

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

**TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI**

*Qo‘lyozma huquqida:  
UDK: 338.48(575.1)*

**ABRIYEV ZOIRJON SOBIRJONOVICH**

**O‘ZBEKISTONDA TURIZM SALOHİYATINI RIVOJLANISHTIRISH  
MEXANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH**

**08.00.17 – Turizm va mehmonxona faoliyati**

**Iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD) ilmiy darajasini olish uchun  
tayyorlangan  
DISSERTATSIYA**

**Ilmiy rahbar:  
i.f.d., professor Abduvohidov  
Abdumalik Maxkamovich**

**Toshkent – 2023**

## MUNDARIJA

KIRISH .....	3
I bob. TURIZM SALOHIYATINI SHAKLLANTIRISH VA RIVOJLANTIRISHNING NAZARIY-USLUBIY ASOSLARI.....	13
1.1-§. Turizm salohiyati tushunchasining mohiyati va uni rivojlantirish vazifalari .....	13
1.2-§. O‘zbekistonda turizm salohiyatining rivojlanishini davlat tomonidan tartibga solish va boshqarish .....	29
1.3-§. Institutsional muhit va turizm salohiyatini rivojlantirishning me‘yoriy-huquqiy bazasini takomillashtirish .....	39
I bob bo‘yicha xulosa.....	51
II bob. O‘ZBEKISTONDA TURIZMNI RIVOJLANTIRISHNING HOZIRGI HOLATI VA UNING SAMARADORLIGINI BAHOLASH.....	53
2.1-§. O‘zbekiston iqtisodiyotiga turizmning qo‘shgan hissasi tahlili .....	53
2.2-§. Turizm infratuzilmasini rivojlantirishning hozirgi holati va muammolari.....	64
2.3-§. Turizm salohiyatini rivojlantirishda davlat-xususiy sheriklik mexanizmini joriy etish .....	75
II bob bo‘yicha xulosa.....	88
III bob O‘ZBEKISTONDA TURIZM SALOHIYATINI RIVOJLANTIRISHNING USLUBIY YONDASHUV VA PROGNOZLARI.....	90
3.1-§. Ichki turizmning innovatsion shakllarini rivojlantirish .....	90
3.2-§. «Yashil turizm»ni rivojlantirish uchun turizm-rekreatsiya salohiyatidan foydalanishda konseptual yondashuvlar.....	99
3.3-§. Omillar ta‘sirini modellashtirish va O‘zbekistonning turizm salohiyati rivojlanishini prognozlash.....	115
III bob bo‘yicha xulosa.....	130
XULOSA .....	133
FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI .....	136
ILOVALARLAR.....	150

## KIRISH

**Dissertatsiya mavzusining dolzarbligi va zarurati.** Bugungi kunda turizm sohasining rivojlanishi COVID-19 pandemiyasining salbiy ta'siridan so'ng oldingi holatiga qaytmoqda. Bunda davlatimiz rahbari tomonidan olib borilayotgan institutsional islohotlar muhim ahamiyatga ega. Xususan, mamlakatimiz Prezidenti Shavkat Mirziyoyev raisligida 2023-yil 29-mart kuni O'zbekiston turizm salohiyatini oshirish masalalari muhokamasi yuzasidan videoselektor yig'ilishi o'tkazildi. Mazkur yig'ilishda davlatimiz rahbari bu soha izchil rivojlanayotganligi, jumladan, 2022-yilda yurtimizga tashrif buyurgan xorijiy turistlar soni 2021-yilga nisbatan 3 baravar oshganini qayd etib o'tdi. Soha eksporti 2022-yilda 1 milliard 600 million AQSH dollarni tashkil etgan. Ichki turizm dasturlari doirasida 11 milliondan ziyod aholi sayohat qilgan. Samarqandda yangi turizm markazi barpo etilgani natijasida u yerga qo'shimcha 2 million sayyoh kelgan. Aslida mamlakatimizda bu sohadagi salohiyat bundan ancha yuqori. Yurtimizga kelmoqchi bo'lgan sayyohlar juda ko'p. Lekin ularni qiziqtiradigan joylar haqida kontent kam, turistlarni 4-5 kun olib qoladigan dasturlar yetishmasligini qayd etib o'tdi<sup>1</sup>.

Yuqoridagi holatlardan kelib chiqib O'zbekistonda hozirgi kunda turizm salohiyatini oshirish, undan samarali foydalanish va rivojlantirish muammolari bo'yicha nazariy va amaliy masalalarni tadqiq etishga ehtiyoj yanada kuchaymoqda. Koronavirus pandemiyasining turizm sohasi, uning salohiyati va resurslariga ta'siri sharoitida bunday ilmiy izlanishlar yetarli emasligi ham ushbu sohada ilmiy tadqiqotlar zaruratidan dalolat beradi. So'nggi yillarda O'zbekiston turizm sohasini jadal rivojlantirish va uni iqtisodiyotning yetakchi sohalaridan biriga aylantirish yo'lidan bormoqda, bu esa mamlakatning iqtisodiy o'sishini

---

<sup>1</sup> O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023 yil 29 martdagi O'zbekiston turizm salohiyatini oshirish masalalari muhokamasi yuzasidan videoselektor yig'ilishi.

ta'minlash va jahon hamjamiyatidagi nufuzini oshirishdagi ahamiyati bilan bog'liq.

Shu bilan birga mamlakatimiz Prezidenti Sh.M. Mirziyoyev 2022-2026-yillarda Yangi O'zbekiston taraqqiyot Strategiyasida turizm sohasini rivojlantirishning ustuvor maqsadlaridan biri sifatida, "O'zbekiston bo'ylab sayohat qiling" dasturi doirasida mahalliy sayyohlar sonini 12 million nafardan oshirish hamda respublikaga tashrif buyuradigan xorijiy turistlar sonini 9 million nafarga yetkazish vazifasini qo'ydi<sup>2</sup>. Bundan tashqari, mamlakatimiz iqtisodiyotining barqaror rivojlanishini ta'minlashning hozirgi sharoitlarida turizm sohasining investitsion jozibadorligini oshirish, davlat va xususiy biznesning sheriklik mexanizmidan foydalangan holda turizm salohiyati rivojlanishini qo'llab-quvvatlash muhim ahamiyat kasb etmoqda. Muallifning fikricha, turistlarga xizmat ko'rsatuvchi xo'jalik yurituvchi subyektlar uchun belgilangan sharoitlardan kelib chiqib, turizm ehtiyojlarini sifatli va miqdoriy jihatdan qondira oluvchi turli yangi innovatsion yondashuvlarni shakllantirmay va amalga oshirmay, shahar va qishloq joylarda turizm salohiyatidan to'liq foydalanish mumkin emas. Shularni e'tiborga olganda, mazkur dissertatsiya tadqiqotining dolzarbligi, ayniqsa, respublikamiz turizm sektori koronavirus pandemiyasidan so'ng o'zining yangi rivojlanish bosqichini boshlagan, turizm salohiyatidan samarali foydalanishni ta'minlayotgan hozirgi sharoitda shubhasiz, Yangi O'zbekistonda turizm salohiyatini rivojlantirish mexanizmlarini takomillashtirish va amaliy tavsiyalar ishlab chiqish zarurati bilan bog'liq hisoblanadi.

Dissertatsiya tadqiqoti O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi PF-60 sonli "2022-2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida"gi, 2017-yil 7-fevraldagi PF-4947-sonli "O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha harakatlar strategiyasi to'g'risida"gi, 2018-yil 3-fevraldagi PF-5326-sonli "O'zbekiston Respublikasi turizm salohiyatini rivojlantirish uchun qulay sharoitlar yaratish bo'yicha

---

<sup>2</sup> O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi "2022-2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida"gi PF-60-sonli farmoni.

qo‘shimcha tashkiliy chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi, 2018-yil 13-fevraldagi PF-5781-sonli “O‘zbekiston Respublikasida turizm sohasini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi, 2019-yil 5-yanvardagi PF-5611-sonli “O‘zbekiston Respublikasida turizmni jadal rivojlantirishga oid qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi, 2020-yil 19-martdagi PF-5969-sonli “Koronavirus pandemiyasi va global inqiroz holatlarining iqtisodiyot tarmoqlariga salbiy ta‘sirini yumshatish bo‘yicha birinchi navbatdagi chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi, 2020-yil 28-maydagi PF-6002-sonli “Koronavirus pandemiyasining salbiy ta‘sirini kamaytirish uchun turizm sohasini qo‘llab-quvvatlashga doir kechiktirib bo‘lmaydigan chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi, 2019-yil 5-yanvardagi PQ-4095-sonli “Turizm tarmog‘ini jadal rivojlantirishga oid chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi qarori hamda mazkur sohaga oid boshqa me‘yoriy-huquqiy hujjatlarda belgilangan vazifalarni amalga oshirishda muayyan darajada xizmat qiladi.

**Tadqiqotning respublika fan va texnologiyalari rivojlanishining ustuvor yo‘nalishlariga mosligi.** Mazkur dissertatsiya tadqiqoti respublika fan va texnologiyalari rivojlanishining “Demokratik va huquqiy jamiyatni ma‘naviy-axloqiy va madaniy rivojlantirish, innovatsion iqtisodiyotni shakllantirish” ustuvor yo‘nalishiga muvofiq holda bajarilgan.

**Muammoning o‘rganilganlik darajasi.** Xorijiy mamlakatlar va O‘zbekistonning turizm salohiyatini shakllantirish, rivojlantirish va ulardan foydalanish muammolariga ko‘plab fundamental va amaliy tadqiqotlar bag‘ishlangan. Yu.A.Barzikina, T.V.Pisarevskiy, M.B.Birjakova, T.V.Brusokene, M.N.Zabayevoy, M.A.Krivulya, L.V.Ovcherenko singari xorijiy mualliflarning asarlari katta ilmiy va metodologik qiziqish uyg‘otadi<sup>3</sup>. Shuningdek, inqiroz

---

<sup>3</sup> Барзыкин Ю.А. Актуальные вопросы государственной политики в сфере туризма / Ю.А. Барзыкин Е.Л. Писаревский Т.В. Абрамова // Туризм: право и экономика, 2011. – № 4. – С. 221.; Биржаков М.Б. Введение в туризм: Учебник; 9-е изд., перераб. и доп. – М.: Герда. - 2010. - 576 с.; Брусокене Т.В. Формирование и реализация туристского потенциала региона: Автореф. дис... канд. экон. наук. – СПб., 2004. – 23 с.; Забаева М.Н. Эффективное использование регионального туристского потенциала: теория, методология и практика: Автореф. дис. д-ра эконом. наук. – Н. Новгород, 2011. – 23 с.; Кривуля М.А. Управление развитием туристического потенциала региона: Автореф. дис...канд. эконом. наук. – СПб., 2012. – 20 с.; Логунцова И.В. Индустрия туризма в условиях пандемии коронавируса: вызовы и перспективы. //Государственное управление. Электронный вестник. Вып. № 80 (июнь). - 2020. – С. 40-65.; Овчаренко Л.А. Использование рекреационного потенциала в ускоренном экономическом развитии региона: теория, методология, практика: монография. – Донецк: ГОУ ВПО «ДонАУиГС», 2018. – 424 с.

oqibatlarining turizm sohasi va uning salohiyatiga ta'siri tadqiq etilgan mualliflarning turli nuqtai nazarlarini ajratib ko'rsatish mumkin. Ular qatoriga O.Ye.Afanasyev, M.Gunare, S.G.Zemlyanixina, P.Keller va boshqalarni kiritish mumkin<sup>4</sup>.

Turizm salohiyatini rivojlantirish muammosining ayrim yo'nalishlari bo'yicha ilmiy-nazariy va amaliy masalalarni ishlab chiqishga A.A.Eshtayev, A.M.Abduvohidov, M.T.Alimova, A.N.Norchayev, Ye.V.Golisheva, X.F.Ochilova, M.T.Aliyeva, S.Nurmatova, S.R.Safayeva, B.X.Turayev, O.H.Hamidov singari mamlakatimiz olimlari munosib hissa qo'shdilar<sup>5</sup>.

Mazkur ilmiy ishlarni tavsiflovchi o'ziga xoslik shundaki, aksariyat mualliflar uning asosiy funksional maqsadi sifatida turizm infratuzilmasi obyektlari va turizm mahsulotiga talabni ta'minlash nuqtai nazaridan e'tibor qaratgan va ko'rib chiqqan holda, turizm salohiyati tushunchasiga turli xil ma'nolarni kiritadilar. Turizm salohiyatidan foydalanish va rivojlantirishga bag'ishlangan ko'plab ishlarga qaramay, turli tavsif, turli inqirozli hodisalar, jumladan, koronavirus pandemiyasi oqibatlari bilan bog'liq o'zaro aloqalarini ko'rsatuvchi jihatlar nuqtai nazaridan ularning yanada rivojlanishiga yondashuvlar, shuningdek, bunday murakkab sharoitlarida turizmning rivojlanishi va uning salohiyatiga ta'sir etuvchi omillarni

---

<sup>4</sup> Афанасьев О.Е. Инновационные тренды в контексте глобальных угроз пандемии COVID-19: механизмы для туристской отрасли / О. Е. Афанасьев, А. В. Афанасьева // Современные проблемы сервиса и туризма, 2020. – Т. 14. – № 4. – С. 7-26.; Гунаре М. Индивидуальный туризм в ожидании перемен / М. Гунаре, О.Е. Афанасьев // Сервис в России и за рубежом, 2020. – Т. 14. – № 2(89). – С. 197-204.; Землянухина С.Г. Трансформация ценностных ориентаций населения в сфере туризма в условиях пандемии // Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса. – 2020. – Т. 14. – № 1. – С. 13-18; Келлер П. Влияние мировых кризисов на туризм // Вестник РМАТ. 2013. № 3. - С. 17–20.

<sup>5</sup> Eshtayev A.A. O'zbekistonning turizm salohiyati va uni rivojlantirish istiqbollari. (Monografiya) – Samarqand: "Ipak yo'li" Turizm va madaniy meros xalqaro universiteti nashriyoti, 2023. 8 bet; Abduvohidov A.M., Umirova D.S., Abriyev Z.S. Turizm rivojlanishini prognozlash. O'quv qo'llanma. – T.:TDIU, 2019. 43 bet; Alimova M.T. Hududiy turizm bozorining rivojlanish xususiyatlari va tendensiyalari (Samarqand viloyati misolida): iqtisodiyot fanlari doktori ilmiy darajasini olish uchun yozilgan dissertatsiya. – S.: SamSI, 2017. - 265 b.; Гольшева Е.В. Совершенствование организации и механизма регулирования развития туризма в рыночных условиях: Автореф. дис. ... канд. экон. наук. – Т., 2012. – 25 с.; Очилова Ф.М., Жалолитдинова Х., Нурматова С. Туризм в Узбекистане после COVID-19. //Научно-электронный журнал «Экономические и инновационные технологии», 2021. - № 1 (январь-февраль). – С. 333-341; Safarova N.N. Iqtisodiyotning barqaror rivojlanishiga turizm sohasi ta'sirini baholash usullarini takomillashtirish: i.f.d.. dokt. dissertatsiya avtoref. – Tashkent, 2018; Тураев Б.Х. Развитие организационно-экономических механизмов управления региональным туризмом: Автореф... докт. экон. наук. – Т., 2011. – 52 с.; Hamidov O.H. O'zbekistonda ekologik turizmni rivojlantirishni boshqarish mexanizmini takomillashtirish. Iqt. fan. dokt. (DSc) diss... avtoreferati. – Samarqand, 2017.-7 b.

modellashtirish mavjud emas, bu esa dissertatsiya tadqiqotining dolzarbligini asoslab beradi.

**Tadqiqot mavzusining dissertatsiya bajarilayotgan oliy ta'lim muassasi ilmiy tadqiqot ishlari rejasi bilan bog'liqligi.** Ushbu dissertatsiya ishining mavzusi Toshkent davlat iqtisodiyot universitetining ITI rejasi bilan bog'liq.

**Tadqiqotning maqsadi** turizmni rivojlantirishning barqaror dinamikasiga erishish mexanizmlarini takomillashtirish bo'yicha amaliy takliflar ishlab chiqish

Tadqiqotning maqsadini amalga oshirish quyidagi **vazifalarni** hal qilishni belgilab berdi:

- turizm salohiyatini shakllantirish va rivojlantirishning ilmiy-nazariy va uslubiy jihatlarini tahlil qilish va aniqlashtirish;

- turizm salohiyati ta'rifini turizm faoliyatini tashkil etish maqsadida mavjud resurslarning yig'indisi va turizm industriyasini rivojlantirish imkoniyatlari mavjudligi nuqtai nazaridan tadqiq etish;

- turizm sohasini davlat tomonidan tartibga solish va respublikada turizm salohiyatini rivojlantirishni boshqarish mexanizmlarini yoritib berish;

- turizmning respublika iqtisodiyoti rivojiga qo'shgan hissasini tahlil qilish;

- turizm infratuzilmasining hozirgi holatini tahlil qilish va uni rivojlantirishdagi muammolarni aniqlash;

- turizm salohiyatini rivojlantirish uchun davlat-xususiy sheriklikni amalga oshirish mexanizmini taklif etish;

- ichki turizmning innovatsion shakllarini ko'rib chiqish va ularning rivojlanish yo'nalishlarini aniqlash;

- turizm salohiyatini ekologiyalash mexanizmlari va eng istiqbolli shakllarini tadqiq etish;

- respublika hududlaridan foydalanish va ular aholisini "yashil turizm"ni rivojlantirishga jalb etishning konseptual yondashuvlarini aniqlash;

- turizmni rivojlantirishning statistik qonuniyatlari asosida 2030-yilgacha uning salohiyatining rivojlanishini prognozlash.

**Tadqiqot obyekti** O‘zbekiston turizm tarmog‘i iqtisodiyoti va uning salohiyati hisoblanadi.

**Tadqiqotning predmeti** turizm salohiyatini rivojlantirish vositalarini shakllantirish va qo‘llab-quvvatlash jarayonlarida yuzaga keluvchi tashkiliy, iqtisodiy va boshqaruv munosabatlari hisoblanadi.

**Tadqiqotning usullari.** Dissertatsiyada tahlil va sintez, induksiya va deduksiya, monografik bayon, mantiqiy va iqtisodiy-statistik tahlil, modellashtirish, taqqoslash, statistik ma’lumotlarni guruhlash, ekspert baholash, ilmiy abstraksiya va boshqa usullardan foydalanilgan.

**Tadqiqotning ilmiy yangiligi.** Tadqiqotning yangiligini belgilab beruvchi ilmiy natijalar qatoriga quyidagilar kiradi:

uslubiy yondashuvga ko‘ra “turizm salohiyati” tushunchasiga oid ilmiy qarashlar hamda konseptual qoidalar yoritib berilgan bo‘lib, bu o‘zaro bog‘liq va o‘zaro ta’sir qiluvchi turli xil elementlardan tashkil topgan, uning murakkab, uyushgan va tizimli tabiati haqidagi ilmiy nuqtai nazarni, aynan salohiyat turizm sohasi uchun muhim ahamiyatga egaligini, keyingi rivojlanish obyekt turiga va undan foydalaniladigan vazifalarga ko‘ra aniq tarkibning to‘liqligiga bog‘liq ekanligi asoslangan;

davlat-xususiy sheriklik negizida turoperatorlar va mehmonxona xizmatlarini ko‘rsatuvchi tadbirkorlik subyektlarining davlat boshqaruv idoralari bilan hamkorlikda milliy turizm mahsulot va xizmatlarini xalqaro nufuzli turizm va marketing platformalarida reklama qilish xarajatlarini Turizmni qo‘llab-quvvatlash jamg‘armasi hisobidan qoplab berish tartibini joriy etish orqali turizm salohiyatini rivojlantirish taklifi;

viloyatlar hududlarida mahallalar aholisini faol jalb etgan holda ekologik ongni tarbiyalash va madaniy-tarixiy merosni asrab-avaylash orqali “yashil turizm”ni rivojlashtirish konseptual yondashuvini amalga oshirish taklifi;

O‘zbekiston turizm salohiyatini rivojlantirishda ko‘p omilli ekonometrik modellardan foydalanish orqali 2030-yilga qadar ishlab chiqilgan prognoz ko‘rsatkichlaridan O‘zbekiston Respublikasi Ekologiya, atrof-muhitni muhofaza



qilish va iqlim o'zgarishi vazirligi huzuridagi Turizm qo'mitasi tomonidan Respublikada turizmni rivojlantirish dasturlarini ishlab chiqishda foydalanish taklifi.

**Tadqiqotning amaliy natijalari** quyidagilardan iborat:

O'zbekistonda turizm turlari va uning industriyasi shakllanish xususiyatlari tizimli tahlil qilingan;

turizm salohiyatini davlat tomonidan tartibga solishning institutsional mexanizmlari takomillashtirilgan;

hududlarda shakllangan ichki turizmning samaradorligiga ta'sir etuvchi omillar baholangan;

turizm sohasining O'zbekiston iqtisodiyotiga qo'shgan hissasining o'zgarish dinamikasi tahlil qilingan;

O'zbekiston hududlarida turizm salohiyatini rivojlantirishda davlat-xususiy sheriklik mexanizmlarini joriy etish shakllari taklif etilgan.

**Tadqiqot natijalarining ishonchligi.** Tadqiqot natijalarining asoslanganligi turizmga oid statistik ma'lumotlardan keng foydalanish, amaliy muammolarni hal etishda ilmiy tadqiqot va nazariy ishlanmalarning zamonaviy usullaridan foydalanish, xulosalar, taklif va tavsiyalarni amaliyotda sinab ko'rish, shuningdek, olingan natijalarni amaliyotda qo'llash bilan belgilanadi.

**Tadqiqot natijalarining ilmiy va amaliy ahamiyati.** Tadqiqot natijalaridan turizm sohasini rivojlantirishning strategik yo'nalishlarini yanada kengaytirish bo'yicha taklif va tavsiyalar ishlab chiqishda foydalanish mumkin. Tadqiqotda turizm salohiyatidan foydalanish bo'yicha asoslab berilgan nazariy va amaliy tavsiyalardan, uni rivojlantirish istiqbollarini prognoz variantlarini aniqlaydigan muhim ilmiy manba sifatida foydalanish taklif etilishi bilan izohlanadi.

Tadqiqotining uslubiy ishlanmalari turizm salohiyatini rivojlantirish bo'yicha maqsadli kompleks dasturlarni ishlab chiqishda, mamlakat hududidagi turizmni boshqarish organlari va turizm korxonalarini tomonidan O'zbekistonda ichki va tashqi turizm salohiyatini rivojlantirish to'g'risida qaror qabul qilishda qo'llanilishi bilan izohlanadi.

**Tadqiqot natijalarining joriy qilinishi.** Hozirgi globallashtirish sharoitida turizm rivojlanishining barqaror dinamikasiga erishishga xizmat qiluvchi turizm salohiyatini rivojlantirish mexanizmlarini takomillashtirishning nazariy-uslubiy qoidalarini va yoʻnalishlari boʻyicha ishlab chiqilgan quyidagi takliflar amaliyotga joriy etildi:

- uslubiy yondashuvga koʻra “turizm salohiyati” tushunchasiga oid ilmiy qarashlar hamda konseptual qoidalar yoritib berilgan boʻlib, u oʻzaro bogʻliq va oʻzaro taʼsir qiluvchi turli xil elementlardan tashkil topgan murakkab, uyushgan va tizimli tabiati haqidagi ilmiy nuqtayi nazar ekanligi, aynan salohiyat turizm sohasi uchun muhim ahamiyatga egaligi, keyingi rivojlanish obyekt turiga va undan foydalaniladigan vazifalarga koʻra aniq tarkibning toʻliqligiga bogʻliq ekanligini asoslovchi nazariy-uslubiy ishlanmalardan oliy oʻquv yurtlari talabalarini uchun moʻljallangan “Barqaror turizmni rivojlanishi” nomli darslikni tayyorlashda foydalanilgan (Toshkent davlat iqtisodiyot universitetining 2023-yil 28-apreldagi 119-son buyrugʻi). Mazkur ilmiy nuqtai nazarining oʻquv adabiyotida ilmiy asoslanishi natijasida talabalar va ilmiy tadqiqotchilarning “turizm salohiyati” tushunchasiga oid ilmiy qarashlari yanada kengayishiga imkon yaratilgan;

davlat-xususiy sheriklik negizida turoperatorlar va mehmonxona xizmatlarini koʻrsatuvchi tadbirkorlik subyektlarining davlat boshqaruv idoralari bilan hamkorlikda milliy turizm mahsulot va xizmatlarini xalqaro nufuzli turizm va marketing platformalarida reklama qilish xarajatlarini Turizmni qoʻllab-quvvatlash jamgʻarmasi hisobidan qoplab berish tartibini joriy etish orqali turizm salohiyatini rivojlantirish taklifidan Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 26-apreldagi PQ-135-son “Respublikaning turizm salohiyatini jadal rivojlantirish hamda mahalliy va xorijiy turistlar sonini yanada oshirishga doir qoʻshimcha chora-tadbirlar toʻgʻrisida”gi qaroriga 4a-ilova “2023-yilda turizm sohasidagi resurslar va imkoniyatlardan har tomonlama foydalanish hamda mavjud muammolarni tezkor hal yetish boʻyicha Yoʻl xaritasi”ni ishlab chiqishda eʼtiborga olingan (Oʻzbekiston Respublikasi Ekologiya, atrof-muhitni muhofaza qilish va iqlim oʻzgarishi vazirligi huzuridagi Turizm qoʻmitasining 2023-yil 13-

sentyabrdagi 02-11-15-16-sonli ma'lumotnomasi). Mazkur ilmiy taklifni amaliyotga joriy yetish natijasida turizm sohasida tadbirkorlik subyektlar soni 5-8 foizgacha o'sish tendensiyasiga ega bo'lishni ta'minlash orqali tadbirkorlik muhitidagi ijobiy dinamik o'zgarishlarni amalga oshirishga imkon yaratilgan.

viloyatlar hududlarida mahallalar aholisini faol jalb etgan holda ekologik ongini tarbiyalash va madaniy-tarixiy merosni asrab-avaylash orqali "yashil turizm"ni rivojlashtirish konseptual yondashuvini amalga oshirish taklifidan O'zbekiston Respublikasi Ekologiya, atrof-muhitni muhofaza qilish va iqlim o'zgarishi vazirligi huzuridagi Turizm qo'mitasi tomonidan Respublikada turizmni rivojlashtirish dasturlarini ishlab chiqishda foydalanilgan (O'zbekiston Respublikasi Ekologiya, atrof-muhitni muhofaza qilish va iqlim o'zgarishi vazirligi huzuridagi Turizm qo'mitasining 2023-yil 14-sentyabrdagi 02-11-15-16-sonli ma'lumotnomasi). Mazkur ilmiy taklifni amaliyotga joriy etish natijasida turizmning ijtimoiy ahamiyati yanada oshirish, xususan, ekologiya va atrof muhit muhofazasini yaxshilash, aholining reproduktiv salomatligida ijobiy o'zgarishlarga erishish, iqtisodiy nuqtayi nazardan turistlarning yangi segmentini shakllantirish, ya'ni yashil turizm mahsulotini iste'mol qilishga qiziquvchi turistlar sonini ko'paytirish imkoni yaratilgan;

O'zbekiston turizm salohiyatini rivojlantirishda ko'p omilli ekonometrik modellardan foydalanish orqali 2030-yilga qadar ishlab chiqilgan prognoz ko'rsatkichlaridan O'zbekiston Respublikasi Ekologiya, atrof-muhitni muhofaza qilish va iqlim o'zgarishi vazirligi huzuridagi Turizm qo'mitasi tomonidan Respublikada turizmni rivojlashtirish dasturlarini ishlab chiqishda foydalanilgan. (O'zbekiston Respublikasi Ekologiya, atrof-muhitni muhofaza qilish va iqlim o'zgarishi vazirligi huzuridagi Turizm qo'mitasining 2023-yil 14-sentyabrdagi 02-11-15-16-sonli ma'lumotnomasi). Mazkur ilmiy taklifni amaliyotga joriy etish natijasida 2030-yilga borib turizm xizmatlari eksportini 4,7 martaga, xorijiy turistlar sonini 3,2 martaga oshirish imkoni aniqlangan.

**Tadqiqot natijalarining aprobatsiyasi.** Mazkur tadqiqot natijalari 2 ta respublika va 2 ta xalqaro ilmiy-amaliy anjumanlarda ma'ruza qilingan va aprobatsiyadan o'tkazilgan.

**Tadqiqot natijalarining e'lon qilinganligi.** Dissertatsiya mavzusi bo'yicha jami 10 ta ilmiy ish, jumladan O'zbekiston Respublikasi Oliy attestatsiya komissiyasi e'tirof etgan jurnallarda 4 ta ilmiy maqola nashr etilgan, shundan, 2 tasi respublika va 2 ta xorijiy jurnallarda hamda 2 ta respublika va 2 ta xalqaro ilmiy-amaliy anjumanlarda tezislar nashr etilgan.

**Dissertatsiyaning tuzilishi va hajmi.** Dissertatsiya ishi tarkibi kirish, 3 ta bob, xulosa, foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati va ilovalardan iborat. Dissertatsiyaning umumiy hajmi 149 betni tashkil etadi, unda 23 ta jadval, 29 ta rasm va 11 ta ilova mavjud.

## **I bob. TURIZM SALOHIYATINI SHAKLLANTIRISH VA RIVOJLANTIRISHNING NAZARIY-USLUBIY ASOSLARI**

### **1.1-§. Turizm salohiyati tushunchasining mohiyati va uni rivojlantirish vazifalari**

Oxirgi oʻn yilliklarda turizm sohasining jahon va milliy iqtisodiyotlarga taʼsiri jiddiy ravishda ortib bormoqda. Turizm va rekreatsiya sohasining faoliyat yuritishi va shakllanishining oʻziga xos xususiyatlari uning salohiyati sezilarli darajada sifat va son koʻrsatkichlari bilan tavsiflanadi.

Bugungi kunda Oʻzbekiston juda katta turizm va rekreatsiya salohiyatiga ega. Unda jami 8,8 mingta madaniy meros obyektlari mavjud boʻlib, ulardan 209 tasi 4 ta muzey shahar — “Xiva shahridagi Ichan-qalʼa”, “Buxoro shahrining tarixiy markazi”, “Shahrisabz shahrining tarixiy markazi”, “Samarqand shahri” hududida joylashgan va YUNESKO Butunjahon merosi roʻyxatiga kiritilgan. Mamlakatda 11 ta milliy tabiat bogʻi va davlat qoʻriqxonasi, 12 ta davlat buyurtma qoʻriqxonasi, 106 ta muzey, 37 ta teatr, 187 ta madaniyat va istirohat bogʻi va boshqa koʻplab turizm obyektlari mavjud [124].

Turizm sohasidagi davlat siyosati mintaqalarni jadal va kompleks rivojlantirish, diversifikasiya qilish, ularning infratuzilmasini yaxshilash, xalqaro maydonda mamlakat nufuzi va investitsiyaviy jozibadorligini oshirish, ish oʻrinlarini koʻpaytirish, daromadlarni oshirish, aholining turmush darajasi va sifatini oshirishga qaratilgan. Turizm sohasi va uning salohiyatini ustuvor rivojlantirish Oʻzbekistonning turizm salohiyatini oshirish va undan foydalanish sohasidagi barcha strategik dasturiy hujjatlarida belgilab qoʻyilgan [5, 8,9, 10, 11, 15, 16, 19, 20, 22].

Oʻzbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish boʻyicha harakatlar strategiyasida ushbu sohani rivojlantirishning asosiy yoʻnalishlari, jumladan, turizm industriyasini jadal rivojlantirish, uning iqtisodiyodagi roli va hissasini oshirish, turizm xizmatlari sifatini diversifikasiya qilish va takomillashtirish, turizm infratuzilmasini kengaytirish vazifasi belgilangan [6].

Rivojlangan mamlakatlar tajribasi ko'rsatadiki, turizmni rivojlantirishning muvaffaqiyati bevosita ushbu sohaning davlat darajasida qanday qabul qilinishiga, davlat ko'magidan qanchalik bahramand bo'lishiga bog'liq. Davlat darajasida turizmga g'amxo'rlik qilish turizm xizmatlari eksportini sezilarli darajada oshirish va turizm balansining ijobiy saldosini ta'minlash imkonini beradi.

Zamonaviy turizm nafaqat iqtisodiyot, balki uning ijtimoiy tarkibiy qismi, jumladan, ijtimoiy sohani rivojlantirish, aholi bandligini ta'minlash, madaniy salohiyatni saqlash va rivojlantirish, bo'sh vaqtdan oqilona foydalanish va takror ishlab chiqarish salohiyatini tiklashga ham faol ta'sir ko'rsatadi. Mamlakat va uning hududi turizm biznesini yuritish va yashash uchun yanada jalb etuvchan bo'lib kelmoqda.

Turizmning iqtisodiy samaradorligi shuni taqozo etadiki, mamlakatda turizm ijtimoiy-iqtisodiy kompleksning boshqa tarmoqlari bilan ketma-ket va birgalikda rivojlanishi kerak. Ta'kidlash lozimki, turizmning mamlakat iqtisodiyotiga ijobiy ta'siri turizm har tomonlama rivojlanib, boshqa tarmoqlar rivojiga zarar yetkazmagan holdagina yuz beradi. Dinamikada kuzatiladigan turizmni rivojlantirish jarayoni, uning doimiy sifat o'zgarishlari, turizmga yangi texnologiyalarning kirib kelishi bilan bog'liq bo'lgan turlarning ko'payishi har bir mamlakatning iqtisodiy rivojlanishi uchun ushbu murakkab va muhim tizimning boshqaruv usullarini doimiy yangilash va takomillashtirishni talab qiladi.

Turizmga oid ilmiy adabiyotlarda hozircha turizmning yagona ta'rifi mavjud emas. Qonunchilik me'yoriy hujjatlari va adabiyot manbalarida turizmning 30 dan ortiq ta'rifi mavjud degan fikr bor. Bu esa "turizm" tushunchasining ko'p qirraliligidan dalolat beradi va uning mohiyatidan kelib chiqadi. Turli mualliflar tomonidan ilmiy manbalarning tadqiq etilishi "turizm" kategoriyasini ta'riflashga nisbatan bir qancha yondashuvlarni ko'rsatish mumkin:

shaxsning tanlovi nuqtai nazaridan: fiziologik ehtiyoj (Е.Л.Кротова; ВМТ (1954-у.); ijtimoiy ehtiyoj (И.В.Зорин, В.А.Квартальнов [74]; Всемирная конференция по туризму (Мадрид, 1981 г.));

ko‘p o‘lchovli ehtiyojlar majmui – Jahon turizm tashkiloti (Madrid, 1993-y.), O‘zbekiston Respublikasining “Turizm to‘g‘risida”gi qonuni [2];

iqtisodiy faoliyat nuqtai nazaridan – M.A.Jukova [69], M.B.Birjakov [52], V.A.Kvartalnov;

iqtisodiyotga qo‘shgan hissasi nuqtai nazaridan – С.А.Кузнецов, Манильская конференция по международному туризму (Манила, 1980 г.);

turizmni ijtimoiy-iqtisodiy tizim sifatida shakllantirish nuqtai nazaridan – G.Fon Shullard, P.Berneker, N.Leyner, V.Xusiker, K.Krapf, V.Azar.

Masalan, I.Azarning fikriga ko‘ra “turizm – muayyan mamlakatning xalq xo‘jaligi doirasida ham, umuman milliy iqtisodiyotning jahon xo‘jaligi bilan aloqalari doirasida ham alohida unsurlar o‘rtasidagi turli aloqalarga ega yirik iqtisodiy tizimdir” [41]. Ushbu ta‘rif turizmning ko‘p o‘chovli va ko‘p qirrali tushuncha ekanligini ko‘rsatadi. M.V.Birjak tomonidan keltirilgan boshqa bir ta‘rifga muvofiq, “turizm bir vaqtning o‘zida ham faoliyat turi, ham rekreatsiya shakli, ham milliy iqtisodiyotning bir tarmog‘i, ham bo‘sh vaqtni o‘tkazish usuli, shuningdek, san‘at, fan va biznes hisoblanadi” [52]. Mualliflarning yondashuvlari “turizm” tushunchasi nuqtai nazaridan 1-ilova jadvalida batafsil berilgan.

Turli mualliflar va tadqiqotchilarning yuqorida keltirilgan yondashuvlaridan kelib chiqadiki, turizmni yagona nuqtai nazardan tavsiflab bo‘lmaydi, chunki uning tarkibiy jihatlaridan hech birini mutlaqlashtirish mumkin emas. Ularning ko‘pchiligida bu tushuncha faqat iste‘molchi nuqtai nazaridan talqin qilinadi, ya‘ni turizm ma‘lum maqsad bilan amalga oshiriluvchi sayohatdir. Fikrimizcha, “turizm” tushunchasi nafaqat iste‘molchi nuqtai nazaridan, balki ishlab chiqaruvchi nuqtai nazaridan ham – turli olimlar tomonidan turizm xizmatlari va tovarlarini ishlab chiqarish va sotish sohasi sifatida ko‘rib chiqilishi lozim.

Tizimli (ijtimoiy-iqtisodiy) yondashuv O‘zbekistonda turizm sohasidagi munosabatlarni tartibga soluvchi amaldagi qonunchilikka xosdir. Turizm deganda, O‘zbekiston Respublikasining “Turizm to‘g‘risida”gi qonuniga muvofiq, jismoniy shaxsning vaqtincha bo‘lish mamlakatidagi (joyidagi) manbalardan daromad olish

bilan bog‘liq faoliyat bilan shug‘ullanmagan holda doimiy yashash joyidan jo‘nab ketishi (sayohat qilishi) tushuniladi [2].

Mahalliy tadqiqotchi mualliflar turizm tushunasiga turlicha talqin berganlar. Xususan, M.T.Aliyevaning fikricha, turizm “bu kishilarning bo‘sh vaqtida istalgan mamlakatga yoki o‘z mamlakati mintaqasidan tashqari istalgan joyga dam olish, sog‘lomlashtirish, tanishish, kasbiy-ishbilarmonlik maqsadlarida, lekin bo‘lib turgan joyida pul to‘lanadigan mehnat bilan shug‘ullanmay, vaqtinchalik joylashishidir. Shunday ekan, turizm – doimiy yoki uzoq muddatli yashash joylari bo‘lmagan va ularning ishi bilan bog‘liq bo‘lmagan joylarda kishilarning safari va yashashi bilan bog‘liq munosabatlar, aloqalar va hodisalar yig‘indisidir” [42].

E.V.Golishevaning fikricha, “turizm zamonaviy dunyoning ko‘p qirrali hodisasi bo‘lib, odatda ma‘lum bir mahsulot turini olishga qaratilgan harakatlar birlashmasidan tashkil topadi, turizm xizmatlarini ishlab chiqaruvchi korxonalarining muayyan guruhini birlashtiruvchi industriya sifatida, turizm xizmatlarini bozor orqali tartibga solish sharoitida tadbirkorlikning muayyan sohasini ifodalovchi ijtimoiy hodisa sifatida ko‘rib chiqiladi” [62].

B.X.Turayevning qayd etishicha, turizm tarmog‘i deganda “faoliyat va boshqaruv birligi bilan birlashtirilgan maxsus moddiy-texnik bazaga ega hamda turizm xizmatlari va tovarlari ishlab chiqarish va sotishga ixtisoslashgan mustaqil, geografik jihatdan ajratilgan turizm iqtisodiy birliklar majmui” tushunilishi lozim [118].

Tadqiqotlarda turizm obyektlarining yiriklashtirilgan va tabaqalashgan tasnifi mavjud. Shu bilan birga yiriklashtirilgan tasniflash usullari, qoidaga ko‘ra o‘rganilayotgan obyektlarni tashkil etish shakllarini tabaqashtirilgan tasniflash usullari bu obyektlarning alohida turlari yoki shakllarini tashkil qiladi. O‘zbekiston turizm faoliyatida kengaytirilgan baholashga ko‘ra ichki (yoki mahalliy) turizm va xalqaro turizm farqlanadi. Xalqaro turizm quyidagilarni o‘z ichiga oladi: kirish turizmi (O‘zbekiston Respublikasida doimiy yashamaydigan shaxslarning O‘zbekiston Respublikasi hududidagi sayohati) va chiqish turizmi (O‘zbekiston Respublikasida doimiy yashovchi shaxslarning boshqa mamlakatga sayohati).

