O‘zbekiston Respublikasi qonunchilik ma’lumotlari milliy bazasi
9. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2024-yil 18-iyuldagi PQ-269-son qarori “Turizm sohasida kadrlar tayyorlash tizimini

takomillashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”. lex.uz-O‘zbekiston Respublikasi qonunchilik ma’lumotlari milliy bazasi

10. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2025-yil 15-maydagi PF-87-son Farmoni “2025–2026-yillarda sayyohlar oqimini keskin ko‘paytirish va turistik xizmatlar ko‘lamini jadal kengaytirish orqali turizmning iqtisodiyotdagi o‘rni va ahamiyatini oshirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”. lex.uz-O‘zbekiston Respublikasi qonunchilik ma’lumotlari milliy bazasi

11. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2021-yil 24-fevraldagi 100-son qarori “Ichki va ziyorat turizmini rivojlantirish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”. lex.uz-O‘zbekiston Respublikasi qonunchilik ma’lumotlari milliy bazasi

12. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi huzuridagi Iqtisodiy tadqiqotlar va islohotlar markazi. “Turizm sohasini rivojlantirish bo‘yicha 2019 yilda amalga oshirilgan ishlar” tahliliy sharhi. Review.uz, 21.01.2020. lex.uz-O‘zbekiston Respublikasi qonunchilik ma’lumotlari milliy bazasi

II. Xalqaro tashkilotlar, indekslar va rasmiy statistik manbalar

13. UN Tourism (UNWTO). *International Tourism Highlights, 2024 Edition*. Madrid, 2024.e-unwto.org

14. UN Tourism. *World Tourism Barometer* va UN Tourism Data Dashboard. 2023–2024-yillar statistik ma’lumotlari. Untourism

15. World Travel & Tourism Council (WTTC). *Travel & Tourism Economic Impact 2024: Global Trends*. London, 2024. researchhub.wttc.org+1

16. World Economic Forum. *Travel and Tourism Development Index 2024*. Geneva: WEF, 2024. www3.weforum.org

17. OECD. *Tourism Trends and Policies in Central Asia*. Paris: OECD Publishing, 2024. globalresearchnetwork.us

18. UNESCO. *Sustainable Tourism and Cultural Heritage*. Paris: UNESCO Publishing, 2023. globalresearchnetwork.us

19. O‘zbekiston Respublikasi Turizm qo‘mitasi. *O‘zbekiston turizm statistikasi*. Yillik statistik to‘plamlar, Toshkent, 2016–2024.

20. O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi. *O‘zbekiston Respublikasining ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishi* (turizm bo‘limlari), turli yillar statistik to‘plamlari.

21. World Tourism Organization. *UN Tourism Elibrary* (raqamli ma’lumotlar bazasi) – xalqaro turistlar oqimi, tushumlari va boshqa ko‘rsatkichlar. e-unwto.org

I. Milliy ilmiy-nazariy manbalar (monografiyalar, darsliklar, dissertatsiyalar)

22. Абдурахмонов Қ.Х. Менеджмент туризма. Учебное пособие. – Тошкент: Фан ва технология, 2014. – 332 б. Ziyonet

23. Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Экологик туризм: моҳияти, тенденсиялари ва ривожланиш стратегияси. – Тошкент: Ўзбекистон миллий энциклопедияси, 2006. Ziyonet

24. Тухлиев И.С., Қудратов Ғ.Х., Пардаев М.Қ. Туризмни режалаштириш. Дарслик. – Тошкент: “Иқтисод-Молия” нашриёти, 2010. – 238 б. Ziyonet

25. Эштаев А.А. Туризм индустриясини бошқаришнинг маркетинг стратегияси. Монография. – Тошкент: Фан, 2011. – 280 б. Зиёнет

26. Сафаров Б.Ш. Миллий туризм хизматлар бозорини инновацион ривожлантиришнинг методологик асослари. Монография. – Тошкент: Фан ва технология, 2016. – 184 б. Ziyonet

27. Хамидов О.Х. Ўзбекистонда экологик туризмни ривожлантиришни бошқариш механизмини такомиллаштириш. Иқтисодиёт фанлари доктори (DSc) диссертацияси. – Самарқанд: СамИСИ, 2017. – 260 б. Ziyonet

28. Тураев Б.Х. Организационно-экономические механизм регионалного туризма. Монография. – Тошкент: Фан, 2009. Ziyonet