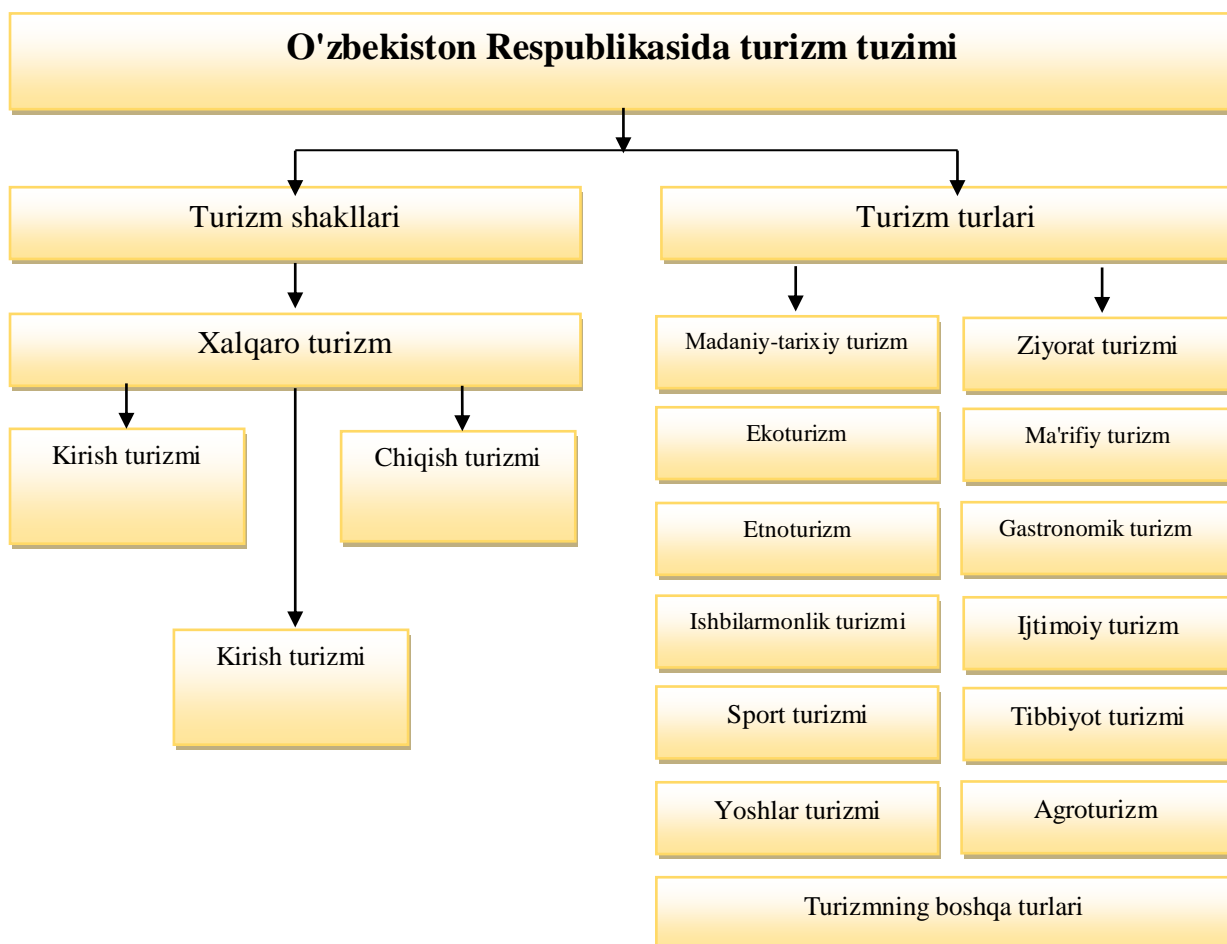


Ichki turizm O‘zbekiston Respublikasida doimiy yashovchi shaxslarning O‘zbekiston Respublikasi hududidagi sayohatini o‘z ichiga oladi. O‘zbekistonda turizm shakllari va turlari 1.1-rasmda aks ettirilgan.

Turizm xizmatlarini ishlab chiqarish, tarqatish, ayirboshlash va iste‘mol qilish, turizm resurslarini ishlab chiqish va ekspluatasiya qilish hamda turizmning moddiy-texnik bazasini yaratishni ta‘minlovchi moddiy va noishlab chiqarish sohasi korxonalarining jamlanmasi turizm industriyasi deb ataldi. Turizm industriyasi ko‘plab tarkibiy qismlarni o‘z ichiga oladi va murakkab tarmoqlararo xalq xo‘jaligi majmuasi hisoblanadi [82].

**1.1-rasm.**

### **O‘zbekiston Respublikasida turizm shakllari va turlari<sup>6</sup>**

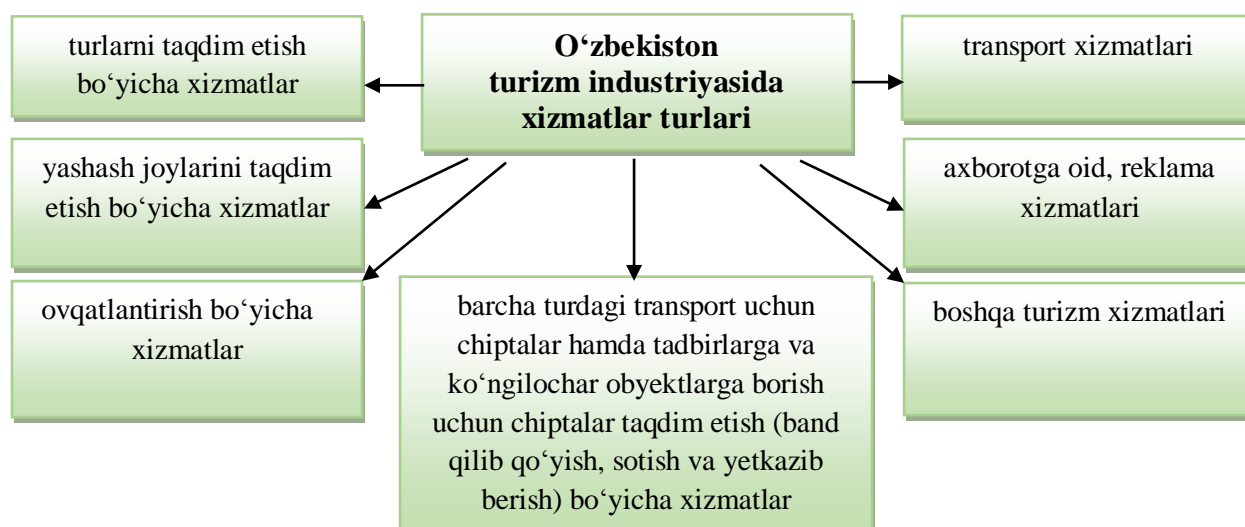


<sup>6</sup> Manba: muallif tomonidan tuzilgan.

O‘zbekistonda milliy qonunchilikka muvofiq joylashtirish vositalari, transport, umumiy ovqatlanish obyektlari va ko‘ngilochar, ma’rifiy, ishbilarmonlik, davolash-sog‘lomlashtirish, jismoniy tarbiya-sport hamda boshqa maqsadga mo‘ljallangan obyektlar, turizm faoliyatini amalga oshiruvchi tashkilotlar, ekskursiya xizmatlarini ko‘rsatuvchi tashkilotlar majmuasi, shuningdek ekskursiya yetakchilarining, gidlar (gid-tarjimonlar) hamda yo‘riqchi-yo‘l boshlovchilar xizmatlari majmuasi turizm industriyasidir<sup>7</sup>. Respublikamizdagi turizm industriyasi xizmatlari turlari 1.2-rasmda aks ettirilgan.

### 1.2-rasm.

#### O‘zbekiston turizm industriyasida ko‘rsatiluvchi xizmatlar turlari<sup>8</sup>



Turizm salohiyatining nazariy va metodologik jihatlarini bir qator xorijlik mualliflar, jumladan: T.V.Brusokene [54], A.V.Vinogradov [56], D.P.Golikov [61], A.V.Drozdov [67], G.N.Zaxarenko [72], M.A.Krivulya [78], A.S.Kuskov, A.V.Ivanov, I.A.Yashkov, P.S.Shirinkin [80], N.V.Svyatoxo [111] va boshqalarning ishlarida yoritib berilgan. Biroq, fikrimizcha, bu ilmiy ishlarda keltirilgan turli fikrlar tobora ko‘prok munozarali masalalarni yuzaga keltiradi, turizm salohiyatini rivojlantirishga prinsipial yondashuvlar va tushuncha darajasida qarama-qarshiliklarni aniqlab beradi.

<sup>7</sup> O‘zbekiston Respublikasi “Turizm to‘g‘risida”gi qonunining 8-moddasi

<sup>8</sup> Manba: muallif tomonidan tuzilgan.

Shu munosabat bilan mazkur bo‘lim doirasida O‘zbekistonning turizm salohiyatini aniqlashga doir konseptual yondashuvlarni tahlil qildik. Bu maqsadga erishish uchun iqtisodiy toifa sifatida turizm salohiyatining o‘ziga xos xususiyatlarini aniqlash va turizm salohiyatining tasnifini asoslash vazifalari hal qilinadi.

Turizm salohiyati ushbu sohaning rivojlanishida muhim ahamiyatga ega. Izohli va ensiklopedik lug‘atlarda “salohiyat” (“potensial”) (lotincha rotentia – “kuch” so‘zidan) atamasi “biror vazifani hal etish uchun foydalanish mumkin bo‘lgan imkoniyatlar, mablag‘lar, zaxiralar” ma’nosini anglatadi [94]. Bu juda keng va ayni paytda qo‘p qarrali ta’rif, albatta, asos sifatida olinishi mumkin. Faqat salohiyati tavsiflangan obyektning turiga va bu salohiyatdan foydalanish mumkin bo‘lgan vazifalarga qarab, uni aniq mazmun bilan to‘ldirish lozim.

Salohiyat haqidagi zamonaviy g‘oyalarni ishlab chiqishda quyidagi 3 yo‘nalishni ajratib ko‘rsatish mumkin. Birinchi resurs yo‘nalishi: salohiyat – tizimning ishlashi yoki rivojlanishi uchun zarur bo‘lgan har xil turdagi resurslar majmuasi bo‘lib, bunda ularning o‘zaro bog‘liqligi hisobga olinmaydi. O‘rganilayotgan toifani aniqlashda akademik L.I.Abalkinning “salohiyat” va “resurslar” tushunchalarini bir-biriga qarshi qo‘ymaslik kerakligi haqidagi qoidani hisobga olish lozim. Salohiyat (iqtisodiy, ishlab chiqarish, turizm) – “joy va vaqtga bog‘langan “resurslarning umumlashgan, birlashtirilgan tavsifi”dir” [38]. Ikkinchi resurs yo‘nalishiga muvofiq, salohiyat – ma’lum miqdorda moddiy tovar ishlab chiqarishga qodir resurslar majmuasidir, ya’ni resurslarning o‘zaro bog‘liqligi hisobga olinadi.

Uchinchi yo‘nalish salohiyatni iqtisodiy tizim resurslar majmualarining o‘z oldiga qo‘yilgan vazifalarni bajarish qobiliyati sifatida ko‘rib chiqadi. Iqtisodiy tizim jamiyatning ishlab chiqarish kuchlari rivojlanish darajasiga to‘g‘ri keluvchi

ishlab chiqarish munosabatlari tizimidir<sup>9</sup>. Shu nuqtai nazardan salohiyat – obyekt tuzulmasi va funksiyalarining birligi haqidagi yaxlit tasavvur, ularning o‘zaro bog‘liqligini aniqlashdir.

V.I.Vidyapin va M.V.Stepanovning [105] fikrlaricha, salohiyating mohiyati haqida tasavvur uni baholash, o‘lchash va boshqarishga yondashuvni belgilab beradi. Salohiyatni resurslarning ma’lum natijalarni ishlab chiqarish va tizim faoliyatini ta’minlash qobiliyati deb hisoblab, bunday qobiliyatni belgilovchi barcha omillarni hisobga olish va ko‘rsatkichlarda ifodalash kerak. Shunday qilib, nafaqat resurslarni, balki to‘plangan, lekin hali foydalanilmagan zaxiralarni ham bilish kerak.

Yuqoridagilarning barchasi ko‘rsatadiki, bugungi kunga qadar salohiyat mohiyatining iqtisodiy talqiniga cheklangan yondashuv hukmronlik qiladi, chunki birinchisi salohiyatni resurslar majmuasi sifatida ta’riflaydi, ikkinchisi iqtisodiy tizimning mahsulot ishlab chiqarish qobiliyati sifatida, uchinchisi ishlab chiqarish kuchlarining muayyan samaraga erishish qobiliyati sifatida. Bu ikki tushunchaning o‘ziga xos xususiyatlari 1.1-jadvalda berilgan.

Shunday qilib, “turizm resursi” tushunchasiga nisbatan “turizm salohiyati” tushunchasi kengroq va umumlashgan tushuncha sifatida namoyon bo‘ladi. Albatta, farqlarga qaramay, bu ikki tushunchani yetarli darajada erkinlik bilan qo‘llash mumkin, chunki kontekst baribir ularning mazmuniga nima kiritilganini tushunish imkonini beradi.

---

<sup>9</sup>A.M. Abduvohidov, D.S. Umirova, Z.S. Abriyev. Turizm rivojlanishini prognozlash. O‘quv-ko‘llanma. – T.:TDIU,2019. 43-bet.

**“Salohiyat” va “resurs” tushunchalari o‘rtasidagi farq<sup>10</sup>**

“Salohiyat” atamasi	“Resurs” atamasi
U birlik shaklda qo‘llanadi, lekin har doim xususiyatlar, narsalar, hodisalar majmuasini nazarda tutadi	U butun salohiyatning bir qismi bo‘lib, ma’lum hududni tashkil etadi
U hal qilishi uchun belgilangan muayyan vazifa bilan juda aniq bog‘liq. Masalan, hududning o‘rmon resurslaridan turistlar ham, sanoat ham foydalanishi mumkin. Masalan, hududning turizm-rekreatsiya salohiyati haqida gapirganda va bunda uning o‘rmon tarkibiy qismini baholashda birdaniga aynan shu xususiyatlar va ulardan turizm foydalanish uchun zarur jihatlar nazarda tutiladi.	Uning maqsadi nuqtai nazaridan ko‘rib chiqiladi, lekin uning ma’lum bir foydalanuvchi bilan munosabati u qadar aniqlanmagan.
Biror-bir obyektning salohiyatini ta’riflashda, odatda, bu salohiyatni boshqa obyekt salohiyati bilan taqqoslash yo‘li bilan baholash ham nazarda tutiladi	Resurslarni baholashda ularning ijtimoiy ishlab chiqarish jarayonidagi qiymatini aniqlash tushuniladi

Turizm sohasida mamlakat (mintaqa, hudud) imkoniyatlarini aniqlash uchun xorijlik mualliflar tomonidan quyidagi tushunchalar qo‘llaniladi: turizm-rekreatsiya salohiyati [47, 67, 100, 107]; “rekreatsion salohiyat” va “turizm salohiyati” [57, 71, 76, 80, 83, 88, 93, 113]; turizmning resurs salohiyati [61, 67]. 2-jadvalda bir qator mahalliy va xorijiy tadqiqotchi-olimlarning turizm-rekreatsion salohiyat va turizm salohiyati tushunchalari borasidagi fikrlari keltirilgan.

“Turizm salohiyati” ta’rifiga tadqiqotchi olimlarning yondashuvlari va nuqtai nazarlarini tahlil qilgan holda shunday xulosa qilish mumkinki, tadqiqotchi mualliflar asosan ikkinchi resurs tushunchasiga amal qiladilar, unga ko‘ra salohiyat

<sup>10</sup>Manba: muallif tomonidan tuzilgan.

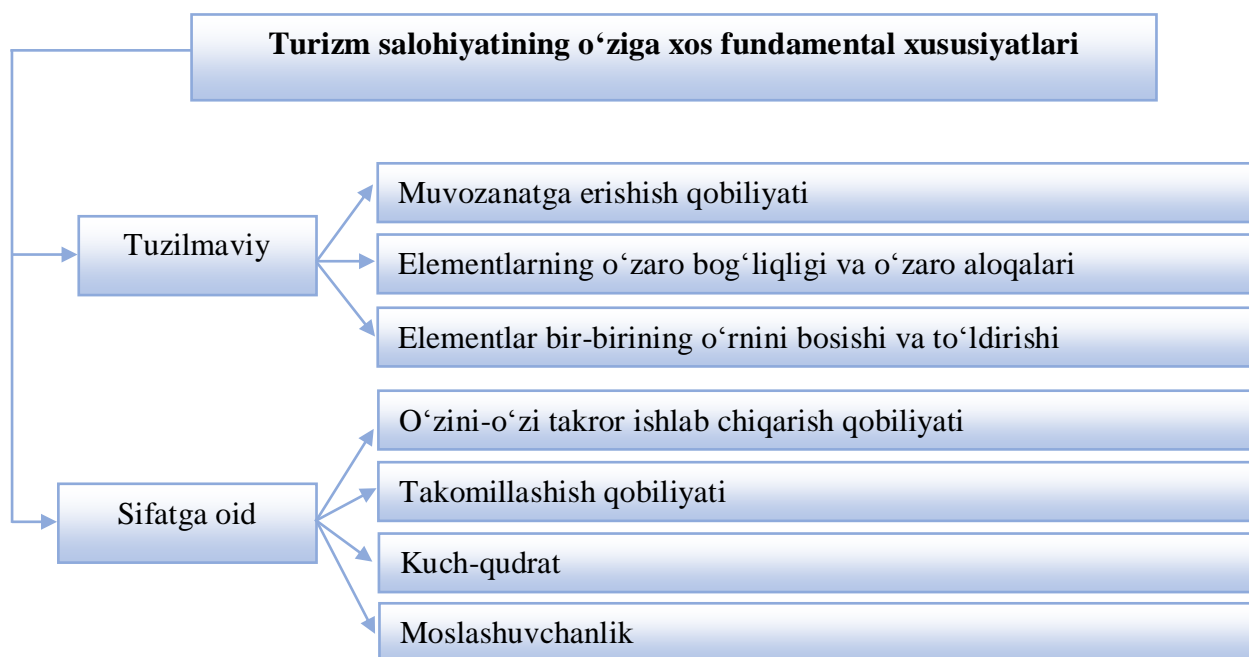
ma'lum maqsadlarga erishish uchun zarur bo'lgan o'zaro bog'liq resurslar majmuasidir.

Turizm salohiyatini shakllantirish va rivojlantirish nuqtai nazaridan o'rganishdagi asosiy muammo uning barcha elementlari bir vaqtda va birgalikda faoliyat yuritishidadir. Ya'ni turizm salohiyati murakkab va dinamik tizim hisoblanadi, chunki aynan salohiyatning alohida elementlari o'rtasidagi munosabatlar ishlab chiqarish xususiyatlari va faoliyat yuritish qonuniyatlarini modifikatsiya qiladi, shu tariqa salohiyatning umuman yangi sifat holatiga, ya'ni yuqori tartibli tizimga o'tishga yordam beradi.

Yuqoridagi mulohazaga muvofiq, aytish mumkinki, turizm salohiyati o'zaro bog'langan va o'zaro aloqadagi turli elementlardan tashkil topgan, turizm mahsulotini yaratish va taqdim etish jarayonida, kerakli miqdor va sifat hamda bozor tomonidan belgilangan muddatlarda turli vazifalarni bajaruvchi murakkab, uyushgan, dinamik tizimdir.

**1.3-rasm.**

### **Turizm salohiyatining o'ziga xos fundamental xususiyatlari<sup>11</sup>**



Shunday qilib, turizm salohiyati tizim hisoblanadi, shunga ko'ra u har qanday tizimning yaxlitligi, elementlarning kutilmaganda paydo bo'lishi va

<sup>11</sup>Manba: muallif tomonidan tuzilgan.

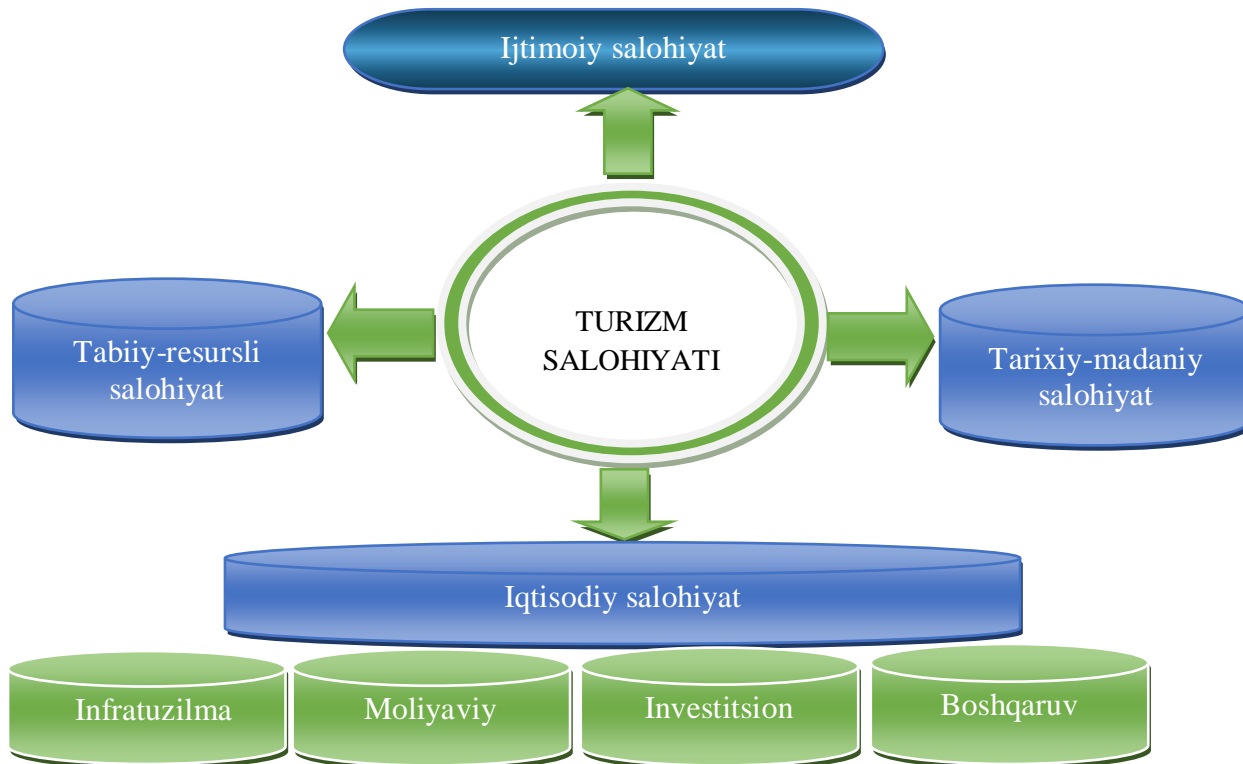
bo‘linuvchanligi singari xususiyatlarga ega. Shu bilan birga turizm salohiyati maxsus, faqat o‘ziga xos fundamental xususiyatlarga ham ega (1.3-rasm).

Yuqoridagilarni umumlashtirgan holda, natijalovchi konsepsiya qoidalarini birlashtiradigan “turizm salohiyati” atamasining quyidagi ta’rifini to‘g‘ri deb hisoblaymiz. Turizm salohiyati – turizm industriyasini rivojlantirish va uning faoliyat yuritishidan ijobiy ijtimoiy-iqtisodiy samaraga erishish va ularning turizm jozibadorligi darajasini oshirish imkoniyatlari mavjudligi; turizm salohiyati – turizm faoliyatini tashkil etish maqsadida mavjud resurslar yig‘indisi.

Tuzulmaviy jihatdan turizm salohiyati o‘zaro bog‘langan salohiyatlar: tabiiy-resursli, tarixiy-madaniy, iqtisodiy va ijtimoiy salohiyatlar yig‘indisi sifatida namoyon etilgan. Bir qator mualliflarning tadqiqotlarida ifodalangan ilmiy yondashuvni tahlil qilib, muayyan “alohida” salohiyatlar bloklari va ularning ta’riflarini shakllantirdik.

**1.4-rasm.**

#### **Turizm salohiyatining asosiy tarkibiy qismlari<sup>12</sup>**



<sup>12</sup>Manba: muallif tomonidan tuzilgan.

Turizm salohiyati uni tashkil etuvchi yuqoridagi salohiyatlardan tarkib topadi: tabiiy-resursli, tarixiy-madaniy, ijtimoiy va iqtisodiy salohiyat (1.4-rasm).

Tabiiy-resursli salohiyat – kelib chiqishi tabiiy bo‘lgan turizm-rekreatsiya resurslari bilan ham, obyekt yoki hududga tashrif buyurishning eng yuqori darajasi bilan ham belgilanadi, bu darajadan ortib ketish turistlarning harakatlari natijasida yoki turizmga xizmat qiluvchi infratuzilma faoliyati natijasida geotizimning tarkibiy qismlari o‘rtasidagi munosabatlar buzilishi va nomaqbul ekologik oqibatlariga olib keladi.

Tarixiy-madaniy salohiyat madaniy-ma’rifiy turizm obyektlarining imkoniyatlari, ulardan foydalanish xususiyati, ahamiyati, semantik qiymati va auditoriyaga kirishuvchanligini yoritib beradi.

Turizm sohasining ijtimoiy salohiyati – turizm faoliyatini amalga oshirish uchun zarur ishchi kuchini takror barpo etish imkoniyatlari, chunki turizmning faqat moddiy resurslaridan foydalanib, hududiy turizm mahsulotini ishlab chiqarish, tarqatish, ayirboshlash va iste’mol qilish mumkin emas. Bu shuningdek, funksional maqsadlariga erishish uchun turizm faoliyatini amalga oshirishga qodir maxsus tayyorlangan malakali kadrlarni o‘z ichiga oladi.

Iqtisodiy salohiyat – mamlakatning turizm mahsulotini takror ishlab chiqarish sohasidagi qobiliyatini tavsiflovchi iqtisodiy (xo‘jalik) salohiyatining ajralmas qismi, ya’ni turizm mahsulotini takror ishlab chiqarish uchun zarur bo‘lgan potensial mos kuchlar va vositalar (moddiy, tabiiy, mehnat va boshq.). U quyidagi salohiyatlarni o‘z ichiga oladi:

infratuzilmaviy salohiyat. Turizm mahsuloti ishlab chiqarish talablariga mos keluvchi, turizm faoliyatini amalga oshirish hamda ularning xodimlari va rekreantlari ehtiyojlarini qondirish uchun zarur shart-sharoitlarni ta’minlash bo‘yicha joylashtirish, dam olish, ovqatlanish, transport kompaniyalari va hokazolarning imkoniyatlari;

moliyaviy salohiyat. Mamlakat turizm faoliyatini amalga oshirish uchun ega bo‘lishi mumkin bo‘lgan mablag‘lar hajmini ifodalaydi;



investitsiyaviy salohiyat – turizm faoliyatini investitsiyalash bo'yicha jami imkoniyatlar; boshqaruv salohiyati. Turizm sohasining shakllanishi, tashkil etilishi, faoliyat yuritishi uchun tegishli shart-sharoitlar yaratilishida boshqaruvning barcha darajalariga rahbarlik qilish ko'nikma va qobiliyatlari.

Axborot salohiyati. Boshqaruv qarorlarini tayyorlash va qabul qilishni ta'minlovchi hamda axborot resurslarini to'plash, tejash, qayta ishlash va tarqatish orqali turizm mahsulotini ishlab chiqarish xususiyatiga (o'ziga xosligiga) ta'sir etuvchi tashkiliy-texnik va axborot imkoniyatlari yig'indisi.

Biroq fikrimizcha, turizm salohiyati tarkibiy qismlarining keltirilgan ro'yxati yakuniy va uzil-kesil emas, chunki ularning soni belgilangan maqsadlar, ularga erishish usullari va buning uchun zarur bo'lgan resurslardan kelib chiqishi mumkin.

Hozirgi kunda turizm salohiyatini shakllantirish va rivojlantirish masalalariga bag'ishlangan xorijiy adabiyotlarda uning turlariga juda ko'plab ta'riflar keltiriladi. N.V.Svyatoxo [110] tomonidan turizm salohiyatini turli belgilar bo'yicha tasniflashning quyidagi varianti taklif qilingan:

- 1) baholashning agregatsiya darajasi bo'yicha;
- 2) mazmun bo'yicha;
- 3) amalga oshirilishi bo'yicha;
- 4) moliyalashtirish manbalari bo'yicha;
- 5) turizm obyekti yoki joyga yuklama bo'yicha (3-ilovadagi jadval).

Jahon amaliyotiga ko'ra, turizm salohiyati beqaror rivojlanishining asosiy sabablaridan biri soha iqtisodiyotining o'ziga xos xususiyatlarini hisobga oluvchi samarali boshqaruv mexanizmi mavjud emasligidir. Jahon amaliyotida turizmni boshqarishning 3 ta modeli yuzaga kelgan [47].

1. Sharq modeli (Turkiya, Misr, Tunis, Tayland). Butun soha faoliyatini tartibga soluvchi kuchli va avtoritar vazirlik mavjudligi bilan tavsiflanadi. Amalga oshirish uchun soha va infratuzilma, shuningdek, milliy turizm mahsulotlarini

xorijda targ'ib qilishni tashkil etishga sezilarli moliyaviy investitsiyalar talab qilinadi.

2. Yevropa modeli (Fransiya, Ispaniya, Italiya, Buyuk Britaniya). Turizmni rivojlantirish masalalari qoidaga ko'ra, iqtisodiy yondoshuvga ega va ikki yo'nalishda ishlaydi: turizmni davlat tomonidan tartibga solish (me'yoriy-huquqiy tartibga solish, turizm sohasidagi xalqaro hamkorlik) va marketing faoliyati, ko'rgazmalarda ishtirok etish, xorijdagi vakolatxonalarni boshqarish.

3. Amerika modeli (bozori iqtisodiyoti yuksak rivojlangan mamlakatlar – AQSh). Markaziy davlat boshqaruvi yo'qligi va bozorning o'zini o'zi tashkil etish asosida turli masalalarni hal qilishni nazarda tutadi.

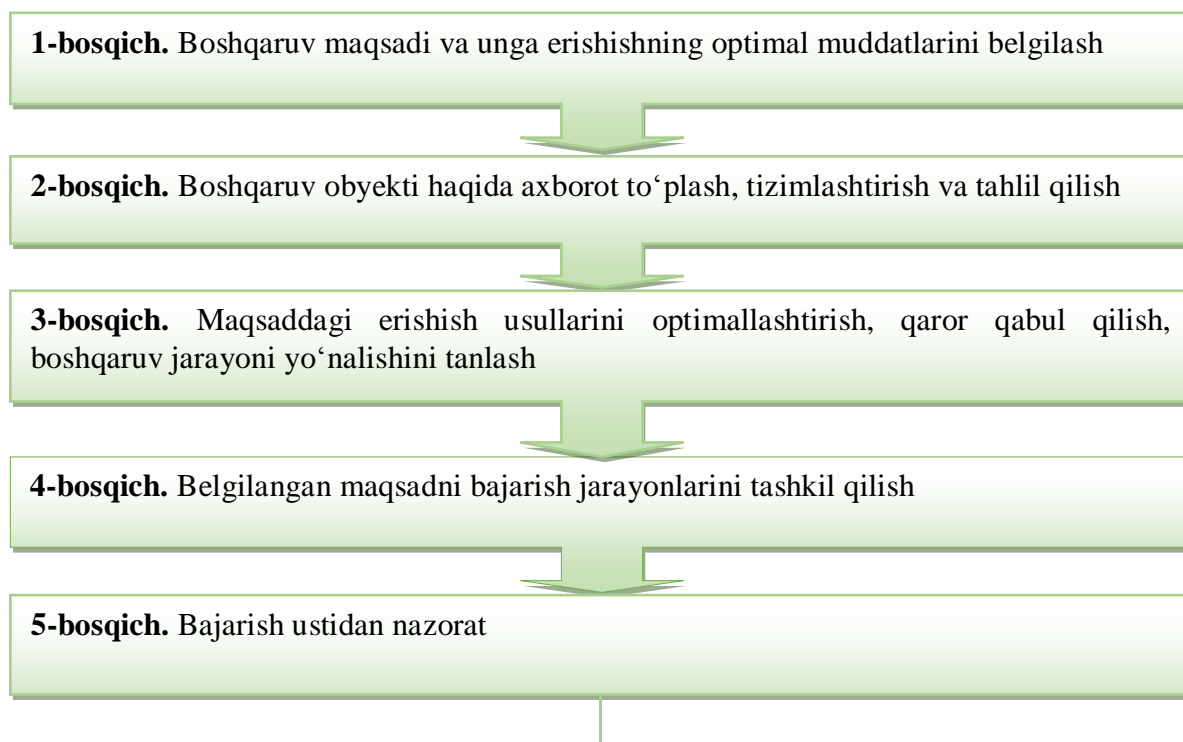
Turizm salohiyatining rivojlanishini boshqarish deganda ilgari qo'yilgan va mavjud turizm resurslarini ma'lum bir turizm mahsulotiga aylantirish yo'li bilan maqsadga erishish jarayonida tuzatish kiritilgan harakatlar yig'indisini tushunamiz.

Boshqaruv maqsadi turizm salohiyatining barqaror rivojlanish dinamikasini ta'minlash hisoblanadi. Turizm salohiyatining rivojlanishini boshqarishni boshqaruv parametrlari tizimi – boshqaruv obyekti va subyekti, institutsional boshqaruv muhiti, boshqaruv mexanizmi orqali ko'rib chiqamiz.

Boshqaruv obyekti – turizm salohiyati. Boshqaruv subyekti – boshqaruv organlari, ya'ni belgilangan maqsadga erishish uchun mavjud resurslardan foydalanish va ularni muvofiqlashtirishni ta'minlovchi tashkiliy tuzilmalar yig'indisidir. Turizm salohiyatining rivojlanishini boshqarish jarayoni, har bir ijtimoiy-iqtisodiy obyekt singari, bir nechta asosiy bosqichdan iborat:

- boshqaruv maqsadi va unga erishishning optimal muddatlarini belgilash;
- boshqaruv obyekti haqida axborot to'plash, tizimlashtirish va tahlil qilish;
- maqsadga erishish usullarini optimallashtirish, qaror qabul qilish, boshqaruv jarayoni yo'nalishini tanlash;
- belgilangan maqsadni bajarish jarayonlarini tashkil qilish;
- bajarish ustidan nazorat (1.5-rasm).

### Turizm salohiyatining rivojlanishini boshqarish bosqichlari<sup>13</sup>



Ma'lum bir hududda turizm va uning salohiyatini rivojlantirish uchun shart-sharoitlarni tadqiq etish bilan shug'ullanuvchi mualliflarning ilmiy yondashuvlarini o'rganish quyidagi asosiy bloklarni aniqlash imkonini berdi. Shart-sharoitlar birinchi blok – ijtimoiy-geografik vaziyat, uni tahlil qilishda quyidagilar hisobga olinadi:

- rekreatsion-geografik holat;
  - hududning turizm-rekreatsion xizmatlar iste'molchilari uchun ochiqqligi;
  - hududning umumiy ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish darajasi;
  - umumxo'jalik, jumladan, ijtimoiy infratuzilma mavjudligi;
  - turizm-rekreatsion majmuaning hudud xo'jalik majmuasidagi o'rni;
- mehmondo'stlik muhiti.

Turizm salohiyatini samarali amalga oshirish shartlarining ikkinchi bloki geosiyosiy vaziyatning xususiyatlarini o'z ichiga oladi: hududning xavfsizligi va

<sup>13</sup> Manba: muallif tomonidan tuzilgan.

ziddiyatli chegara zonalarini yoʻqligi; iqtisodiy va siyosiy barqarorlik; jinoyatchilik darajasi pastligi. Bu xususiyatlar dam oluvchilarning hozirda dunyoning bir qator mamlakatlaridagi notinch vaziyat (Misr, Tunisdagi siyosiy qurolli mojarolar, Ruminiyadagi jinoyatchilik) tufayli koʻpincha qondirilmaydigan xavfsizlikka ehtiyojlarini toʻliq aks ettiradi.

Uchinchi blok turizm-rekresion faoliyatni amalga oshirishning tashkiliy-huquqiy shartlarini tavsiflaydi:

turizm sohasini rivojlantirishni davlat tomonidan tartibga solish va ragʻbatlantirish;

umumdavlat qonun hujjatlari ishlab chiqilganligi va ularning alohida viloyatlar darajasida bogʻlanganligi;

hududning investitsion va tadbirkorlik jozibadorligi;

turizm-rekreatsion faoliyatni ragʻbatlantirishning iqtisodiy mexanizmlari;

turizm rasmiyatchiliklarini soddalashtirish;

turli tabiatdan foydalanuvchilar manfaatlari toʻqnashganda nizoli vaziyatlarni tartibga solish.

Shu munosabat bilan turizm salohiyatidan samarali foydalanish shartlarining toʻrtinchi blokiga maʼlum bir hududdagi ekologik vaziyatning umumiy xususiyatlari orqali aniqlanuvchi ekologik sharoit, shuningdek, alohida muhofaza etiluvchi hududlar tizimining maydoni, xilma-xilligi va rekreatsion rivojlanishi kiradi.

Shu sababli turizm salohiyatini samarali shakllantirish, rivojlantirish va amalga oshirish, birinchidan, uning resurslar tarkibiy qismini, ikkinchidan, resurslarning hududiy birikmasini, uchinchidan, ularni amalga oshirish shartlarini har tomonlama tahlil qilish bilan oʻringa ega boʻlishi mumkin.

## **1.2-§. O‘zbekistonda turizm salohiyatining rivojlanishini davlat tomonidan tartibga solish va boshqarish**

Turizmning rivojlanishini tartibga solish masalalari turizm uchun erkin bozor muhimligi e’tirof etilishiga qaramay, davlat bu sohada samarali iqtisodiy siyosat olib borishi mumkin va kerak deb hisoblovchi mahalliy va xorijiy olimlarning faol tadqiqot mavzusi hisoblanadi [47, 49, 51, 62, 79, 91, 92, 104 ].

Ta’kidlash joizki, turizm sohasiga nisbatan “davlat siyosati” tushunchasini qo‘llash O‘zbekiston Respublikasi “Turizm to‘g‘risida”gi qonunining 6-moddasida belgilab qo‘yilgan [2]. Ushbu qonunning 20-moddasiga ko‘ra, turizm faoliyati deganda turoperatorlik va turagentlik faoliyati, shuningdek sayohatlar tashkil etishga doir boshqa faoliyat tushuniladi. Biroq fikrimizcha, bu yerda “qonuniy ta’rif”da noaniqlik kuzatiladi, “sayohatlar tashkil etishga doir boshqa faoliyat” tushunchasi aniqlashtirilmagan. Qoidaga ko‘ra, boshqa faoliyat turlariga kishilarning turli xildagi sayohat va turizmga ehtiyojini qondiruvchi xilma-xil iqtisodiy faoliyat turlari kiradi.

Ta’rifning aynan shu qismi turizm uchun muhim ahamiyatga ega, chunki turizm, ayrim olimlarning fikricha, “milliy iqtisodiyotning boshqa sohalari singari odatiy vertikal yuzada yotmaydi, balki turli tarmoqlarga tegishli korxonalar va tashkilotlarni o‘z ichiga oluvchi gorizontalar makonni qamrab oladi [95].

Turizm sohasini davlat tomonidan tartibga solish bozor mexanizmining faoliyati uchun normal sharoitlarni ta’minlash, davlatning ijtimoiy-iqtisodiy ustuvor yo‘nalishlarini amalga oshirish va turizm sohasini rivojlantirishning yagona konsepsiyasini ishlab chiqish uchun davlatning xo‘jalik yurituvchi subyektlar faoliyatiga va bozor konyunkturasiga ta’sirini ifodalaydi. Shuningdek, bu turizmni rivojlantirishni tartibga solish bo‘yicha davlat siyosatini ishlab chiqish, uning maqsadlari, vazifalari, asosiy yo‘nalishlarini asoslash, uni amalga oshirish vositalari va usullarini tanlash tartibini o‘z ichiga olgan murakkab jarayondir.

Bugungi kunda turizm sohasi mustaqil mavjud bo‘lgan 30 dan ortiq sohalarda tutashgan joyda joylashgan bo‘lib, ularning turizmni rivojlantirishga qo‘shgan hissasi yetarli emas. Shu munosabat bilan turizm industriyasini shakllantirishga

eng katta ta'sir ko'rsatuvchi ko'plab turdosh tarmoqlar faoliyatini birlashtirish, yalpi ichki mahsulotda turizm ulushini oshirish uchun moliyaviy, kadrlar, infratuzilmaviy va institutsional resurslarni muvofiqlashtirishni ta'minlash zarur. Umuman, turizm industriyasini rivojlantirishga yordam beruvchi omillar, qolgan barcha narsalar teng bo'lgan holda, sohadagi mavjud muammolar majmuasini hal etishni ta'minlashi va mamlakatni jahon turizm xaritasida belgilab berishi kerak.

Turizm sohasining rivojlanishini tartibga solish quyidagilarni o'z ichiga oluvchi ko'p pog'onali tizimni ifodalaydi [84]:

xalqaro moliyaviy tashkilotlar ishtirokida Jahon turizm tashkiloti vositasida amalga oshiriladigan global ko'lamda turizmni rivojlantirishga ko'maklashish va muvofiqlashtirish;

mintaqaviy turizm tashkilotlari va davlatlararo birlashmalarning maxsus organlari (masalan, Yevropa hamjamiyati) orqali erishiladigan davlatlararo darajadagi turizm siyosatining muvofiqlashtirilganligi;

maxsus tashkil etilgan davlat organlari va turizm tashkilotlarining jamoat birlashmalari orqali amalga oshiriladigan milliy va mintaqaviy darajadagi turizm sohasidagi siyosatning muvofiqlashtirilganligi.

Turizmni rivojlantirishni davlat tomonidan tartibga solish ikkita asosiy mexanizm orqali amalga oshiriladi: birinchidan, talab va taklif o'rtasidagi muvozanatga erishish orqali bozorning o'zini o'zi tartibga solish orqali, ikkinchidan, davlat boshqaruvi va muvofiqlashtirishning muayyan mexanizmlarini joriy etish orqali. Qolaversa, ikkinchi holatda turizm birlashmalari va uyushmalari tuzish orqali xo'jalik yurituvchi subyektlar faoliyatini ham davlat tomonidan tartibga solish, ham o'zini o'zi tashkil etish haqida bormoqda [82].

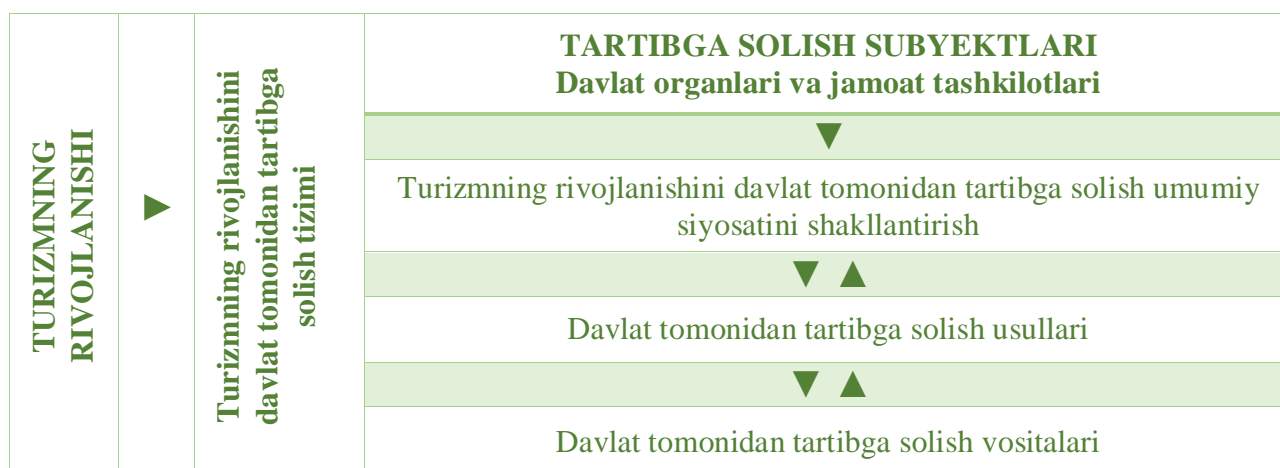
Turizmni rivojlantirishni davlat tomonidan tartibga solish yo'nalishi davlat organlari oldida turgan maqsadlar, shuningdek, ushbu siyosatni amalga oshirishda davlat ega bo'lgan vositalar bilan belgilanadi. Ta'kidlash kerakki, ayrim mamlakatlarda turizm sohasidagi davlat siyosati ko'pincha alohida ajratilmaydi, balki iqtisodiyotning boshqa tarmoqlari siyosati, masalan, ishlab chiqarish siyosati, to'lov balansi siyosati bilan birlashtiriladi.

Mamlakatda turizmni rivojlantirish davlat siyosatini o'zida mujassam etgan davlat tomonidan tartibga solish chora-tadbirlari strategik va boshqaruv

hujjatlarida nazarda tutilgan ustuvor yoʻnalish va maqsadlarga erishish uchun keng koʻlamli qonunchilik, tashkiliy, moliyaviy-iqtisodiy, axborot, infratuzilma va kadrlarga oid chora-tadbirlarni oʻz ichiga oladi. Shu bilan birga, ularning har birida birgalikda innovatsion rivojlanishning zamonaviy iqtisodiyotini yaratishda respublikaning uzoq muddatli manfaatlariga erishishga xizmat qiluvchi atrof-muhitni muhofaza qilish, tadbirkorlik, madaniyatni rivojlantirish, qishloq hududlarini barqaror rivojlantirish, bolalar va yoshlar bilan ishlash, sport, bandlikka koʻmaklashish boʻyicha davlat boshqaruvi organlarining joriy va istiqboldagi vazifalari nuqtai nazaridan turizm faoliyatining muayyan oʻziga xos jihatlarini hal etish koʻzda tutilgan. Turizmning rivojlanishini davlat tomonidan tartibga solish jarayoni sxemasi 1.6-rasmda koʻrsatilgan.

### 1.6-rasm.

#### Turizm rivojlanishini davlat tomonidan tartibga solish sxemasi<sup>14</sup>



Turizm sohasini davlat tomonidan tartibga solish vositalarini ularni qoʻllash sohalari boʻyicha quyidagi guruhlariga birlashtirish mumkin.

1. Iqtisodiy sohada – soliqni tartibga solish, turizmni rivojlantirish dasturlarini maqsadli byudjetdan moliyalashtirish, turizmga investitsiya kiritish uchun qulay shart-sharoitlar yaratish; inson kapitaliga investitsiyalarni koʻpaytirish, turizm va rekreatsion turdagi maxsus iqtisodiy zonalarini yaratish.

<sup>14</sup> Manba: muallif tomonidan tuzilgan.

2. Huquqiy sohada – normativ-huquqiy bazani takomillashtirish, turizm sohasida tasniflash, standartlashtirish, lisenziyalash metodologiyasini ishlab chiqish, bojxona tartibga solishi, mamlakatga kirish, chiqish va vaqtincha bo‘lish qoidalarini belgilash, jinoyatchilik va korrupsiyaga qarshi kurashish, turistlar xavfsizligini ta’minlashdir.

3. Ijtimoiy sohada – aniq manzilli turizm dasturlarini ishlab chiqish, turistlar bo‘ladigan joylarda mahalliy aholi bandligi muammosini hal qilish; turizm sohasi uchun malakali kadrlar tayorlashda qatnashish.

4. Turizmni tashkil qilish sohasida – jahon turizm bozorida mamlakat nufuzini shakllantirish, turizm mahsulotini ichki va tashqi bozorlarda targ‘ib qilishga ko‘maklashish, xalqaro turizm dasturlarda ishtirok etish, turizm infratuzilmasidan ko‘p maqsadli foydalanish uchun sharoitlar yaratish, turizmni rivojlantirish sohasida davlat va xususiy sektor faoliyatini muvofiqlashtirish, axborot-tahlil bazasini shakllantirish, turizm sohasida ilmiy tadqiqotlarni rivojlantirish.

Hozirgi kunda O‘zbekistonda turizm sohasini rivojlantirish strategik vazifa deb tan olingan va 2025-yilga kelib, maqsadli parametrlarga ko‘ra [10], mamlakat YaIM tarkibida turizm 5 % atrofida bo‘lishi kerak. Buni amalga oshirish uchun respublikamizda faqat oxirgi uch yilning o‘zida quyidagi me‘yoriy-huquqiy hujjatlar qabul qilindi:

1. 2017-2021-yillarda O‘zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo‘nalishi bo‘yicha Harakatlar strategiyasi: turizm sohasini jadal rivojlantirish, uning iqtisodiyotdagi roli va hissasini oshirish, turizm xizmatlarini diversifikasiya qilish va sifatini oshirish, turizm infratuzilmasini kengaytirish [6];

2. O‘zbekiston Respublikasining “Turizm to‘g‘risida”gi qonuni, unda turizm sohasidagi huquqiy, ijtimoiy, iqtisodiy va tashkiliy asoslar belgilab berilgan [2];

3. 2019-2025-yillarda O‘zbekiston Respublikasida turizm sohasini rivojlantirish konsepsiyasi [10]: qulay iqtisodiy sharoitlar va shart-sharoitlar



yaratish bo'yicha amalga oshirilayotgan islohotlar samaradorligini oshirishga erishish, turizm sohasini jadal rivojlantirish bo'yicha ustuvor maqsad va vazifalarni ishlab chiqish, uning iqtisodiyotdagi roli va hissasi, xizmatlarni diversifikasiya qilish va sifatini oshirish, shuningdek, turizm infratuzilmasini yaxshilash.

Bugungi kunda O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 18-fevraldagi PF-75-sonli [17] farmoni bilan Turizm va madaniy meros vazirligi tashkil etilib, unga O'zbekiston Respublikasi Turizm davlat qo'mitasi va 2021-2022-yillarda faoliyat yuritgan Turizm va sport vazirligi funksiyalari berilgan.

O'zbekistonda turizm sohasidagi davlat siyosati uzoq muddatli istiqbolda turizm industriyasini hududlar va ularning infratuzilmasini jadal kompleks rivojlantirish lokomotivlaridan biriga aylantirish, eng muhim ijtimoiy-iqtisodiy muammolarni hal etish, ish o'rinlarini ko'paytirish, hududlarni diversifikasiya qilish va rivojlantirish, aholi daromadlari, turmush darajasi va sifatini oshirish, mamlakatning nufuzi va investitsiyaviy jozibadorligini oshirishga qaratilgan.

Tadqiqotlar ko'rsatdiki, turizm sohasi infratuzilmasi rivojlangan mamlakatlarda tegishli davlat organlariga bo'ysunuvchi tashkilotlar mavjud. Bunday organlarning asosiy vazifasi kirish turizmini qo'llab-quvvatlash va rivojlantirish bo'yicha davlat dasturlarini ishlab chiqish hisoblanadi. Bunday tashkilotlar turistlarni jalb etish dasturlarini ishlab chiqish bilan, boshqa mamlakatlarda turizm bo'yicha vakolatxonalar bo'lib, shuningdek, axborot byulletenlari, pochta jo'natmalari va turizm ma'lumotlarining boshqa manbalarini yaratish va tarqatish bilan shug'ullanadi.

Ko'plab mamlakatlarda ular yordamida xorijga chiqish turizmini faollashtirish bo'yicha milliy dasturlar ishlab chiqilmoqda, ularda chegara va bojxona rejimini soddalashtirish, qulay investitsiya muhitini yaratish, soliq imtiyozlari kabi qator imtiyozlar, turizm infratuzilmasini rivojlantirish, xorijiy

ommaviy axborot vositalarida reklama joylashtirish, yuqori malakali kadrlar tayyorlash uchun byudjet subsidiyalarini oshirish va hokazolar nazarda tutilmoqda [106].

O‘zbekistonda turizm sohasini boshqarish tizimining tuzulmasi 4-ilovada ko‘rsatilgan. Turizm sohasidagi vakolatli davlat organi O‘zbekiston Respublikasi Madaniyat va turizm vazirligi bo‘lib, u turizm sohasida qator funksiyalarni amalga oshiradi. Mazkur vazirlik Qoraqalpog‘iston Respublikasi, viloyatlar va Toshkent shahrida o‘zining hududiy bo‘linmalariga ega.

Turizm sohasidagi mahalliy davlat hokimiyati organlari davlat siyosatini amalga oshiradi va tegishli hududda turizmni muvofiqlashtiradi; turizm sohasidagi davlat va hududiy dasturlarni ishlab chiqish va amalga oshirishda ishtirok etadi; vakolatli davlat organi va (yoki) uning hududiy bo‘linmasi bilan kelishilgan holda turizm sohasidagi hududiy dasturlarni, shu jumladan qisqa va o‘rta muddatda turizmni rivojlantirish bo‘yicha harakat rejasini tasdiqlaydi; tegishli hududda turizmni rivojlantirish uchun shart-sharoitlar yaratadi va hokazo.

Shunday qilib, turizmni rivojlantirishni tartibga solishning iqtisodiyotning boshqa tarmoqlaridan ajratib turuvchi o‘ziga xos xususiyati shundan iboratki, turizm birlashmalar vakili bo‘lgan jamoat tashkilotlari sohani tartibga solishda ishtirok etadi. Turizmni rivojlantirishni davlat tomonidan tartibga solishning mazmuni davlat organlari oldida turgan maqsadlar, shuningdek, ushbu siyosatni amalga oshirishda davlat uchun mavjud usul va vositalar bilan belgilanadi.

Turizm industriyasi va uning salohiyatini rivojlantirishning asosiy yo‘nalishlari 3 bosqichda (1.7-rasm) belgilangan: qisqa muddatli (2019-2020-yillar), o‘rta muddatli (2021-2025-yillar) va uzoq muddatli istiqbolda. Ma’lum muddat o‘tishi bilan turizm industriyasining rivojlanish yo‘nalishlari kengaytirilishi va to‘ldirilishi mumkin.

**Eng yaqin, oʻrta uzoq muddatli istiqbolda turizm sohasini rivojlantirish boʻyicha davlat siyosati<sup>15</sup>**

Bosqich		Davr		Mazmuni
▼		▼		▼
<b>1-bosqich</b>	▶	2019-2020-yillar	▶	turizmni rivojlantirish uchun mustahkam Qonunchilik bazasini yaratishga qaratilgan institutsional islohotlar, infratuzilmani modernizatsiyalash va mamlakat brendini targʻib qilish
▼				
<b>2-bosqich</b>	▶	2021-2025-yillar	▶	mamlakat iqtisodiyotida turizm industriyasi ulushini koʻpaytirish. Ushbu yoʻnalishda zarur infratuzilmani rivojlantirish va dunyo bozorida respublikaning turizm salohiyatini targʻib qilish orqali mamlakatning yalpi ichki mahsulotida turizm ulushini 5 foizgacha (2017-yil yakuni boʻyicha – 2,3 %ga) yetkazish, shuningdek, 2025-yil yakuniga qadar 9 milliondan ortiq turistlarni, shu jumladan uzoq xorijdan – 2 million turistni jalb etish belgilab quyilgan
▼				
<b>3-bosqich</b>	▶	Uzoq muddatli istiqbol	▶	turizm milliy iqtisodiyotdagi yutuqlar bilan cheklanib qolmay, mintaq va dunyo turizm xizmatlari bozoriga eng raqobatbardosh davlatlar qatorida kirib borishi mumkin

Qisqa muddatli istiqbolda quyidagi asosiy yoʻnalishlar boʻyicha chora-tadbirlarni faol amalga oshirish koʻzda tutilgan:

1) turizm faoliyati sohasiga oid normativ-huquqiy bazani takomillashtirish, turizm sohasini rivojlantirish uchun qulay sharoitlar yaratishga qaratilgan xalqaro meʼyor va standartlarni joriy etish;

2) turistlarning talab va ehtiyojlarini inobatga olgan holda, mamlakatning barcha hududlarida turizm infratuzilmasi va yondosh infratuzilmani rivojlantirish;

3) transport logistikasini rivojlantirish, tashqi va ichki yoʻnalishlarni kengaytirish, transport xizmatlari sifatini oshirish;

4) turizm bozorining turli qatlamlariga moʻljallangan turizmning mahsulot va xizmatlarini diversifikatsiya qilish orqali mavsumiy omillar taʼsirini kamaytirish boʻyicha kompleks chora-tadbirlarni qabul qilish;

<sup>15</sup> Manba: muallif tomonidan tuzilgan.

5) respublikada turizm xizmatlariga ehtiyojni qondirishga qaratilgan turizm faoliyati subyektlarining faolligini rag‘batlantirishni ta’minlovchi ichki turizmni rivojlantirish;

6) O‘zbekiston Respublikasi turizm mahsulotini ichki va tashqi turizm bozorlarida ilgari surish, uning sayohat va dam olish uchun xavfsiz mamlakat sifatidagi nufuzini mustahkamlash;

7) yuqori malakali mutaxassislarni tayyorlash, xizmat ko‘rsatuvchi xodimlarni qayta tayyorlash va malakasini oshirish tizimini takomillashtirish.

Bir qator xorijiy va mahalliy olimlarning turizm va turizm salohiyatining turli jihatlariga bag‘ishlangan ilmiy ishlarida [49, 51, 66, 74, 79, 88, 92, 100 va b.] sohada davlat tomonidan tartibga solishning ustuvor yo‘nalishlari tahlil qilingan. Ularning tahlili ko‘rsatadiki, umumiy maqsad zamonaviy raqobatbardosh turizm majmuini shakllantirish hisoblanadi. Maqsadlar sohaning rentabelligini oshirish, ish o‘rinlarini yaratish bilan bog‘liq. Eng muhim omil investitsiyalarni jalb etish hisoblanadi. Investitsion jozibadorlikni oshirish va qulay ishbilarmonlik muhitini yaratish maqsadida maxsus iqtisodiy zonalar va turizm klasterlar singari ilg‘or vositalardan foydalaniladi.

Turizm salohiyatini rivojlantirishni davlat tomonidan tartibga solish tizimini takomillashtirishning asosiy shartlarini aniqlashda biznesni tashkil qilish, infratuzilma tarmoqlari bilan harakatlarni muvofiqlashtirish, aholini jalb etish, turistlar javobgarligini oshirish, turizmni rag‘batlantirish, shuningdek, turizm va ta’limni targ‘ib qilishni ko‘zda tutuvchi butun turizm sohasini rivojlantirish borasida to‘plangan xalqaro tajribani hisobga olish kerak. O‘tkazilgan tadqiqotlardan kelib chiqib, turizm sohasini rivojlantirishni davlat tomonidan tartibga solishni takomillashtirishning asosiy shartlari shakllantirildi (1.8-rasm).

Bir qator mualliflarning tadqiqotlarini [40, 41, 47, 52, 53, 67, 74 va b.] tahlil qilish turli davlatlar hukumatlari tomonidan turizm sohasidagi faoliyatning asosiy yo‘nalishlarini aniqlash imkonini berdi. Masalan, turizm sohasida ustuvor faoliyat yo‘nalishlari quyidagicha:

Fransiyada – ijtimoiy turizmni rivojlantirish va atrof-muhitni muhofaza qilish;

Ispaniyada – atrof-muhitni muhofaza qilish; normativ-huquqiy tartibga solish; lisenziyalash, sertifikatlash; hududiy turizm tashkilotlarini muvofiqlashtirish;

Italiyada – normativ-huquqiy tartibga solish; lisenziyalash; hududiy turizm tashkilotlarini muvofiqlashtirish; statistika faoliyati; xalqaro hamkorlik;

Vengriyada – marketing tadqiqotlari; turizm mahsulotini tashqi bozorlarda ilgari surish; turistlarni axborot bilan ta'minlash; zamonaviy kompyuter texnologiyalarini joriy etish; kirish turizmini rag'batlantirish;

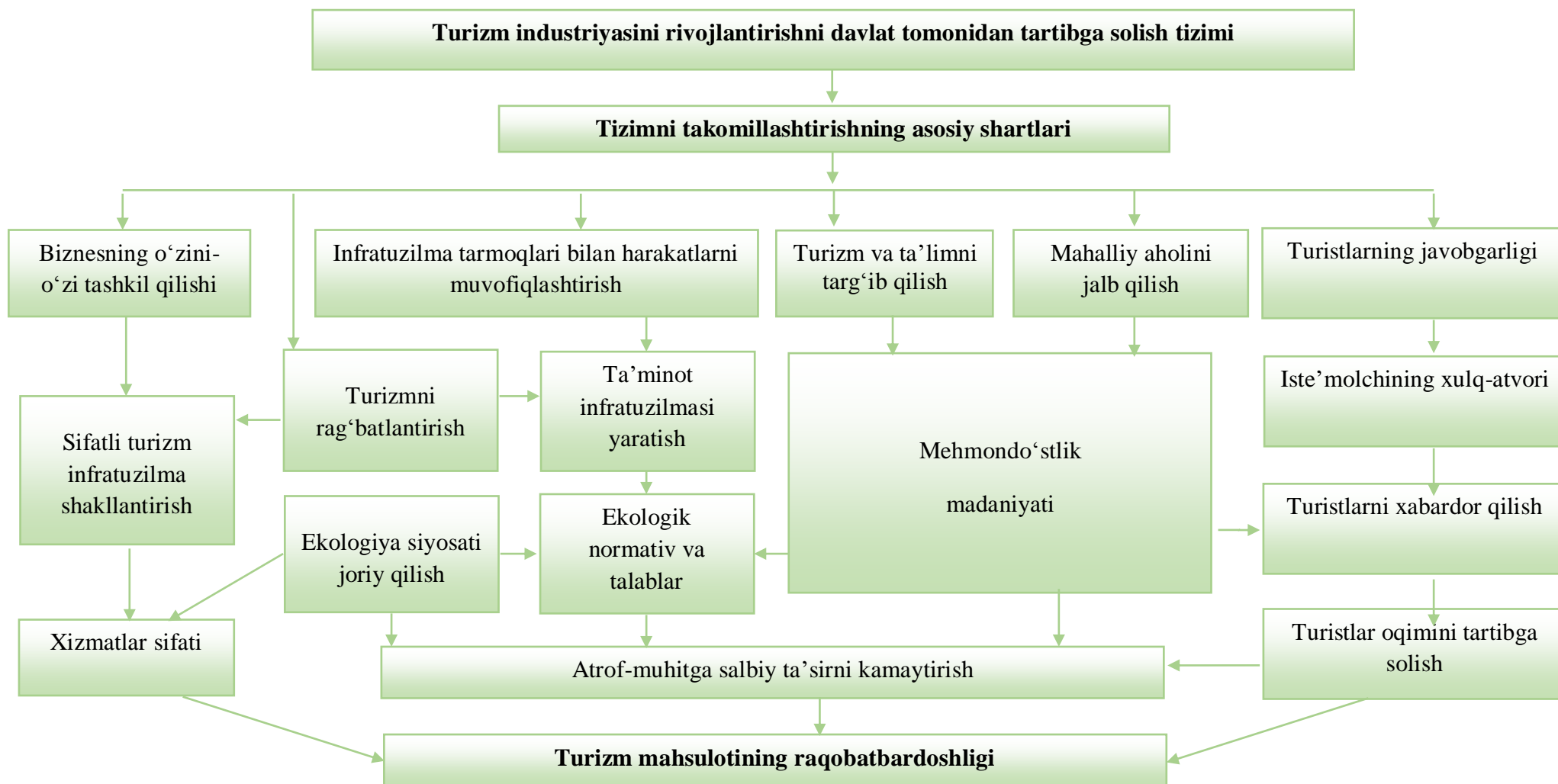
Gretsiyada – subsidiyalar va soliq imtiyozlari orqali moddiy-texnik bazani mustahkamlash; kirish turizmini rag'batlantirish; lisenziyalash.

Turkiyada – davlat darajasida har tomonlama qo'llab-quvvatlash; subsidiyalar va soliq imtiyozlari, investitsiyalar, imtiyozli kreditlar va bojxona to'lovlari orqali moddiy-texnik bazani mustahkamlash; kirish turizmini rag'batlantirish; viza tartibini soddalashtirish;

Xitoyda – normativ-huquqiy bazani takomillashtirish; byudjet investitsiyalari va subventsiyalari; soliq imtiyozlari; innovatsiyalarni rag'batlantirish; kichik biznesni qo'llab-quvvatlash infratuzilmasini rivojlantirish; kreditlar, ssudalar, maqsadli grantlar bo'yicha imtiyozlar berish.

O'zbekistonda turizm sohasini davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash 5 yo'nalishda olib borilmoqda: kichik va o'rta biznesni qo'llab-quvvatlash, mehmonxonalarni qurish va modernizasiya qilish, to'g'ridan-to'g'ri investitsiyalarni rag'batlantirish, turistlar uchun transport sotib olishni qo'llab-quvvatlash, texnologiyalarni joriy etishni rag'batlantirish. Faoliyat yuritayotgan turizm kompaniyalariga ham, turizm biznesi bilan shug'ullanmoqchi bo'lganlarga ham qator imtiyozlar beriladi. Bular soliqlardan ozod qilish, yer ajratish, uzoq muddatli kreditlar va hokazodan iborat.

COVID-19 pandemiyasi davrida O'zbekistonda iqtisodiyoti koronavirus infeksiyasi tarqalishining salbiy oqibatlarini his qilindi. Shu munosabat bilan mamlakat Prezidenti Sh.M. Mirziyoev tomonidan iqtisodiyotni faol qo'llab-quvvatlash haqida muhim farmonlar imzolandi.



**1.8-rasm. Turizm industriyasini davlat tomonidan tartibga solish tizimini takomillashtirishning asosiy shartlari<sup>16</sup>**

<sup>16</sup> Manba: muallif tomonidan tuzilgan.

Koronavirus pandemiyasi davrida O‘zbekistonda eng ko‘p zarar ko‘rgan sohalardan biri sifatida turizm sohasini “jonlantirish” uchun O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 28-mayda qabul qilingan PF-6002-sonli “koronavirus pandemiyasining salbiy ta’sirini kamaytirish uchun turizm sohasini qo‘llab-quvvatlashga doir kechiktirib bo‘lmaydigan chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi farmoni bilan bozorning barcha qatnashchilari uchun ko‘plab imtiyozlar ko‘zda tutilgan.

Xususan, turoperatorlar, turagentlar, shuningdek joylashtirish vositalari uchun: 2020-yil 1-iyundan 2021-yil 31-dekabrqa qadar foyda solig‘i stavkasi belgilangan stavkaga nisbatan 50 foizga kamaytiriladi; 2020 va 2021-yil yakunlari bo‘yicha zararlarni O‘zbekiston Respublikasi soliq kodeksida nazarda tutilgan miqdor bilan cheklanmagan tarzda o‘tkazish huquqi beriladi; 2021-yil 1-yanvargacha bo‘lgan davrda turizm (mehmonxona) yig‘imini hisoblash va to‘lash to‘xtatiladi;

yangi sanitariya-gigiena talablariga muvofiqlashtirish uchun turizm sohasi subyektlariga beriladigan kreditlar bo‘yicha foiz xarajatlarining Markaziy bank asosiy stavkasidan oshgan, biroq 10 foizlik punktdan ortiq bo‘lmagan qismi;

aylanma mablag‘larni to‘ldirish uchun turizm sohasi subyektlariga beriladigan 1 mlrd. so‘mgacha miqdordagi kreditlar bo‘yicha 2020-yil 1-iyundan 31-dekabrqa qadar davrda foiz xarajatlarining Markaziy bank asosiy stavkasidan oshgan, biroq 10 foizlik punktdan ortiq bo‘lmagan qismi.

Bundan tashqari, O‘zbekiston Respublikasi Madaniyat va turizm vazirligi tasarrufidagi texnikum va kollejlarga 2020-yilda o‘qishga qabul qilingan barcha tinglovchilarni o‘qitish, istisno tariqasida, davlat granti asosida amalga oshirildi.

### **1.3-§. Institutsional muhit va turizm salohiyatini rivojlantirishning me’yoriy-huquqiy bazasini takomillashtirish**

Turizm faoliyatining rivojlanish darajasi va samaradorligi, shuningdek salohiyatining oshishi ma’lum darajada respublikada yaratilgan institutsional muhitga bog‘liq. Institutsional muhit ijtimoiy va iqtisodiy faoliyatni tartibga soluvchi asosiy siyosiy, ijtimoiy va huquqiy me’yorlar majmuasi sifatida xulq-

atvor qoidalarini belgilaydi, shuningdek, turizm sohasi subyektlari faoliyatini qonunlar, qonunosti hujjatlar, davlat standartlari orqali boshqaradi yoki cheklaydi.

“Institutsional muhit” tushunchasi institutlar tushunchasi bilan bevosita bog‘liq. A.E.Shastitkoning asarlariga, D.Nort va L.Devis tomonidan ishlab chiqilgan atamalarga muvofiq, “institutsional muhit – ishlab chiqarish, ayirboshlash va taqsimlash uchun asosni tashkil etuvchi asosiy siyosiy, ijtimoiy va huquqiy qoidalar majmuasi” [95, 132].

Institutsional yondashuv nuqtai nazaridan, turizm – turizm sohasi institutlari (obyektlari va subyektlari) va ular o‘rtasida turizm mahsulotini ishlab chiqarish va iste‘mol qilish jarayonida yuzaga keluvchi munosabatlar majmuasini ifodalaydi.

Bu munosabatlarning asosiy instituti, ijtimoiy ishlab chiqarishning boshqa sohalarida bo‘lganidek, davlatdir. Turizm sohasi obyektlari va subyektlari o‘rtasidagi munosabatlar sodir bo‘luvchi institutsional muhitni aynan davlat shakllantiradi. Soddalashtirilgan shaklda turizm sohasining institutsional tuzilishi 1.9-rasmda ko‘rsatilgan.

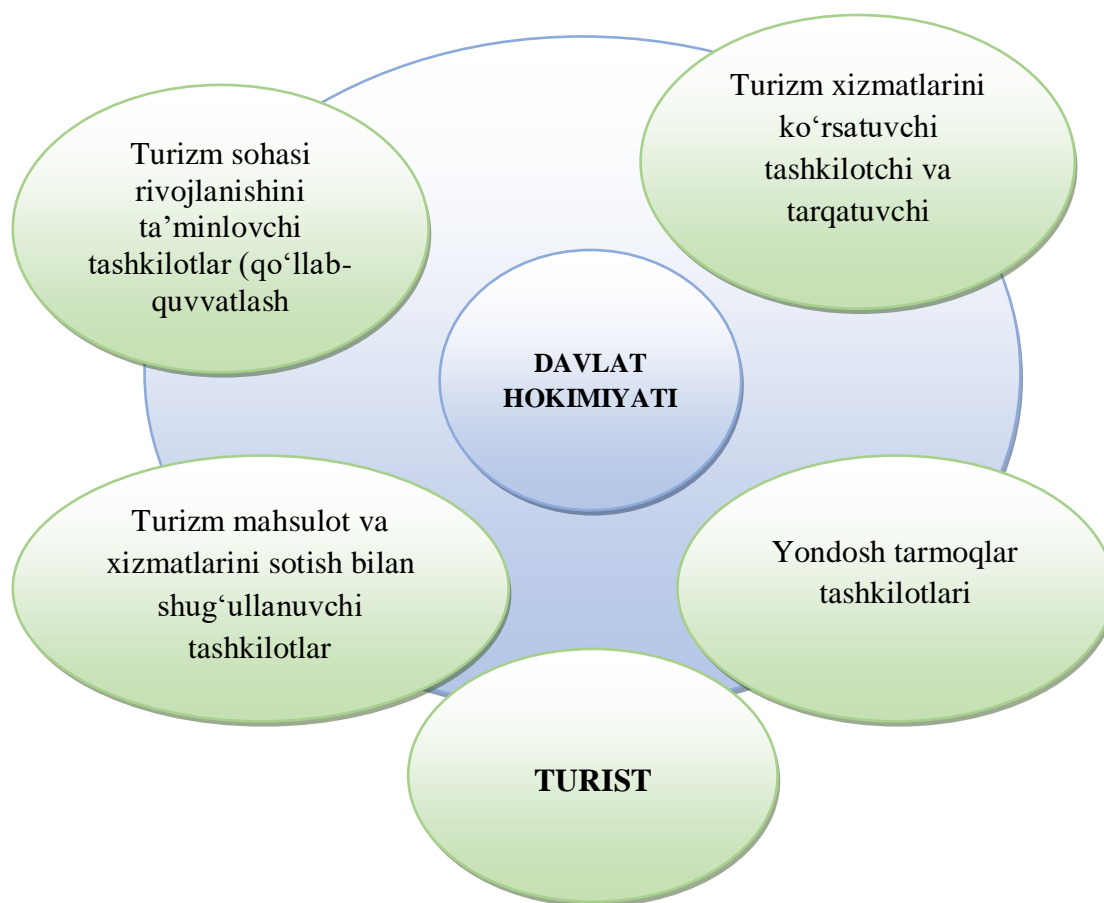
Turizm faoliyati obyektlari va subyektlari o‘rtasidagi o‘zaro aloqalar mexanizmi normativ-huquqiy hujjatlarni qabul qilish va turizmni rivojlantirish uchun zarur shart-sharoitlarni yaratishdir. Ushbu mexanizmlar turizm sohasini rivojlantirish uchun institutsional omillar sifatida xizmat qiladi.

Turizm va rekreatsiya sohasi iqtisodiy tizimning elementi sifatida boshqa faoliyat sohalari va iqtisodiyot tarmoqlari bilan bevosita bog‘liq. Shu bilan birga, turizm tizim, boshqa har bir tizim singari, geterogendir, uning institutlari bir-biridan ajralib turmaydi, bunda bitta bo‘g‘inga ortiqcha ta’sir u bilan bog‘liq bo‘g‘inlarda aks etuvchi va ijobiy yoki salbiy natija beruvchi multitizimni tashkil qiladi.

Turizm salohiyatining faoliyati va uni boshqarish sohasiga nisbatan, institutsional muhit – turizmni rivojlantirishning asosiy yo‘nalishlarini belgilovchi qonunlar, qoidalar, maqsadli dasturlar (butun mamlakat, uning hududlari va alohida hududlari) bo‘lib, turizm sohasidagi davlat siyosatining bevosita turizm industriyasining ham, u bilan bog‘liq tarmoqlarning ham tartibga soluvchi asosiy yo‘nalishlarini belgilab beradi [84, 106].



### Turizm sohasining institutsional tarkibi <sup>17</sup>



Turizm industriyasini qonunchilik bilan tartibga solish hozirgi vaqtda quyidagi tendensiyalar bilan ifodalanadi.

Birinchidan, turizm mahsulot iste'molchilari huquqlarini himoya qilish kafolatlari va samaradorligini, turizm sifati va xavfsizligini oshirishga qaratilgan huquqiy normalar ishlab chiqilmoqda.

Ikkinchidan, turizm tashkilotlarining fuqarolik majburiyatlarini buzganlik uchun qonuniy javobgarligi kuchaytirilishi ta'minlanadi.

Uchinchidan, turizm infratuzilmasini (mehmonxonalar, mehmon uylari, plyajlar, tog'-chang'i yo'laklarini) tasniflash va standartlashtirishni tartibga soluvchi huquqiy hujjatlarni qabul qilish bo'yicha faollik mavjud.

<sup>17</sup> Manba: muallif tomonidan tuzilgan.

To‘rtinchidan, turizm bozorida o‘zini-o‘zi tartibga solishning huquqiy asoslari shakllantirilmoqda, jumladan, o‘zini-o‘zi tartibga soluvchi tashkilotlar (turoperatorlar uyushmalari, banklar, sug‘urta kompaniyalari) tomonidan normativ-huquqiy hujjatlar ishlab chiqilmoqda.

Beshinchidan, qonunchilikning turdosh sohalarida turizmga oid huquqiy normalar ishlab chiqilmoqda. Bu xususiyat va tendensiyalar turizm sohasida normativ-huquqiy hujjatlarni ishlab chiqishda muhim ahamiyatga ega.

O‘zbekistonda qonunchilikni takomillashtirish bo‘yicha faol ishlar 2016-yilda boshlangan. Bu jarayonda respublikada turli darajadagi 55 dan ortiq qonun hujjatlari qabul qilingan bo‘lib, ular butun sohaning yangilanishiga xizmat qildi. “O‘zbekturizm” MKni yangi tashkiliy tuzilma bilan O‘zbekiston Respublikasi Madaniyat va turizm vazirligiga aylantirish to‘g‘risida qaror qabul qilindi [5].

O‘zbekistonda turizmni tartibga soluvchi asosiy me‘yoriy hujjat “Turizm to‘g‘risida”gi qonun hisoblanadi. Mazkur qonunda davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining vakolatlari hamda davlat siyosatining asosiy yo‘nalishlari, turizm sohasini tartibga solish, turizm zonalari va turizm klasterlarini tashkil etish va ularning faoliyati, turoperatorlar va sayyohlik agentliklari faoliyati uchun shart-sharoitlar, turizmning o‘ziga xos xususiyatlari, turizm mahsulotini shakllantirish, ilgari surish va sotish masalalari belgilangan.

Respublika turizm sanoatini tubdan isloh qilish va turizmni milliy iqtisodiyotni rivojlantirishning strategik yo‘nalishiga aylantirish jarayoni asosiy maqsad sifatida qabul qilinib, mamlakat hududlarini diversifikasiya qilish va jadal rivojlantirishni ta‘minlaydi. Bir qator hukumat hujjatlari respublikaning turizm salohiyatini rivojlantirish, avvalo, investitsiyalarni faol jalb etish, ushbu sohada innovatsion g‘oya va texnologiyalarni joriy etish, mamlakatning boy tabiiy, madaniy va tarixiy merosining mavjud imkoniyatlari va resurslaridan har tomonlama foydalanish uchun eng qulay shart-sharoitlarni yaratishga qaratilgan [9, 17, 24]. Bundan tashqari, turizm industriyasini bir maromda rivojlantirish, ichki va kirish turizmni rivojlantirishni jadallashtirish va turizm talab mavsumiy

o‘zgarishlarini tekislashga qaratilgan bir qator chora-tadbirlar qabul qilingan [16, 19-21].

Shahar va viloyatlarning turizm salohiyatini rivojlantirish uchun uch yillik (2017-2019) maqsadli dasturlar, jumladan, ularning turizm salohiyatini rivojlantirishning turli jihatlariga aloqador hukumat hujjatlari qabul qilindi. Bu dasturlar Xorazm, Buxoro, Samarqand, Surxondaryo, Qashqadaryo, Jizzax va Farg‘ona viloyatlarida turizm infratuzilmasini takomillashtirish, yangi turizm marshrutlarini tashkil etish va hududlarning turizm salohiyatini keng targ‘ib etishga qaratilgan [24, 25, 29, 32, 33].

**1.1-jadval**

**Mavjud turizm salohiyati bo‘yicha mamlakatimiz viloyatlarida turizm turlarining rivojlanishi<sup>18</sup>**

Viloyat	Turizm turlari										
	Sport turizmi	Ekologik turizm	Ekzotik turizm	Gastronomik turizm	Tadbir turizmi	Diniy turizm	Madaniy-ma'rifiy turizm	Agroturizm	Industrial turizm	Rekreatsion turizm	Etnik turizm
Qoraqalpog‘iston Respublikasi			+			+	+				+
Andijon viloyati							+		+		+
Buxoro viloyati		+	+				+				+
Jizzax viloyati											+
Qashqadaryo viloyati							+				+
Navoiy viloyati		+							+	+	+
Namangan viloyati							+				+
Samarqand viloyati		+	+	+		+	+		+		+
Surxondaryo viloyati						+	+				+
Sirdaryo viloyati									+		+
Toshkent shahri va Toshkent viloyati	+		+	+		+	+		+	+	+
Farg‘ona viloyati			+				+		+		+
Xorazm viloyati			+			+	+				+

Izoh: + viloyatda turizm turini rivojlantirish uchun imkoniyatlar mavjud.

<sup>18</sup>Manba: muallif tomonidan tuzilgan.

Bunday dasturlarning joriy etilishi turizm salohiyatidan foydalanish samaradorligini yanada oshirish va rivojlantirish, turistlarning noyob madaniy meros obyektlari bilan keng tanishishi uchun eng qulay shart-sharoit yaratish, mintaqada zamonaviy turizm infratuzilmasi jadal rivojlanishini ta'minlash, zamonaviy talablarga muvofiq taqdim etilayotgan turizm, mehmonxona va transport xizmatlari ro'yxatini kengaytirish va sifatini oshirishga qaratilgan.

1.1-jadvalda O'zbekiston viloyatlarida turizm salohiyatini rivojlantirish uning turlari bo'yicha keltirilgan.

Turizm salohiyatining rivojlanishini boshqarish institutsional muhiti xususiyatlari shundan iboratki, birinchidan, institutsional muhit salohiyat bilan bog'liq va uni, ayniqsa, qonunchilik tarkibiy qismlarini belgilab berdi. Ikkinchidan, institutsional muhit boshqaruv obyekti ham bo'lishi mumkin. Shuning uchun qonun chiqaruvchi hokimiyat va ijro etuvchi hokimiyat subyektlari, mahalliy hamjamiyat va turizm biznesi vakillari o'rtasidagi o'zaro munosabatlarning yuzaga kelgan shakllari va xususiyati samaradorligini tahlil qilish natijasida eskirgan va vaqt talablariga javob bermaydigan me'yoriy hujjatlar bekor qilinadi va yangilari bilan almashtiriladi.

Buning davomi sifatida turizm salohiyatini rivojlantirishda ishtirok etuvchi institutsional shakllar mazmunini, shuningdek, so'nggi yillarda (2018-2023) O'zbekistonda ushbu shakllarni joriy etishning me'yoriy-huquqiy bazasini batafsil ko'rib chiqamiz. Bular qatoriga quyidagi institutlar kiradi: turizm faoliyati va turizm infratuzilmasi, turizm ko'rsatish obyektlari, turizmni rivojlantirish va uning salohiyati.

Turizm faoliyati va turizm infratuzilmasi institutlari turizm sohasi va rekreatsiya samaradorligi darajasi oshirishini ta'minlaydi. Bu guruhga turizm va mehmonxona-restoran faoliyati institutlari kiradi. Ular turizm faoliyatini optimallashtirish, turizm bozori barcha ishtirokchilarining manfaatlarini himoya qilish, turizm mahsulot va xizmatlarining sifat standartlarini aniqlash, bozor subyektlarining xatti-harakatlaridagi noaniqlikni kamaytirish, natijada turizm aktivlarining o'ziga xosligi, turizm faoliyatini oqilona amalga oshirishning

cheklanganligi va fors-major holatlar tufayli yuzaga keluvchi tranzaksiya xarajatlarini kamaytirishga xizmat qiladi. Boshqacha aytganda, turizm faoliyati institutlari iqtisodiyotning ushbu sektoridan daromadlar tushumini oshirish imkonini beradi.

2019-2025-yillarda O'zbekiston Respublikasida turizm sohasini rivojlantirish konsepsiyasida [10] turistlarning talab va ehtiyojlarini inobatga olgan holda, mamlakatning barcha hududlarida turizm infratuzilmasi va yondosh infratuzilmani rivojlantirishga butun boshli bir bo'lim bag'ishlangan. Tegishlicha, ushbu yo'nalishni amalga oshirishda ko'p sonli yangi xo'jalik subyektlari va tashkilotlar jalb qilinadi. Turoperatorlar soni 860 dan 1 676 tagacha hamda turizm sohasining boshqa subyektlari sonini oshirish, shuningdek, joylashtirish vositalari soni 850 dan 3 000 tagacha o'sishi evaziga xalqaro standartlarga mos turizm infratuzilmasini rivojlantiriladi. Bunday o'sish asosan quyidagi vazifalarni bajarish hisobiga erishiladi.

a) turizm industriyasini rivojlantirish: yangi joylashtirish vositalarini qurish va mavjudlarini rekonstruksiya qilish; yondosh infratuzilmani: umumiy ovqatlanish obyektlari, transport-logistika tuzilmalari, ko'ngilochar maskanlar industriyasi, madaniy va sport muassasalari, turizm namoyish obyektlarini rivojlantirish.

b) mehmonxonalar va boshqa turizm infratuzilmasi obyektlarini qurishga oid loyihalarni amalga oshirish mexanizmini soddalashtirish, tadbirkorlarga o'z xizmatlarining sifatini oshirish uchun qo'shimcha shart-sharoitlar yaratish, shuningdek, jahonga mashhur mehmonxona biznesi brendlari O'zbekistonga jalb etishni rag'batlantirish;

v) joylashtirish vositalarini bosqichma-bosqich rivojlantirish, yirik, o'rta, kichik mehmonxonalar va xostellarni qurishni rag'batlantirish hamda mavjud mehmonxonalarni rekonstruksiya va modernizasiya qilishga alohida e'tibor qaratish;

g) zamonaviy xalqaro standartlarni hisobga olgan holda ko'cha infratuzilmasini: o'tish yo'llari, trotuarlar, kichik arxitektura shakllari, sanitar-

gigienik shoxobchalar, jismoniy imkoniyati cheklangan insonlar uchun obodonlashtirish elementlari, shu jumladan turizm-rekreasion markazlarini barpo etish;

d) turizm navigatsiyasining yagona unifikatsiyalashtirilgan tizimini joriy etish va rivojlantirish, ko'chalarda, hududlarda, turizm namoyishi obyekti hisoblangan bino va inshootlar ichida, transport vositalari va tarmoqlarida hamda avtomobil yo'llarida turizm navigatsiyasining unifikatsiyalashtirilgan ko'rsatkichlarini o'rnatish.