29. Алиева М.Т. Иқтисодиётни эркинлаштириш шароитида туризм хизматлари соҳасини бошқаришнинг иқтисодий жиҳатлари (Ўзбекистон Республикаси мисолида). Иқтисодиёт фанлари доктори диссертацияси автореферати. – Самарқанд, 2019. Ziyonet

30. Norchayev A.N. Zamonaviy turizm infratuzilmasining shakllanish va rivojlanish tendensiyalari. Iqtisodiyot fanlari doktori (DSc) dissertatsiyasi. – Toshkent: TDIU, 2021. – 246 b. Ziyonet

31. Ибрагимов Н.С. Ўзбекистонда халқаро туризмни ривожлантиришда дестинатсион менежмент консепсиясини қўллаш. Иқтисодиёт фанлари номзоди (PhD) диссертатsiяси. – Бухоро, 2006. Ziyonet

32. Matyakubov U.R. Orolbo‘yi mintaqasida turizmni strategik rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy va metodologik yo‘nalishlarini

takomillashtirish. Iqtisodiyot fanlari doktori (DSc) dissertatsiyasi avtoreferati. – Urganch, 2022. – 78 b. Ziyonet

33. Mirzayev A.T. O‘zbekistonda turistik-rekreatsiya faoliyatini boshqarish metodologiyasini takomillashtirish. Iqtisodiyot fanlari doktori (DSc) dissertatsiyasi avtoreferati. – Toshkent, 2021. – 68 b. Ziyonet

34. Qodirov A.A. Hududlarda ekologik turizm salohiyatini barqaror rivojlantirishning uslubiy-metodologik asoslarini takomillashtirish. Iqtisodiyot fanlari doktori (DSc) dissertatsiyasi avtoreferati. – Toshkent, 2024. Ziyonet

35. Amonboyev M., Khalilov S. Barqaror turizm rivojlanishi. O‘quv qo‘llanma. – Toshkent: “Innovatsion rivojlanish” nashriyot-matbaa uyi, 2021. – 96 b. Ziyonet

36. Safarov Sh., Ibadullaev N.E., Daminov M.I., Karimov A.A. Tourism and Transport Services. – Toshkent: Science and Technology, 2019. – 92 b. globalresearchnetwork.us

37. O‘zbekiston Respublikasi Turizmni rivojlantirish davlat qo‘mitasi. O‘zbekiston turizm statistika to‘plami. – Toshkent, turli yillar.

38. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “Turizm sohasini jadallik bilan rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi farmoni. – Toshkent, e’lon qilingan yili.

39. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “Yangi O‘zbekiston – turizm mamlakati” konsepsiyasi. – Toshkent, qabul qilingan sanasi.

40. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining turizmni barqaror rivojlantirishga oid qarorlari to‘plami. – Toshkent, turli yillar.

41. O‘zbekiston Respublikasi “Turizm to‘g‘risida”gi qonuni. – Toshkent: Adliya vazirligi nashri, e’lon sanasi.

42. Marketing va turistik xizmatlar: o‘quv qo‘llanma / tahr. A.Xodjaev. – Toshkent: Iqtisod-muolaja, 2018.

43. Ismailov B.I. O‘zbekistonda xalqaro turizmni rivojlantirish istiqbollari. – Toshkent: Iqtisodiyot, 2020.

44. Rahmonov D.R. Turistik klasterlar: nazariya va amaliyot. – Toshkent: Universitet, 2021.

45. O‘rolov N.A. Servis sohasini strategik boshqarish asoslari. – Samarqand: SamISI, 2017.

46. Karimov A.A. Turistik resurslarni iqtisodiy baholash metodologiyasi. – Toshkent, 2019.

47. Matyakubov B.B. Tourism and Economic Growth in Uzbekistan: Econometric Evidence // *Economics and Finance Review*. – 2022.

48. Yusupov R. The Role of Tourism in Regional Development of Uzbekistan // *Central Asian Journal of Tourism Research*. – 2021.

49. Qo‘chqorov A.M. Ziyorat turizmini rivojlantirishning iqtisodiy mexanizmlari. – Samarqand, 2020.

50. Yuldashev A.Sh. Iqtisodiy klasterlar nazariyasi va amaliyoti. – Toshkent: Fan, 2015.

51. Turdibekov X.I. Strategic Development and Innovation Strategies in Uzbekistan’s Tourism Industry: Conceptual and Methodological Approaches // Academia Open. – 2025. – Vol. 10, No. 2 (December). – DOI: 10.21070/acopen.10.2025.12817.

52. Turdibekov X.I. Classification Methods of Strategies in Tourism // American Journal of Economics and Business Management. – 2025. – Vol. 8, Issue 10.

53. Turdibekov X.I. Strategic Development in Tourism: Basic Concepts // Academic Journal of Digital Economics and Stability. – 2025. – Vol. 38, No. 4 (October). – DOI: 10.51699/economics.v38i4.811.

54. Turdibekov X.I. Innovative Transformation of Uzbekistan’s Tourism Sector: Challenges and Opportunities // Central Asian Journal of Innovations on Tourism Management and Finance. – 2025. – Vol. 6, No. 4 (October). – DOI: 10.51699/cajitmf.v6i4.1052.

55. Turdibekov X.I. Strategic Foresight Scenarios for Tourism Development in Uzbekistan // Academia Open. – 2025. – Vol. 10, No. 1 (June). – DOI: 10.21070/acopen.10.2025.11305.

56. Turdibekov X.I. The Essence of the System of Indicators Determining the Strategic Development Level of the Tourism Industry in Regions // American Journal of Economics and Business Management. – 2025. – Vol. 8, Issue 5. – P. 2608–2615.

57. Turdibekov X.I. Opportunities for Strategic Development of the Tourism Sector in the Regions // Journal of Management Value & Ethics. – 2024. – Special Issue (24 August). – P. 102–106. – ISSN 2249-9512.

58. Turdibekov X.I. Turizm industriyasini barqaror strategik rivojlantirishda qo‘llaniladigan usullar tahlili // Yashil iqtisodiyot va taraqqiyot. – 2025. – Maxsus son (aprel).

59. Turdibekov X.I. O‘zbekiston sharoitida overturizmni baholash uslubiyatini takomillashtirish // Servis. – 2025. – № 1. – B. 119–122.

60. Turdibekov X.I. Alohida hududlarda xizmat ko‘rsatish tarmoqlarini klasterli yondashuv asosida rivojlantirish imkoniyatlari // Servis. – 2017. – № 1. – B. 107–111.

61. Turdibekov Kh., Safarov B., Amirov A., Mansurova N., Hassan T.H., Hasanov H., Pereş A.C., Bilalov B. Prospects of Agrotourism Development in the Region // Economies. – 2024. – Vol. 12, No. 12. – Article 321. – DOI: 10.3390/economies12120321.

62. Turdibekov Kh.I., Khamidova K.A. Characteristics of Hotel Facilities Development in the Samarkand Region // Central Asian Journal of Innovations on Tourism Management and Finance. – 2023. – 28 April.

63. Turdibekov Kh., Yekimov S., Sobirov B., Alimova M., Goncharenko M. Using the Digital Ecosystem in Tourism Clusters in Green Tourism // EcoSystConfKlgtu 2021, Lecture Notes in Networks and Systems. – Cham: Springer, 2022. – Vol. 474. – DOI: 10.1007/978-3-031-05778-6_11.

III. Xorijiy ilmiy adabiyotlar va maqolalar

64. Weaver D.B. Tourisation Theory and the Pandiscipline of Tourism. *Journal of Travel Research*, 2022, Vol. 62, No. 1, pp. 259–265. Research.com+1

65. Hall C.M., Gössling S., Scott D. The Routledge Handbook of Tourism and Sustainability. – London: Routledge, 2015. ScienceDirect+1

66. Jinbo S., Shenchao L., Guo Y. A Review of Sustainable Tourism Policy Research. *Sustainability*, 2019, 11(11). Ziyonet+1

67. Dolnicar S. Can Eco-certification Standardize Sustainable Tourism? *Journal of Sustainable Tourism*, 2018, Vol. 26, No. 10. Ziyonet+1

68. Jafari J., Ritchie J.R.B. Toward a Framework for Tourism Education. *Annals of Tourism Research*, 1981, Vol. 8, No. 1, pp. 13–34. Ziyonet+1

69. Sheldon P.J. Sustainability and Mass Destinations (Conference Report). *Annals of Tourism Research*, 2005, Vol. 32, No. 3, pp. 811–813. Ziyonet

70. Wall G. Tourist Attractions: Points, Lines, and Areas. *Annals of Tourism Research*, 1997, Vol. 24, No. 1, pp. 240–243. Ziyonet