Biroq turizm infratuzilmaning hozirgi holati va mamlakatga kelgan xorijlik fuqarolar va aholiga ko'rsatiladigan turizm va tegishli xizmatlar sifati ularni qisqa vaqt ichida diversifikatsiya qilish va takomillashtirish bo'yicha tub qarorlarni talab qiladi. Shunday qilib, respublikada mavjud bo'lgan 4 mingdan ortiq avtomobilga yoqilg'i quyish stansiyalarining faqat 20 foizi sanitariya-gigiena uzellari bilan jihozlangan, bu fuqarolarning, shu jumladan sayyohlarning ko'plab murojaatlari va shikoyatlariga olib keladi.

O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2019-yil 21-sentyabrdagi 793-son qaroriga muvofiq [31], avtomobillarga gaz to'ldirish kompressor stansiyalari, avtomobillarga gaz quyish stansiyalari va avtomobillarga yoqilg'i quyish stansiyalari egalariga bu stansiyalar hududida savdo shoxobchalari, maishiy xizmat ko'rsatish shoxobchalari, tez ovqatlanish shoxobchalari va bepul Wi-Fi zonalari tashkil qilish tavsiya etilgan.

Bundan tashqari, yangi mehmonxonani qurish va jihozlash uchun investorlar xarajatlarining bir qismi O'zbekiston Respublikasi Davlat byudjeti hisobidan qoplanib, uni 2022-yil 1-yanvargacha mehmonxona toifasi tasdiqlangandan so'ng kamida 50 ta 3 yulduzli xona va kamida 100 ta 4 yulduzli xona fondi bilan ishga tushirish sharti bilan amalga oshiriladi.

Amaldagi qonunchilikka muvofiq turoperatorlik xizmatlari turizmoperatorlarning turistlarga o'z ehtiyojlariga muvofiq ular bilan tuzilgan shartnoma asosida taqdim etiluvchi xizmatlarni (joylashtirish, ovqatlanish, transport xizmatlarini tashkil etish, ekskursiyalar, dam olish va h.k.) anglatadi.

Mehmonxona xizmatlari – joylashtirish vositalarida vaqtinchalik yashash bo‘yicha xizmatlar taqdim etish (mehmonxonalar, turizm bazalar va koplekslar, dam olish uylari va zonalari, pansionatlar, kempinglar, motellar, yurta lagerlari va normativ hujjatlar talablariga mos boshqa turar joylar), xostellar bundan mustasno. Turoperatorlar xizmatlari va mehmonxona xizmatlari “turizm xizmatlarini sertifikatlashtirish markazi” davlat unitar korxonasi tomonidan amalga oshiriladigan attestasiyadan o‘tkaziladi. Sertifikatlash turizm sohasidagi xizmatlarning normativ hujjatlar talablariga muvofiqligini tasdiqlash faoliyatini anglatadi.

Ta’kidlash joizki, standartlarning asosiy talablari, avvalo, quyidagilarga qaratiladi: turizm xizmatlarini loyihalashtirish; turistlar va ekskursantlarning hayoti va sog‘lig‘i xavfsizligini ta’minlash; atrof-muhitni muhofaza qilish; turmush sharoiti va xizmatlari xavfsizligi va sifatini ta’minlash; texnik jihozlash; ko‘rsatilayotgan xizmatlar sifati darajasi; xodimlarni o‘qitish; belgilangan talablarga rioya etilishini nazorat qilish va h.k.

Keyingi guruh turizmda namoyish obyektlari institutlaridan iborat. Bular alohida muhofaza etiluvchi tabiiy hududlardan, tabiiy va madaniy-tarixiy resurslardan turizm maqsadlarida foydalanish institutlaridir. Ular turizm aylanmasiga tegishli resurslarni jalb etish orqali samaradorlik va iqtisodiy imkoniyatlar oshishini ta’minlaydi. Resurslardan bevosita turizm maqsadlarida, shuningdek, tegishli faoliyat sohalari resurslaridan foydalanishni kengaytirish muayyan hududlarda turizm turlarini ko‘paytirish va natijada turizm salohiyatini kengaytirish imkonini beradi.

O‘zbekistonda ekoturizmni rivojlantirish uchun noyob tabiat, turli landshaftlar (cho‘llar, tog‘lar, platolar, daryolar, ko‘llar, sharsharalar), noyob va yo‘qolib borayotgan flora va fauna turlarining vakillari, arxeologik topilmalar, paleontologik qoldiqlar, petrogliflar, noyob geologik obyektlar mavjud.

O‘zbekistonda maxsus kirish rejimi o‘rnatilgan hududlardagi obyekt va joylarga turistlarning kirishi (o‘tishi), vaqtincha turishi va harakatlanishi masalalari qonun hujjatlari bilan tartibga solinadi. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar

Mahkamasining tegishli qarori bilan [22] Maxsus turish rejimi oʻrnatilgan hududlardagi obyekt va joylarga turistlarning kirishi (oʻtishi), vaqtincha turishi va harakatlanishi tartibi toʻgʻrisidagi nizom tasdiqlandi. Shuningdek, sayyohlar tashrif buyurishi taʼqiqlangan muayyan obyekt va hududlar (12) roʻyxati, boshqa muhim va toifalangan obyektlar, shuningdek, Oʻzbekiston Respublikasi hududida joylashgan Mudofaa vazirligi, Davlat xavfsizlik xizmati, Ichki ishlar vazirligi harbiy qismlari mavjud.

Alohida muhofaza etiluvchi tabiiy hududlar maydonlarini tabiatni muhofaza qilish va turizm (rekreatsion) zonalariga, alohida ahamiyatga ega zonalarga boʻlish tartib-taomillari yoʻlga qoʻyilgan. Ushbu institut Oʻzbekiston Respublikasi “Madaniy meros obyektlarini muhofaza qilish va ulardan foydalanish toʻgʻrisida”gi qonuni [3] shaklida namoyon boʻlib, Oʻzbekiston xalqining umummilliy boyligi boʻlmish madaniy meros obyektlarini muhofaza qilish va ulardan foydalanish sohasidagi munosabatlarni tartibga soladi.

Alohida muhofaza etiluvchi tarixiy-madaniy hududlar tarixiy-madaniy qoʻriqxonalar, muzey-qoʻriqxonalar, tarixiy manzilgohlar koʻrinishi va qonunchilikka muvofiq boshqa shakllarda tashkil etiladi (Oʻzbekiston Respublikasi “Madaniy meros obyektlarini muhofaza qilish va ulardan foydalanish toʻgʻrisida”gi qonunining 29-32 moddalari, 2001-yil 30-avgust, № 269-II).

Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining 2018-yil 19-dekabrda PQ-4068-son “Moddiy madaniy meros obyektlarini muhofaza qilish sohasidagi faoliyatni tubdan takomillashtirish chora-tadbirlari toʻgʻrisida”gi qarori moddiy madaniy meros obyektlarini muhofaza qilish, ilmiy oʻrganish, ulardan oqilona foydalanish va yurtimizning sayyohlik salohiyatini oshirishda ularning oʻrni va ahamiyatini oshirish hamda moddiy madaniy meros sohasidagi davlat nazoratini tubdan takomillashtirishga qaratilgan. Alohida muhim ijtimoiy, madaniy va tarixiy ahamiyatga ega obyektlarni qurish, restavratsiya, rekonstruksiya qilish va mukammal taʼmirlash boʻyicha qoʻshimcha chora-tadbirlar Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining 2018-yil 10-sentyabrda F-5361-sonli “Alohida muhim ijtimoiy, madaniy va tarixiy ahamiyatga ega obyektlarni qurish,



restavratsiya, rekonstruksiya qilish va mukammal ta'mirlash bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi farmoyishi bilan belgilangan.

Milliy bog'lar va madaniy-tarixiy zonalarda turizmni rivojlantirish ustuvor ahamiyatga ega, chunki ma'lum rentabellik darajasiga erishilganda, bu obyektlarni saqlash xarajatlaridan ortiq iqtisodiy foyda keltiradi.

Keyingi guruh turizmni rivojlantirish institutlaridan iborat. Unda istiqbolli hududlarni rivojlantirish instituti, turizm va rekreatsiya sohasidagi rekreatsion infratuzilma va loyihalar, turizm mahsulotini ilgari surish instituti mavjud. Ushbu guruh institutlari O'zbekiston Respublikasi qonunlari, O'zbekiston Respublikasi Prezidenti va mamlakat hukumati farmonlari va qarorlari qoidalarini amalga oshirish orqali namoyon bo'ladi. "Turizm to'g'risida"gi qonunda [2] 8-bob turizm zonalari va klasterlarini rivojlantirishni tartibga solishga bag'ishlangan.

O'zbekiston Respublikasida muayyan chegaralarga ega bo'lgan, bir yoki bir necha turizm resurslari (tabiiy, tarixiy, ijtimoiy-madaniy, davolash-sog'lomlashtirish obyektlari, shuningdek, turistlar va ekskursantlar ehtiyojlarini qanoatlantira oluvchi boshqa obyektlar) joylashgan, kirish turizmi va ichki turizm, turizm industriyasini rivojlantirish, turizm resurslarini muhofaza qilish hamda ulardan oqilona foydalanish maqsadida tashkil etilgan hudud turizm zonasi hisoblanadi. Turizmni kompleks rivojlantirish va turizm resurslarini talab darajasidagi holatda saqlash, tegishli hududning turizm salohiyatini oshirish, shuningdek, ularni rivojlantirishga investitsiyalar jalb etilishini rag'batlantirish maqsadida turizm zonalarining quyidagi turlari: erkin turizm zonasi; kichik turizm zonasi; maxsus turizm zonasi tashkil etilishi mumkin.

O'zbekiston Respublikasi Madaniyat va turizm vazirligi markaziy apparati tuzilmasida turizm infratuzilmasi obyektlarini joylashtirishni rejalashtirish va loyihalashni tashkil etish vazifalarini hal etish maqsadida turizm zonalari va klasterlarini rivojlantirish boshqarmasi tashkil etildi [10].

Toshkent viloyatining Chimyon-Chorvoq kurort-rekreatsion zonasi chegarasi doirasida "Chorvoq" erkin turizm zonasi [7, 26] tashkil etilgan bo'lib, uning maqsadi hududga xorijiy va mahalliy turistlarni keng jalb etish uchun qulay sharoitlar yaratish, zamonaviy infratuzilmani jadal rivojlantirishni ta'minlash, ko'rsatilayotgan turizm, mehmonxona va transport xizmatlarini kengaytirish

hamda sifatini oshirish hisoblanadi. “Chorvoq” erkin turizm zonasini yanada rivojlantirish konsepsiyasi, ushbu konsepsiyani amalga oshirish bo‘yicha choratadbirlar rejasi, “Chorvoq” erkin turizm zonasi davlat unitar korxonasining ustavi, “Chorvoq” erkin turizm zonasi hududida yo‘l-transport, muhandislik-kommunikasiya va ishlab chiqarish infratuzilmalarini rivojlantirish dasturi tasdiqlandi.

Bugungi kunga kelib Jizzax, Namangan va Surxondaryo viloyatlarida maxsus turizm zonalarini rivojlantirish bo‘yicha loyihalar ishlab chiqilgan. Turizm zonolari hududida investitsiya loyihalarini joylashtirishda quyidagilar majburiy mezonlar hisoblanadi: mehmonxona majmualari; madaniy-sog‘lomlashtirish obyektlari; savdo-ko‘ngilochar obyektlari; turizm yo‘nalishdagi boshqa obyektlarni qurish; zamonaviy muhandislik infratuzilmasi obyektlarini tashkil etish; kafe, restoranlar, barlar, oshxonalar, furshetlar o‘tkazish binolari; turistlarni tashish (zamonaviy avtobuslarda, osma yo‘llarda) xizmatlarini tashkil qilish; transport vositalari (avtobus, poezd, elektropoezd)dan erkin foydalanishni ta’minlash.

Turizm klasterlarini rivojlantirish respublikada turizm salohiyatini rivojlantirish uchun muhim ahamiyatga ega bo‘lib, bu yerda qonun hujjatlariga muvofiq, kompleks turizm xizmatlari hamda turist va ekskursantning ehtiyojlarini qanoatlantirish uchun zarur boshqa qo‘shimcha xizmatlar ko‘rsatuvchi mustaqil tashkilotlar hamda yakka tartibdagi tadbirkorlar majmuasi tushuniladi. Bu klasterlar kompleks turizm xizmatlarini ko‘rsatish, turizm faoliyatining raqobatbardoshliligi va sifatini oshirish maqsadida turizm mahsulotini shakllantiradi, targ‘ib etadi va realizatsiya qiladi.

“O‘zbekiston bo‘ylab sayohat qil!” ichki turizmni rivojlantirish dasturini [16, 17] amalga oshirish doirasida respublika viloyatlari hududlarida turizm zonolari va tog‘ turizmi klasterlarini tashkil etish belgilangan<sup>19</sup>. Bunda asoslanganlik va tegishli zona va klasterlar yaratishning iqtisodiy zarurligi, ularning hududiy joylashishi, kerakli muhandislik kommunikasiyalari bilan ta’minlash bo‘yicha loyihalarni amalga oshirishga alohida e’tibor qaratilgan.

---

<sup>19</sup> Eshtaev A.A. O‘zbekistonning turizm salohiyati va uni rivojlantirish istiqbollari. (Monografiya) – Samarqand: “Ipak yo‘li” turizm va madaniy meros xalqaro universiteti nashriyoti, 2023. 100-bet.

## I bob bo'yicha xulosa

O'tkazilgan tadqiqotlar asosida quyidagi xulosalarni chiqarish mumkin.

1. Turizm salohiyatining umumiy tarkibini o'rganishda uni tizim sifatida ko'rib chiqish muhim jihat hisoblanadi. Turizm salohiyatining umumiy tarkibiy qismi sifatida tizimli yondashuv nuqtai nazaridan turizm obyekti (turist) subyektiv va o'zgaruvchan xususiyatga ega ehtiyojlarning turizm salohiyatini shakllantiradi, turizm subyektlari esa obyektiv xususiyatga ega imkoniyatlarning umumiy turizm salohiyatini shakllantirish uchun asosdir.

2. Turizm salohiyati – turizm industriyasini rivojlantirish va uning faoliyatidan ijobiy ijtimoiy-iqtisodiy samara olish va turizmning jalb etuvchanlik darajasini oshirish imkonitlari mavjudligidir; turizm salohiyati – turizm faoliyatini tashkil qilish maqsadida tashkilot tasarrufida bo'lgan resurslar yig'indisi.

3. Muayyan hududda turizmni rivojlantirish shartlari va uning imkoniyatlarini o'rganish bilan shug'ullanuvchi mualliflarning ilmiy qarashlarini o'rganish quyidagi asosiy shart-sharoitlar bloklarini aniqlash imkonini berdi: ijtimoiy-geografik vaziyat; geosiyosiy vaziyat; turizm-rekreatsion faoliyatini amalga oshirishning tashkiliy-huquqiy shartlari; atrof-muhit sharoitlari.

Shuning uchun turizm salohiyatini samarali shakllantirish, rivojlantirish va amalga oshirish, birinchidan, uning resurslar tarkibiy qismini, ikkinchidan, resurslarning hududiy birikmasini, uchinchidan, ularni amalga oshirish shartlarini har tomonlama tahlil qilish bilan o'ringa ega bo'lishi mumkin.

4. Tuzulmaviy jihatdan turizm salohiyati o'zaro bog'liq tabiiy-resurs, tarixiy-madaniy, iqtisodiy va ijtimoiy salohiyatlar yig'indisini ifodalaydi.

5. Turizmning faoliyati va rivojlanishi salohiyatlarining amalga oshirilgan tahlili turizmni boshqarish predmetini ajratib ko'rsatishga asos bo'ladi. Fikrimizcha, turizmni boshqarish predmeti resurslarning xossalari, ular orasidagi bog'lanishlar, ulardan foydalanish yo'nalishlari hisoblanadi.

6. Turizmning xorijiy mamlakatlarda joriy etilgan yangi shakllarini rivojlantirish bo'yicha mavjud tajriba va O'zbekistondagi mavjud tashkiliy-iqtisodiy sharoitlardan kelib chiqib, biz respublikada turizmni yanada rivojlantirishning ayrim tendensiyalarini ifodalab beramiz: ommaviy turizm asta-sekin individual turizm bilan almashtiriladi, ya'ni kichik guruhlarda sayohat qilish ustunlik qiladi; ekologik yo'nalishdagi turizm mahsulotlariga talab kuzatiladi; turizm industriasining barcha asosiy biznes-jarayonlarida raqamli transformasiyani har tomonlama kengaytirish rejalashtirilgan; mamlakatda yangi turizm mahsulotlari va turizm marshrutlariga talab oshadi; sayohatlar xavfsizligini ta'minlashga talablar kuchaytiriladi.

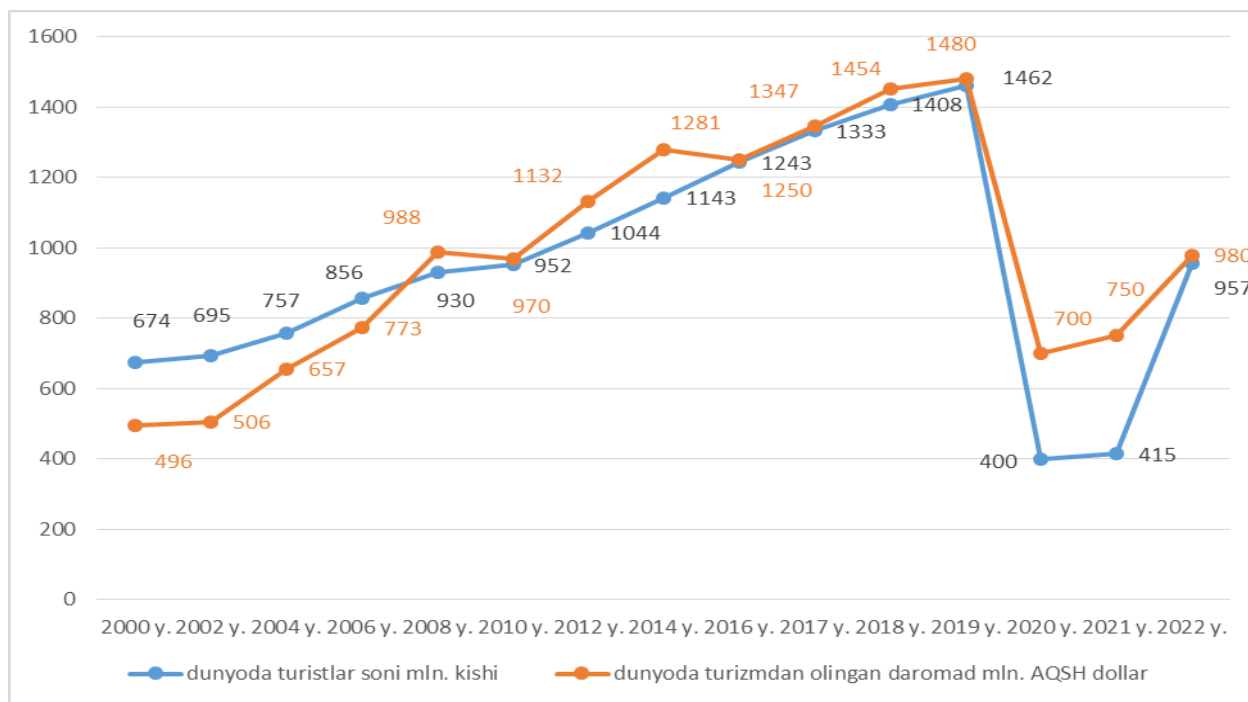
## II bob. O‘ZBEKISTONDA TURIZMNI RIVOJLANTIRISHNING HOZIRGI HOLATI VA UNING SAMARADORLIGINI BAHOLASH

### 2.1-§. O‘zbekiston iqtisodiyotiga turizmning qo‘shgan hissasi tahlili

Turizm – jahon iqtisodiyotidagi eng yirik va jadal sur‘atlar bilan rivojlanayotgan sohalardan biri bo‘lib, so‘nggi oltmish yil ichida u jiddiy o‘zgarishlarga duchor bo‘ldi. Bugungi kunda turizm yangi ish o‘rinlari va korxonalarini tashkil etib, eksportdan daromad shakllantirgan va infratuzilmani rivojlantirgan holda mintaqaviy, milliy va global darajada rivojlanishga jiddiy hissa qo‘shmoqda. Shu munosabat bilan, yildan-yilga tobora ko‘plab mamlakatlarda o‘z turizm salohiyatidan faol foydalanib, turistlar uchun chegaralari ochmoqda, turizm industriyasi va infratuzilmasini rivojlantirishga investitsiya kiritmoqda.

2.1-rasm.

Dunyoda turistlar soni va turizmdan olingan jami daromad dinamikasi<sup>20</sup>



Xalqaro turizm tashkiloti ma'lumotlariga ko'ra, jahon turizm industriyasi o'tgan yillar davomida barqaror rivojlanib bormoqda. Umuman, 2000-2022-

<sup>20</sup> Manba: [85]

yillarda xalqaro turizm sayohatilar soni 674 mln.dan 957 mln. kishiga, dunyo bo'yicha turizmdan olingan jami daromad esa 496 mlrd. dollardan 4600 mlrd. dollargacha oshdi (2.1-rasm).

Bu yerda ta'kidlash kerakki, koronavirus pandemiyasi turli mamlakatlar iqtisodiyotiga, shu jumladan, turizm industriyasiga turlicha ta'sir ko'rsatdi. Bu, birinchidan, koronavirus infeksiyasi kirib kelishining o'ziga xos xususiyatlariga, ikkinchidan, mamlakatlar iqtisodiyoti tarkibiga, uchinchidan, davlat zarar ko'rgan tarmoqlar va aholini qo'llab-quvvatlash uchun yo'naltirishi mumkin bo'lgan resurslar miqdoriga bog'liq. Shunday qilib, sayohat va turizm sektorining bevosita, bilvosita va indusiyalangan ta'siri, hozirgi global noaniqlik fonida ushbu sektor hozirgi o'sishni mas'uliyatli boshqarishni talab qiladi.

Bunday boshqaruvning maqsadi turizmning butun dunyoda kishilar uchun yaratishi mumkin bo'lgan imkoniyatlaridan eng yaxshi foydalanishdir. Bu, ayniqsa, 2020-yildan boshlab koronavirus pandemiyasi bilan bog'liq cheklovlarning turizm va uning dunyodagi barcha mamlakatlar iqtisodiyotiga salbiy ta'siri tufayli ayniqsa muhimdir.

Turizm korxonalarining aksariyatini xodimlarining soni 50 kishidan kam bo'lgan mikro, kichik va o'rta korxonalar (MKO'K) tashkil qiladi. Jami ishchi kuchining taxminan 30 %i xodimlar soni 2-9 kishidan iborat kompaniyalarda ishlaydi. Turizm sohasidagi ishlar ayniqsa ayollar, yoshlar va jamiyatning boshqa guruhlariga yordam beradi.

O'zbekistonda turizm industriyasi rivojlanishining miqdoriy ko'rsatkichlari uning salohiyatidan foydalanish tendensiyalari va o'tgan yillardagi nisbiy ko'rsatkichlar o'sishini aks ettiradi. 2007-2022-yillarda jahon miqyosida va respublikada qaror qabul qilish uchun eng keng qamrovli global ma'lumotlar manbai bo'lgan Kpoema rasmiy saytidan olingan jahon atlas ko'rsatkichlari, O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika agentligining so'nggi besh yildagi statistik ma'lumotlari, shuningdek, O'zbekiston Respublikasi Madaniyat va turizm vazirligining veb-saytidan olingan ko'rsatkichlar O'zbekiston

iqtisodiyotiga qo‘shayotgan hissasini tahlil qilish va uning turizm salohiyatidan foydalanishni hisobga olish uchun asos bo‘ldi.

O‘zbekistonda turizm industriyasining rivojlanishi va turizm salohiyati tahlili, bu sohaning mamlakat iqtisodiyotiga qo‘shayotgan hissasini baholashga to‘xtalmaslik mumkin emas. O‘zbekistonda turizmning hozirgi rivojlanish holati tahliliga ko‘ra, so‘nggi yillarda (2020-yilga qadar) bu soha umuman dinamik va barqaror rivojlanib borgan. Turizmning barcha xizmat turlaridan foydalanish hajmi va tuzilishiga bevosita va bilvosita ta’siri mavjud. Jahon turizm tashkiloti (YUNVTO) va Jahon turizm va sayohatlar kengashi ma’lumotlariga ko‘ra [60, 86], ixtisoslashgan turizm xizmat ko‘rsatish sohasi, “turizm industriyasi” tor ma’noda, xizmat ko‘rsatish sohasi va mamlakat YaIMning qo‘shimcha qiymatini shakllantirishga bevosita hissa qo‘shadi. Qo‘shimcha va turdosh xizmatlar ko‘rsatish korxonalarini hisobga olgan holda – keng ma’noda mamlakat “turizm xo‘jaligi” butun majmuaning bilvosita va induksiyalangan daromadlarini oshiradi [45].

## 2.1-jadval

### **Butunjahon turizm va sayohat kengashi (WTTC) metodologiyasiga ko‘ra turizm sektori iqtisodiyotga qo‘shadigan hissasining tarkibiy xususiyatlari<sup>21</sup>**

Bevosita hissa	Mehmondo‘stlik xizmatlari: yashash, ovqatlanish, transport, diqqatga sazovor joylar va ko‘ngilochar joylar.
	Tarmoqlar: mehmonxonalar va restoranlar, transport, turagentliklar, chakana savdo, madaniyat, sport, rekreatsiya.
	Daromad manbalari: rezidentlarning turizm va safar xarajatlari, turizm xizmatlari eksporti (nerezidentlarning xarajatlari, rezidentlarning ish safari xarajatlari, individual davlat xarajatlari)
Bilvosita hissa	Turizm sohasiga investitsiyalar: Jamoaviy davlat xarajatlari, ichki ta’minot va xaridlar
Indusiya-langan hissa	Ixtisoslashgan turizm korxonalarining moddiy-texnika ta’minoti
	Turizmda band bo‘lgan xodimlar hayot faoliyati, tovarlari va xizmatlari (oziq-ovqat, ichimliklar, kiyim-bosh, turar-joy xizmatlari va xo‘jalik tovarlari)

<sup>21</sup> Manba: muallif tomonidan tuzilgan.

Shunday qilib, buning afzalliklari, avvalo, mamlakat iqtisodiyotida turizm sohasining iqtisodiy ahamiyatini har tomonlama baholash, uning turizm salohiyatidan foydalanish, shuningdek, turizmning umumiy hajmi bo'yicha turizmning mamlakat yalpi ichki mahsulotini shakllantirish va umuman jahon iqtisodiyotiga qo'shgan hissasini ishonchli ma'lumotlar sifatida baholash mumkin. Turizmning bilvosita ta'siri ixtisoslashgan turizm korxonalarini faoliyatini ta'minlovchi korxonalar va ularda band xodimlarning keng doirasini qamrab oladi (2.1-jadval). Biroq pirovardida, turizm ta'sirining asosiy natijali ko'rsatkichlari uning YaIM va bandlikka qo'shgan hissasi hisoblanadi.

**2.2-jadval**  
**O'zbekistonda kirish turizmi ko'rsatkichlarining o'zgarish dinamikasi<sup>22</sup>**

Yil	Kirib kelgan turistlar soni, ming kishi	Yo'lovchilar tashuvi, mln. doll.	Xalqaro turistlarning mamlakat ichidagi xarajatlari	
			joriy narhlarda, mlrd. so'm	O'tgan yilga nisbatan +/-
2007-yil	320,5	30,0	130,0	1,2
2008-yil	890,8	56,0	170,3	1,1
2010-yil	1200,4	72,0	387,5	2,0
2012-yil	1456,5	87,0	452,4	1,7
2014-yil	1790,5	109,0	519,7	1,5
2016-yil	2157,7	121,0	651,4	1,7
2018-yil	5346,2	170,0	1802,4	3,2
2019-yil	6748,5	192,0	2124,3	3,3
2020-yil	1504,1	102,0	1050,8	1,5
2021-yil	1881,3	123,2	1301,5	1,3
2022-yil	5203,8	331,2	3541,2	2,7
2022-yilda 2007-yilga nisbatan; marta, f.b.	16,2	11,4	27,2	0,3 n.n.

Turizmning iqtisodiy (daromad) funksiyasi turizmning yalpi ichki mahsulot (YaIM) yaratishga qo'shgan hissasida namoyon bo'ladi. Turizmning YaIM yaratishga qo'shgan hissasi ko'rsatkichi turizm iste'moli hisobiga iqtisodiyotda yaratilgan qo'shilgan qiymatning bahosini ifodalaydi va turizmning to'g'ridan-to'g'ri ta'sirini tavsiflaydi. O'zbekiston YaIMda turizmning to'g'ridan-to'g'ri hissasi 2022-yilda joriy narxlarda 5253,6 mlrd. so'mni tashkil qildi, bu 2007-yilga

<sup>22</sup> Manba: Knoema ma'lumotlar to'plami va O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika agentligining ma'lumotlari bo'yicha tuzilgan.



nisbatan 15,8 baravar ko'p bo'lib, o'shanda bu ko'rsatkich 331 mlrd. so'mga teng bo'lgan (2.2-jadval).

2022-yil respublika YaIMning 3,5 foizi turizmga to'g'ri keldi. Vaholanki, 2.2-jadval ma'lumotlari bu ko'rsatkich 2012-yildagi 2,9 foizdan 2010-yilda 2,1 %gacha keskin o'zgarib turish tendensiyasiga ega bo'lganini ko'rsatadi. Umumiy hissada turizm industriyasining YaIMga qo'shgan hissasini, uning bilvosita ta'sirini hisobga olgan holda tavsiflaydi. Bu ko'rsatkich, yuqorida ta'riflangan YaIMga turizmning bevosita hissidan tashqari, turizm va sayohatlarga investitsiyalar, bozordan tashqari xizmatlarga davlat xarajatlari (turizm sohasida qo'llab-quvvatlash va muvofiqlashtirish, turizm mahsulotlarini reklama qilish, turizm axborot markazlarini taqdim etish va umuman turizm sohasini qo'llab-quvvatlash uchun barcha darajalarda davlat tomonidan amalga oshiriladigan boshqa turdagi xarajatlar), mamlakat iqtisodiyotida ishlab chiqariladigan turizm sektori va mehmondo'stlik industriyasi korxonalarini tomonidan amalga oshiriladigan xizmatlar va tovarlarni xarid qilish singari omillar tufayli bilvosita ta'sirini, shuningdek, bilvosita turizm xizmatlari bilan shug'ullanuvchi tarmoqlarning qo'shimcha xarajatlari tufayli yuzaga kelgan ta'sirini o'z ichiga oladi.

Shunday qilib, turizmning respublika yalpi ichki mahsulotidagi umumiy hissasi, jumladan, investitsiyalarning kengroq samarasi, ta'minot zanjiri va daromadlar salmog'i joriy narxlarda 2022-yilda 16549,9 mlrd. so'm bo'lib, bu ko'rsatkich 949,2 mlrd so'mni tashkil qilgan 2007-yilga nisbatan 17,4 barobar ko'pdir (5-ilova). Bu o'sishga O'zbekistonda turizm industriyasi korxonalarini tomonidan ko'rsatiluvchi xizmatlar doirasi va sifati oshishi natijasida yuzaga kelgan turizm va mehmonxona xizmatlarini sotish hajmi oshishi tufayli erishildi. Natijada bitta turistga to'g'ri keluvchi xizmatlar iste'moli oshdi. Bundan tashqari, ko'rsatilayotgan xizmatlar narxi oshdi.

Shunday qilib, amaliyotga ko'ra, iqtisodiyotning umumiy rivojlanishiga nisbatan turizm YaIM hajmi oshishining yuqori sur'atlari ushbu sohaning investitsion jozibadorligini oshiradi, qo'shimcha investitsiyalar oqimini

rag'batlantiradi, yangi turizm infratuzilmasi obyektlari, tegishli sanoat va iqtisodiy faoliyat sohalari infratuzilmasini yaratadi va boshqa multiplikatsion samaralarni olishga yordam beradi.

Endi turizmning respublika eksportiga qo'shgan hissasi qanday ekanligini ko'rib chiqamiz. Iqtisodiy hamkorlik va taraqqiyot tashkiloti (IHTT) turizm xizmatlari eksportining hissasi muhimligi va uning mamlakatlar yalpi ichki mahsulotida turizm sektori ulushini shakllantirishga ta'sirini alohida ta'kidladi. IHTT ma'lumotlari ko'rsatadiki, xizmatlar eksporti turistlar oqimlarini qabul qiluvchi mamlakat iqtisodiyoti uchun o'rtacha darajadan yuqori bo'lgan qo'shimcha qiymat yaratadi – turizm eksporti aylanmasining 80 foizi mamlakat turizm industriyasining qo'shilgan qiymatiga aylanadi.

O'zbekistonda 2022-yil turizm xizmatlari eksporti 2016-yilga nisbatan 4 baravarga oshdi va 1610,0 million dollarni tashkil etdi. O'zbekiston Respublikasida 2019-2025-yillarda turizm sohasini rivojlantirish konsepsiyasida [10] belgilangan maqsadli parametrlarga ko'ra, bu ko'rsatkich 2025-yilgacha 2170,0 million AQSh dollarini tashkil etishi kerak.

O'zbekistonda turizmni rivojlantirishdagi asosiy omil – yangi ish o'rinlarini yaratishdan iborat. Turizmning bandlikka qo'shadigan to'g'ridan-to'g'ri hissasi turizm bilan bevosita bog'liq tarmoqlardagi ish o'rinlari sonini ifodalaydi va turizm sohasidagi nisbiy unumdorlikni hisobga olgan holda turizmning bevosita ta'siri natijasida yaratilgan yalpi ichki mahsulot ulushi haqidagi ma'lumotlar asosida baholanadi (umuman, iqtisodiyot bo'yicha ishlab chiqarishning o'rtacha darajasiga nisbatan).

Turizmning bandlikka jami hissasi turizmning YaIMga umumiy hissasi orqali iqtisodiyotda yaratilgan ish o'rinlari sonini aks ettiradi va turizm sektorining boshqa tarmoqlarga nafaqat bevosita, balki bilvosita va induktiv ta'sirini ham aks ettiradi. Foiz miqyosida turizmning bandlikdagi ulushi 2,2 foizdan (2007-yil) 3,0 foizga (2022-yil) oshdi.

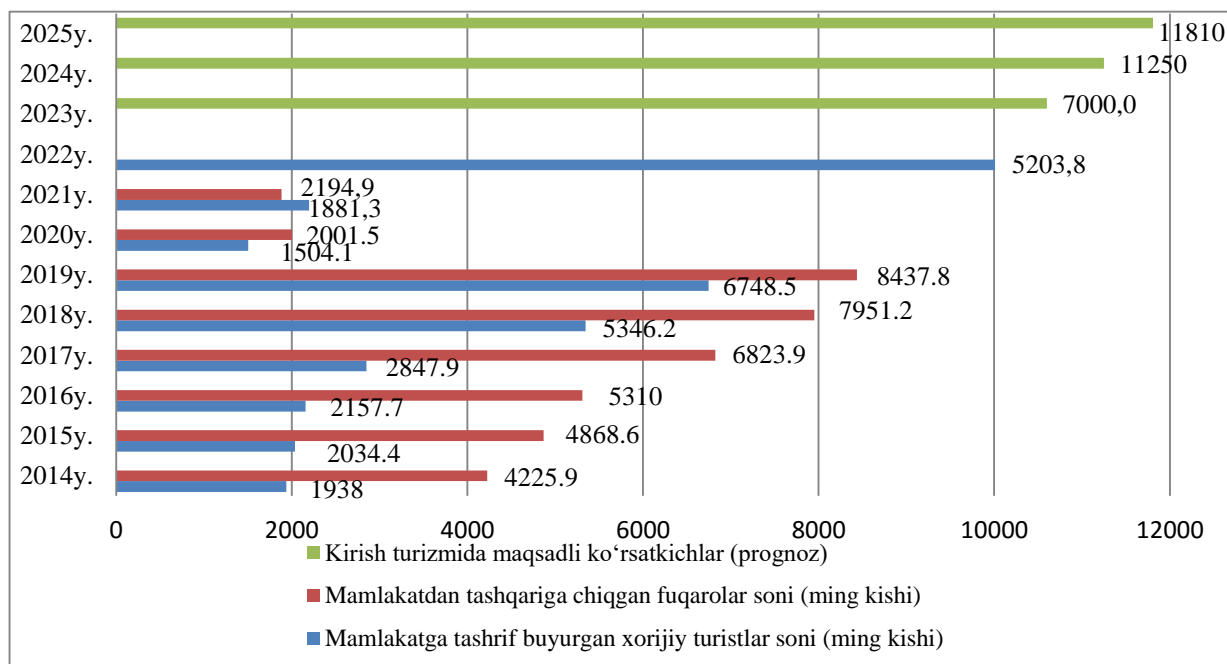
Umuman, dastlabki ma'lumotlarga ko'ra, unda 452,8 ming kishi ishlagan respublika turizm sohasida 2022-yilda salmoqli ish o'rinlari yaratildi. Bu raqam

mehmonxonalar, turagentliklar, aviakompaniyalar va boshqa yo'lovchilarga xizmat ko'rsatish tashkilotlarini o'z ichiga oladi. Bu shuningdek, masalan, turistlar tomonidan bevosita qo'llab-quvvatlanuvchi restoran va dam olish sanoatining faoliyatini ham o'z ichiga oladi.

Umuman, 2.2-jadval ma'lumotlariga ko'ra 2007-yildan 2019-yilgacha bo'lgan davrda turizmga band bo'lganlar soni 1,5 baravar oshdi, lekin bu fikrni 2020-yil haqida aytib bo'lmaydi. Mehmonxonalar, restoranlar, turoperatorlar, aviatashuvchilar va kompaniyalar o'z faoliyatini noma'lum muddatga to'xtatdi. Mehmonxona va restoran subindustriyasida ko'plab korxonalar faoliyat yuritish imkoniyatlariga jiddiy ta'sir ko'rsatuvchi o'ta qiyin sharoitlarga tushib qoldi. Iqtisodiy faollikning keskin pasayishi tufayli mehnatni ko'p talab qiluvchi turizm industriyasi ishchilari ish vaqtining halokatli darajada qisqarishi, mavjud ish o'rinlarining yo'qolishi va ish yo'lidagi muammolar kuchayishiga duch keldilar.

Endi 2007-2022-yillarda respublikamizning turizm salohiyatini oshirishga qaratilgan chora-tadbirlar turistlar oqimlarining o'sishiga qanday ta'sir qilganini tahlil qilaylik. Statistik ma'lumotlar 2014-2022-yillarda mamlakatga kiruvchi va chiquvchi oqimlarning soni oshganini isbotlaydi. Lekin bu fikrni 2020-yil haqida aytib bo'lmaydi. Shu yilda kiruvchi oqim 1501,5 ming kishini, chiquvchi oqim 2001,5 ming kishini tashkil qilgan. Bu mos ravishda 2019-yil bilan taqqosloganda 5244 va 6436,3 ming kishiga kamdir (2.2-rasm).

### O‘zbekistonga kelgan xorijiy turistlar va xorijga chiqqan respublika fuqarolari soni<sup>23</sup>



O‘zbekistonda turizmni rivojlantirish bo‘yicha ko‘rilgan strategik maqsadlarni amalga oshirish, mamlakatda 2019-2025-yillarda xorijiy turistlar soni 6748 mingdan 11810 mingtaga oshishi imkoniyatlarini ko‘rsatmoqda [10]. Bu esa respublikada turizm industriyasining yanada rivojlanishiga olib keladi.

Knoema bazasi ma’lumotlariga ko‘ra, kirish turizmi uchun yo‘lovchilar oqimi 2007-yildan 2022-yilgacha bo‘lgan davrda 11,4 baravar oshdi. Ammo 2020-yilda ushbu ko‘rsatkichni 2019-yilga nisbatan solishtiradigan bo‘lsak, unda deyarli ikki baravar kamayganligi, dastlabki ma’lumotlarga ko‘ra, 102 million dollarni tashkil etgani kuzatilmoqda. 2016-2022-yillarda O‘zbekiston fuqarolarining chiqish turizmida yo‘lovchi transportiga qilgan xarajatlari, sayohat qilish va boshqa mamlakatlarda xarid qilish xarajatlari o‘shish tendensiyasiga ega bo‘ldi. 2022-yilda respublikaga kelgan xorijiy fuqarolar soni 2021-yilga nisbatan 2,7 baravarga ko‘paydi va 5 203,8 ming kishini tashkil etdi (2.2-jadval).

Shunday qilib, birinchi ko‘rsatkich bo‘yicha, xususan, tahlil qilinayotgan davrda yo‘lovchi tashish transportiga turizm xarajatlari joriy narxlarda qariyb 1,5

<sup>23</sup> Manba: muallif jildi 2025-yilgacha turizmni rivojlantirish maqsadli ko‘rsatmalar va O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika agentligining 2014-2022-yillar Buyuk Britaniya asosiy ma’lumotnoma sifatida tuzilgan.

barobar oshib, 2022-yil yakuniga ko‘ra 715 million AQSh dollarini tashkil etdi (6-ilova).

Respublika fuqarolarining chiqish turizmi davomida boshqa davlatlarga sayohatlari va xaridlari uchun sarflagan xarajatlarini baholovchi yana bir ko‘rsatkich 2022-yil yakuniga ko‘ra 2016-yilga nisbatan 4,7 barobarga oshgan.

Amalga oshirilgan tadqiqotlar ko‘rsatadiki, mamlakatimiz turizm sohasining holati va rivojlanish yo‘nalishi, uning turizm salohiyatidan foydalanishni aks ettiruvchi muhim ko‘rsatkich turistlarning tashrif buyurish maqsadi hisoblanadi. 2.3-jadvalda keltirilgan ma’lumotlar dalolat berishicha, 2022-yilda qarindoshlarini ko‘rish maqsadida O‘zbekistonga 4657,6 ming nafar xorijiy fuqaro kelgan bo‘lib, bu ularning umumiy sonining 89 foizini tashkil etdi, 2016-yilga nisbatan ularning soni 2,8 baravar oshgan.