71. Pirogova O.V., Pirogova A.Yu. Rol ustoychivogo turizma v mire. *Mezhdunarodnyy zhurnal prikladnyx i fundamentalnyx issledovaniy*, 2017, No. 7–2, pp. 305–309. KiberLeninka+1

72. Maksarova E.M. Osnovnyye napravleniya realizatsii printsipov ustoychivogo razvitiya v turizme. *Ekonomika i pravo*, 2008. Ziyonet

73. Pirogova O.V., Pirogova A.Yu., Sorokin G.Yu. Zanyatost naseleniya v sfere turizma. *Vestnik Altayskoy akademii ekonomiki i prava*, 2020, No. 12–3, pp. 593–598. OUCI+1

74. Weaver D.B. (ed.). The Encyclopedia of Ecotourism. – Wallingford: CABI, 2001. ResearchGate+1

75. Hall C.M., Härkönen T. Lake Tourism: An Integrated Approach to Lacustrine Tourism Systems. – Clevedon: Channel View Publications, 2006. amazon.com

76. · Kvartalnov V.A. Turizm. – M.: Finansы i statistika, 2012.

77. · Kotler F., Bouen Dj., Meykenz Dj. Marketing v industrii gostepriimstva i turizma. – M.: Yuniti-Dana, 2010.

78. · Middleton V.T.C., Clarke J. Marketing in Travel and Tourism. – 4th ed. – Oxford: Butterworth-Heinemann, 2012.

79. · Blank I.A. Strategicheskoe upravlenie. – Kiev: Nika-Sentr, 2004.

80. · Thompson A.A., Strickland A.J., Gamble J. Crafting and Executing Strategy. – 18th ed. – New York: McGraw-Hill, 2016.

81. · Druker P. Zadachi menedjmenta v XXI veke. – M.: Vilyams, 2001.

82. · Porter M.E. Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. – New York: Free Press, 1980.

83. · Porter M.E. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. – New York: Free Press, 1985.

84. · Blank U. Strategicheskiy menedjment: uchebnik. – SPb.: Piter, 2013.

85. · Babeshko L.O. Strategicheskoe upravlenie razvitiem turistsko-rekreatsionnых territoriy. – Rostov n/D: Feniks, 2014.

86. · Babkin A.V. Industriya turizma: ekonomika i menedjment. – M.: KnoRus, 2015.

87. · Cooper C., Fletcher J., Fyall A., Gilbert D., Wanhill S. Tourism: Principles and Practice. – 5th ed. – Harlow: Pearson, 2014.

88. · Holloway J.C., Humphreys C. The Business of Tourism. – 10th ed. – Harlow: Pearson, 2019.

89. · Goeldner C.R., Ritchie J.R.B. Tourism: Principles, Practices, Philosophies. – 12th ed. – Hoboken: Wiley, 2012.

90. · Sharpley R. Tourism, Tourists and Society. – 5th ed. – Huntingdon: ELM Publications, 2018.

91. · Crouch G.I., Ritchie J.R.B. The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective. – Wallingford: CABI, 2003.
92. · UNWTO. Tourism Highlights. – Madrid: World Tourism Organization, turli yillar to‘plami.
93. · UNWTO. Tourism 2030 Agenda: Tourism in the 2030 Agenda for Sustainable Development. – Madrid, 2017.
94. · UNWTO. International Recommendations for Tourism Statistics 2008. – Madrid, 2010.
95. · Hall C.M. Tourism Planning: Policies, Processes and Relationships. – 2nd ed. – Harlow: Pearson, 2008.
96. · Hall C.M., Page S. The Geography of Tourism and Recreation. – 4th ed. – London: Routledge, 2014.
97. · Braymer R.A. Osnovы upravleniya v industrii gostepriimstva. – M.: Yuniti, 2001.
98. · Сенин В.С. Организатсия международного туризма. – М.: Финансы и статистика, 2003.
99. · Сенин В.С. Менеджмент туризма. – М.: Финансы и статистика, 2006.
100. · Морозов М.А. Экономика туризма. – М.: КноРус, 2018.
101. · Buhalis D. eTourism: Information Technology for Strategic Tourism Management. – Harlow: Pearson, 2003.
102. · Xiang Z., Fesenmaier D.R. Analytics in Smart Tourism Design. – Cham: Springer, 2017.
103. · Gretzel U., Sigala M., Xiang Z., Koo C. Smart Tourism: Foundations and Developments // *Electronic Markets*. – 2015. – Vol. 25, No. 3.
104. · Боголюбов В.С. Стратегическое управление устойчивым развитием регионов. – М.: Инфра-М, 2016.
105. · Кузнесов О.Л. Туристские кластеры: формирование и управление. – М.: Наука, 2015.
106. · Enright M.J., Newton J. Determinants of Tourism Destination Competitiveness in Asia Pacific: Comprehensiveness and Universality // *Journal of Travel Research*. – 2004. – Vol. 43.
107. · Ritchie J.R.B., Crouch G.I. A Model of Destination Competitiveness and Sustainability // *Tourism Management*. – 2003. – Vol. 24.
108. · Poon A. Tourism, Technology and Competitive Strategies. – Wallingford: CABI, 1993.

109. · Sharpley R., Telfer D. (eds.) Tourism and Development: Concepts and Issues. – 2nd ed. – Channel View Publications, 2015.

110. · Bekker K.L. Strategicheskiy analiz v turizme. – M.: Yurayt, 2019.

111. · Pearce D. Tourism Today: A Geographical Analysis. – 2nd ed. – Harlow: Longman, 1995.

112. · UNEP & UNWTO. Making Tourism More Sustainable: A Guide for Policy Makers. – Paris / Madrid, 2005.

113. · Lane B., Bramwell B. Sustainable Tourism: An Evolving Global Approach // *Journal of Sustainable Tourism*. – 1993. – Vol. 1, No. 1.

114. · Bramwell B., Lane B. (eds.) Tourism Governance: Critical Perspectives on Governance and Sustainability. – London: Routledge, 2011.

115. · Сталинская А.С. Стратегическое управление туристской дестинацией. – СПб.: Изд-во СПбГУЕФ, 2012.

116. · Ендовиский Д.А., Костюнина Г.М. Управление развитием сферы услуг. – М.: Юрайт, 2014.

117. · Гуляев В.Г. Туризм: организатсия, управление, экономика. – М.: Финансы и статистика, 2010.

118. · Суворова Н.В. Экономика и организатсия туризма. – М.: КноРус, 2017.

119. · Казаков В.А. Регионалная политика в сфере туризма. – М.: Инфра-М, 2013.

120. · Жукова М.А. Туристские ресурсы и развитие регионалного туризма. – М.: КноРус, 2016.

121. · Page S. Tourism Management: Managing for Sustainable Futures. – 5th ed. – London: Routledge, 2019.

122. · Fyall A., Garrod B. Tourism Marketing: A Collaborative Approach. – Channel View Publications, 2005.

123. · Morgan N., Pritchard A., Pride R. Destination Branding: Creating the Unique Destination Proposition. – 2nd ed. – Oxford: Butterworth-Heinemann, 2004.

124. · Pike S. Destination Marketing: An Integrated Marketing Communication Approach. – Oxford: Elsevier, 2008.

125. Sharpley R. Tourism and Sustainable Development: Exploring the Theoretical Divide // *Journal of Sustainable Tourism*. – 2000. – Vol. 8, No. 1.

126. Романов А.Н. Стратегическое управление в сфере услуг. – М.: Юрайт, 2018.

127. Тагиева Г.А. Туристские кластеры: теория и практика. – Баку: Элм, 2016.

128. Касимов М.Х. Регионалное развитие туризма в странах Сентралной Азии. – Тошкент: Иқтисод, 2019.

129. Muslimov N.A. Tourism Policy in Uzbekistan: Reforms and Prospects // *Central Asian Economic Review*. – 2021. – No. 2.

130. Bakaev A.V. Organizatsiya turizma. – M.: KnoRus, 2020.

131. Kotler P., Keller K.L. Marketing Management. – 15th ed. – Harlow: Pearson, 2016.

132. Johnson G., Whittington R., Scholes K. Exploring Corporate Strategy. – 10th ed. – Harlow: Pearson, 2014.

133. Grant R.M. Contemporary Strategy Analysis. – 10th ed. – Chichester: Wiley, 2019.

134. Ansoff H.I. Corporate Strategy. – New York: McGraw-Hill, 1965.

135. Абалкин Л.И. (ред.) Стратегическое управление экономическим развитием. – М.: Наука, 2000.

136. Hall C.M., Gössling S., Scott D. Tourism and Climate Change: Impacts, Adaptation and Mitigation. – 2nd ed. – London: Routledge, 2015.