Biroq turistlar oqimlarining mutlaq ko‘rsatkichlari mamlakatdagi turizm faolligi darajasini baholashga imkon bermaydi, chunki ular mamlakatning umumiy maydoni va aholisiga bog‘liq. Shuning uchun kelganlar (chiqishlar) intensivligini baholash uchun nisbiy ko‘rsatkichlar qo‘llaniladi: kelishning nisbiy intensivligi; chiqishning nisbiy intensivligi; kelish vaqti.

**2.3-jadval**  
**O‘zbekistonda xorijiy turistlar soni, ularning maqsadlari va bo‘lish vaqti<sup>24</sup>**  
Ming kishi

Ko‘rsatkichlar	Yillar						
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Jami xorijiy fuqarolar	2157,7	2690,1	5346,3	6748,5	1504,1	1883,1	5232,8
shu jumladan: kelish maqsadlari bo‘yicha	*	*	*	*	*	*	*
Qarindoshlarini ko‘rish uchun	1781,9	2371,8	4713,5	5520,7	1321,4	1613,1	4657,6
Dam olish va ko‘ngilochar tadbirlar	175,5	230,5	458,1	1043,9	129,3	155,1	392,2
Tijorat maqsadida	17,2	25,6	50,9	53,9	16,3	13,6	20,4
Xizmat safari	149,7	28,4	56,5	53,1	17,4	60,7	83,8
Davolanish	27,1	26,4	52,5	55,5	15,0	32,4	70,0
O‘qish	6,3	7,4	14,6	21,4	4,7	6,4	8,8

<sup>24</sup> Muallif tomonidan O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika agentligining ma’lumotlari asosida tuzilgan.

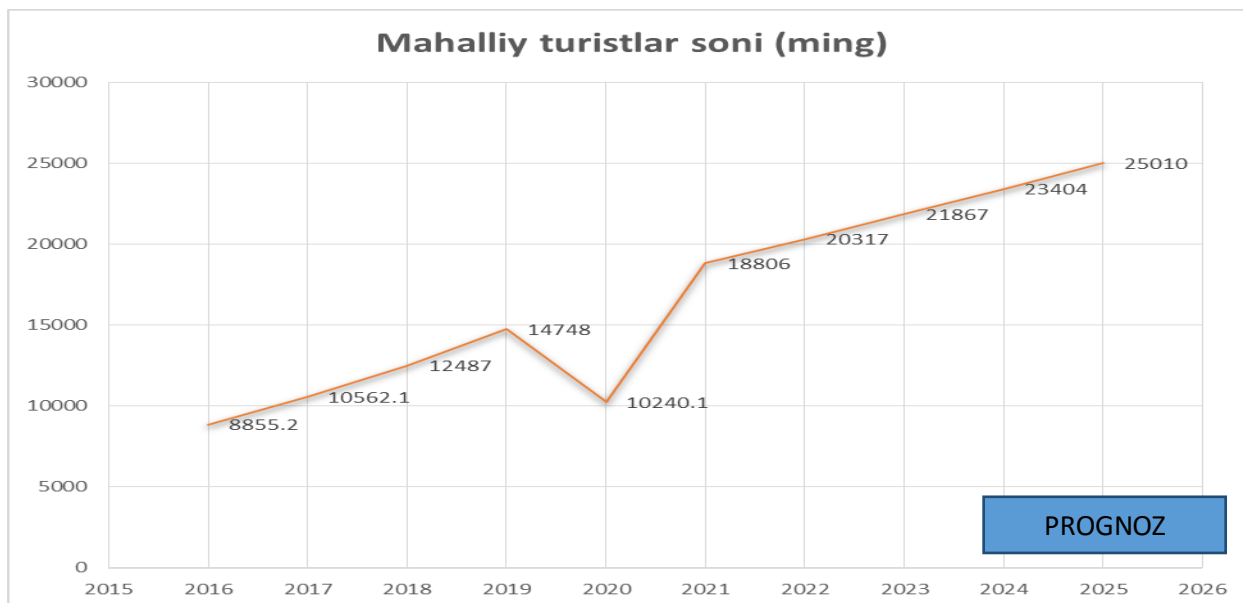
Bunday ko'rsatkichlarning birinchisi kelishning nisbiy intesivligi hisoblanadi, u mamlakat aholisining 1 kishiga to'g'ri keluvchi turistlar soni sifatida yoki foizlarda, qabul qiluvchi mamlakat aholisining har 100 kishiga to'g'ri keluvchi turistlar soni sifatida aniqlanadi. Butun dunyoda bu ko'rsatkich 0,11 (11 %)ni tashkil qiladi. Ayrim mintaqalar va mamlakatlar guruhlari uchun kelish intensivligi o'rtacha jahon darajasidan sezilarli darajada farq qiladi. Agar Markaziy Afrika va Janubiy Osiyoda 0,005 bo'lsa, Karib dengizi va Okeaniyada 0,4 dan kam emas. Eng yuqori turizm faollik Yevropada – 0,6 dan katta. Alohida mamlakatlar bo'yicha ko'rsatkichlar yana ham farq qiladi: Xitoyda – 0,02, Fransiyada – 1,3, Andorrada – 26 [120]. O'zbekistonda bu ko'rsatkich 2016-y. – 0,08; 2017-y. – 0,08; 2018-y. – 0,16; 2019-y. – 0,20 va 2020-y. – 0,04 ni tashkil qildi.

Keyingi ko'rsatkich, chiqish intensivligi xuddi shunday tarzda aniqlanadi. Odatda, chiqish aholining qaysi qismi chiqib ketayotganini tushunish uchun foizda (mamlakat aholisining har 100 kishiga) baholanadi. Xorijiy mamlakatlarga sayohatlar ko'rsatkichining maksimal qiymatlari Shimoliy Amerika va G'arbiy Yevropaga xosdir – 70 %dan ortiq. Ba'zi mamlakatlarda (Germaniya, Niderlandiya) chiqish intensivligi 100 %dan oshadi, chunki ba'zi turistlar yiliga 2 marta yoki undan ko'proq sayohatga boradilar.

Bo'lib turishning davomiyligi turistning tunab qolishlar sonini ifodalaydi. Barcha turistlarning ma'lum vaqt oralig'ida mamlakatda bo'lish muddati barcha turistlarning tunashlari soni yig'indisi sifatida aniqlanadi. Bu ko'rsatkich turizm sayohatlari soniga nisbatan ancha moslashuvchan hisoblanadi.

O'tga 2020-yilda boshlangan koronavirus pandemiyasi turizm sohasidagi vaziyatni tubdan o'zgartirdi. Endilikda ekspertlar ichki turizmga yo'naltirishni 2021-yil va undan keyingi yillarning asosiy trendi deb atamoqda. Qayd etish joizki, 2020-yilgacha respublika aholisi tomonidan amalga oshirilgan ichki turizm sayohatlar o'sish tendensiyasi kuzatildi (2.3-rasm). Shu bilan birga, O'zbekiston aholisining faqat kichik bir qismi respublika ichida sayohat qiladi. Bu aholining keng qatlamlarini turizm-ekskursiya xizmatlaridan foydalanishga jalb etish tizimi mavjud emasligidan dalolat beradi.

### O‘zbekistonda 2025-yilgacha ichki turizmni rivojlantirish dinamikasi va maqsadli ko‘rsatkichlari<sup>25</sup>



Ichki turizm zaif rivojlanishining asosiy sabablari aholining ushbu maqsadlarga yo‘naltirishi mumkin bo‘lgan moliyaviy resurslarining cheklanganligi, ijtimoiy turizmning yetarli darajada rivojlanmaganligi va ichki turizmni rivojlantirish va rag‘batlantirish bo‘yicha davlat tomonidan yetarlicha chora-tadbirlar ko‘rilmaganligidir.

Koronavirus epidemiyasi qisqa muddatli istiqbolda sayohatchilarning ustuvor yo‘nalishlarini yaqinroq va xavfsizroq joylarga o‘zgartiradi. Shu sababli koronavirus pandemiyasi davrida ichki turizmni rivojlantirishga asosiy e‘tibor qaratiladi. Bunda o‘rta va uzoq muddatli istiqbolda xalqaro bozorlardan yuqori xarajatli turistlarni jalb etish uchun asoslar yaratilishi kerak. Tashabbuslar quyidagilarga qaratilishi kerak: birinchidan, ko‘nikmalarni rivojlantirish, shu jumladan texnologiyadan foydalanish; ikkinchidan, turizm xizmatlari sifati standartlarini, shu jumladan sog‘liqni saqlash va xavfsizlik protokollarini yanada takomillashtirish; uchinchidan, ma‘lumotlar to‘plash, statistika va bozor tahlilini takomillashtirish va hokazo.

<sup>25</sup> Manba: O‘zbekiston Respublikasi Madaniyat va turizm vazirligi va 2019-2025-yillarda O‘zbekiston Respublikasida turizmni rivojlantirish konsepsiya ma‘lumotlari asosida tuzilgan.

Bundan tashqari, ichki turizm iste'molini rag'batlantirish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar ko'rish zarur. Ularni quyidagi sohalarda amalga oshirish tavsiya etiladi:

turizm mahsulotini sotishni rag'batlantiruvchi, chegirmalar, bonuslar berish, aksiyalarni o'tkazishni nazarda tutuvchi turli tadbirlarni o'tkazish;

respublika hududlarida faoliyat yuritayotgan turizm-rekreations klasterlari doirasida hududda tovar va xizmatlar ishlab chiqaruvchi ishtirokchilarning ko'proq sonini qo'shish orqali turizm mahsuloti yaratish zanjirlaridagi aloqalar sonini ko'paytirish;

turistlarning dam olish uchun sarflagan xarajatlarini qisman qoplovchi vositalarni ishlab chiqish va hokazo.

Fikrimizcha, dam olish va bayram kunlari ichki oqimini turizmning barqaror rivojlanishi uchun juda muhimdir. Bu ayniqsa, COVID-19 epidemiyasi tufayli turizm industriyasi duch kelayotgan muammolarni hisobga olgan holda dolzrb ahamiyatga ega. Dam olish kunlarida mamlakat bo'ylab sayohat qilayotgan O'zbekiston aholisi turizm obyektlari va ular bilan bog'liq kichik va xususiy biznes uchun yil davomida biznes yaratish orqali mavsumiy egri chiziqni tekislashda yordam berishi mumkin. Bunday turistlar bir vaqtning o'zida respublika hududlarida ichki turizmni rivojlantirishning harakatlantiruvchi kuchi bo'ladi. Shunday qilib, aholi oilalar yoki shaxslar guruhlari har xil faoliyat turlarida (masalan, sarguzasht, din, madaniyat, tabiat, xarid qilish va h.k.) ishtirok etuvchi tadbirlar bilan yirik shaharlarga 2-3 kunlik sayohatlar orqali bozorning ushbu segmentiga xizmat ko'rsatishi mumkin.

## **2.2-§. Turizm infratuzilmasini rivojlantirishning hozirgi holati va muammolari**

Dunyoda turizmning ahamiyati doimiy ravishda oshib bormoqda va bu turizmning ma'lum bir mamlakat iqtisodiyotiga ta'siri kuchayishi bilan bog'liq. Turizm biznesi boshlang'ich investitsiyalar kichikligi; sayohat xizmatlariga talab ortib borayotganligi; rentabellik darajasi yuqoriligi; to'lov muddati minimalligi tufayli tadbirkorlar uchun jozibali hisoblanadi.



Turizm infratuzilmasi – turizmni rivojlantirish va resurslardan maqsadli foydalanish asosidir. Turizm infratuzilmasining ahamiyati uning turizm xizmatlarini ishlab chiqarish va tarqatish samaradorligini oshirishga hissa qo‘shishi, ba’zi holatlarda, masalan, uzoq joylarda, hatto turizm xizmatlari ko‘rsatishni ko‘paytirish mumkinligida aks etadi. Shunga qaramay, globallasuv va jahon turizm bozoridagi keskin raqobat sharoitida turizm infratuzilmasi, turizm xizmatlari ko‘rsatish sifati va darajasi har doim ham zamon talablariga mos kelmaydi.

Rivojlanishning hozirgi bosqichida turizm industriyasi infratuzilmasi tarkibiga quyidagilar: jamoaviy joylashtirish vositalari (mehmonxonalar, turizm bazalar va hokazo); umumiy ovqatlanish va savdo korxonalarini; avtotransport korxonalarini; turizm majmualari; turizm axborot markazlari; turizm firmalari (turoperatorlar va turagentlar)ni kiritish mumkin.

Sayohat davomida turistlarga ko‘rsatiluvchi xizmatlar majmuasida Markaziy o‘rinni joylashtirish vositalari egallaydi va ular har bir turning ajralmas qismi vazifasini bajaradi. Tunash uchun joylarni muntazam yoki vaqti-vaqti bilan taqdim etadigan har qanday obyekt sifatida tushuniladigan joylashtirish vositalari turizm infratuzilmasi obyektlarining asosini tashkil etadi.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika agentligi ma’lumotlariga ko‘ra, 2022-yilda yashash va ovqatlanish xizmatlari infratuzilmada korxonalar va tashkilotlari soni 25636 tadan (2021-yil) 30111 tagacha ko‘paygan, 2017-yilga nisbatan esa 194,8 foizga oshgan. Bunday korxonalarning ulushi o‘tgan yili mamlakatimizdagi korxonalar va tashkilotlar umumiy sonining 6,3 foizini tashkil etdi. Aksariyati oziq-ovqat va ichimliklar xizmatlari sohasida (90,9 %) va atigi 9,1 % turar joy xizmatlarini ko‘rsatishda jamlangan.

Turistlarni jamoaviy joylashtirish vositalari tarkibining katta qismini mehmonxonalar va shunga o‘xshash joylashtirish vositalari – pansionatlar, jihozlangan xonalar, turizm yotoqxonalar egallaydi. Qolganlari ixtisoslashtirilgan joylashtirish vositalari – bolalar oromgohlari, turizm va sport markazlari, lagerlar, motellar, sanatoriylardan iborat.

8-ilovada keltirilgan ma’lumotlar shundan dalolat beradiki, 2020-2022-yilda butun respublikada ham, uning hududlarida ham mehmonxona va xostellar soni

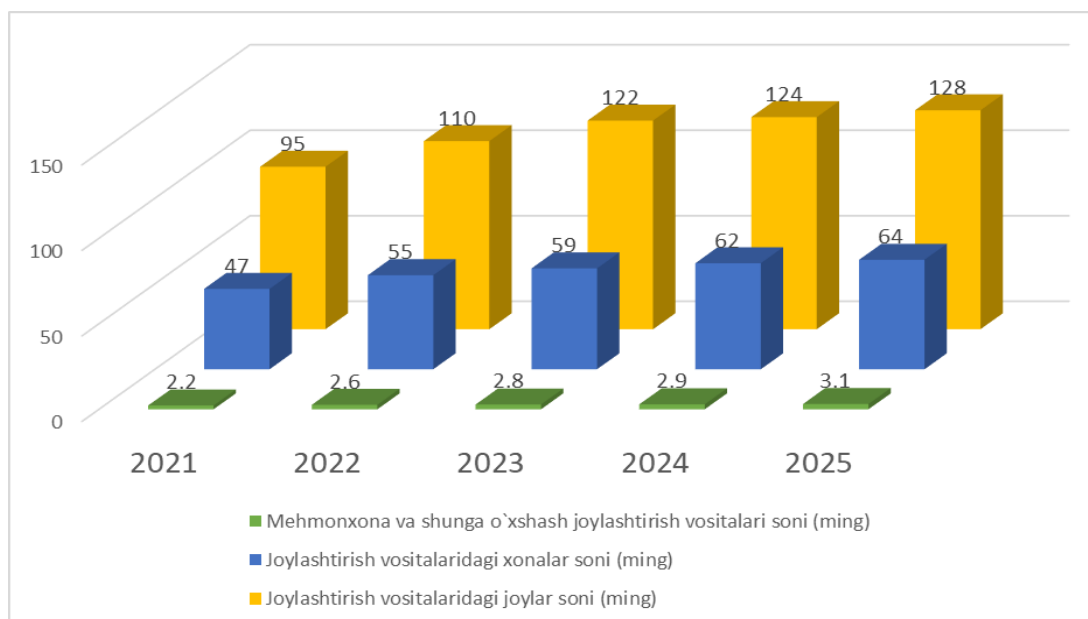
ko‘paygan. Koronavirus pandemiyasiga qaramay, ularning soni 226 taga ko‘paygan.

Mehmonxona va xostellarning eng ko‘p soni Toshkent shahri, Buxoro, Samarqand va Toshkent viloyatlariga to‘g‘ri keladi, ularning ulushi birgalikda 2022-yilda yaratilgan mehmonxona va xostellar umumiy sonining qariyb 20 %ini tashkil etdi.

Jamoaviy joylashtirish obyektlari haqida fikr bildirganda, ta’kidlash kerakki, bozor munosabatlari shakllanishi natijasida 90-yillarning boshidan boshlab mehmonxona biznesi faol rivojlana boshladi va hozirgi kunda sifat o‘zgarishlarini boshdan kechirmoqda: dunyo brendlari ostida taqdim etilayotgan xizmatlar sifati uchun yuqori standartlarni belgilab beruvchi yetakchi mehmonxona tarmoqlarida tobora ko‘proq mehmonxonalar paydo bo‘lmoqda.

Mehmonxona xo‘jaligini yanada rivojlantirish maqsadida O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 5-yanvardagi 4095-son qarori [22] bilan bir qator, jumladan, mahalliy mehmonxonalar egalarining mashhur va nufuzli jahon brendlaridan foydalanish bo‘yicha yangi imtiyozlar taqdim etiladi. Bu yerda gap mehmonxona bendlari top-50 reytingi haqida ketyapti. Agar bu mulkdorlar mehmonxona brendlaridan foydalanadigan bo‘lsa, bu tashkilotlar uchun royalti franchayzing to‘g‘risidagi shartnoma kuchga kirgan vaqtdan boshlab uch yil mobaynida davlat byudjeti mablag‘lari hisobidan qisman moliyalashtiriladi. Moliyalashtirish miqdori quyidagicha: dastlabki 50 ta 3 yulduzli toifaga ega mehmonxona – har bir mehmonxonaning bitta xonasi uchun yillik 400 AQSh dollari ekvivalentida. Respublikada 2025-yilgacha bo‘lgan muddatda xorijiy turistlar uchun mehmonxonalar va shunga o‘xshash joylashtirish vositalarini ishga tushurish parametrlari 2.4-rasmda aks ettirilgan.

**Respublikada 2025-yilgacha bo‘lgan muddatda mehmonxonalar va shunga o‘xshash joylashtirish vositalarini ishga tushirish maqsadli parametrlari<sup>26</sup>**



Respublikada an’anaviy mehmonxona va xostellardan tashqari keyingi besh yildan buyon dam olish maskanlari, kempinglar, motellar, sport bazalari, turizm oromgohlari, butik mehmonxonalar, o‘tov lagerlari va boshqa joylashtirish vositalari tashkil etildi. 2.4-jadvaldagi ma’lumotlar shundan dalolat beradiki, so‘ngi besh yilda joylashtirish vositalarining soni 2,4 boravarga oshgan, 2022-yil oxiriga kelib, ularning 18,5 foizini mehmonxonalar, 11,8 foizini xostellar, 0,6 foizini dam olish joylari va 67,7 foizini boshqa turdagi joylashtirish vositalari tashkil qildi. Joylashtirish vositalari obyektlarining kichik qismini motellar, sport bazalari, turizm oromgohlari, o‘tov lagerlari va butik otellar tashkil etadi, ularning umumiy ulushi 2022-yil oxiriga kelib 1,4 foizni tashkil qildi.

<sup>26</sup> Manba: 2019-2025-yillarda O‘zbekiston Respublikasida turizmni rivojlantirish konsepsiyasi ma’lumotlari asosida tuzilgan.

O‘zbekistonda turistlarni joylashtirish vositalari soni<sup>27</sup>

Ko‘rsatkich	2018-y.	2019-y.	2020-y.	2021-y.	2022-y.
<b>Jami joylashtirish vositalari</b>	<b>2092</b>	<b>2425</b>	<b>2789</b>	<b>4015</b>	<b>5029</b>
mehmonxonalar	810	833	895	920	935
xostellar	106	214	230	245	596
dam olish hududlari	22	29	32	41	35
yotoqxonalar	4	6	9	13	16
kempinglar	4	5	6	12	15
motellar	1	1	4	8	10
sport bazalari	1	2	2	14	3
turizm oromgohlari	1	2	3	8	8
o‘tov lagerlari	15	22	26	24	26
butik mehmonxonalar	4	13	15	24	25
boshqalar	1124	1298	1567	2706	3360

Joylashtirishlarning yuklamasini tahlil qilib, quyidagilarni ta’kidlash mumkin. O‘zbekiston Respublikasi Madaniyat va turizm vazirligi ma’lumotlariga ko‘ra, ikki yil davomida (2021-2022-yy.) joylashtirish vositalari ish yuklamasining o‘sishi qayd etildi – 2021-yildagi 62 foizdan 2022-yilda 84 foizgacha. Joylashtirish vositalariga eng katta ish yuki sentyabr, oktyabr, aprel oylariga to‘g‘ri keladi [96]. Eng past ish yuki dekabr, yanvar, fevral oylariga to‘g‘ri keladi. Joylashtirish vositalarida qolish umumiy davomiyligining 75,3 %i mehmonxonalarga to‘g‘ri keladi (2.5-jadval).

Keyingi o‘rinlarni xostellar (8,2 %) va mehmon uylari (3,8 %) egallaydi. Qolgan joylashtirish vositalari turlariga (dam olish hududi, pansionat, o‘tov lagerlari, kemping, sog‘lomlashtirish markazi, sport baza, turizm baza va umumiy turar-joylar) 12,7 % to‘g‘ri keladi. Xuddi shunday, joylashtirish vositalariga tashrif buyuruvchilarning 82,5 %i mehmonxonalarda, 7,5 %i xostellarda, 3,6 %i mehmon uylarida, 6,4 %i boshqa turdagi joylashtirish vositalarida (dam olish maskani, pansionat, uy lagerlari, lager, sog‘lomlashtirish markazi, sport bazasi, turizm bazasi va umumiy turar-joy) qolishni afzal ko‘radi.

<sup>27</sup>Manba: O‘zbekiston Respublikasi Madaniyat va turizm vazirligi ma’lumotlari asosida tuzilgan.

**2.5-jadval**

**Joylashtirish vositalarida 2022-yilda ish yuklamasi tarkibi, (%)<sup>28</sup>**

Joylashtirish vositalari	Xonalar bandligi	Mahalliy turistlar bilan bandlik	Xorijiy turistlar bilan bandlik
Mehmonxonalar	75,3	68,0	81,7
Mehmon uylari	3,8	2,0	5,5
Xostellar	8,2	9,1	7,4
Boshqalar	12,7	20,9	5,4
Jami	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Mamlakatning sayyohlik markazlarida mehmonxonalar eng yuqori talabga ega. Xususan, Buxoro, Samarqand, Xiva shaharlariga tashrif buyurgan barcha xorijiy turistlar (100 %) mehmonxonalar xizmatidan foydalanadi. Toshkent va Nukus shaharlarida bu ko‘rsatkich 90 %dan ortiqni tashkil etadi. Termiz shahrida kelganlarning 67 %i mehmonxona xizmatlaridan foydalanadi. Boshqa shaharlarda (viloyat markazlarida) bu ko‘rsatkich 60 %dan past.

O‘zbekiston Respublikasi Madaniyat va turizm vazirligi ma’lumotlariga ko‘ra, xususan, Sirdaryo, Andijon viloyatlari, Qoraqalpog‘iston Respublikasida yulduz toifasisiz mehmonxonalarda joylashtirish narxi kuniga 100-140 ming (10,5-15 dollar) so‘mdan 300 ming so‘mgacha (32 dollar) tashkil qiladi. Biroq Toshkent shahri, Buxoro, Samarqand va Farg‘ona viloyatlari singari turizm markazlarida bo‘yicha ko‘rsatkich 250-300 ming so‘mdan (26-31 dollar) 800 ming so‘mgacha (85 dollar) qayd etilgan. Xostellarda joylashtirishning eng past narxi Andijon, Sirdaryo, Surxondaryo, Qashqadaryo viloyatlarida kuzatilib, bir kunlik turar joy narxi 50-60 ming so‘mni (5-6 dollar) tashkil etadi.

Samarqand, Buxoro, Xorazm viloyatlarida, shuningdek, Toshkentda bir kunlik turar joy narxi 100 ming yoki undan ortiq (10 yoki undan ortiq dollar). Turli hududlardagi mehmonxonalar, xostellar va oilaviy mehmon uylarida turistlarni joylashtirish xarajatlarining farqi 7-ilovada ko‘rsatilgan. Oilaviy mehmon uylarida

<sup>28</sup> Manba: O‘zbekiston Respublikasi Madaniyat va turizm vazirligi ma’lumotlari asosida tuzilgan.

joylashtirish narxlariga kelsak, vaziyat biroz boshqacha ko‘rinadi. Xususan, respublikaning asosiy sayyohlik markazlaridan biri hisoblangan Buxoro viloyatida oilaviy mehmon uylarida yashash narxi 40 ming so‘mdan (4,2 dollar) 70 ming so‘mgacha (7,3 dollar) bo‘lib, bu hatto bir kunlik oilaviy mehmon uyida yashash narxi 100 ming so‘m (10 dollar) atrofida bo‘lgan Surxondaryo viloyatidagi narx ko‘rsatkichidan ham past. Shu bilan birga, Qashqadaryo va Samarqand viloyatlarida bu narxlar 160 ming so‘mdan (17 dollar) oshadi. Bu holat respublikaning boshqa viloyatlariga nisbatan (Toshkent shahri bundan mustasno) Buxoro viloyatida turar joy binolarining ko‘pligi bilan bog‘liq bo‘lishi mumkin.

Ma‘lumki, turizm infratuzilmasini rivojlantirish faqat yangi mehmonxona yaratish va mavjud mehmonxona fondini rekonstruksiya qilish bilan cheklanib qolmaydi. Yangi joylashtirish vositalari va tegishli infratuzilmani keng miqyosda qurish juda muhim. Bularga transport, umumiy ovqatlanish, ko‘ngilochar industriya, turizm ko‘rgazma obyektlari kiradi. Ularni joylashtirishda talab va taklif xususiyatini hisobga olish kerak. Bu bevosita turizm salohiyatining mavjudligi, uning resurslari va kadrlar bilan ta‘minlanishi uchun sharoit bilan bog‘liq. Bundan tashqari, ekologik talablar va yangi obyektlarni yaratishning iqtisodiy maqsadga muvofiqligini hisobga olish kerak.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 5-yanvardagi 4095-son qarori bilan mehmonxonalar sonini ko‘paytirish va ularning sifatini hamda tegishli infratuzilmani yaxshilash maqsadida tadbirkorlarga mehmonxonalar qurish bo‘yicha yangi imtiyozlar va rag‘batlar taqdim etildi [22]. 3 yulduzli 50 ta xonadan kam bo‘lmagan va 4 yulduzli 100 ta xonadan kam bo‘lmagan xonalar fondiga ega mehmonxona 2022-yil 1-yanvargacha foydalanishga topshirilgan taqdirda, mehmonxona toifasi tasdiqlangach yangi mehmonxonani qurish va jihozlash uchun investorlar xarajatlarining bir qismi davlat byudjeti mablag‘lari hisobidan qoplandi.

Qoplash miqdori 3 yulduzli mehmonxonalardagi har bir xona uchun 40 million so‘m, 4 yulduzli mehmonxonalardagi har bir xona uchun 65 million so‘mni tashkil qiladi. O‘zbekistonda mehmonxona qurilishi loyihalarini uch yil ichida amalga oshirishning maqsadli ko‘rsatkichlari dissertatsiyaning 5-ilovadagi jadvalida keltirilgan.

Hozirgi iqtisodiy sharoitda turoperatorlar yetakchi vazifalardan biriga ega. Turlarni tashkil etish jarayonida ular joylashtirish, umumiy ovqatlanish, transport korxonalarini, shuningdek, turning xususiyatiga qarab, madaniy-ma’rifiy, ko‘ngilochar muassasalar, ekskursiya byurolari bilan aloqa o‘rnatadilar. Turoperator xizmatlarni alohida sotishi mumkin (masalan, aviachiptalar), bu foyda olish uchun yoki kerak bo‘lganda amalga oshiriladi. Bu, masalan, charter blokidagi o‘rindiqlarning kerakli sonini to‘ldirish bo‘lishi mumkin – yo‘lovchilarni tashishning tijorat sharti, unga ko‘ra aviatashuvchi sayohat tashkilotchisiga haqiqatda sotilgan o‘rinlar sonidan qat’i nazar, ularni to‘liq to‘lash sharti bilan majburiyat bo‘yicha odatdagidan past narxlarda belgilangan o‘rinlar sonini beradi.

Ko‘pincha turoperatorlar uzoq muddatli shartnomalar asosida mehmonxonalar va boshqa joylashtirish vositalarini, samolyotlar, avtobuslarni ijaraga oladi, shu bilan ularning maksimal yuklanishini ta’minlaydi va turizm xizmatlari ishlab chiqaruvchilardan sezilarli chegirmalarga ega bo‘ladi. O‘z mahsulotining standartlashuvi va ommaviyligi tufayli turoperatorlar bozorga raqobatbardosh narxlarda mahsulotlarni taklif qilish imkonini beruvchi muomala xarajatlarini pasaytirishga erishadi. Turoperatorlar biznesining yuzaga kelishi ommaviy turizmning shakllanishi va turizm mahsulotining murakkablashishi natijasidir.

Turoperatorlik faoliyatini amalga oshirishning zarur sharti kompaniyaning O‘zbekiston Respublikasi Madaniyat va turizm vazirligi tomonidan yuritiladigan turoperatorlarning yagona reestriga kiritilishi hisoblanadi. Hozirgi kunda reestrda 1663 ta korxonalar faoliyat olib bormoqda (2.6-jadval). 2016-yil boshida reestrda 484

ta turoperatorlikkorxonalarini bo‘lganini inobatga olsak, 2022-yilda ularning soni 3,4 baravarga ko‘paydi. Biroq pandemiya tufayli 2020-yilda ushbu korxonalar soni 2019-yilga nisbatan 9,2 % kamayib, 1344 ta tashkil qildi. Ammo olib borilgan keng ko‘lamdagi chora-tadbirlar natijasida keyingi davrlarda turoperatorlik korxonalarini sonining ko‘payish jarayoni kuzatilib, ularning soni 1663 tashkil qilmoqda. Shunday qilib, 2023-yilgacha respublikada turoperatorlar bozorining barqarorlashuv tendensiyasi haqida xulosa qilishimiz mumkin.

## 2.6-jadval

### O‘zbekiston turizm sohasida band bo‘lgan turoperatorlar sonining o‘zgarish dinamikasi<sup>29</sup>

01.01.2023-y. holatiga; birlik

Viloyat	Yillar						
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Jami	484	749	1005	1481	1344	1467	1663
shu jumladan, viloyatlar bo‘yicha							
Qoraqalpog‘iston Respublikasi	7	11	16	33	38	46	53
Andijon viloyati	8	12	19	38	41	49	54
Buxoro viloyati	22	34	64	111	130	147	166
Jizzax viloyati	3	4	5	8	9	19	26
Qashqadaryo viloyati	7	11	12	18	18	25	30
Navoiy viloyati	2	3	4	17	23	32	42
Namangan viloyati	1	2	7	23	27	34	40
Samarqand viloyati	56	87	121	121	187	207	225
Sirdaryo viloyati	1	2	4	8	8	12	21
Surxondaryo viloyati	5	7	14	35	37	45	64
Toshkent viloyati	7	11	30	46	48	60	74
Farg‘ona viloyati	6	9	18	20	45	48	64
Xorazm viloyati	14	22	43	49	63	67	89
Toshkent sh.	343	534	646	762	862	868	907

2022-yilda turistlarga xizmat ko‘rsatuvchi jami 196 ta kompaniya tashkil etildi. Har yili o‘rtacha 180 ta yangi sayyohlik kompaniyasi ofislari tashkil etiladi. Eng ko‘p kompaniyalar Toshkent shahrida faoliyat yuritadi – 907 ta (ular umumiy sonining 54,5 foizi). Bundan tashqari, Samarqand viloyati – 225 ta (13,5 %) va Buxoro viloyati – 166 ta (9,9 %) tabiiy ravishda keyingi o‘rinlarda turadi.

<sup>29</sup> Manba: O‘zbekiston Respublikasi Madaniyat va turizm vazirligining turoperatorlari va turagentliklar reestriga asosan tuzilgan.



Bu 1663 ta turoperatorning 81,7 foizi 3 ta yo‘nalishda faoliyat yuritadi: chiqish, kirish va ichki turizm. Kompaniyalarning 4,3 foizi kirish va chiqish turizmi bilan shug‘ullanadi. Respublikada ichki turizm sohasida sayyohlik kompaniyalarining 11 %dan ortig‘i faoliyat yuritadi.

O‘zbekiston turizm bozorida faoliyat yurituvchi kompaniyalar ma’lumotlariga ko‘ra, yirik xalqaro turoperatorlarning aksariyati O‘zbekistonda mahalliy vositachilar (DMC – destination management company) orqali ishlaydi, ayrim operatorlar xizmatlarni: yer ustidagi xizmatlar ko‘rsatish – transport, gid, mehmonxonalarni bron qilish va ekskursiyalarga hamrohlik qilishni to‘laligicha mahalliy kompaniyalarga topshirgan.

Mahalliy kompaniyalardan xizmatlarning bir qismini yoki barchasini xarid qiluvchi kompaniyalar orasida TUI, Marco Polo, Cox & Kings, Thomas Cook kabilarni aytb o‘tish mumkin. Umuman, bu tendensiya bozorda mavjud, chunki turistlar oqimi hali ham yetarlicha katta emas. Ammo mamlakatning turizm salohiyati va tegishli infratuzilmaning rivojlanishi bilan yirik operatorlar mahalliy ofislarini ochish orqali o‘z ishtirokini oshirishi mumkin. Bu sizga vositachilarni chetlab o‘tib, turizm xizmatlari to‘liq to‘plamini to‘g‘ridan-to‘g‘ri nazorat qilish va taqdim etish imkonini beradi.

O‘zbekiston bozorida to‘g‘ridan-to‘g‘ri ishlayotgan kompaniyalar orasida HRG, mahalliy hamkor – Elan Express bilan ishlaydigan American Express; MIRCORPORATION kabilarni qayd etish mumkin. Ular Toshkentda o‘z vakolatxonasiga ega bo‘lib, bu yerdan O‘zbekiston va butun mintaqadagi guruhlar uchun xizmat ko‘rsatish to‘liq siklini tashkillashtiradi.

Turizm industriyasining rivojlanishi avtomatik ravishda yangi, malakali xodimlarni talab qiladi. Bugungi kunda sifatli xizmat ko‘rsatishni tashkil etish va kadrlar tayyorlash maqsadida O‘zbekiston Respublikasi turizmni rivojlantirish davlat ko‘mitasi huzurida turizmni rivojlantirish instituti tashkil etildi. Bu standartlar va o‘quv dasturlarini ishlab chiquvchi ilmiy-uslubiy markaz bo‘lib, Samarqandda turizm sohasining bo‘lajak menejerlari uchun xalqaro Ipak yo‘li

universiteti ochilgan. Shuningdek, mamlakatimizning barcha hududlaridagi 18 ta kasb-hunar kolleji vazirlik tasarrufiga o'tdi, O'zbekiston mehmonxona xo'jaliklari uyushmasi qoshida mehmondo'stlik akademiyasi tashkil etildi. Bu o'quv yurtlarida umuman turizm industriyasi, xususan, mehmonxonalar uchun kadrlar tayyorlanadi.

Mazkur bo'lim doirasida turistlarga transport xizmati ko'rsatishdagi muammolarni o'rganib chiqamiz va ularni hal qilish yo'llarini ko'rsatamiz, chunki respublikaning butun turizm salohiyatini rivojlantirish shunga bog'liq. Ma'lumki, turizm kishilarning bir joydan ikkinchi joyga, ham mamlakat ichida, ham xorijda harakatlanishini o'z ichiga oladi. Bir qator Yevropa davlatlarining qonunchiligi (masalan, Fransiya va Italiya) transport xizmatlarini joylashtirish xizmatlari bilan bir qatorda sayohatchiga ko'rsatiladigan asosiy xizmatlardan biri sifatida tasniflaydi. Ko'pgina transport korxonalari va kompaniyalari nafaqat turistlarni tashish, balki oddiy yo'lovchilar, pochta va turizm bilan bog'liq bo'lmagan yuklarni tashishni ham ta'minlaydi. Shuning uchun turizmning mavsumiyligi ko'pincha transport kompaniyalari uchun jiddiy muammolarni keltirib chiqaradi.

O'zbekiston aviatsiya kompaniyalarining yanada rivojlanishi va turizm industriyasi sohalarida ishtirok etishi barqaror rivojlanish biznes modeli yaratish va joriy etishni ko'zda tutadi. U quyidagilarga yo'naltirilgan bo'lishi mumkin:

O'zbekiston hududida shu jumladan, qisqa va o'rta masofalarga uchuvchi havo kemalarini ekspluatatsiya qilish orqali havo transportini rivojlantirish;

mamlakat ichida norentabel parvozlarni amalga oshirishda aviatashuvchilarni subsidiyalash mexanizmini joriy etish;

qaytarilmaydigan va bagajsiz tariflardan foydalangan holda aviatashuvlar narxini optimallashtirish bo'yicha xalqaro tajribani joriy etish;

aeroportlar infratuzilmasini qurish, rekonstruksiya qilish, kengaytirish va modernizatsiya qilish dasturini davlat-xususiy sheriklik (DXSH) mexanizmidan foydalangan holda amalga oshirish;

yetakchi xorijiy ishlab chiqarish kompaniyalarini jalb etgan holda havo kemalariga texnik xizmat ko'rsatish hajmini oshirish;

aviyasiya yoqilg'isi va yoqilg'i-moylash materiallari bilan uzluksiz ta'minlash choralarini ko'rish va amalga oshirish;

aviachiptalarni on-layn sotish imkoniyatlarini kengaytirish va elektron yuk aviahujjatlari berish tizimini joriy etish.

### **2.3-§. Turizm salohiyatini rivojlantirishda davlat-xususiy sheriklik mexanizmini joriy etish**

Koronavirusning tez tarqalishi va hukumat tomonidan butun dunyo bo'ylab sayohatga qo'yilgan cheklovlar tufayli turizm industriyasi bugungi kunga qadar eng og'ir vaqtlardan birining markazidan o'rin oldi. Bu vaziyatni ayniqsa qiyinlashtiruvchi jihat shuki, ta'sir ekotizimning faqat bir komponenti – turizm industriyasida emas, balki butun ekotizimda sezildi. Shu bois bunday sharoitda ayniqsa dolzarb yo'nalish bo'lgan ichki turizmni rivojlantirishga e'tibor qaratildi.

Mamlakatdan chiquvchi turlar oqimi kiruvchi turlarga nisbatan ko'proq bo'lgan mamlakatlarda turistlar oqimini ichki bozorga qayta yo'naltirish orqali milliy turizm sektorlarining yo'qotishlarini yumshatish uchun katta imkoniyatlar mavjud [121]. Ushbu guruhga xorijda "faol sayohat qiluvchi" mamlakatlar – Germaniya, Buyuk Britaniya, Rossiya, Ukraina, Fransiya, Italiya va boshqalar kiradi. Ispaniya, Italiya, Fransiya, Turkiya singari qabul qiluvchi mamlakatlarda (va mos ravishda, pul yo'qotishlarini) bunday qayta yo'naltirish hisobiga turistlar oqimlari pasayishini 1,5-2 baravar (30-50 % pasayishdan 15-36 % pasayishgacha) kamaytirish mumkin. Xorijiy turizmning roli katta, chiquvchi turistlar oqimi kiruvchi oqimni qoplamaydigan boshqa mamlakatlarda (Xorvatiya, Islandiya, Kipr, Gresiya, Avstriya, Portugaliya) turizm industriyasining yo'qotishlari hali ham sezilarli, 2018-2019-yillar darajasining 40-80 foizini tashkil qilmoqda [121].

O'zbekistonda turizm infratuzilmasi obyektlarini barpo etish va turizmni rivojlantirish maqsadida, ayniqsa, koronavirus oqibatlari sharoitida davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari hamda xususiy biznesning sa'y-harakatlarini birlashtirishning eng istiqbolli yo'li davlat-xususiy sheriklikdir. Shu bois, biz turizm salohiyatini rivojlantirish maqsadlariga erishish uchun loyihalarni amalga

oshirish vositalaridan biri sifatida DXSh mexanizmini joriy etishni taklif qildik. Aynan turizm sohasida ushbu mexanizmdan foydalanish innovatsion siyosat maqsadlarini amalga oshirish uchun qo‘shimcha investitsiyalarni jalb etish, shu bilan birga mamlakat iqtisodiy tizimining barcha darajalarida davlat va xususiy biznesning o‘zaro hamkorligini ta‘minlash imkonini beradi.

Mazkur mexanizmni joriy etishda O‘zbekiston to‘plangan o‘z tajribasiga hamda ilg‘or jahon amaliyotiga asoslanadi. Respublika DXSh sohasidagi vakolatli davlat organi – O‘zbekiston Respublikasi Moliya vazirligi huzurida Davlat-xususiy sheriklikni rivojlantirish agentligi tashkil etilgan dunyodagi kam sonli davlatlardan biridir. Alohida tartibga soluvchi qonun hujjatlari qabul qilindi, chunonchi: O‘zbekiston Respublikasining “Davlat-xususiy sheriklik to‘g‘risida”gi qonuni [4] va O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining “Davlat-xususiy sheriklik loyihalarini amalga oshirish tartibini takomillashtirish to‘g‘risida”gi qarori [34].