137. Gössling S. Tourism and Sustainable Development: Exploring the Theoretical Divide // *Journal of Sustainable Tourism*. – 2000.

138. Cohen E. Toward a Sociology of International Tourism // *Social Research*. – 1972. – Vol. 39.

139. Urry J., Larsen J. The Tourist Gaze 3.0. – London: Sage, 2011.

140. Richards G. Cultural Tourism: Europe at the Crossroads. – Arnhem: ATLAS, 1996.

141. Richards G., Wilson J. Tourism, Creativity and Development. – London: Routledge, 2007.

142. Smith M.K. Issues in Cultural Tourism Studies. – 3rd ed. – London: Routledge, 2015.

143. Timothy D.J. Cultural Heritage and Tourism: An Introduction. – 2nd ed. – Bristol: Channel View Publications, 2018.

144. Russo A.P. The “Vicious Circle” of Tourism Development in Heritage Cities // *Annals of Tourism Research*. – 2002. – Vol. 29, No. 1.

145. Doxey G. A Causation Theory of Visitor-Resident Irritants // *Travel and Tourism Research Association Conference Proceedings*. – 1975.

146. Butler R.W. The Concept of a Tourist Area Life Cycle of Evolution: Implications for Management // *Canadian Geographer*. – 1980. – Vol. 24, No. 1.

147. Gunn C.A., Var T. Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases. – 4th ed. – London: Routledge, 2002.

148. Inskeep E. Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach. – New York: Van Nostrand Reinhold, 1991.

149. Maskulyak I.L. Strategicheskoe planirovanie regionalnogo turizma. – Kiev: Libra, 2015.

150. Crouch G.I. Destination Competitiveness: An Analysis of Determinant Attributes // *Journal of Travel Research*. – 2011.

151. Pike S., Page S.J. Destination Marketing Organizations and Destination Marketing: A Narrative Analysis of the Literature // *Tourism Management*. – 2014. – Vol. 41.

152. Lane B. Rural Tourism: An Overview // *Annals of Tourism Research*. – 1994.

153. Sharpley R., Roberts L. Rural Tourism and the Challenge of Tourism Diversification: The Case of Cyprus // *Tourism Management*. – 2004.

154. Phillip S., Hunter C., Blackstock K. A Typology for Defining Agritourism // *Tourism Management*. – 2010. – Vol. 31.

155. Баярсайхан Д. Агротуризм как фактор устойчивого развития селских территорий. – Улан-Батор, 2018.

156. Федорова Е.И. Экономика и управление селским туризмом. – СПб.: Питер, 2017.

157. Волкова Л.В. Гастрономический туризм: теория и практика. – М.: КноРус, 2019.

158. Hjalager A.M., Richards G. Tourism and Gastronomy. – London: Routledge, 2002.

159. Hassan S.S. Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry // *Journal of Travel Research*. – 2000.

160. Dwyer L., Kim C. Destination Competitiveness: Determinants and Indicators // *Current Issues in Tourism*. – 2003.

161. Kozak M. Destination Benchmarking: Concepts, Practices and Operations. – Wallingford: CABI, 2004.

162. Борисова Е.Е. Туризм и устойчивое развитие регионов. – М.: Инфра-М, 2014.

163. Соболева Н.В. Инноватsіонные технологии в туризме. – М.: КноРус, 2018.

164. Tussyadiah I., Fesenmaier D.R. Mediating Tourist Experiences // *Annals of Tourism Research*. – 2009.

165. Gretzel U., Yoo K.H. Use and Impact of Online Travel Reviews // *Information and Communication Technologies in Tourism 2008*. – Vienna: Springer, 2008.

166. 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.

167. Xiang Z., Gretzel U. Role of Social Media in Online Travel Information Search // *Tourism Management*. – 2010.

168. Mariani M., Buhalis D., Longhi C., Vitouladiti O. Smart Tourism Destinations // *Tourism Review*. – 2014.

169. OECD. Tourism and the Creative Economy. – Paris: OECD, 2014.

170. Richards G. Creativity and Tourism in the City. – *Current Issues in Tourism*. – 2011.

171. Федулова И.М. Креативные индустрии и туризм: стратегическое взаимодействие. – Киев, 2016.

172. Tarrow N. Event Tourism and Local Development. – London: Routledge, 2012.

173. Getz D. Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events. – 2nd ed. – London: Routledge, 2012.

174. Lavandoski J., Pinto P., Silva J.A., Breda Z. Residents' Perceptions of Tourism Impacts in a World Heritage Site: The Case of Porto, Portugal // *International Journal of Tourism Cities*. – 2015.

175. Nunkoo R., Smith S.L.J. Trust, Power and Tourism Policy // *Annals of Tourism Research*. – 2013.

176. Scott D., Gössling S., Hall C.M. Tourism and Climate Change: Impacts, Adaptation, Mitigation and Governance. – London: Routledge, 2012.

177. Bramwell B. Governance, the State and Sustainable Tourism: A Political Economy Approach // *Journal of Sustainable Tourism*. – 2011.

178. Hassan T.H. Tourism Development in Emerging Markets: Opportunities and Challenges. – Cairo: AUC Press, 2018.

179. Dredge D., Jenkins J. Tourism Planning and Policy. – Milton: Wiley, 2006.

180. Tribe J. The Economics of Recreation, Leisure and Tourism. – 5th ed. – London: Routledge, 2015.

181. Cooper C. Knowledge Management in Tourism: From Futures to Futures // *Journal of Travel & Tourism Marketing*. – 2006.

182. Seaton A.V., Bennett M. Marketing Tourism Products: Concepts, Issues, Cases. – London: Cengage, 1996.

183. Morgan M., Lugosi P., Ritchie B. The Tourism and Leisure Experience: Consumer and Managerial Perspectives. – Bristol: Channel View, 2010.

184. Yeoman I., McMahon-Beattie U. The Future of Tourism: Strategic Policy and Planning. – London: Routledge, 2011.

185. Yeoman I. 2050 – Tomorrow's Tourism. – Bristol: Channel View, 2012.

186. Popescu G., Radulescu M. Tourism and Regional Development in Eastern Europe // *Economic Computation and Economic Cybernetics Studies and Research*. – 2013.

187. Beni M.C. Global Tourism: The Next Decade. – São Paulo: Aleph, 2006.

188. Hjalager A.M. A Review of Innovation Research in Tourism // *Tourism Management*. – 2010.

189. Camison C., Monfort-Mir V.M. Measuring Innovation in Tourism from the Schumpeterian and the Dynamic-Capabilities Perspectives // *Tourism Management*. – 2012.

190. Robertson R. Globalizatsiya: sosialnaya teoriya i globalnaya kultura. – M.: Aspekt Press, 2004.

191. Stepanov S.A. Globalizatsiya i razvitie turizma. – M.: Ekonomika, 2012.

192. Sharpley R., Jarvis N. Rural Tourism – 10 Years On // *International Journal of Tourism Research*. – 2014.

193. Benur A.M., Bramwell B. Tourism Product Development and Product Diversification in Destinations // *Tourism Management*. – 2015.

194. Пирогова О.Ф. Стратегический маркетинг в туризме. – СПб.: Питер, 2013.

195. Соколов И.В. Бизнес-планирование в сфере туризма и гостеприимства. – М.: КноРус, 2016.

196. Афанасев О.Е. Инвестисии в туризм: осенка эффективности. – М.: Инфра-М, 2015.

197. Рябова И.В. Туристский рынок: структура, регулирование, развитие. – М.: Юрайт, 2018.

198. Клюев Н.Н. Регионалная конкурентоспособност и туризм. – Ярославл, 2014.

199. Zhang H.Q., Chong K., Ap J. An Analysis of Tourism Policy Development in Modern China // *Tourism Management*. – 1999.

200. Chon K.S., Maier T.A. Welcome to Hospitality: An Introduction. – Albany: Delmar, 2009.

201. Baker D., Crompton J. Quality, Satisfaction and Behavioral Intentions // *Annals of Tourism Research*. – 2000.

202. Parasuraman A., Zeithaml V.A., Berry L.L. SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality // *Journal of Retailing*. – 1988.

203. Grönroos C. Service Management and Marketing: Customer Management in Service Competition. – 3rd ed. – Chichester: Wiley, 2007.