Turizm sohasida davlat-xususiy sheraklik, bu bir tomondan vakolatli davlat organi – sherik va ikkinchi tomondan, xususiy sherikning xususiy mahalliy va xorijiy investitsiyalarni jalb etish, turistlar va dam oluvchilarni ular bilan ta‘minlash davlat hokimiyati boshqaruv organlari va mahalliy o‘zini-o‘zi boshqarish organlarining vakolatlari bilan asoslanuvchi tovarlar, ishlar, xizmatlar ochiqligini ta‘minlash va sifatini oshirish maqsadida bitim asosida amalga oshiriladigan, ma‘lum muddatga qonuniy ravishda rasmiylashtiriladigan va resurslarni birlashtirish, xavf-xatarlarni taqsimlashga asoslangan o‘zaro hamkorlikdir.

Amalda davlat va tadbirkorlik tuzilmalari o‘rtasidagi DXSh hamkorligini shartli ravishda 3 ta asosiy yo‘nalishga bo‘lish mumkin:

muhandislik tarmoqlari va kommunikasiyalariga katta investitsiyalar zarurligi bilan bog‘liq DXSh loyihalarini amalga oshirishda hamkorlik kontsessiya shartnomalari, lizing va boshqa mexanizmlar orqali hamkorlik qilish;

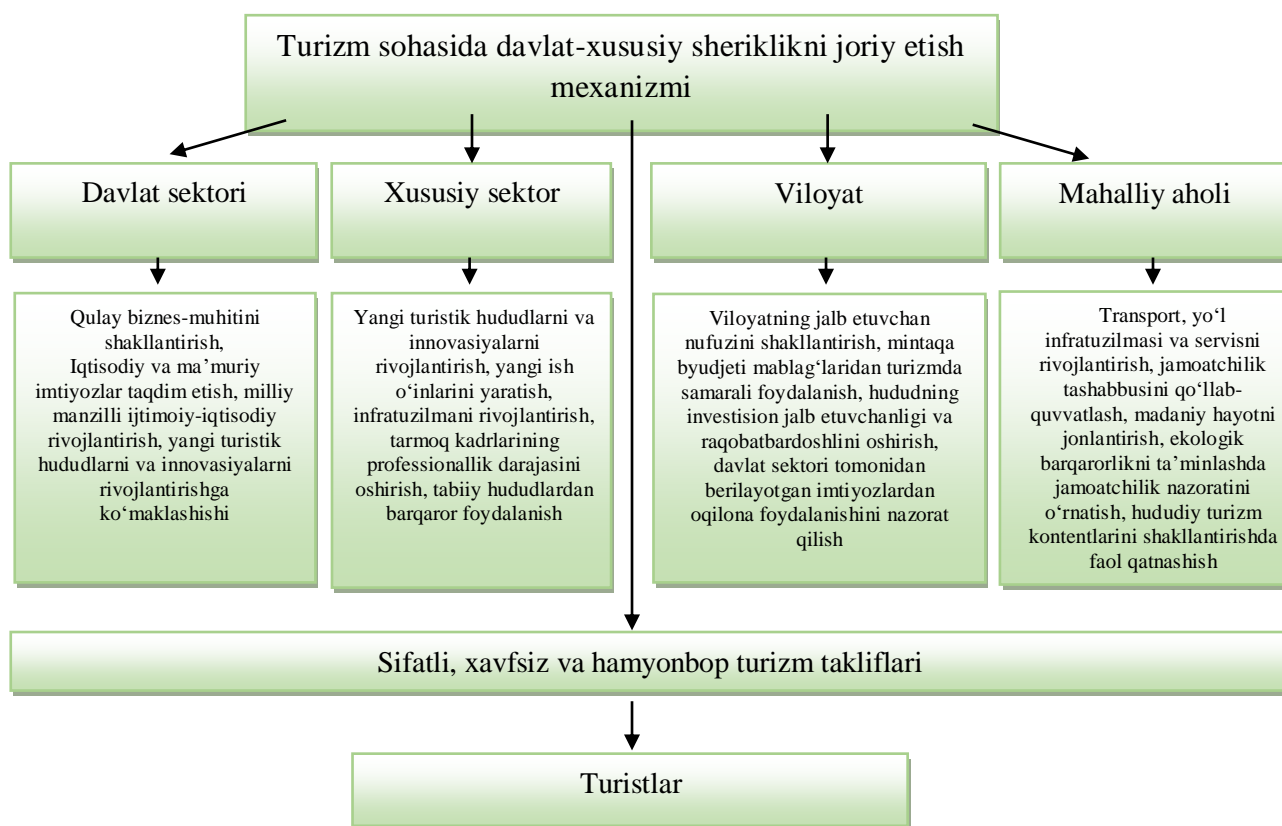
turizm va ko‘ngilochar infratuzilma subyektlarini yaratish sohasidagi hamkorlik (xususiy sektorni rag‘batlantirish vositalaridan foydalanish: imtiyozlar, kreditlar va hokazo);

marketing va milliy turizm mahsulotini targ'ib qilish sohasida hamkorlik. Ya'ni turoperatorlar va mehmonxona xizmatlari ko'rsatuvchi tadbirkorlik subyektlarining davlat boshqaruv idoralari bilan hamkorlikda milliy turizm mahsulot va xizmatlarini xalqaro nufuzli turizm va marketing platformalarida reklama qilish xarajatlarini turizmni qo'llab-quvvatlash jamg'armasi hisobidan qoplab berish tartibini joriy etish orqali turizm salohiyatini rivojlantirish taklifini taqdim etdik.

Shularni hisobga olib biz o'z tadqiqotimizda (2.5-rasm) O'zbekiston va uning viloyatlari turizm salohiyatini rivojlantirishda davlat-xususiy sherikligini joriy etish mexanizmini shakllantirdik.

**2.5-rasm.**

**Mamlakat va uning viloyatlarida turizm salohiyatini rivojlantirishda davlat-xususiy sheriklik mexanizmi<sup>30</sup>**



<sup>30</sup>Manba: muallif tomonidan tuzilgan.

Bunda davlat turizm sohasi obyektlarining ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishiga investitsiyalar kiritish, yer ajratishni amalga oshiradi. Xususiyl sektor turizm manzillarini yaratadi, unga qulay biznes muhitini shakllantiradi. Hududga turistlarni jalb etish jozibadorligini oshiradi. Aholini servis xizmatlari ko'rsatishga, ekologiyani yaxshilashga jalb etadi. Shu bilan birga turizm sohasida DXSh mexanizmini faol joriy etishga to'sqinlik qiluvchi quyidagi muammolarni aniqladik:

turizm sohasida DXSh yaratish shartlari va mexanizmlari aniq belgilanmagan;

turizm sohasida DXSh faoliyati va rivojlanish tamoyillari ishlab chiqilmagan;

turizm sohasida DXSh mexanizmida boshqaruv qarorlarini axborot bilan qo'llab-quvvatlashning tashkiliy asoslari deyarli aniqlanmagan;

DXSh asosida faoliyat yurituvchi turizm sohasida infratuzilma obyektlarini rivojlantirish loyihalarida aholining ishtiroki va tartibga solish iqtisodiy mexanizmi ishlab chiqilmagan.

O'zbekistonning katta tabiiy-resurs salohiyatiga, xususan, uning hududida ko'plab diqqatga sazovor obyektlar mavjudligiga qaramay, biz mamlakatda turizmni rivojlantirishni cheklovchi 5 ta omillar guruhini (infratuzilmaviy, institutsional, resurs, ekologik, nufuz) ular qatoriga aniqladik. Bular DXSh mexanizmiga ega loyihalar uchun turizm salohiyatining investitsion jozibadorligini pasaytirishi mumkin.

Bunday omillar orasida quyidagilarni alohida ajratib ko'rsatish mumkin.

1. Infratuzilma xususiyatiga ega omillar: sayyohlik va qo'llab-quvvatlovchi infratuzilmalarning yetarli darajada rivojlanmaganligi, uning ma'naviy va jismoniy jihatdan eskirganligi; turizmning yordamchi infratuzilmasi (xususan, ko'ngilochar infratuzilmaning) rivojlanmaganligi; turizm xizmatlari ko'rsatish darajasi uning sifat xususiyatlariga mos kelmasligi; turistlarni respublika hududlariga yo'naltirishni ta'minlovchi doimiy kommunikasiya vositalarining yetarli emasligi.

2. Institutsional omillar: turizmning makonga oid rivojlanishi natijasida yuzaga kelishi, turizm faoliyatini aktivlashtirish mumkin bo'lgan salbiy ta'sirlarni yetarlicha baholamaslik; turizmni boshqarish tizimida, ayniqsa marketingda turizm faoliyati subyektlari o'rtasida real hamkorlik aloqalarini o'rnatishni cheklovchi va turizm korxonalarining tranzaksiya xarajatlari oshishiga olib keluvchi zarur institutsional o'zgarishlar (mavjud emasligi).

3. Resurs xususidagi omillar: iste'mol bozorining narx o'zgarishlari nisbatan yuqori sezuvchanligi; turizm biznesi sohasida malakali mutaxassislar yetishmasligi.

4. Ekologik xususdagi omillar: ekologik toza joylarga turistlar oqimining ortishi tufayli rekreatsiya yukining o'sish ehtimoli.

5. Nufuz xususidagi omillar: dam olish uchun jalb etuvchan joylar sifatida turizm hududlarning yetarlicha joylashtirilmaganligi; investitsion marketing vositalaridan zaif foydalanish.

Turizm sohasida DXShni tartibga solishning ustuvor yo'nalishlaridan biri, bu eytarli me'yoriy bazani yaratishdir. BMT mutaxassislarining fikricha, bu yerda tartibga solishning moslashuvchanligiga e'tibor qaratish lozim. DXShni rivojlantirish ishonchli, prognoz qilinadigan, barqaror, mantiqiy va iqtisodiy yo'naltirilgan qonunchilik bazasiga ega bo'lishi kerak. Shu bilan birga, me'yoriy-huquqiy baza cheklovchi xususiyatiga ega bo'lmasligi kerak, chunki haddan tashqari ko'p qonunchilik DXShlarni yaratish va boshqarish jarayonini qiyinlashtiradi, balki salohiyatli investorlar faolligini to'xtatib turadi, xolos.

Turizm sohasida DXSh joriy etish ijtimoiy ahamiyatga ega ijtimoiy va iqtisodiy loyihalarni amalga oshirish doirasida manfaatlarni muvofiqlashtirish, davlat va biznesning o'zaro hamkorligini ta'minlashning tashkiliy-huquqiy mexanizmini ishlab chiqmay turib, turizm sohasida davlat-xususiy sheriklikni amalga oshirish mumkin emas [138]. Ushbu mexanizmni rivojlantirish turizm nafaqat samarali milliy, balki xalqaro huquqiy normalarni shakllantirish zarurligini taqozo etadi.

Hozirgi bosqichda respublikaning turizm infratuzilmasini rivojlantirishda DXSh mexanizmi faol rivojlanmoqda. Davlat muhandislik infratuzilmasini rivojlantirishni maqsadli dasturlar orqali moliyalashtiradi, biznes esa mehmonxonalar, ko'ngilochar obyektlar qurishga investitsiya kiritadi. Asosan, turizm va rekreatsiyani rivojlantirish bo'yicha davlat maqsadli dasturlari turizm-rekreatsion zonalarini to'liq tartibga solishga investitsiya kiritishga yo'naltirilishi mumkin. Masalan, turizm loyihasi doirasida davlat xususiy sherikga yer uchastkasini ijaraga beradi va moliyaviy modelga muvofiq uni muhandislik-texnik infratuzilma obyektlari bilan ta'minlaydi. Hamkorlik infratuzilmani yaratish inshootni qurish bo'yicha tender e'lon qilinishidan oldin ham (bu holda moliyaviy ishtirok davlat-xususiy sheriklik shartnomasida qoplanmaydi) va loyihani amalga oshirish bilan bir vaqda amalga oshirilishi mumkin.

Respublikada turizm sohasida DXShdan, birinchi navbatda transport sohasini rivojlantirish va mehmonxonalar, oziq-ovqat va ko'ngilochar obyektlarni qurishda foydalanish maqsadga muvofiq. Fikrimizcha, davlat-xususiy sheriklik imkoniyatlaridan biri, masalan, tabiiy, madaniy va tarixiy obidalar negizida kompleks markazlar tashkil etish bo'lishi mumkin. Ularni respublika tabiiy milliy bog'lari va qo'riqxonalarida joylashtirish ayniqsa istiqbollidir.

Xorijiy mamlakatlarda ochiq osmon ostidagi muzeylar tashkil etish bo'yicha boy tajriba to'plangan. O'zbekistonda ham ilmiy, madaniy, ma'rifiy va turizm faoliyati markazlari singari majmualar tashkil etilishi mumkin. Ushbu majmualarga yangi va rekonstruksiya qilingan obyektlar kiritilishi mumkin. Bunday tabiiy-tarixiy-madaniy markazlar, birinchidan, mamlakatdagi mavjud turizm infratuzilmasini modernizatsiya qilish imkonini bersa, ikkinchidan, ushbu obyekt joylashgan hududning turizm jozibadorligini sezilarli darajada oshirishi mumkin.

Iqtisodiy foyda nuqtai nazaridan ta'kidlash kerakki, DXSh loyihalari an'anaviy loyihalarga nisbatan e'on qilingan moliyalashtirish hajmi doirasida bo'lishi ehtimoli 30 %dan ko'proq. Rossiyalik tadqiqotchi T.I.Vlasovanning fikricha, davlat-xususiy sheriklik shartnomasini bajarish xarajatlarining o'rtacha o'sishi 14,8 foizni, an'anaviy shartnoma bo'yicha – 18 foizni tashkil etadi [58].



Vaqt ko'rsatkichlari haqida gapirsak, an'anaviy loyihalar bilan davlat-xususiy sheriklik loyihalari o'rtasidagi farq yanada yaqqolroq namoyon bo'ladi.

Umuman, iqtisodiyot va davlat boshqaruvi sohasida davlat-xususiy sheriklikning asosiy shakllariga quyidagilar kiradi: davlat-xususiy korxonalar, davlat shartnomalari, ijara munosabatlari, moliyaviy lizing (lizing), konsessiya shartnomalari, mahsulot va xizmatlarni taqsimlash to'g'risidagi shartnomalar.

Tadqiqot jarayonida biz hozirgi kunda O'zbekistonda davlat-xususiy sheriklikning samarali shakllarini rivojlantirish bo'yicha iqtisodiyotga turli darajadagi xususiy investitsiyalarni jalb etish, ijtimoiy ahamiyatga molik loyihalarni amalga oshirish hamda davlat mulkidan samarali foydalanishni ta'minlashga imkon beruvchi qator yo'nalishlarni taklif etamiz:

keng tarqalgan xorijiy yo'nalishlarni, milliy yo'nalishlar bilan "import o'rini bosish";

yangi maxsus iqtisodiy turizm-rekreatsion zonalar va majmualar tashkil etish;

mavjud rekreatsion va turizm infratuzilmasini jahon standartlari talablari darajasida modernizasiya va rekonstruksiya qilish;

mamlakatda turizm sohasini rivojlantirishni ilmiy kadrlar bilan ta'minlash tizimini yaratish;

turizm va mehmondo'stlik industriyasini rivojlantirishga qaratilgan kichik va o'rta biznes tizimini qo'llab-quvvatlash;

Qonunchilik palatasi va ijro etuvchi hokimiyat organlari tomonidan turizm va rekreatsiyani rivojlantirish zarurligini keng anglash.

Turizm sohasida DXSh qo'llangan holda turizm-rekreatsion turdagi maxsus iqtisodiy zonalarini tashkil etish samarali yo'l hisoblanadi. Ushbu yo'nalishni amalga oshirish uchun davlat rahbari darajasida uning farmoni shaklida tegishli qaror qabul qilinadi. O'zbekistonda bunday turizm-rekreatsion zonasini tashkil etishdan asosiy maqsad:

birinchidan, hududning mavjud turizm salohiyatidan samarali foydalanish;

ikkinchidan, tadbirkorlik subyektlarining turizm xizmatlari ko‘rsatishi uchun qulay sharoitlar yaratish;

uchinchidan, umum mavsumiy dam olish maskanlari, mehmonxona majmualari, madaniy-sog‘lomlashtirish, savdo-ko‘ngilochar va boshqa turizm infratuzilmasi obyektlarini qurish;

to‘rtinchidan, mavjud resurslardan samarali foydalanish;

beshinchidan, qo‘shimcha ish o‘rinlari yaratish.

Davlat-xususiy sheriklikni bunday loyihalar doirasida rivojlantirish manfaatlari yo‘lida byudjet mablag‘lari va xususiy investitsiyalar kiratishdan respublikaning ma‘lum hududini rivojlantirishga birgalikda investitsiyalashdan iborat.

## 2.7-jadval

### Turizm faoliyatida davlat-xususiy sheriklik mexanizmini qo‘llashning shakl va usullari<sup>31</sup>

<b>DXSh shakli</b>	<b>Qo‘llash usullari</b>
<b>1. Shartnoma tizimi</b>	
Ishlar va xizmatlarni bajarish, texnik yordam, boshqaruv uchun shartnoma	Turizm korxonalarini xodimlarining, shuningdek, ixtisoslashgan tegishli faoliyat sohasi xodimlari malakasini oshirish Sanatoriy-kurort muassasalari uchun qimmatbaho transport vositalari, tibbiy asbob-uskunalar va h.k. lizingi
<b>2. Konsessiya</b>	
Infratuzilma obyektlariga konsessiya	Turistlarni joylashtirish, ovqatlanish, dam olish, davolanish va hokazolarni xususiy kompaniya boshqaruviga o‘tkazish
Infratuzilma obyektlarini qurish va rekonstruksiya qilish uchun konsessiya	Turizm infratuzilmasi obyektlarini, joylashtirish obyektlarini, dam olish maskanlarini, transport obyektlarini qurish va rekonstruksiya qilish
Davlat mulkini xususiy boshqaruv kompaniyasi boshqaruviga o‘tkazish	Madaniy-tarixiy meros obyektlarini obyektning tarixiy qiyofasini saqlab qolish va rekonstruksiya qilish sharti bilan xususiy korxonaga boshqaruviga o‘tkazish
<b>3. Qo‘shma korxonalar</b>	
Korxonada xususiy va davlat kapitalining ulushli ishtiroki	Turizm mazhmualari va boshqalarni qurish turizm funksiyasi yordamida obyektlari, damz bozorlari rekreatsiyasi, aglomeratsiyasi va madaniyati Tadqiqotchi, innovation loyihalarni amalga oshirish va joriy etish

Bunda turizm infratuzilmasi obyektlarini moliyalashtirish, masalan, avtomobil yo‘llarini qurish, baland tog‘lardagi obyektlarni elektr energiyasi bilan

<sup>31</sup>Manba: muallif tomonidan o‘tkazilgan tadqiqot asosida tuzilgan.

ta'minlash, ichimlik suvi yetkazib berish, osma yo'llar, tog' qutqaruv tizimlari qurilishi, shoshilinch tibbiy yordam, xavfsiz yashashni ta'minlovchi turli tizimlarni moliyalashtirish davlat byudjeti hisobiga amalga oshiriladi. Yuqoridagi 2.7-jadvalda biz turizm faoliyatida DXShdan foydalanish shakl va usullarini guruhladik.

Xususiy mahalliy va xorijiy investitsiyalar hisobiga yirik va kichik mehmonxonalar, chang'i uchish uchun maydonlar, savdo markazlari, restoranlar, kafelar, qishki va yozgi sport turlari, turizm va dam olish uchun kiyim-kechak va uskunalarni ijarasini moliyalashtirish mumkin.

Xususiy investitsiyalarni (mahalliy va xorijiy investorlar mablag'larini) jalb etish uchun maxsus to'g'ridan-to'g'ri investitsiya fondi va/yoki ko'chmas mulk fondi yaratilib, unga pul mablag'lari jalb qilinadi, ushbu mablag'lar u yerdan DXSh loyihalariga investitsiya qilinadi, shuningdek ularning investorlarga qaytarilishi ta'minlanadi.

Xususiy tadbirkorlar imtiyozlarga ega bo'ladi, ya'ni qayta tiklanuvchi energiya manbalarini barpo etish uchun import qilinadigan materiallarga bojxona to'lovlaridan ozod etiladi. Bundan tashqari, turizm salohiyatiga ega turizm zonalaridagi yer uchastkalari investorlarga on-layn auksion orqali beriladi [15].

Hozirgi kunda respublikada viloyatlarning turizm salohiyatidan samarali foydalanish siyosati faol amalga oshirilmoqda, uning barcha hududlarida turizm sohasida keng ko'lamli loyihalar amalga oshirilmoqda. Hududlarda turli yo'nalishdagi turizm majmualari faoliyat yuritmoqda. Ular qatorida "Avenyu Park", "Charos DeLuxe Resort@SPA" mehmonxona-ko'ngilochar majmualari; "Archazor", "Layner", "TIBET MOUNTS FLORA", "Sky Village", "Chatkal Maunteyns", "Amirsoy Resort" tog'kurortlari; "Oqtoshsoy" shahar tashqarisidagi dam olish majmuasi; "Krokus Park" dam olish zonasi; "Nebesa" oteli; "Humson Bulog" sog'lomlashtirish markazini qayd etish mumkin.

Tadqiqot doirasida yuqorida sanab o‘tilgan turizm majmualarining 2022-yil yakuni bo‘yicha narx ro‘yxatlarini o‘rganib chiqdik (2.8-jadval), bu belgilangan narxlar respublikaning o‘rtacha iqtisodiy faol aholisi uchun mo‘ljallanmagan, balki asosan xalqaro turistlarni jalb etishga qaratilgan, degan xulosaga kelish imkonini berdi.

Koronavirus pandemiyasi bilan bog‘liq vaziyat ko‘rsatdiki, aholi daromadlarining salbiy dinamikasi turizm bozorida qo‘shimcha noaniqlikni keltirib chiqaradi, bu esa turistlar oqimlarini ichki turizmga yo‘naltirish jarayonlarini sekinlashtirishi mumkin. Bu jarayonlar, shuningdek, nisbatan arzon narxlardagi dam olish variantlariga talab ortishiga olib keladi.

## 2.8-jadval

### O‘zbekiston turizm majmualaridagi xona narxlari<sup>32</sup>

01.01.2023 y. holatiga ko‘ra

Turizm majmuasi nomi	Tavsifi	Xonaning bir sutkalik narxi
<i>Mehmonxona-ko‘ngilochar majmualar:</i>		
“Avenyu Park”	Ikki kishilik standart xona	1 mln. so‘m
“CharosDeLuxeResort@SPA”	Ikki kishilik standart xona	1 млн. 300 ming so‘m
<i>Tog‘ kurortlari:</i>		
“Archazor”	Ikki kishilik standart xona	700 ming so‘m
“Layner”	Ikki kishilik standart xona	1 mln. 600 ming so‘m
“TIBET MOUNTS FLORA”		1 mln. so‘m
“Sky Village”	To‘rt kishilik xona	450 ming so‘m
“Chatkal Maunteyns”	To‘rt kishilik kottedj	1 mln. 800 ming so‘m
“Amirsoy Resort”	Ikki kishilik standart xona	1 mln. so‘m
<i>Dam olish majmualari va zonalari:</i>		
“Oqtoshsoy” shahar tashqarisidagi dam olish majmuasi	Ikki kishilik standart xona	1 mln. so‘m
“Krokus park”	To‘rt kishilik kottedj	3 mln. so‘m
“Nebesa” otehi	Ikki kishilik standart xona	800 ming so‘m

<sup>32</sup>Manba: muallif tomonidan GOOGLE ma’lumotlari asosida tuzilgan.

Yaqin kelajakda amalga oshirish rejalashtirilgan “Beldersoy-Chimyon-Nanay” xalqaro kurortini yaratish loyihasini misol qilib keltiramiz. Uning konsepsiyasi va iqtisodiy modeli FASEP fondining 750 ming yevro miqdoridagi granti hisobiga fransuz kompaniyalari konsorsiumi tomonidan ishlab chiqilgan. Loyihaning umumiy qiymati 480 mln. dollar, jumladan, to‘g‘ridan-to‘g‘ri investitsiyalar 280 mln. dollarni tashkil qiladi. Bundan ko‘zlangan asosiy maqsad – yerning qiymati va hududning investitsion jozibadorligini oshirish hisobiga xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishdan iborat.

Bu loyiha ko‘p bosqichli bo‘lib, Chimyon hududida umum mavsumiy faoliyat yurituvchi kurort tashkil qilishni nazarda tutadi. Fransiyadan 48 mln. yevro miqdorida imtiyozli kredit olish hisobiga turizm infratuzilmasini, jumladan, osma ko‘priklar, chang‘i yo‘llari va attraksionlar qurilishini rivojlantirish rejalashtirilgan. Natijada tog‘-chang‘i turizmi ommalashadi, mahalliy va xorijiy turistlar uchun zamonaviy sharoitlar yaratiladi, tadbirkorlik rivojlanadi. Loyihaning birinchi bosqichini 2021-yil dekabr oyida ishga tushurildi. Loyihani amalga oshirishda DXSh asosida tadbirkorlarga keng imkoniyatlar yaratib berish muhim o‘rin tutadi. Turizm zona hududida echkichilik, tuyachilik va asalarichilikni rivojlantirish asosida qo‘shimcha xizmat turlari tashkil etiladi. Kurort hududida alohida yer uchastkalari turizmni rivojlantirish bo‘yicha o‘z g‘oyalari to‘la ro‘yobga chiqara oladigan yoshlarga beriladi.

Kelgusida Chorvoq suv ombori atrofidagi qishloqlarda yangi kurortlar tashkil etish rejalashtirilgan. Bu mahalliy aholi bandligini oshirishga yordam beradi.

Bo‘stonliq tumanida bo‘sh va samarasiz foydalanilayotgan obyektlar asosida turizm va xizmat ko‘rsatish infratuzilmasini rivojlantirish ishlari olib borilmoqda. Jumladan, 80 gektarga yaqin yerni xususiylashtirish rejalashtirilgan. Bu davlatning turizm sohasidagi ishtirokini kamaytiradi va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishga turtki beradi. 15 mingtagacha yangi ish o‘rni yaratish rejalashtirilgan. Raqobatning oshishi tufayli xizmatlarning oqilona narxlari shakllanadi. Keyingi ikki yilda

turistlar oqimi va ko'rsatilayotgan xizmat turlarini kengaytirish Bo'stonliq tumanining turizm salohiyatini ikki barobar oshirish uchun qo'yilgan maqsadga erishish imkonini beradi.

Shunday qilib, bunday kurotlar tashkil qilish faol siyosatning amalga oshirilishi respublikadagi turizm salohiyatidan samarali foydalanish va oshirish imkonini beradi. Fikrimizcha, turizm dam olish joylarini rejalashtirish va loyihalashtirish, shuningdek, turizm salohiyati yuqori bo'lgan hududlarga investorlarni jalb etish uchun qulay shart-sharoitlar yaratish, bunday turizm obyektlarni ratsional joylashtirish imkonini beradi. Buning asosiy mantiqi tabiatga ehtiyotkorlik bilan munosabatda bo'lish hisoblanadi.

Respublikada turizm-rekreatsion klasterini yaratish loyihasi davlatning diqqat-e'tiborini va uni qo'llab-quvvatlashni talab qiladi. Bunday yordam quyidagi ko'rinishlarda taqdim etilishi mumkin:

loyihani turizmni rivojlantirish Davlat-xususiy sheriklik dasturiga kiritish va Milliy loyiha maqomini berish;

infratuzilmani rivojlantirish (elektr va suv ta'minoti, kanalizasiya, avtomobil yo'llari va temir yo'llar);

xalqaro moliya institutlari (Osiyo va Islom taraqqiyot banklari), xorijiy rivojlanish agentliklari (Yaponiya xalqaro hamkorlik agentligi, Fransiya taraqqiyot agentligi), xorijiy banklardan kredit olish uchun davlat kafolatlarini ta'minlash;

turizm-rekreatsion Klaster hududida turizm obyektlar, shuningdek yo'l bo'yi majmualari (avtomobil yo'llari bo'ylab kafe, yoqilg'i quyish shoxobchalari, do'konlar, avtomobillar va avtobuslar uchun avtoturargohlar) qurish uchun yer uchastkalari ajratish;

O'zbekiston Respublikasi Madaniyat va turizm vazirligi huzurida turizm-rekreatsion klasterlarida turizm faoliyatini kompleks rivojlantirish uchun davlat va mahalliy hokimiyat organlari, tog'turizmining har xil turlari bo'yicha professional turizm uyushmalari, shuningdek, xususiy mahalliy va xorijiy kompaniyalar faoliyatini muvofiqlashtirish uchun turizm-rekreatsion klasterlarini rivojlantirish bo'yicha maxsus tuzilma tashkil qilish.

Fikrimizcha, davlat-xususiy sheriklik asosida turizm obyektlarni samarali boshqarish va bu sohada zamonaviy axborot texnologiyalarini joriy etish O'zbekistonning turizm salohiyatini oshirishga xizmat qiladi. Davlat organlari va xususiy tadbirkorlar o'rtasida turizm sohasidagi hamkorlikning mavjud imkoniyatlarini aniqlash uchun quyidagilarni o'z ichiga oluvchi kompleks tadqiqot o'tkazish zarur:

a) turizm sohasidagi investor va turizm uchun mumkin bo'lgan qiziqarli obyektlarning umumiy sonini aniqlash va investitsiya maqsadida ehtimoliy jalb etuvchan turizm obyektlarini tahlil qilishning milliy uslubiyatini ishlab chiqish;

b) turizmning kichik obyektlarini aniqlash va ular orasidan investitsiya uchun eng jalb etuvchan joylarni ajratish.

Respublika viloyatlari turizm salohiyatining jozibadorligini oshirish uchun quyidagi qadamlar qo'yilishi lozim. Birinchidan, xalqaro standartlarga javob beruvchi turizm infratuzilmasini rivojlantirishga investitsiyalarni jalb etish orqali ichki, kiruvchi va chiquvchi turizmni kompleks rivojlantirish bo'yicha milliy va mintaqaviy dasturlarni ishlab chiqishni boshlash kerak.

Ikkinchidan, turizm sohasida tarixiy-madaniy merosni keng targ'ib qilish, mamlakatimizning turizm borasidagi nufuzini oshirish va saqlash, milliy turizm mahsulotlari va brendlarni xalqaro turizm bozorlarga olib chiqishga qaratilgan faol reklama va axborot siyosatini amalga oshirish.

Uchinchidan, ziyorat, ekologik, etnografik, biznes, sport, gastronomik, tibbiy, ta'lim va ilmiy turizmni, shuningdek, ularning infratuzilmalarini yanada rivojlantirish chora-tadbirlarini ishlab chiqish.

To'rtinchidan, turizm xizmatlari bozorida raqobatni mustahkamlashni davom ettirish, tadbirkorlik faolligini oshirish va turizm sohasida ilg'or axborot-kommunikasiya texnologiyalarini keng joriy etishga ko'maklashish.

Beshinchidan, turizm sohasida kadrlarni tayyorlash, qayta tayyorlash va malakasini oshirishni doimiy ravishda yuqori darajada amalga oshirish, shuningdek, turizm fanini rivojlantirishga ko'maklashish.

Respublikada turizm klasterlari raqobatbardosh joylashuvni mustahkamlash qo‘shimcha qiymatni oshirishga yordam beradi. Bunda zarur talab mavjudligi sharti bilan klasterlarni yaratishning ikkilamchi sohalari (ustuvor klasterlardan tashqari) rivojlantirish uchun kengaytirish imkoniyatini ko‘rib chiqish muhimdir. Tashabbuslar, jumladan, ustuvor guruhlar tarkibidagi aniq sohalarga yo‘naltirilgan turizmni rivojlantirish; ochiqlik va infratuzilmani yanada takomillashtirish; turli guruhlar ta‘minotini yanada diversifikatsiya qilish uchun yangi turizm mahsulotlari ishlab chiqishni o‘z ichiga olishi mumkin.

## **II bob bo‘yicha xulosa**

Tadqiqot natijalari asosida turizmning O‘zbekiston iqtisodiyotiga qo‘shgan hissasini baholash va uning sayyohlik salohiyatidan foydalanish borasida quyidagi xulosalarni chiqarish mumkin.

1. Tadqiqotlar ko‘rsatdiki, 2020-yilgacha, ya‘ni global koronavirus pandemiyasi avj olgunga qadar O‘zbekistonda turizm sohasini rivojlantirish va uning mamlakat iqtisodiyoti ko‘rsatkichlari yaxshilanishini ta‘minlashga qo‘shgan hissasi bo‘yicha ijobiy dinamika kuzatildi. Bunga hukumatimiz tomonidan turizm salohiyatini yanada yuksaltirish borasida ko‘rilayotgan chora-tadbirlar xizmat qildi.

2. Mamlakat hududidagi mavjud salohiyat turizm va rekreatsiya sohasini xalqaro miqyosda qulay rivojlantirishga xizmat qiladi. O‘zbekiston katta tabiiy-iqlim va tarixiy-madaniy resurslarga ega. Biroq ularning ba‘zilari tartibsiz ravishda o‘zlashtiriladi. Bundan tashqari, turizm sohasini rivojlantirish uchun resurslar geografik jihatdan notekis joylashganligi sababli ularni rivojlantirish tabaqalashtirilgan yondashuvni talab qiladi.

3. Respublikaning bir qator viloyatlari salohiyatidan to‘liq miqyosda foydalanish turizm infratuzilmasi, shuningdek, institutsional muhit rivojlanmaganligi (salohiyati yuqori bo‘lgan hududlarda ham zaif investitsiyaviy faollik) bilan cheklanib qolmoqda.

4. Turizm industriyasi rivojlanishining miqdoriy ko‘rsatkichlari uning imkoniyatlaridan foydalanish tendensiyalarini va o‘tgan yillardagi nisbiy o‘shishini



aks ettiradi. So‘nggi yillarda ushbu tarmoq jadal va barqaror sur‘atda rivojlanib bormoqda, buni turizmning respublika iqtisodiyotiga bevosita, bilvosita va induziyali hissasi ko‘rsatkichlari ham tasdiqlaydi. Bunday tahlilning afzalliklari shundan iboratki, u turizm sohasining mamlakat iqtisodiyotidagi iqtisodiy ahamiyatini har tomonlama baholash, uning turizm salohiyatidan foydalanish, shuningdek, turizmning mamlakat yalpi ichki mahsulotini shakllantirish va umuman jahon iqtisodiyotiga qo‘shgan umumiy hissasi to‘g‘risida ishonchli ma‘lumotlarni olish imkonini beradi.

5. Biz Kpoema rasmiy saytidan olgan 2007-2019-yillar uchun dunyo atlasida ma‘lumotlari ko‘rsatkichlariga muvofiq, O‘zbekiston YaIMga turizmning qo‘shgan hissasi joriy narxlarda 3984 mlrd. so‘mni tashkil qildi, bu 2007-yilga nisbatan 12 baravar ko‘pdir.

6. Statistika ma‘lumotlari tahlili boshqa ko‘rsatkichlar natijalarining ham o‘rish tendensiyasini ko‘rsatdi. Xususan, tadqiq etilayotgan davr mobaynida O‘zbekistonda turizm xizmatlari eksporti 3 barobarga, turizmga band bo‘lganlar soni esa 1,5 barobarga oshdi, mehmonxonalar, restoranlar, turoperatorlar, aviatashuvchilar va kompaniyalar koronavirus pandemiyasi tufayli o‘z faoliyatini muddatsiz to‘xtatgan 2020-yil haqida bunday deb bo‘lmaydi.

7. Ichki turizmning rivojlanishini quyidagi yo‘nalishlar bo‘yicha rag‘batlantirish maqsadga muvofiq:

a) turizm mahsuloti sotishni rag‘batlantiruvchi, chegirmalar, bonuslar taqdim etish, aksiyalar o‘tkazishni nazarda tutuvchi turli tadbirlar o‘tkazish;

b) fuqarolarning ayrim toifalariga turizm xizmatlari ko‘rsatishga yo‘naltirilgan manzilli turizm mahsulotlarini sotish;

v) turizm-rekreatsion klasterlari doirasida mintaqada tovar va xizmatlar ishlab chiqaruvchi ko‘plab ishtirokchilarning kiritilishi tufayli turizm mahsulotlarini yaratish zanjirlaridagi bo‘g‘inlar soni ko‘payishi;

g) respublikamiz viloyatlari turizm xizmatlarini ularning aholisi, shuningdek, yaqin va uzoq xorij mamlakatlari va aholisi o‘rtasida targ‘ib qilish bo‘yicha kampaniya o‘tkazish.

### **III bob. O‘ZBEKISTONDA TURIZM SALOHIYATINI RIVOJLANTIRISHNING USLUBIY YONDASHUVI VA PROGNOZLARI**

#### **3.1-§. Ichki turizmning innovatsion shakllarini rivojlantirish**

Jahon amaliyotiga ko‘ra, har bir davlatning iqtisodiy rivojlanishi hozirgi sharoitida innovatsiyalar, resurstejovchi texnologiyalar va inson salohiyatidan samarali foydalanish farovonlik va ishlab chiqarish omillarining eng muhim manbalaridan hisoblanadi. O‘zbekiston ham bundan mustasno emas. Bunday sharoitda aholining turmush sifati mamlakat va uning hududi ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishiga, shu jumladan dam olish darajasi, uning sifati, qulayligi va muntazamligiga bog‘liq.

Butun dunyoda iqtisodiyotning turizm sohasi o‘zini mamlakatning iqtisodiy taraqqiyoti va gullab-yashnashiga xizmat qiluvchi, jadal rivojlanayotgan soha sifatida namoyon etmoqda. Biroq turizm sohasining barqaror rivojlanishiga asoslangan turizm salohiyatidan samarali foydalanishga tayangan mamlakatlardagina rekreatsion resurslardan foydalanishning iqtisodiy samarasi uzoq muddatli va barqaror bo‘ladi. Bu quyidagi ijtimoiy-iqtisodiy va ekologik natijalar: mamlakatning tabiiy va tarixiy-madaniy merosini saqlash, mahalliy aholining hayot sifatini oshirish bilan birga keladi.

Ekologiya muvozanatli holatda bo‘lishi yoki hatto yaxshilanishi va tabiiy rekreatsiya resurslari yil davomida tiklanishi kerak. Aks holda, iste‘molchilarning turizm va rekreatsion salohiyatidan foydalanishga munosabati va malakali tarmoq boshqaruvi mavjud emasligi bilan, dam oluvchilar oqimlari ruxsat etilgan yuklarga muvofiq cheklanmaganda, tarmoq infratuzilmasi foydalanishdan maksimal foyda olish maqsadida ushbu oqimlarga moslashib olganda iqtisodiyotning bu salohiyati faqat vaqtinchalik samara beradi. Keyin ijtimoiy-iqtisodiy va ekologik tanazzulga uchraydi.

Bunga tabiiy va tarixiy-madaniy meros yo‘qolib borayotgani, sayyohlik oqimlari va tarmoq daromadlari kamayib, aholining turmush sifati pasayib borayotgani sabab bo‘lmoqda. Bularning barchasi ushbu sohaning iqtisodiy tarkibiy qismining rivojlanishi pasayishiga olib keladi. Bunday ssenariyning oldini

olish uchun ilmiy asoslangan metodologik asoslar, shuningdek, mamlakat ichida sayyohlik va rekreatsion salohiyatdan innovatsion foydalanish bo'yicha amaliy tavsiyalar zarur.

O'zbekistonda turizm sohasi strategik jihatdan muhim va ustuvor hisoblanadi. Turizm sohasini 2025-yilgacha rivojlantirish yo'nalishlari tegishli Konsepsiyada [10] bayon qilingan bo'lib, u qulay iqtisodiy shart-sharoitlarni yaratish, ichki turizmni jadal rivojlantirish uchun ustuvor maqsad va vazifalarni ishlab chiqish, uning roli va ijtimoiy sohadagi hissasini oshirish, iqtisodiyotni diversifikasiya qilish va ko'rsatilayotgan xizmatlar sifatini oshirish, shuningdek, mamlakatda turizm infratuzilmasini takomillashtirish bo'yicha amalga oshirilayotgan islohotlar samaradorligini oshirishga qaratilgan. U ustuvor yo'nalishlar qatorida vazifalardan biri ijtimoiy, madaniy, ma'rifiy, ekologik, etno-madaniy, ziyorat va qishloq turizmi dasturlarini ishlab chiqish va amalga oshirish hisoblangan respublikada turizm xizmatlariga ehtiyojni qondirishga yo'naltirilgan turizm subyektlari faoliyatini rag'batlantirishni ta'minlovchi ichki turizmni rivojlantirishni aks ettiradi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M.Mirziyoyev 2022-2026-yillarga mo'ljallangan yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasida "O'zbekiston bo'ylab sayohat qiling!" dasturi doirasida mahalliy sayyohlar sonini 12 million nafardan oshirish hamda respublikaga tashrif buyuruvchi xorijiy turistlar sonini 9 million nafarga yetkazish va turizm sohasining rivojlanishini strategik maqsadlardan biri sifatida belgilab berdi [18].

Bugungi kunda turizmning ziyorat, ma'rifiy, ekologik, etnografik, gastronomik, sport, davolash-sog'lomlashtirish, qishloq, sanoat, ishbilarmonlik va boshqa innovatsion turlari mahalliy sayohatchilar tomonidan faollik bilan qabul qilinmoqda. Masalan, respublika fuqarolarining faol dam olishini tashkil etish (shaharda yurish, terrenkur, trekking va xayking), kasallanish darajasini, shu jumladan yurak xastaliklarini kamaytirishni nazarda tutuvchi "piyoda turizm marshruti" loyihasi amalga oshirilmoqda.

Fikrimizcha, hozirgi sharoitda sayyohlar va ularga xizmat ko'rsatuvchi xo'jalik yurituvchi subyektlar uchun belgilangan karantin choralari shart-sharoitlaridan kelib chiqib, turizm sohasida turistlarning ehtiyojlarini sifat va miqdor jihatidan qondira oluvchi turli xil yangi innovatsion yondashuvlarni shakllantirish va amalga oshirmasdan yirik shaharlar va qishloq joylarda turizm salohiyatini to'liq ro'yobga chiqarish mumkin emas.