IV. Elektron va onlayn manbalar

204. Lex.uz – O‘zbekiston Respublikasi Qonunchilik ma’lumotlari milliy bazasi. Normativ-huquqiy hujjatlarning rasmiy elektron nashri. LEX.UZ+1

205. UN Tourism rasmiy sayti – xalqaro turizm ko‘rsatkichlari, ma’lumotlar bazalari va hisobotlar. Untourism

206. WTTC Research Hub – *Travel & Tourism Economic Impact* seriyasi, global va mintaqaviy tahlillar. researchhub.wttc.org+1

207. Review.uz – O‘zbekiston iqtisodiyoti va turizm sohasiga oid tahliliy materiallar, jumladan “Turizm sohasini rivojlantirish bo‘yicha 2019 yilda amalga oshirilgan ishlar”. review.uz

208. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining rasmiy veb-sayti – turizmga oid farmon va qarorlarning matnlari, ma’ruzalar. strategy.uz+1

M U N D A R I J A

MUQADDIMA 3

I BOB. TURIZM INDUSTRIYASINI STRATEGIK RIVOJLANTIRISHNING NAZARIY-METODOLOGIK ASOSLARI 6

1.1. Turizm industriyasi rivojlanishi strategiyalarining iqtisodiy mohiyati, asosiy tushunchalari va iqtisodiyot rivojlanishidagi ahamiyati 6

1.2. Hududlarda turizm industriyasini strategik rivojlantirishning xorijiy tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlari modellari va ularning evolyusiyasi . 21

1.3. Turizmni strategik rivojlantirishda xalqaro tajriba va undan O‘zbekiston sharoitida foydalanish imkoniyatlari 37

II BOB. O‘ZBEKISTONDA TURIZM INDUSTRIYASINING STRATEGIK RIVOJLANTIRISHNING HOZIRGI HOLATI VA HUDUDIY XUSUSIYATLARI TAHLILI 48

2.1. Samarqand viloyatida turizm industriyasi holatining tadqiqot yo‘nalishlari 48

2.2. Hududlarda turizm infratuzilmasi, investisiyalar va kadrlar salohiyati strategiyalarining tahlili 74

2.3. Hududlarda turizm rivojlanishning turli darajalaridagi strategiyalari samaradorligi 90

III BOB. HUDUDLARDA TURIZM INDUSTRIYASINI STRATEGIK RIVOJLANTIRISH MEXANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISHNING FORSAYT TEXNOLOGIYALARI. 97

3.1. Hududlarda turizm industriyasini strategik rivojlantirishda turizm klasterlarini tashkil etish usullari va vositalari 97

3.2. Turizm sohasida davlat va xususiy sektor hamkorligini kuchaytirish usullari..... 110

3.3. Turzm industriyasini strategik rivojlantirishda barqaror turizmning raqamli transformatsiyasi 121

IV BOB. TURIZM INDUSTRIYASINI RIVOJLANTIRISHNING KELAJAKDAGI STRATEGIK YO‘NALISHLARI VA IQTISODIY SAMARADORLIGINI OSHIRISHDA INNOVATSION YONDASHUVLAR 133

4.1. Turizmni strategik rivojlantirish va samaradorlikni baholash mezonlari..... 133
4.2. Iqtisodiy samaradorlikni baholashda ustuvor ko‘rsatkichlar tahlili 144
4.3. Hududlarda turizm industriyasini strategik rivojlantirishning ekonometrik modellarini takomillashtirish 154
XULOSA 168
FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI..... 170

TURDIBEKOV XASAN IBRAGIMOVICH

O‘ZBEKISTONDA TURIZM INDUSTRIYASINI STRATEGIK RIVOJLANTIRISH: TASHKILIY-IQTISODIY MEXANIZMLAR VA XALQARO TAJRIBA

MONOGRAFIYA

Muharrir: Z.N. Bobodustov
Musahhih: M.O. Mardiyeva
Texnik muharrir: N. Ergashev

Monografiya Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti Samarqand filialining 4-sonli yig‘ilishida (29.11.2025-yil) muhokama etilib, nashrga tavsiya etilgan.

“STAP-SEL” MChJ nashriyoti, Samarqand - 2026

5709

ISBN: 978-9910-225-25-3

Tasdiqnoma № 033337 (27.07.2022)
Nashrga ruxsat etildi: 29.12. 2025 y.
© “STAP-SEL” MChJ nashriyoti, Samarqand 2026 y.

2026-yilda chop etildi.
Qog‘oz bichimi A5, 60x84$^{1}/_{16}$, Ofset qog‘ozi.
“Times New Roman” garniturasi.
Nashr bosma tabog`i 11.62
Buyurtma № 0084A/26. Adadi 50 nusxa

Samarqand iqtisodiyot va servis institutining matbaa bo`limida chop etildi.
LICENSE № 025316.
REESTR № X-119112.
Manzil: Samarqand shahar, Shoxrux ko`chasi 60-uy.