Shuni e'tiborga olgan holda, ishning ushbu bo'limida biz ichki turizmning yangi innovatsion shakllarini tashkil etish uchun O'zbekiston hududlarining sayyohlik salohiyatidan foydalanish yondashuvlarini aniqladik. Koronavirus pandemiyasi va uning oqibatlari respublikaning mavjud sayyohlik salohiyati ichki sayohat uchun yangi innovatsion yo'nalishlarni joriy etish va shu bilan ichki turizmni rivojlantirish imkonini beruvchi boshlang'ich nuqtadir.

Mazkur turizm sohasi innovatsion faoliyatni o'rganish uchun juda keng imkoniyatga ega, chunki u murakkab tarmoqlararo ijtimoiy-iqtisodiy tizimni ifodalaydi. Turizmning bu turi nafaqat yangi mahsulot yoki xizmatni yaratadi, balki boshqaruvning boshqa sohalarida joriy etilgan yangiliklardan ham foydalanadi. Turizm sohasidagi yangi innovatsion mahsulotlar O'zbekistonning ma'lum bir hududida ichki turizmni rivojlantirish muammolarini hal qilishga yordam berishi kerak.

Iqtisodiy adabiyotlarni o'rganish ko'rsatdiki, yangi innovatsion mahsulotlarni ishlab chiqishda ichki turizm salohiyatidan foydalanish sohasidagi tadqiqotlarning o'ziga xos xususiyatlari asosan qo'llaniladi. Buning sababi shundaki, umumiy tamoyil va usullar butun turizm sanoatining tashrif buyuruvchilar va mahalliy sayyohlarga qaratilgan masalalarini amaliy hal qilishga yo'naltirilgan. Shu sababli, bugungi kunda ushbu sohada turli xil loyiha yechimlarini amalga oshirish dolzarb yo'nalish hisoblanadi. Masalan, bugungi voqelikka muvofiq uning mavjud an'anaviy shakllarini takomillashtirish. Respublikada mavjud iqtisodiy, tabiiy va madaniy salohiyatdan samarali foydalanish va yangi innovatsion turizm mahsulotlarini yaratish va targ'ib qilish jarayonini faollashtirish masalasi muhim ahamiyatga ega.

Bugungi kunga qadar ilmiy nashrlarda innovatsiyalarni ko‘rib chiqishga bag‘ishlangan ko‘plab ishlar mavjud. Mahalliy mualliflar B.A.Begalov, B.A.Bobojonov [50], N.S.Dehqonova [65], M.L.Mitrushovaning [88] maqolalarida innovatsiyalarning xususiyatlari, ularning turlari ko‘rsatilgan, O‘zbekistonda innovatsion jarayonlarning rivojlanish tendensiyalari yoritib berilgan.

Rossiyalik muallif E.V.Pecherisaning fikricha [99], innovatsiyalar “turizm xizmatlarini to‘liq yangilashga qaratilgan tashkiliy-iqtisodiy, ilmiy tadqiqot, texnologik va boshqa chora-tadbirlar tizimi, xususan, iqtisodiy, ijtimoiy yoki boshqa samaraga erishish uchun uni amalga oshirish va rag‘batlantirish mexanizmini ifodalaydi”. Turizm sohasidagi innovatsion faoliyatning asosiy yo‘nalishlari O.V.Chabanyuk tomonidan «ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ В ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ» nomli monografiyada [129] belgilab berilgan. Uning fikricha, turizm sohasidagi innovatsion faoliyatning o‘ziga xosliklari nafaqat turizm xizmatlarining xususiyatlari, balki ularning iste‘molchilari va ishlab chiqaruvchilarining o‘ziga xos xususiyatlari bilan ham belgilanadi.

A.D.Chudnovskiy, M.A.Jukova, A.V.Kormishova [130] sayyohlar uchun qiziqish uyg‘otadigan obyektlarni sanab o‘tgan bo‘lib, shu jumladan tabiatdagi diqqatga sazovor joylarni (o‘simlik va hayvonot olami, tabiiy landshaftlar), qadimiy san‘atning moddiy yodgorliklarini (diniy binolar, haykaltaroshlik, freskalar), xalqlarning zamonaviy turmush tarzi, zamonaviy arxitektura, shaharsozlik san‘ati, muzeylar va teatrlar alohida o‘ringa ega.

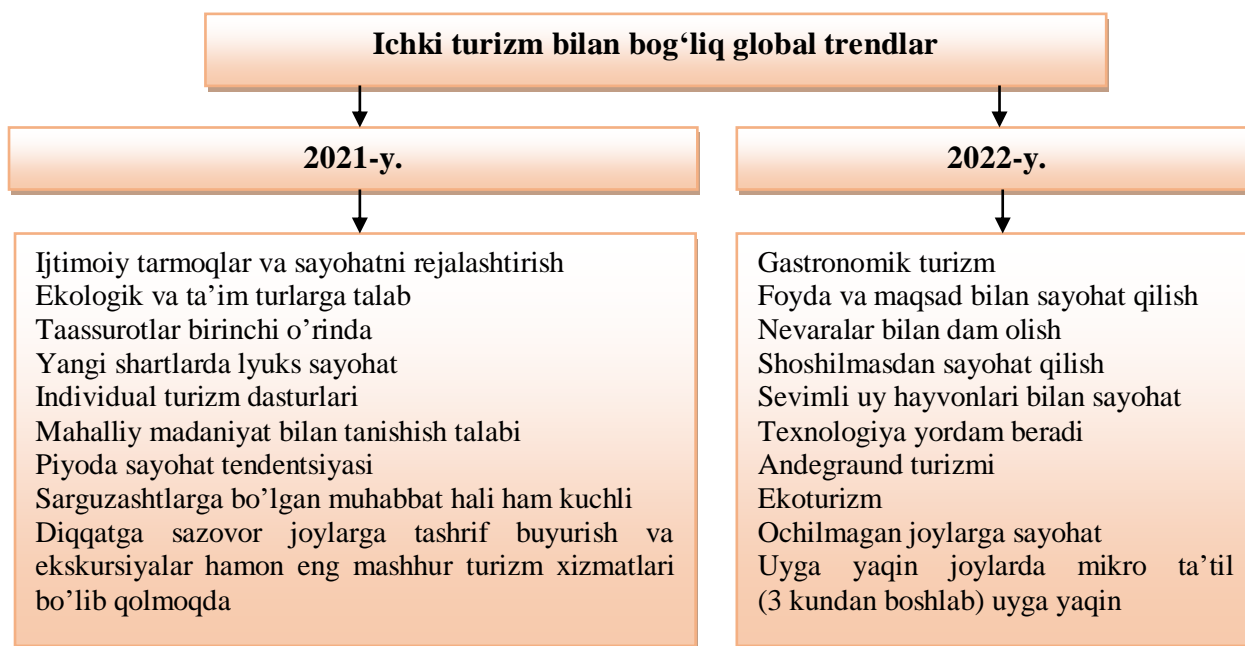
Ko‘plab mualliflar ichki turizmni rivojlantirish bo‘yicha o‘z tadqiqotlarida turizm bozorining barcha ishtirokchilarining innovatsion shakllari, biznes texnologiyalari (shu jumladan turli xil turizm loyihalari), shuningdek, iste‘molchilarning xatti-harakatlari o‘zgarishi to‘g‘risida taxminlar qiladilar [48, 64]. So‘nggi ikki yil ichida iqtisodiy nashrlarda pandemiya sayyohlik mahsulotlarini sotishga mavjud yondashuvlarni qayta ko‘rib chiqish imkonini beradi, innovatsiyalar va sanoatni raqamlashtirishni rag‘batlantiradi, degan fikr mavjud. Bugungi kunda turizm industriyasi “eng kuchlilar omon qoladi”gan tabiiy tanlanish tamoyili asosida ishlaydi [73].

So‘nggi yillarda ichki turizmni rivojlantirish tendensiyalarini tahlil qilish qiziqarli holatni aniqladi, chunki turizmdagi ba‘zi sohalar va tadbirlar ma‘lum

shaklda takrorlanadi, ammo boshqa innovatsion shakllarning rivojlanishiga hissa qo‘shuvchi yangi manfaatlar paydo bo‘ladi. 2021 va 2022-yillarda sayyohlik tendensiyalaridagi o‘zgarishlar sharhlar bo‘yicha umumlashtirildi va 3.1-rasmda keltirildi.

**3.1-rasm.**

**Ichki turizm bilan bog‘liq global trendlar<sup>33</sup>**



O‘zbekistonda ham mahalliy, ham xorijlik sayyohlar sonini ko‘paytirish vazifasini amalga oshirish maqsadida “yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasi”[18]ga muvofiq, bir qator vazifalar, jumladan, mamlakatimizda to‘siqsiz turizm infratuzilmasini joriy etish belgilangan, mamlakatning asosiy turizm shaharlari, turizm va madaniy meros obyektlari infratuzilmasini rivojlantirish ulardan samarali foydalanish davlat dasturida qabul qilinadi. Bundan tashqari, Zomin, Forish, Baxmal tumanlari va “Aydar-Arnasoy” ko‘llar tizimida qo‘shimcha turizm zonalari va dam olish maskanlarini barpo etish rejalashtirilgan.

Qoraqalpog‘iston Respublikasi va Orol bo‘yida, Navoiy viloyatida ekoturizm rivojlantiriladi, shuningdek, respublikada ziyorat turizmini rivojlantirish salohiyati samarali amalga oshiriladi. Ushbu rejalarning 2022-2026-yillar davomida amalga oshirilishi respublikada mavjud turizm turlarini

<sup>33</sup> Manba: muallif tomonidan olib borilgan tadqiqotlar asosida ishlab chiqilgan.

takomillashtirish, shuningdek, mamlakat hududlarida ularning yangi shakllarini rivojlantirishga xizmat qiladi.

Bugungi kunda koronavirus keltirib chiqargan mavjud sharoitlar milliy turizm industriyasiga aholini o‘z mamlakati salohiyati bilan tanishtirish imkonini bermoqda.

Hozirgi pandemiya sharoitida butun respublika yoki uning mintaqalaridan biriga tegishli bo‘lgan ichki turizmga e‘tiborning o‘zgarishi yangi takliflar, yo‘nalishlar, jumladan, kompleks va mualliflik turlarini ishlab chiqish bilan hamroh bo‘lmoqda. “O‘zbekiston buylab sayohat qiling!” ichki turizmni rivojlantirish dasturini amalga oshirish doirasida respublika hududlarida turizm zonalari va tog‘- turizm klasterlarini tashkil etish ichki turizmni rivojlantirishda alohida o‘rin tutadi [20].

Ularni respublikaning muayyan mintaqasi hududida joylashtirishning asosligi va iqtisodiy maqsadga muvofiqligi, muhandislik kommunikasiyalari bilan ta‘minlash, ularni moliyalashtirish va soliq solish manbalarini, investorlarga berilgan imtiyozlarni belgilagan holda turizm obektlarini qurish loyihalarini amalga oshirishga alohida e‘tibor qaratilmoqda.

So‘nggi yillarda O‘zbekistonda an‘anaviy mehmonxonalardan voz kechilib, turli muqobil variantlarni taklif qilishga qaratilgan mehmonxonalar soni tobora ko‘payib bormoqda. Turizmga mahalliy aholining uylarida yashash imkoniyati ommalashmoqda. Turistlarni mahalliy aholi bilan birga mahallalarga joylashtirish amaliyoti yangilik emas, u o‘zgacha texnologik va ijtimoiy bazaga asoslangan.

Oxirgi yillarda mahalliy oila bilan birgalikda yashashni taklif qiluvchi tashkillashtirilgan sayohatlar tobora ommalashib bormoqda, chunki u mahalliy madaniyat, turmush tarzi bilan tanishish, ernaing lazzatlarini his qilish va kishilar bilan uchrashishning eng yaxshi usulini taklif qiladi. Bundan tashqari, oilalar bilan birgalikda yashash oilaviy ta‘til va sayohatlar paytida mashhurdir.

Bularning barchasi shuni tasdiqlaydiki, turist boshqa mamlakatlar xalqlarining madaniyati, urf-odatlarini va an‘analari bilan ekskursiyalar orqali emas, balki mahalliy aholi bilan birgalikda yashash orqali tanishadigan nostandart sayohatlar respublikamizda ichki turizmning yetakchi yo‘nalishlaridan biri

hisoblanadi. Shaxslarni turizm sayohati maqsadlariga ko‘ra joylashtirish tuzulmasi 8-ildavda ko‘rsatilgan.

Bunday shaklning respublikada joriy etilishiga etnik turizmni misol qilib keltirish mumkin. Bunday turizm orqali mahalliy urf-odatlar, marosimlar, an’analar, turmush tarzi, maishiy hayoti, milliy taomlari bilan tanishish amalga oshiriladi, mahalliy xalq amaliy san’ati mahsulotlari sotiladi. Buni O‘zbekistonda amalga oshirishda aholi o‘rtasida turizmni rivojlantirishga olib keluvchi “turizm shaharchasi”, “turizm mahallasi” va “turizm ovuli” maqomiga ega aholi punktlari reestrini kengaytirish vazifasi eng dolzarb bo‘lib turibdi.

Albatta, tegishli shart-sharoit va infratuzilma mavjud bo‘lgan joyda turizm xizmatlarini ichki turizm bilan “import o‘rnini bosish” mumkin. Ko‘p narsa turizm xizmatlari taklif tomonining javobi; xizmat ko‘rsatish narxi va sifatining nisbati; pandemiyadan keyingi uy xo‘jaliklari daromadlari dinamikasi; iste’molchilarning o‘z milliy ichki turizm yo‘nalishlarga o‘tishga tayyorligi omillariga bog‘liq. Bu jarayonlarning rivojlanishi, shuningdek, qimmat bo‘lmagan dam olish variantlariga talab ortishi bilan belgilanadi.

Bundan tashqari, turizmning yangi innovatsion shakllarini ishlab chiqish va amaliyotga tatbiq etish uchun mahalliy aholi va turistlar bilan doimiy asosda axborotlashtirish ishlarini olib borish muhim ahamiyatga ega. Bular jamoatchilik bilan aloqalar yoki PR faoliyati orqali erishilishi kerak bo‘lgan asosiy maqsadli auditoriyalardan ba’zilaridir. Jamoatchilik bilan bunday muloqot alohida PR dasturi doirasida amalga oshirilishi mumkin. Qanday bo‘lmasin, PR tadbirlarini oldindan rejalashtirish vaqti juda muhimdir.

Shuningdek, individual, masalan, yangi yoki noyob turizm mahsulotlari uchun PR rejalarini (hech bo‘lmaganda minimal vositalar to‘plami bilan) ishlab chiqish tavsiya etiladi. Mahalliy aholi, turistlar va boshqa guruhlar jamoatchilik bilan aloqalar nuqtai nazaridan bir xil darajada muhim, chunki ular axborotni tarqatishda vositachi bo‘lishlari mumkin (masalan, mahalliy hokimliklar), ularning vakillari esa turizmning yangi innovatsion turlarini rivojlantirish bo‘yicha mutaxassislardir (masalan, NNT).



Shunday qilib, innovatsion turizm mahsuloti joriy etilayotgan hududda jamoatchilikning boshqa guruhleri orasida quyidagilar: mahalliy va Markaziy hokimiyat organlari; mintaqa aholisi; nodavlat notijorat tashkilotlari; ta'lim tashkilotlari; ommaviy axborot vositalari (bu nafaqat siz hamkorlik qilishingiz kerak bo'lgan asosiy aloqa auditoriyasi, balki yuqoridagi barcha guruhlarga ma'lumotlarni yetkazishingiz mumkin bo'lgan muhim aloqa kanali)ni ajratib ko'rsatish mumkin.

PR-rejalashtirishda asosiy qadamlar quyidagilardan iborat: maqsad va vazifalarni aniqlash; SWOT-tahlil (axborot ishi borasida hududning kuchli va kuchsiz tomonlarini, tashqi muhit imkoniyatlari va tahdidlari nuqtai nazaridan tahlil qilish); maqsadli auditoriyalarni, ularning tegishli axborot tarqatish kanallari va vositalarini (faoliyat turlarini) aniqlash; maqsadli auditoriyalar, kanallar, vositalar, muddatlar, kutilayotgan natijalar, shuningdek, har bir natija uchun miqdoriy va sifat ko'rsatkichlarini ko'rsatgan holda ish rejasini tuzish.

Mahalliy jamoalar va sayyohlar hududlarning PR faoliyati uchun teng maqsadli guruhlar bo'lishiga qaramay, ular bilan axborot o'zaro aloqada boshqacha yondashuv taklif etiladi.

Mahalliy aholi bilan axborot ishlari faqat mavjud yoki ishlayotgan boshqaruv rejalari doirasida turizmning innovatsion turini rivojlantirish jarayonida jamiyat ishtirok etgan taqdirdagina samarali bo'lishi mumkin. Aks holda, mahalliy hamjamiyatning turizm singari tadbirlarda ishtirok etishi uchun hech qanday rag'bat bo'lmaydi. Bunday holatda, doimiy xabardor qilish quyidagi yo'llar bilan amalga oshirilishi mumkin:

muntazam yig'ilishlar va shunga o'xshash uchrashuvlar (ulardan birida, masalan, turizmning yangi turini rivojlantirish va turistlar bilan o'zaro munosabatlarga oid qoidalar to'plami birgalikda muhokama qilinishi va qabul qilinishi mumkin);

oqsoqollar yoki jamoalarning boshqa vakolatli vakillari orqali;

muayyan hudud ma'muriyati binolaridan biri axborot stendlari va axborot materiallari (yirik aholi punkti holatida);

turizmning ushbu turini rivojlantirishga qaratilgan trening va seminarlar;

tabiatni asrash bo'yicha tadbirlarda ishtirok etish.

Mahalliy hamjamiyat vakillarining turizmni rivojlantirish bo'yicha tadbirlarda ishtirok etish motivasiyasini oshirish uchun quyidagilar o'tkazilishi mumkin: keyinchalik PR-materiallarga kiritish maqsadida mahalliy aholi o'rtasida mahalliy afsona va rivoyatlar tanlovi; turistning ma'lum bir joyda bo'lgan vaqtini eslash uchun biror narsa qoldiradigan an'anani birgalikda rivojlantirish.

Ma'lumotlar berish, yoki boshqacha aytganda, xabardor qilish mahalliy aholi vakillarining quyidagi ehtimoliy savollariga javoblarni o'z ichiga olishi kerak: innovatsion turizmning yangi turi boshqa turizm turlaridan qanday farq qiladi; turizmning yangi turini rivojlantirishdan aholi punkti qanday foyda oladi; ichki va xorijiy turist mintaqaga tashrif buyurishdan nimani kutadi; innovatsion turizmning yangi turida biznesni qanday boshlash kerak.

Turizmning innovatsion turi tashkil etilgan ma'lum bir hududning mahalliy hamjamiyatida jamoatchilik fikrini kuzatish uchun quyidagilar zarur: so'rovnomalar o'tkazish; ommaviy joyda takliflarni yig'ish uchun qutini tashkil etish. "Turistlar" maqsadli auditoriyasi qatoriga potensial turistlar ham kirgani uchun ular haqida axborot ishlarini olib borishda dastlabki xabardor qilish va joyida xabardor qilish bosqichlarini ko'rib chiqish maqsadga muvofiq. Ushbu bosqichlar doirasidagi harakatlar parallel ravishda amalga oshirilishi mumkin.

Dastlabki xabardor qilish. Ushbu bosqichda tarqatilgan ma'lumotlar potensial turistni qiziqtirishi kerak. Unga yo'naltirilgan materiallar tabiiy landshaftning o'ziga xosligi va dam olish xususiyatlari, asosiy xizmatlar tavsifi va ularning narxi haqida ma'lumotlarni o'z ichiga olishi kerak. Xorijlik turistlarga qaratilgan axborot quyidagi ma'lumotlarni ham o'z ichiga olishi kerak: mamlakat va unda qolish xavfsizligi, mahalliy madaniyat va tabiat, tashrif buyurish uchun yilning qulay vaqti, xizmatlar tavsifi va AQSh dollari yoki Yevrodagi narxi haqida; mahalliy aholi va hamkorlarning mas'uliyatli turizm tamoyillariga sodiqligi haqida; har bir faoliyat turlarini amalga oshirishni yoki agar mavjud bo'lsa, ma'lum joylarga tashrif buyurishni cheklash haqida; vegetarian turistlarni qabul qilishga tayyorlik haqida.

Kommunikasiya kanallari sifatida bunday byudjet uchun eng maqbul va axborot makonini rivojlantirishning hozirgi tendensiyalari bilan eng samarali, ya'ni Internet-resurslarga tobora ko'proq e'tibor qaratuvchi kanallar taklif etiladi.

Xulosa qilib ta'kidlaymizki, turizm mahsulotlarining yangi turlarini joriy etish turizm biznesiga aholining yangi qatlamlarini jalb etishga olib keladi. Shunday qilib, agroturizm kam daromadli aholiga kirish imkoniyati uchun jozibali bo'lishi mumkin. Etnoturizm xorijda yashovchi va ota-bobolarining yashash joylariga tashrif buyurishni istagan sobiq vatandoshlar uchun dolzarb bo'lishi mumkin.

Turizmning yangi innovatsion turlarini ishlab chiqish va joriy etish respublikalar ichida turizm xizmatlariga ehtiyojlarni qondirishga yo'naltirilgan turizm subyektlari faoliyatini rag'batlantirishni ta'minlab, ichki turizmni rivojlantirishga yordam beradi.

### **3.2-§. “Yashil turizm”ni rivojlantirish uchun turizm-rekreatsion salohiyatidan foydalanishda konseptual yondashuvlar**

Barqaror rivojlanish konsepsiyasining ishlab chiqilishi jahon hamjamiyatining atrof-muhit holati to'g'risidagi xavotirlari bilan bog'liq. Avvalo, iqtisodiy rivojlanishning atrof-muhit va kishilarga xavfli ta'siridan xabardorlik nafaqat alohida mamlakatlarda, balki jahon miqyosida ham yuzaga keldi. Biroq dastlab muammo asosan iqtisodiy rivojlanish jarayonida tabiatni muhofaza qilish manfaatlarini hisobga olish zarurati bilan bog'liq edi. Tabiiy resurslardan ortiqcha foydalanish va iqtisodiy rivojlanish natijasida kelib chiquvchi ifloslanish iqtisodiyotning o'ziga putur yetkazadi, uning moddiy-resurs bazasini yo'q qiladi va aholi farovonligini pasaytiradi.

O'zbekistonning barqaror rivojlanishi tabiiy va madaniy muhitni muhofaza qilishni ta'minlovchi, mahalliy aholining hayot sifatini yaxshilash, turistlarga yuqori xalqaro standartlarga javob beruvchi yashash sharoitlarini ta'minlaydigan o'z hududini rivojlantirishni rejalashtirishni o'z ichiga oladi. Mamlakatning aksariyat tumanlari va mintaqalarining mashhurligi ko'pincha atrof-muhitning tozaligi va mahalliy madaniyatning o'ziga xosligiga asoslanadi. Shu munosabat

bilan, faqat barqaror rivojlanishning asosiy tamoyillariga rioya qilgan holda, respublika “yashil” turizmni rivojlantirish muvaffaqiyatini ta’minlashi mumkin.

O‘zbekistonda noyob tabiat, turli landshaftlar (cho‘llar, tog‘lar, daryolar, ko‘llar, sharsharalar), noyob va yo‘qolib borayotgan o‘simlik va hayvonot dunyosi turlari, arxeologik topilmalar, paleontologik qoldiqlar, petrogliflar, O‘zbekistonda ekoturizmni rivojlantirish uchun noyob geologik obyektlar mavjud. Biroq o‘z-o‘zidan noyob tabiiy resurslar va madaniy merosni mamlakatda “yashil turizm”ning muvaffaqiyatli rivojlanishini ta’minlashning yagona va yetarli sharti deb hisoblash mumkin emas. Turizm-rekreatsion majmualar va mintaqaviy infratuzilmani rivojlantirish, ichki va kirish turizmini keng axborot bilan ta’minlash, xizmatlar sifatini oshirish va sohaga professional kadrlar va yuqori malakali mutaxassislarni jalb etish bilan birga ushbu resurslardan samarali va oqilona foydalanish o‘rta va uzoq muddatli istiqbolda turizm bozorining raqobatbardoshligini oshiradi.

O‘zbekiston Respublikasida 2019-2028-yillarga mo‘ljallangan biologik xilma-xillikni saqlash strategiyasi (6-bob, 7-band) [30] ekologik turizmni rivojlantirishni nazarda tutadi. Ushbu yo‘nalish, mazkur strategiyaga ko‘ra, bugungi kunda eng tez rivojlanayotgan va rentabellik nuqtai nazaridan juda istiqbolli yo‘nalishlardan biridir. Qolaversa, keyingi yillarda aholi o‘rtasida tabiiy bog‘lar, ayniqsa, yirik shaharlar yaqinidagi tog‘va tog‘oldi hududlaridagi dam olish maskanlariga talab yuqori. Ushbu hududlardan – “yashil” zonalardan foydalanish tez sur‘atlar bilan rivojlanib bormoqda va fuqarolarning an’anaviy ommaviy dam olish joylarida sezilarli rekreatsion yuklar bioxilma-xillik tarkibiga sezilarli ta’sir ko‘rsatmoqda.

Shu bois ham mazkur strategiyada mamlakatimizda “yashil turizm” faoliyat yuritishning tashkiliy mexanizmini yaratish bo‘yicha izchil chora-tadbirlarni amalga oshirish ko‘zda tutilgan. Avvalo, sohaning huquqiy asoslarini takomillashtirish, tegishli kadrlar tayyorlashni tashkil etish muhim ahamiyatga ega.

Bugungi kunda mahalliy turoperatorlar O‘zbekistonda ekoturizm dasturlarini shakllantirmoqda va amalga oshirmoqda. Jumladan, Nurota tog‘laridagi tog‘

qishloqlari, Zomindagi tabiat bog‘i, Buxoro ixtisoslashtirilgan “Jayron” pitomnigi, Amu-Buxoro kanali, To‘dako‘l ko‘li, Sarmishsoy darasi, “Yangiqazg‘on” oromgohiga tashrif buyurish. Qushlarni tomosha qilish, fotoov va botanika sayohatlari singari ekoturizm turlari sayyohlar orasida juda mashhur. O‘zining boy bioxilma-xilligiga ega O‘zbekiston ekoturizm sohasida ulkan salohiyatga ega. Masalan, Buxoro ixtisoslashtirilgan “Jayron” pitomnikiga tashrif buyurgan ekoturistlar 250 dan ortiq hayvon va o‘simliklar, 257 turdagi qushlar, 1200 turdagi umurtqasiz hayvonlar, 39 turdagi sutemizuvchilar, 20 turdagi sudralib yuruvchilar, 18 turdagi baliqlarni kuzatishlari mumkin.

O‘zbekistonda ayrim muhofaza etiladigan tabiiy hududlar negizida aholi va mehmonlarni keng xabardor qilish, ekologik ta’lim va turizmni rivojlantirishdan ko‘zlangan asosiy maqsad – axborot tashrif-markazlari tashkil etilgan va faoliyat yuritmoqda. Bunday markazlar tashrif buyuruvchilarni muhofaza etiladigan tabiiy hududlar bilan tanishtiradi, axborot kampaniyalari va mavzuli suhbatlar o‘tkazadi, ekologik yo‘laklar bo‘ylab sayohatlar, ma’ruzalar, audiovizual taqdimotlar tashkil etadi.

Tashrif markazining yana bir muhim vazifasi – tabiatni muhofaza qilish, ilmiy tadqiqot va ekologik ta’lim muassasalari sifatida muhofaza etiladigan tabiiy hududning o‘ziga xos xususiyatlari bilan bog‘liq ekologik ta’lim ishlarini tashkil etishdir. 2025-yilgacha bioxilma-xillik va ekotizim xizmatlarining iqtisodiy qiymatini baholash usullari ishlab chiqilishi, tasdiqlanishi va milliy darajada qo‘llanilishi kerak.

O‘zbekistonda ekotizim xizmatlarini iqtisodiy baholashga milliy yondashuvlarni ishlab chiqish bo‘yicha birinchi tajriba Flermonica “o‘rmon va bioxilma-xillikni boshqarish, shu jumladan atrof-muhit monitoring” loyihasi doirasida amalga oshirildi (2015). Turizm sohasida ekotizim xizmatlarini iqtisodiy baholashga metodologik yondashuvlar yil bo‘yi sayyohlar uchun ommabop yo‘nalish bo‘lgan Bildirsoy tajriba uchastkasi (Ugom-Chotqol milliy tabiat bog‘i) misolida sinovdan o‘tkazildi. Baholash natijalariga ko‘ra, Beldersoy turizm xizmatlarining umumiy iqtisodiy qiymati 1,3 mln. AQSh dollarini tashkil etdi. Shu

bilan birga, ushbu sohadagi ekotizim xizmatlarining umumiy iqtisodiy qiymati 6,3 mln. dollardan oshadi, chunki u tartibga soluvchi va qo‘llab-quvvatlovchi ekotizim xizmatlarini hisobga oladi [134]. Bildirsoy Ugom-Chotqol milliy bog‘ida ekotizim xizmatlarini iqtisodiy baholash amalga oshirilgan yagona tajriba hududi hisoblanadi.

Bunday baholashning asosiy maqsadi ekotizim xizmatlari, birinchidan, ma’lum bir qiymatga ega ekanligini, ikkinchidan, ularni iqtisodiy baholash usullari sharoitga qarab xilma-xil va o‘ziga xosligini, uchinchidan, ekotizim xizmatlarining turi va atrof-muhitdan foydalanish shartlarini o‘zgartirish to‘g‘risida qaror qabul qiluvchi shaxslar manfaatlariga bog‘liqligini ko‘rsatish edi.

Turistlar oqimi ko‘payishi bilan rekreatsion yuklama ta’siri ostida yashash muhitining buzilishi sodir bo‘ladi. So‘nggi 20 yil ichida rekreatsion zonalardan foydalanish, ayniqsa, tog‘oldi va tog‘li hududlarda shaharlar va boshqa aholi punktlariga yaqin joylashgan hududlarda jadal sur‘atlar bilan rivojlandi. Aholining an’anaviy ommaviy dam olish joylarida sezilarli rekreatsion yuklama o‘simliklar va hayvonlarning strukturasi sezilarli ta’sir ko‘rsatadi.

Aholining ommaviy dam olish joylarida turistlar oqimlarini tartibga solish uchun mamlakatning turli hududlarida ekoturizmni boshqarish va rivojlantirish strategiyasini ishlab chiqish zarur.

O‘zbekistonda turizmni ekologiyalash jarayoni bugungi kunda turizm yo‘nalishlari xavfsizligini ta’minlash, alohida turizm mahsulotlarining sifati va raqobatbardoshligini oshirish, mamlakatning ijtimoiy-iqtisodiy salohiyatini yuzaga chiqarishda muhim ahamiyat kasb etmoqda. Ekologik turizm asosan turistlarning turli tovar va xizmatlarni iste’mol qilishi bilan bog‘liq bo‘lgan va mamlakat turizm va rekreatsiya tizimining barcha elementlarining yetarli darajada ishlashini talab qiluvchi turizmga muqobil bo‘lishi mumkin va bo‘lishi kerak. Turizm sektorini ekologiyalash va ko‘kalamzorlashtirishning asosiy tarkibiy qismlari 3.2-rasmda ko‘rsatilgan. Biz olib borilgan tadqiqot natijasida “ekologiyalash” so‘ziga quyidagi ilmiy ta’rif berishni taklif qildik.

### Turizmda ekologizatsiya jarayoni<sup>34</sup>



Ekologiyalash turizm xizmatlari ko'rsatishda turizm-rekratsion resurslarining tabiiylik holati bardavomligi va ekologik barqarorlikni ta'minlash jarayonlari majmuasi.

Hozirgi kunda turizmni ekologiyalash davlat tomonidan real yordam va faol muvofiqlashtiruvchi ishtirokisiz mavjud bozor mexanizmlaridan foydalanish orqaligina amalga oshirilishi imkonsizdir. Davlatning faol ishtiroki davlat-xususiy sheriklikni (DXSh) shakllantirish katalizatori bo'lib, u barcha hokimiyat organlari, turizm biznesi, ilmiy va jamoat tashkilotlarining hududlarning turizm

<sup>34</sup>Manba: muallif tomonidan ishlab chiqilgan.

jozibadorligini oshirish, ichki va kirish turizmi borasida yirik loyiha va dasturlarini amalga oshirishda samarali hamkorlikni ta'minlaydi.

“Yashil turizm”dan foydalanishning foydali samarasiga faqat rejalashtirish va boshqarishga kompleks yondashuv bilan erishish mumkin.

Mahalliy miqyosda eng yuqori samaradorlikka turizm xizmatlari ko'rsatishga ixtisoslashgan geografik va funksional jihatdan tashkil etilgan “yashil” zonalar – funksional rayonlashtirishga muvofiq turizm, tabiiy, madaniy va etnografik hududiy ekoturizm majmualariga (zonalar guruhlariga) ajratish mumkin. Sayyog'lar oqimini oshirish, ushbu hududni obodonlashtirish hisobiga turizm mahsulotlari sifatini oshirishni ko'zda tutadi.

Turizm infratuzilmaning asosiy qismi turizm zonasida joylashgan bo'lib, faol rekreatsiya tadbirlari olib boriladi. Turistlarning tabiatni muhofaza qilish va madaniy-etnografik meros zonalariga kirishi cheklangan. Ularda, qoidaga ko'ra, mutlaqo himoyalangan yadrolar ajralib turadi. Shunday qilib, barqaror rivojlanish konsepsiyasi tamoyillaridan foydalangan holda “yashil” turizm nafaqat mavjud qiyinchiliklarni yengib o'tish, balki boshqa tarmoqlarni ham barqaror rivojlanish yo'liga olib chiqish imkoniyatiga ega bo'ladi. “Yashil turizm”ni rivojlantirish turizm salohiyatidan samarali foydalanish, tabiat va tarixiy-madaniy merosni muhofaza qilish, O'zbekiston hududlarini ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishga xizmat qiluvchi ekologik boshqaruv modellarining o'zgarishi bilan bog'liq.

Respublikada turizm sohasining ekologik rivojlanishini ta'minlash uchun ratsional yondashuvlar asosida turizm va rekreatsiya sanoatining barqaror raqobatdosh ustunliklarini shakllantirishga kirishish zarur. 3.3-rasmda turizm sohasini obodonlashtirish uchun turizm-rekreatsion salohiyatdan foydalanishning ratsional usullari ko'rsatilgan.

Ratsional rejalashtirish usullari turi yangi emas. Iqtisodiy adabiyotlarda ulardan 3 tasi ajratib ko'rsatiladi. Birinchidan, bu rejalashtirish bosqichi, shu jumladan rekreatsiya hududlaridagi obyektlarni rejalashtirish. Ikkinchidan, bu birinchi bosqich bilan bog'liq, ammo baribir rekreatsion hududlarda o'zining aniq xususiyatlari bilan ajralib turuvchi ekologik rejalashtirish, shundan keyin muayyan,



allaqachon loyihalashtirilgan obyektlarni qurish, ya'ni qurilish bosqichining o'zi keladi. Uchinchidan, "dam olish texnologiyasi"ni tashkil etish sohasida rejalashtirishning ratsional usullari.

Ishning ushbu bo'limi doirasida turizm-rekreationsion obyektini ekologik jihatdan oqilona qurilishiga olib keladigan rejalashtirishning ikkinchi usuli bilan bog'liq jihatlarni batafsilroq ko'rib chiqamiz<sup>35</sup>. Bunday obyektlarning barcha qurilish bosqichlari rekreationsion hududlarga qo'yiladigan ekologik talablarga, chunonchi, tabiiy-rekreationsiya resurslarini maksimal darajada asrash talabiga javob berishi kerak.

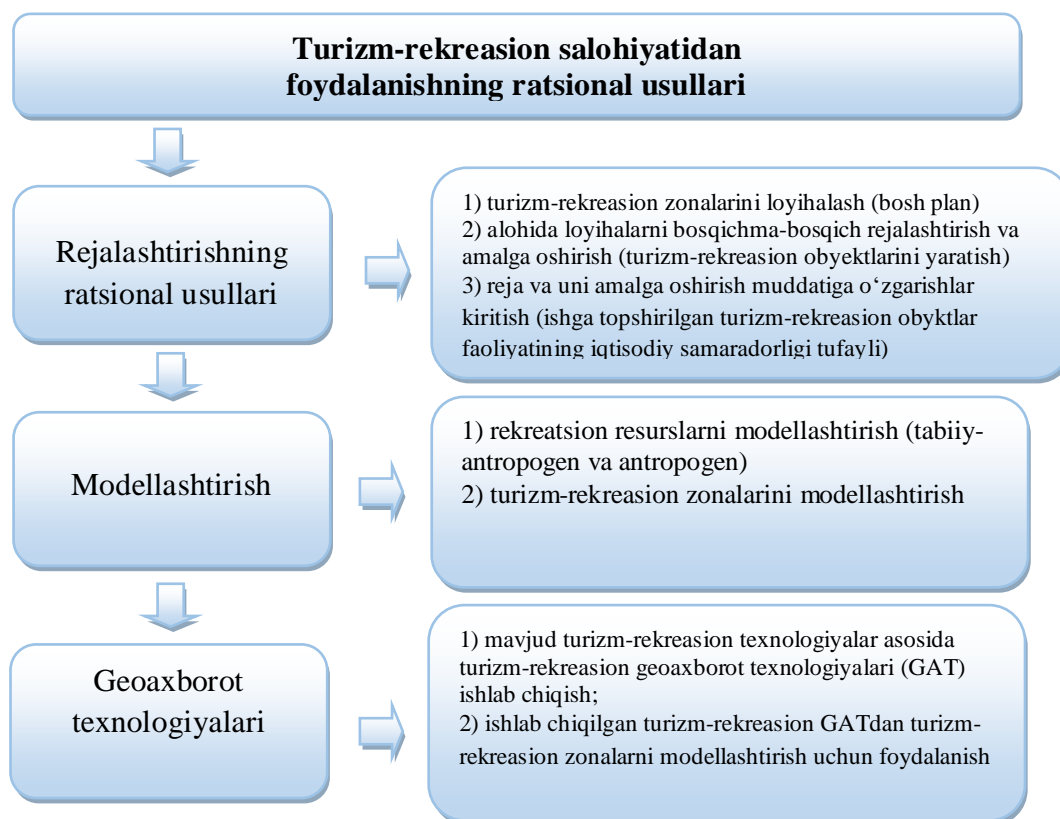
Har bir inshootni qurish har doim tabiiy ekologik muvozanat holatidan ma'lum bir og'ishlarni keltirib chiqaradi, ya'ni biosferaning barcha tarkibiy qismlariga antropogen ta'sirning kuchli omili hisoblanadi. Qurilish ishlab chiqarishning barcha me'yor va qoidalariga eng ehtiyotkorlik bilan rioya etgan holda ham mavjud tabiiy muhitning buzilishi muqarrar. Binobarin, turizm obyektini qurish uchun mamlakatning rekreationsion salohiyatidan foydalanish samaradorligi ko'p jihatdan atrof-muhitning buzilishiga moyil bo'lgan rekreationsion zonada rejalashtirish, keyinchalik qurish sifatiga bog'liq.

Litosfera va gidrosfera obyektlari qurilishning salbiy ta'siriga eng sezgir bo'lib, u o'simlik dunyosining – rekreatorlar uchun hududning jozibadorligini ta'minlovchi rekreationsion resursning yo'q qilinishida namoyon bo'ladi. Turizm va dam olish maskanlarini qurishda asosiy e'tibor atrof-muhitga minimal salbiy ta'sirni ta'minlovchi qurilish texnologiyalariga qaratilishi kerak. Integratsiyalashgan ekologik toza qurilish texnologiyasi tabiiy landshaftga ta'sirni cheklaydi va kelajakda mintaqada ekologik muvozanatni saqlashni ta'minlaydi. U quyidagilarga asoslangan ekologik toza turizm-rekreationsion majmuasi yaratishni nazarda tutadi: muayyan ekologik mezonlarga muvofiq qurilish sifatini optimallashtirish; tabiiy landshaft tarkibiy qismlariga texnogen yuklarni sifat va miqdor jihatidan minimallashtirish.

---

<sup>35</sup>Bu yerda va bundan keyin turizm-rekreationsion ob'ekt deganda turizm-rekreationsion kompleks, turizm va rekreationsion markaz tushuniladi.

### Turizm sohasini ko‘kalamzorlashtirish uchun turizm-rekreatsion salohiyatidan foydalanishning ratsional usullari<sup>36</sup>



Ekologik toza infratuzilma obyektlarini shakllantirishda turizm majmuasini muhandislik-ekologik ta’minlashning yuqori sifatli boshqaruv tizimini yaratish maqsadga muvofiq. Biz turizm va rekreatsion zonalar hududida tabiiy rekreasion resurslarni saqlashga yordam beruvchi qurilishning yagona uslubiy asoslarini sanab o‘tamiz. Turizm va rekreatsion obyektini muhandislik va ekologik ta’minlash quyidagilarni o‘z ichiga oladi:

- uy-joy qurilishi obyektlariga qo‘yiladigan ekologik asoslangan talablar;
- turizm-rekreatsion obyektini ekologik optimal loyihalashtirish vazifalari;
- ekologik yechimlarni ilmiy asoslangan ishlab chiqish;
- yuqorida aytib o‘tilgan muhandislik-ekologik qo‘llab-quvvatlashni har tomonlama tahlil qilish;
- ekologik xavfsiz qurilish ishlarini tashkil qilish tamoyillari;

<sup>36</sup> Manba: muallif tomonidan ishlab chiqilgan.

rekreatsiya hududida majmualarni qurishning vaqtinchalik va uzoq muddatli oqibatlarini miqdoriy baholash;

tabiatni oqilona boshqarish va tabiiy resurslarni muhofaza qilish vazifalari.

“Dam olish texnologiyalari”ni tashkil etishdagi innovatsiyalar xilma-xil bo‘lishi mumkin – texnologik va axborot innovatsiyalaridan tortib xizmatning yangi shakllari, zamonaviy turizm va rekreatsion infratuzilmaga qadar. Xususan, tajribalar ko‘rsatadiki, jahon turizm yo‘nalishlarining jozibadorligi ko‘p jihatdan ko‘ngilochar sektorning rivojlanish darajasi bilan belgilanadi. Bundan tashqari, an’anaviy ko‘ngilocharlik vositalari faol dam olish va yuqori bilim olish qiymatini o‘z ichiga olgan yangi shakllarga yo‘l ochmoqda. Gap rekreatsiyaning interaktivligi haqida ketayapti.

Agar dam olishni tashkil qilishning ushbu prinsipi uni tashkil qilishda hisobga olinsa, dam olish ancha samarali bo‘ladi. Ko‘ngilochar turizmning eng mashhur turlaridan biri mavjud shakllarning xilma-xilligi bilan ajralib turuvchi tematik parklar hisoblanishi mumkin. Umuman, ular ikki xil: fan va texnika yutuqlarini aks ettiruvchi zamonaviy parklar hamda mamlakat va mintaqalarning tarixiy, etnografik va madaniy o‘ziga xosligiga asoslangan tarixiy va madaniy yo‘nalishdagi parklar. Agar birinchi turdagi tematik parklarni tashkil qilish, qoidaga ko‘ra, jiddiy investitsiyalar bilan bog‘liq bo‘lsa, unda ikkinchi tur har doim ham bunday narsalarni o‘z ichiga olmaydi. Ikkinchi turdagi tematik parklar butun dunyoda barqaror mashhurlikka ega.

Biroq turizm sanoatining “yashil” rivojlanishidan sinergetik samara olish uchun respublikada turizm va rekreatsion ko‘p funksiyali majmua yaratishga intilish kerak [92]. Turizm va rekreatsion salohiyatdan samarali foydalanish strategiyasi mamlakatda mavjud rekreatsion resurslardan maksimal darajada foydalanish, tegishli yuqori darajadagi infratuzilmani shakllantirish orqali rekreatsion samarani oshirish, asosiy tibbiy xizmatlar, ovqatlanish, turar joy va boshqa xizmatlarga qo‘shimcha ravishda xizmatlarni differensiallashtirishga qaratilgan bo‘lishi kerak.

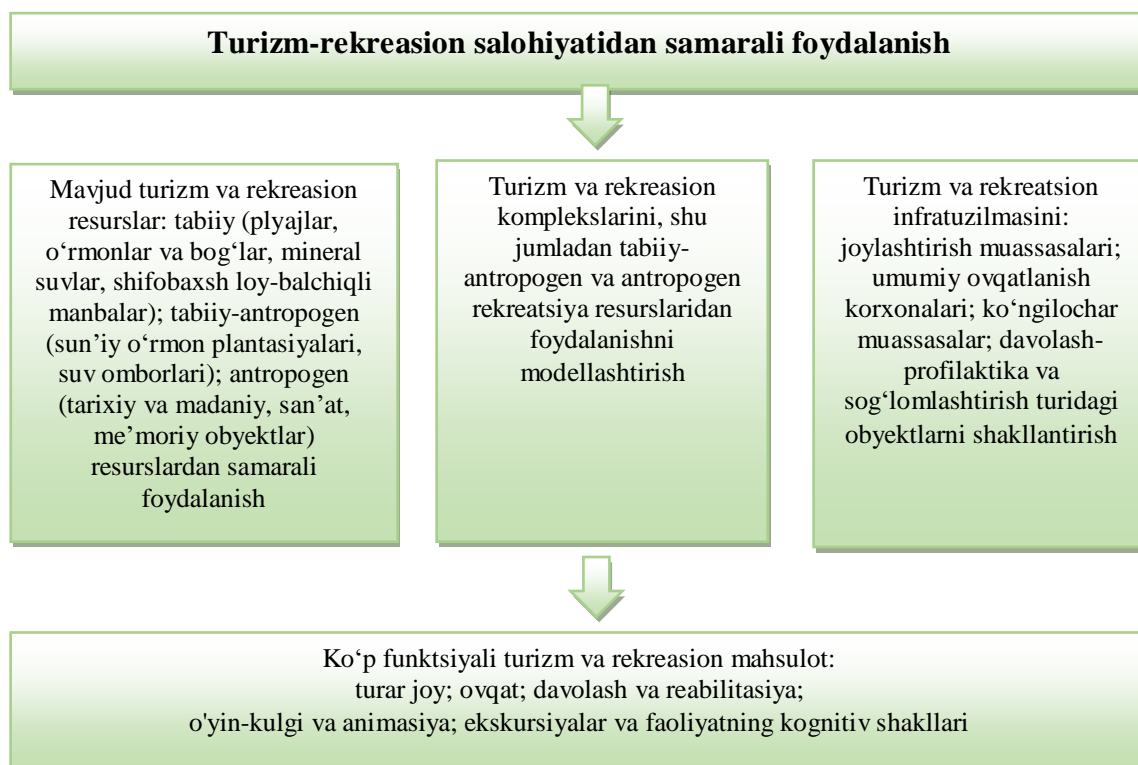
Turizm-rekreatsion sohasi an'anaviy ravishda geoaxborot texnologiyalar (GAT) qo'llanuvchi sohalardan biri hisoblanadi. Turizm-rekreatsion salohiyati katta bo'lgan va undan samarali foydalanishga asosiy e'tibor qaratiladigan mamlakatlarda xilma-xil vazifalarni bajarishga ko'maklashuvchi keng profilli amaliy geoaxborot tizimlar tashkil qilinadi. Ular qatorida quyidagilarni sanab o'tish mumkin: tabiiy turizm-rekreatsiya resurslari hamda tarixiy va madaniy yodgorliklar hisobi; rekreatsiya muassalari (joylashtirish va ko'ngilocharlik obyektlari, davolash-sog'lomlashtirish markazlari); turizm xizmati ko'rsatish korxonalar; turizm marshrutlar; turistlar oqimlari tahlili; turizm-rekreatsion zonalar rivojlanishini rejalashtirish (jumladan, infratuzilma shakllantirish).

Muhim jihat shundaki, bunday GATdan foydalanuvchilar doirasi turizm-rekreatsion sohasini rivojlantirishni rejalashtirish bilan shug'ullanuvchi ixtisoslashgan davlat turizm xizmatlaridan tortib, dam olish uchun mos joylarni topish va/yoki turizm marshrutlarini ko'rishni istagan oddiy fuqarolargacha juda keng.

Geologik parklar – so'nggi yillarda butun dunyoda soni ortib borayotgan muhofaza qilinadigan tabiiy hududlar turlari. Ular tabiiy va tarixiy boyliklarni asrab-avaylash va o'rganish, shuningdek, ekoturizm va rekreatsiya maqsadida tashkil etilgan. 9-ilovada O'zbekistonda tashkil etilgan 5 ta Geopark ko'rsatilgan.

GAT yaratish va turizm-rekreatsion sohasida qo'llashning afzalliklari katta. Biroq ularni ishlab chiqish, amalga oshirish va saqlash jarayonlari bir qator sabablarga ko'ra sekinlashmoqda. Birinchidan, bu texnik va moliyaviy muammolar. Metodologik xususiyatdagi yana bir muammoni ham ajratib ko'rsatish mumkin. Turizm va rekreatsion resurslari haqida ma'lumot to'plash murakkab va ko'p vaqt talab qiluvchi jarayon bo'lib, umume'tirof etilgan usullarning yo'qligi sababli bu resurslarni baholash qiyin. Bunda biz faqat multiplikasion samaradorligi ko'rishimiz mumkin. 3.4-rasmda rekreatsion salohiyatdan foydalanishning multiplikasion samaradorligi keltirilgan.

### Rekreatsion salohiyatdan foydalanishning multiplikasion samaradorligi<sup>37</sup>



Keling, ekoturizmni rejalashtirish va tashkil etishda mahalliy aholining ishtirokini ta'minlash bo'yicha yondashuvlarni sanab o'tamiz. Hozirgi kunda O'zbekiston hududlarining mahalliy aholisini ekologik turizmni amalga oshirish va shakllantirishga jalb etish bo'yicha biror-bir yondashuvni ajratib bo'lmaydi. Fikrimizcha, yondashuv turizm faoliyati amalga oshiriladigan yoki rejalashtirilgan muayyan sharoitlarga bog'liq holda belgilanishi kerak.

Respublika mintaqasi ma'lum bir hududining mahalliy aholisi bilan hamkorlikda ekoturizmni tashkil etish va boshqarishning quyidagi asosiy bosqichlarini ajratib ko'rsatishimiz mumkin (3.5-rasm).

1-bosqich. Tadqiqot, baholash va monitoring. Bugungi kunda ekoturizm faoliyatini tashkil etishda tadqiqot, baholash va monitoring o'tkazish usul va vositalariga oid ko'plab nashrlar chop etilgan.

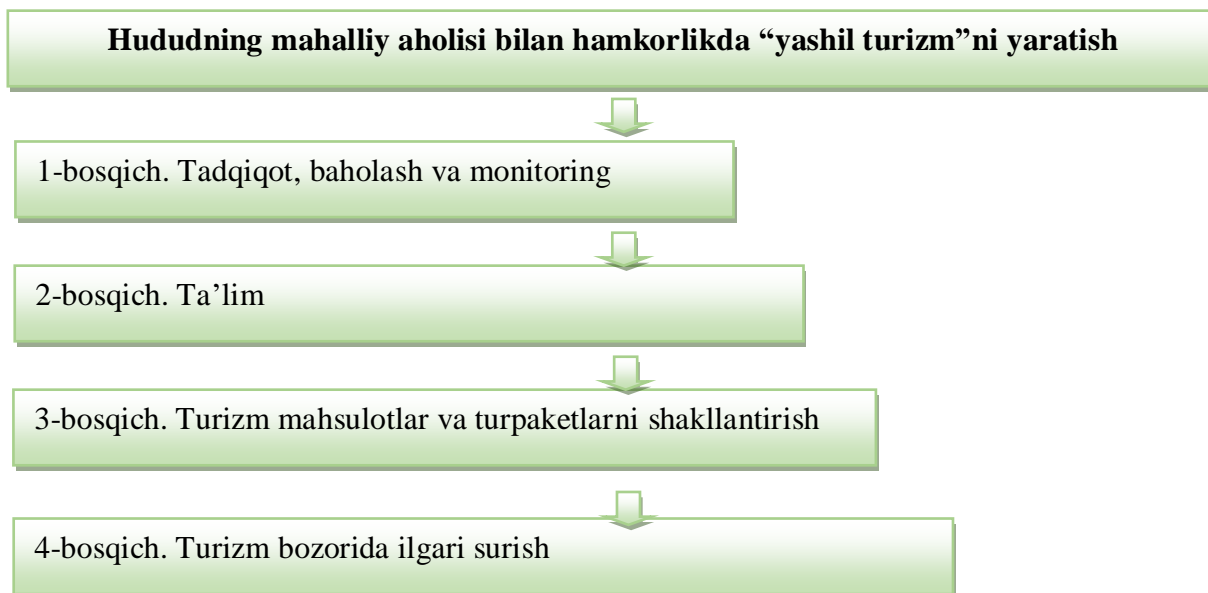
1.1. Hududning jozibadorligini baholash. Ekoturizm loyhasini boshlashdan oldin ekoturizmni rivojlantirish ko'rib chiqilayotgan hudud uchun istiqbolli yoki

<sup>37</sup> Manba: muallif tomonidan ishlab chiqilgan.

yoʻqligini, uning zarur resurslar va salohiyatga egaligini aniqlash zarur. Buning uchun hududning jozibadorligini baholash kerak.

**3.5-rasm.**

**Muayyan hududning mahalliy aholisi bilan hamkorlikda “yashil turizm”ni yaratish bosqichlari<sup>38</sup>**



1.2. Mahalliy aholi orasida manfaatdor tomonlarni aniqlash. Ushbu tadqiqot doirasida mahalliy aholi qanday xizmatlar koʻrsatishi mumkinligini, ular orasida manfaatdorar bor-yoʻqligini aniqlash kerak. Kerakli maʼlumotlarni olish uchun mahalliy hamjamiyatdagi ijtimoiy va iqtisodiy sharoitlarni oldindan oʻrganish kerak boʻlishi mumkin.

Sotsiologik soʻrovlar va yarim tarkiblangan intervyular ham jismoniy shaxslar, ham uy xoʻjaliklari, shuningdek, mahalliy hokimiyat organlari va tijorat kompaniyalari bilan asosiy usullar sifatida qoʻllanilishi mumkin.

Umuman, ularni shakllantirishda mahalliy aholi ishtirok etishi mumkin boʻlgan turizm mahsulotlarini quyidagicha koʻrsatish mumkin: mahalliy aholining uylari va mehmon uylari negizida turistlarni uy-joy bilan taʼminlash; turistlarning turar joylarida ovqatlanish va xizmat koʻrsatish; transport xizmatlari; suvenirilar, hunarmandchilik buyumlari va boshqa tovarlarni sotish; gidlar, turizm

<sup>38</sup> Manba: muallif tomonidan ishlab chiqilgan.

instruktorlari, ekskursovodlar xizmatlari; turistlarga madaniy-ko'ngilochar xizmatlar ko'rsatishni tashkil etish va hokazo.

Shu bilan birga, ekoturizm konsepsiyasi nafaqat ushbu hududga turistlar oqimi natijasida mahalliy aholining daromad yoki yangi ish o'rinlari olishini, balki uning iqtisodiy faoliyati ekologik barqarorlik talablariga javob berishi kerakligini, ya'ni hozirgi va kelajak avlodlarning ehtiyojlarini hisobga olgan holda atrof-muhitga zarar yetkazmaslikni taqozo etadi. Mahalliy aholi tomonidan tashrif buyuruvchi turistlarni suvenirlar va boshqa hunarmandchilik buyumlari bilan ta'minlash maqsadida noyob va yo'qolib ketish xavfi ostida turgan o'simlik va hayvonot dunyosi turlarini yo'q qilish ekoturizm uchun maqbul deb hisoblanmaydi. Aksincha, ekoturizm faoliyati mahalliy aholining atrof-muhitga salbiy ta'sirini kamaytirishi kerak.

1.3. Ehtiyojlarni baholash. Mahalliy aholi orasida manfaatdor tomonlar aniqlanganidan so'ng ekoturizm loyihasida ishtirok etish, masalan, mehmon uyi xizmatlari ko'rsatish istagida bo'lgan kishilar guruhi aniqlanadi. Keyin, to'liq axborot taqim etilganidan so'ng, mehmon uyi ishiga o'tishning mufassal rejasi tuzilishi lozim. Bunga qo'yiladigan talablar uyning egasi, u ega bo'lgan resurslar va mehmon uyi standartlariga javob berish uchun zarur resurslar orqali belgilanadi. Shuningdek, standartlarga rioya qilish, donorlar va investorlarni jalb etish imkoniyatlari ustida ish olib boriladi. Bunday ish ekoturizm loyihasida ishtirok etishni istagan barcha ishtirokchilarga tegishli.

2-bosqich. Ta'lim (o'quv-maslahat faoliyati). Bu bosqich mahalliy aholi orasida ekoturizm jihatlarini shakllantirishning ajralmas qismi hisoblanadi. Tavsiya etilgan ta'lim mavzulari quyidagilar bo'lishi mumkin: ekoturizm asoslari; tadbirkorlik asoslari; mehmondo'stlik asoslari; mehmon uylari faoliyati, keytering, narx shakllantirish; ijtimoiy loyihalarni boshqarish; turizm marketingi; turizm faoliyati asoslari; noyob turizm mahsuloti. 3.1-jadvalda ekoturizmni rivojlantirish uchun trening va konsalting yordami mavzulari ko'rsatilgan.

Shuningdek, quyidagi mavzularni ko‘rib chiqish tavsiya etiladi: turizm faoliyati asoslari; mehmondo‘stlik asoslari; ekoturizm marketing; noyob turizm mahsuloti.

### 3.1-jadval

#### Mintaqa hududida “yashil turizm”ni tashkil qilishda treninglarda (maslahatlarda) ko‘rib chiqiluvchi masalalar<sup>39</sup>

Trening/konsultasiya mavzulari	Ko‘rib chiqiluvchi asosiy masalalar
“Yashil turizm” asoslari	“Yashil turizm” tushunchasi, tamoyillari va zamonaviy konsepsiyasi; tamoyillarga muvofiqlik mezonlari; farqlar; “yashil turizm” ommaviyligining o‘shishi; “yashil turizm”dan potensial foyda; jamoaga asoslangan “yashil turizm” nima; “yashil turizm”ning xususiyatlari
Tadbirkor asoslari	Tadbirkorlikning belgilari va shakllari; davlat ro‘yxatidan o‘tkazish/patentlarni olish; hisobot va soliqqa tortish
Mehmon uylari ishi	Mehmon uyi nima; mehmon uylarining standartlari; qo‘shimcha xizmatlar ko‘rsatish va hokazo
Ovqatlanishni tashkil qilish	Ushbu treningni o‘tkazish uchun professional oshpazlarni jalb etish tavsiya etiladi
“Yashil turizm”ni tashkil etish asoslari	Tuzilma; asosiy qatnashchilar; daromadlarni taqsimlash; o‘zaro aloqa mexanizmlari
Narxning shakllanishi	Narx nimadan tashkil topadi; daromad, xarajat va foyda va hokazo. Ushbu trening davomida raqobatbardoshlik matrisasini ishlab chiqish va to‘ldirish orqali raqobatbardoshlik tahlilini o‘tkazish mumkin
Ijtimoiy loyihalarni boshqarish	Rivojlanish jamg‘armasi mablag‘laridan qay tarzda va qanday maqsadlarda foydalanish mumkinligi; loyiha nima; byudjet ishlab chiqish

3-bosqich. Turizm mahsulotlari va paketlarni shakllantirish. Turizm mahsulotini yaratishda asosiy masalalar quyidagilar hisoblanadi: u kim uchun mo‘ljallangan yoki kim uning asosiy iste‘molchisi hisoblanadi. Asosiy pozitsiya mijozlar ehtiyojini qondirish hisoblanadi. Mijoz to‘liq qondirilmasligi xavfi, turoperator mijozning talablariga javob beruvchi tadbirlarni (taassurotlarni) taqdim eta olmasligi bilan bog‘liq. Shuning uchun, va‘dalar berish va bajarish uchun turoperatorlar turistlar haqida bilishlari kerak: ularning so‘rovlari qanday va ular sayohatdan nimalarni kutadi.

Kompleks xizmatlar, ya‘ni turistlarga bitta turpaketda sotiladigan turli xizmatlarning standart to‘plami turoperatorning bozorga chiqarilgan asosiy turizm

<sup>39</sup> Manba: jadval muallif tomonidan tuzilgan.



mahsuloti hisoblanadi. Shu sababli, mahalliy hamjamiyat turoperatorga turpaketlarni shakllantirish uchun tovar va xizmatlar to'plamini taklif qilishi kerak.

Mehmon uylari, o'tov lagerlari, gidlar xizmatini yaratish bilan bir qatorda ekoturizm marshrutlar muayyan standartlarga muvofiq jihozlanishi kerak. Mavjud ekoturizm mahsulotini takomillashtirish va/yoki noyob mahsulot yaratish ustida ishlash muhim ahamiyatga ega.

Noyob ekoturizm mahsulotini yaratish va takomillashtirish deganda biz turistlar ehtiyojlarini qondiruvchi joy dizaynini tushunamiz. Bu jarayon bir-birini istisno qilmaydigan 3 ta tarkibiy qism ustida ishlashdan iborat: hudud va unda yashovchi jamoalarning o'ziga xosligini ko'rsatish; infratuzilmani takomillashtirish; tabiiy va madaniy-tarixiy diqqatga sazovor joylarga tashrif buyurish imkoniyatini taqdim etish.

Ekoturizm mahsulotini yaratish bo'yicha ishlar mahalliy hamjamiyat vakillari tomonidan amalga oshirilsa, samaraliroq bo'ladi, chunki ular nafaqat mintaqada turizm mahsulotining asosiy ishlab chiqaruvchilari, balki uning bir qismi hamdir. Bundan tashqari, mahalliy aholi tug'ilgan joylari, an'analari, urf-odatlar haqida eng ko'p bilimga ega bo'ladi. Bunga quyidagi mavzulardan iborat noyob turizm mahsuloti bo'yicha o'quv dasturini ishlab chiqish va amalga oshirish orqali erishish mumkin: ekoturizm sifat standartlari; birgalikda rejalashtirilgan noyob turizm mahsulotini yaratish ustida ishlash; uni barqaror moliyalashtirish imkoniyati.

4-bosqich. Turizm mahsulotini bozorda ilgari surish. Hatto eng yuqori standartlarga javob beruvchi turizm mahsuloti ishlab chiqilgan bo'lsa ham, potensial mijozlar ushbu mahsulot haqida bilmasa, ekoturizmni rivojlantirish muvaffaqiyatli bo'lmaydi. Shuni yodda tutish kerakki, dunyoning ko'plab mamlakatlarida ekoturizmning rivojlanishiga to'sqinlik qiluvchi asosiy omillar nufuz bilan bog'liq muammolar va reklama faolligining pastligidir. Shu sababli, turizm mahsulotlarini bozorda ilgari surishning to'g'ri usul va shakllarini tanlash muhimligini ortiqcha baholash qiyin.

Bu jarayon tashrif buyuruvchilarning maqsadli toifalariga qaratilishi kerak. Respublikaning ko‘plab hududlarida ekoturizmni rivojlantirishda 2 ta konsepsiyani birlashtirish maqsadga muvofiq:

- 1) xorijiy ekoturistlarni maqsadli ravishda jalb etish;
- 2) mahalliy turistlar va ishbilarmonlarning mavjud oqimi bilan ishlash, ularga qisqa muddatli sayohatlar, masalan, dam olish kunlari sayohatlarini taklif qilish.

Ekologik saytlarda keng tarqalgan xatolardan biri shundaki, ular dastlab faqat xorijiy turistlarga e‘tibor berishadi, mahalliy turistlar esa e‘tibordan chetda qoladi. Reklama mavzusini, potensial iste‘molchilar oldida yaratilishi kerak bo‘lgan obrazni diqqat bilan o‘ylab chiqish kerak. Bu harakatlarga e‘tibor qaratish, reklama faoliyatining eng mos turini tanlash, matnlarni va bosma mahsulotlar dizaynini to‘g‘ri tuzish, shuningdek, ekoturistga mahsulot haqida aniq tasavvur hosil qilish va uni tanlashga yordam beradi. Ekoturizmni targ‘ib qilish strategiyasi turli xil vositalar kombinatsiyasini o‘z ichiga olishi mumkin.

Bo‘lim yakunida ta‘kidlaymizki, koronavirus pandemiyasidan keyin turistlar oqimlari hajmini oshirishning umumiy tendensiyalari har qanday holatda ichki turizmni rivojlantirishga olib keladi. Bu esa turizm faoliyatining atrofdagi tabiiy muhitga salbiy ta‘sirini kamaytirishni taqozo etadi. Ushbu muammoni hal qilishning yondashuvlaridan biri ekoturizmni rivojlantirish, shuningdek, bozorda yangi turizm mahsulotlarini aniqlash, qo‘llab-quvvatlash va targ‘ib qilishdir.

Turizmdagi barqarorlik turizmning ekologik, ijtimoiy-madaniy va iqtisodiy ta‘sirilarining ijobiy umumiy muvozanati, shuningdek tashrif buyuruvchilarning o‘zaro ijobiy ta‘sirini anglatadi. Ekoturizm tabiiy hududlarni barqaror rivojlantirishning muhim tarkibiy qismi hisoblanadi.

### **3.3-§. Omillar ta'sirini modellashtirish va O'zbekistonning turizm salohiyati rivojlanishini prognozlash**

Ishning ushbu qismida iqtisodiy tahlilda mavjud bo'lgan prognozlash usullari ko'rib chiqiladi, turizm salohiyatining rivojlanishiga ta'sir qiluvchi o'ziga xos xususiyatlar o'rganiladi.

Bugungi kunda turizm sohasi bir qator mamlakatlarning yetakchi sohalaridan biriga aylanib, YAIM hajmining 40-50 foizini tashkil etmoqda. O'zbekistonda ham mazkur sohaga hukumat va davlat miqyosida katta e'tibor qaratilmoqda.

Lekin shunga qarama, mazkur sohada bir qator muammolar mavjud bo'lib, ularni oddiy statistik usullar bilan baholash sohadagi "tor joylar" ni aniqlashga imkon bermaydi. Statistik usullar turizm sohasidagi faqatgina "ustki qismida" gi muammolarni ko'rish imkonini beradi.

Turizm sohasini rivojlantirish va mavjud muammolarni aniqlashda ekonometrik usul va yondashuvlar muhim ahamiyatga ega. Ekonometrik usullar nafaqat sohaning "ustki qismidagi" muammolarni, balki rivojlanish qonuniyatlarini va kelgusi davrlar uchun prognoz ssenariylarini ishlab chiqish va optimal boshqaruv qarorlarini qabul qilish imkonini beradi.

Respublikamizda turizm sohasini rivojlantirish va ushbu jarayonlarni chuqur tahlil qilishda biz ko'p omilli ekonometrik modellardan foydalanishga harakat qildik. Turizm sohasini rivojlantirish va unga ta'sir etuvchi omillarni tanlab olish ekonometrik tadqiqotlarning asosini tashkil etadi. Shu nuqtai nazardan biz ko'p omilli ekonometrik modelga kiruvchi omillarni quyidagicha tanlab oldik: natijaviy omil – turizm xizmatlari eksporti, mln. AQSh dollari (Y); ta'sir etuvchi omillar – respublikamizga tashrif buyurgan xorijiy turistlar soni, ming kishi ( $X_1$ ), ichki turistlar soni, ming kishi ( $X_2$ ), turizm firmalari soni, birlik ( $X_3$ ), turfirmalar orqali xizmat ko'rsatilgan turistlar soni, ming kishi ( $X_4$ ), turistlarni joylashtirish vositalari obyektlari soni, birlik ( $X_5$ ) va turizm tarmog'ida asosiy kapitalga kiritilgan investitsiyalar hajmi, mlrd. so'm ( $X_6$ ).

Turizm sohasi bo'yicha yuqorida keltirilgan omillarning o'lchov birliklari turlicha bo'lganligi uchun ularni logarifmlab olamiz. Omillar qiymatlarini logarifmlash ularni bir xil o'lchov birligiga keltirib qolmay, balki qator qiymatlarini ma'lum darajada tekislaydi.

O'zbekiston Respublikasida turizm rivojlanishi ko'rsatkichlarining 2001-2022-yillar uchun to'plangan ma'lumotlari (11-ilova) bo'yicha tavsifiy statistika o'tkazamiz (3.2-jadval).

### 3.2-jadval

#### Hisoblangan tavsifiy statistika<sup>40</sup>

	LN <sub>Y</sub>	LN <sub>X1</sub>	LN <sub>X2</sub>	LN <sub>X3</sub>	LN <sub>X4</sub>	LN <sub>X5</sub>
Mean	5.064405	6.853582	8.179923	5.886937	7.374429	7.351138
Median	5.177707	6.872963	8.166009	6.127071	7.260738	7.062949
Maximum	7.384052	8.817076	9.598863	7.170581	8.522976	9.400109
Minimum	3.238678	5.488524	6.661983	4.661551	6.892642	5.983432
Std. Dev.	1.309492	1.083815	0.876307	0.748128	0.433886	1.082148
Skewness	0.148673	0.285696	0.008614	-0.238915	1.272828	0.739262
Kurtosis	1.797413	1.830539	1.857086	1.961162	3.911879	2.249342
Jarque-Bera	4.406745	3.552949	4.197670	3.198547	6.702562	4.520395
Probability	0.008913	0.049025	0.009451	0.054921	0.035039	0.008359
Sum	111.4169	150.7788	179.9583	129.5126	162.2374	161.7250
Sum Sq. Dev.	36.01015	24.66773	16.12618	11.75360	3.953404	24.59193
Observations	22	22	22	22	22	22

Jadval ma'lumotlaridan har bir omilning o'rtacha qiymati (mean), medianasi (median), maksimal va minimal (maximum, minimum) qiymatlarini ko'rish mumkin. Bundan tashqari har bir omilning standart chetlanishi (std. dev. (Standart Deviation) – standart chetlanish koeffitsiyenti har bir o'zgaruvchilarning o'rtacha qiymatdan qanchalik chetlanganligini ko'rsatadi) qiymatlari keltirilgan.

Skewness – asimmetriya koeffitsiyenti bo'lib, u nolga teng bo'lsa, normal taqsimot ekanligi hamda taqsimotning simmetrikligini bildiradi. Agar bu koeffitsiyent 0 dan ancha farq qilsa, u holda taqsimot asimmetrik hisoblanadi (ya'ni, simmetrik emas). Agar asimmetriya koeffitsiyenti 0 dan katta, ya'ni musbat bo'lsa, u holda o'rganilayotgan omil bo'yicha normal taqsimot grafigi o'ng tomonga surilgan bo'ladi. 0 dan kichik, ya'ni manfiy bo'lsa, u o'rganilayotgan

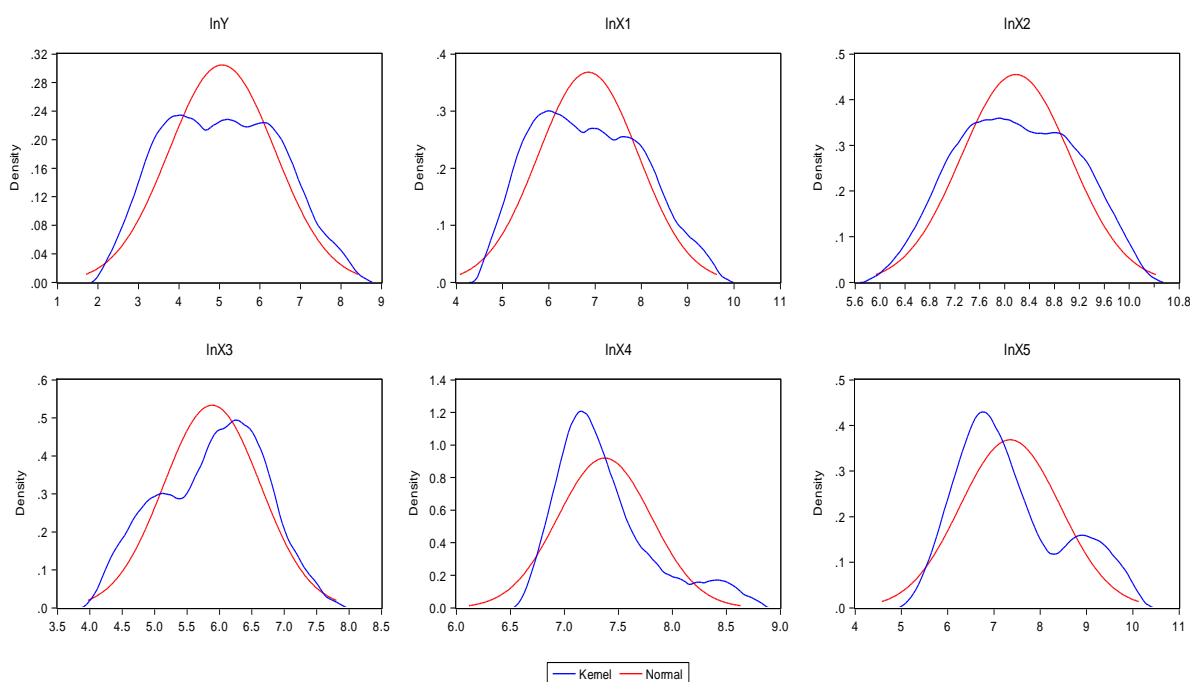
<sup>40</sup> Muallif hisob-kitoblari

omil bo'yicha normal taqsimot grafigi chap tomonga surilgan bo'ladi. Barcha omillarning normal taqsimot funksiyalari grafiglari quyidagi 3.6-rasmda keltirilgan.

3.6-rasmdan ko'rish mumkinki, ko'p omilli ekonometrik modelga kiritiladigan barcha omillar normal taqsimot qonuniga bo'ysunar ekan. Kiritilgan  $\ln X_3$  omildan tashqari barcha omillarning asimmetriya koeffitsiyentlari musbat qiymatga ega bo'lganligi sababli, ularning grafiglaridagi "o'ng do'mi" "chap do'mi" dan uzunroq bo'lib, taqsimot funksiyasi grafigi chap tomonga siljiganini ko'rish mumkin.

### 3.6-rasm.

#### Omillarning normal taqsimot funksiyalari grafiglari<sup>41</sup>



3.6-rasmda grafiglarida keltirilgan surilishlar asosan o'rganilayotgan davrda O'zbekiston Respublikasi turizm sohasida turli yillardagi o'zgarishlarni ko'rsatadi. Ayrim yillarda ba'zi omillar keskin ortishga ega bo'lgan bo'lsa, ayrimlarida o'zgarishlar sezilarli darajada bo'lmagan. Umuman, o'rganilayotgan barcha omillar normal taqsimot qonuniga bo'ysunar ekan.

O'zbekiston Respublikasida turizm sohasini rivojlantirishga ta'sir etuvchi omillar bo'yicha tuziladigan ko'p omilli ekonometrik modelga omillarni tanlash

<sup>41</sup> Manba: muallif ishlanmasi

uchun omillar o'rtasida korrelyasion tahlil o'tkazish lozim. Buning uchun omillar o'rtasida xususiy va juft korrelyatsiya koeffitsiyentlari hisoblanadi. Biz yuqorida keltirilgan O'zbekiston Respublikasi turizm sohasini rivojlanish ko'rsatkichlari bo'yicha bir qator korrelyasion va regression tahlil hisob-kitoblar o'tkazdik. O'tkazilgan hisob-kitoblarda olingan natijalar bo'yicha bir qator testlar o'tkazdik. O'tkazilgan testlarga javob bermaydigan omillarni ko'p omilli ekonometrik modelga kiritmaslikka asos bo'ldi. Ushbu omil turizm firmalari soni ( $\ln X_3$ ) bo'ldi. Ushbu omil natijaviy omil bilan bog'lanish zichligi past bo'ldi va bir qator boshqa omillar bilan multikolleniar bog'lanishga ega bo'ldi.

3.3-jadvalda omillar o'rtasida bog'lanish zichligini aniqlovchi korrelyatsiya koeffitsiyentlari matrisasi keltirilgan.

### 3.3-jadval

#### Omillar o'rtasida xususiy va juft korrelyatsiya koeffitsiyentlari matrisasi <sup>42</sup>

Covariance Analysis: Ordinary

Date: 07/10/23 Time: 00:19

Sample: 2001 2022

Included observations: 22

Correlation

t-Statistic

Probabilit y	LN <sub>Y</sub>	LN <sub>X1</sub>	LN <sub>X2</sub>	LN <sub>X3</sub>	LN <sub>X4</sub>	LN <sub>X5</sub>
LN <sub>Y</sub>	1.000000					
LN <sub>X1</sub>	0.904068	1.000000				
	40.87696	-----				
	0.0000	-----				
LN <sub>X2</sub>	0.781231	0.676194	1.000000			
	12.75618	1.12749	-----			
	0.0000	0.0854	-----			
LN <sub>X3</sub>	0.707247	0.578904	0.511381	1.000000		
	6.646575	0.940223	0.903270	-----		
	0.0000	0.1054	0.1287	-----		
LN <sub>X4</sub>	0.827915	0.603280	0.638619	0.658178	1.000000	
	6.601633	0.981502	0.992142	0.950042	-----	
	0.0000	0.0985	0.0961	0.1024	-----	
LN <sub>X5</sub>	0.890580	0.586986	0.623722	0.676241	0.659189	1.000000
	8.756713	0.589751	0.970712	1.106425	1.17026	-----
	0.0000	0.2451	0.0997	0.0964	0.0972	-----

Jadvaldan ko'rish mumkinki, xususiy korrelyatsiya koeffitsiyentlari – natijaviy omil ( $\ln Y$ ) va unga ta'sir etuvchi omillar o'rtasidagi bog'lanishlar

<sup>42</sup> Muallif hisob-kitoblari.

zichligini ko'rsatadi. Demak, xususiy korrelyatsiya koeffitsiyentlari natijaviy omil – turizm xizmatlari eksporti ( $\ln Y$ ) va ta'sir etuvchi omillar ( $\ln X_i$ ) o'rtasida turli xil bog'lanishlar mavjudligini ko'rsatmoqda.

Demak, O'zbekiston Respublikasida turizm xizmatlari eksporti ( $\ln Y$ ) va tashrif buyurgan xorijiy turistlar soni ( $\ln X_1$ ) o'rtasida bog'lanish zichligi 0,9041 ga teng. Bu esa o'rganilayotgan mazkur omillar o'rtasida zich bog'lanish mavjudligini ko'rsatayapti. Shuningdek, O'zbekiston Respublikasida turizm xizmatlari eksporti ( $\ln Y$ ) bilan ichki turistlar soni ( $\ln X_2$ ) o'rtasida kuchli aloqa mavjud ekan, ya'ni ular o'rtasidagi xususiy korrelyatsiya koeffitsiyentining qiymati 0,7812 teng ekan. Bundan tashqari, O'zbekiston Respublikasida turizm xizmatlari eksporti ( $\ln Y$ ) va turfirmalar orqali xizmat ko'rsatilgan turistlar ( $\ln X_3$ ) o'rtasida kuchli aloqa mavjud ekan. Buning sababi mazkur ikki omil o'rtasidagi xususiy korrelyatsiya koeffitsiyenti 0,7072 teng ekan.

O'zbekiston Respublikasida turizm xizmatlari eksporti ( $\ln Y$ ) va turistlarni joylashtirish vositalari obyektlari soni ( $\ln X_4$ ) o'rtasida kuchli bog'lanish mavjud ekan. Ushbu omillar o'rtasidagi xususiy korrelyatsiya koeffitsiyenti 0,8279 ga teng. Shuningdek, O'zbekiston Respublikasida turizm xizmatlari eksporti ( $\ln Y$ ) va turizm tarmog'ida asosiy kapitalga kiritilgan investitsiyalar hajmi ( $\ln X_5$ ) o'rtasida kuchli bog'lanish mavjud ekan. Ushbu omillar o'rtasidagi xususiy korrelyatsiya koeffitsiyenti 0,8905 ga teng.

Yuqorida keltirilgan 3.3-jadvalda juft korrelyatsiya koeffitsiyentlari ham mavjud bo'lib, ular ta'sir etuvchi omillar ( $\ln X_1$ ,  $\ln X_2$ ,  $\ln X_3$ ,  $\ln X_4$  va  $\ln X_5$ ) o'rtasida bog'lanish zichliklarini ko'rsatadi. Bu yerda eng muhim holat ta'sir etuvchi omillar bir-biri bilan zich bog'lanmasligi kerak. Ya'ni, ta'sir etuvchi omillar o'rtasida multikollinearlik mavjud bo'lmasligi lozim. Agar ikkita ta'sir etuvchi omil o'rtasida juft korrelyatsiya koeffitsiyenti qiymati 0,7 dan katta bo'lsa, multikollinearlik mavjud deyiladi. 3.3-jadval ma'lumotlaridan ko'rish mumkinki, ta'sir etuvchi omillar o'rtasida bog'lanish zichliklari 0,7 dan katta emas ekan.

Korrelyasion matrisadagi juft korrelyatsiya koeffitsiyentlari bo'yicha xulosa qiluvchi bo'lsak, ta'sir etuvchi omillar o'rtasida multikollinearlik mavjud emas ekan.

Shuningdek, 3.3-jadvalda korrelyatsiya koeffitsiyentlarining ishonchligi va ehtimolligini aniqlash bo'yicha koeffitsiyentlar hisoblangan (hisoblangan korrelyatsiya koeffitsiyentlarining pastki qismida joylashgan qatorlardagi qiymatlar). Har bir korrelyatsiya koeffitsiyentining pastki qismida uning Studentning  $t$ -mezoni hisoblangan qiymati va ehtimoligi keltirilgan. Omillar o'rtasida hisoblangan ehtimollik 0,05 dan katta bo'lmaslik sharti qo'yiladi. Masalan, O'zbekiston Respublikasida turizm xizmatlari eksporti ( $\ln Y$ ) va respublikamizga tashrif buyurgan xorijiy turistlar soni ( $\ln X_1$ ) o'rtasida xususiy korrelyatsiya koeffitsiyenti  $r_{\ln Y, \ln X_1} = 0,9041$ ,  $t = 40,8769$  va  $\text{prob.} = 0,0000$  ga teng. Bu esa mazkur ikki omil o'rtasida zich bog'lanish borligini, xususiy korrelyatsiya koeffitsiyenti ishonchli ekanligi va 95 foiz aniqlikda ikki omil o'rtasida musbat bog'lanish mavjudligini ko'rsatadi.

Juft korrelyatsiya koeffitsiyenti bo'yicha tahlil qilsak, masalan, ichki turistlar soni ( $\ln X_2$ ) va turistlarni joylashtirish vositalari obyektlari soni ( $\ln X_4$ ) o'rtasida juft korrelyatsiya koeffitsiyenti  $r_{\ln X_2, \ln X_4} = 0,6386$ ,  $t = 0,9921$  va  $\text{prob.} = 0,0961$  ga teng. Bu ushbu ikki omil o'rtasida sust bog'lanish mavjudligini hamda juft korrelyatsiya koeffitsiyenti ishonchli emas ekanligini ko'rsatadi.

Ta'sir etuvchi omillar o'rtasida multikollinearlik mavjud emasligini tekshirishning yana bitta usuli VIF (Variance Inflation Factors – multikollinearlik samarasini) koeffitsiyentlarini hisoblashdir. Har bir omil bo'yicha hisoblangan VIF koeffitsiyentlari quyidagi 3.4-jadvalda keltirilgan. Agar ta'sir etuvchi omillar o'rtasida multikollinearlik mavjud bo'lsa, u holda Centered  $VIF > 10$  bo'ladi.

3.4-jadvaldan ko'rish mumkinki, barcha ta'sir etuvchi omillarning VIF koeffitsiyentlari 1 dan kichik. Demak, bu ham omillar o'rtasidagi korrelyatsiya



tahlili singari ta'sir etuvchi omillar o'rtasida multikolleniarlik mavjud emasligini ko'rsatmoqda.

### 3.4-jadval

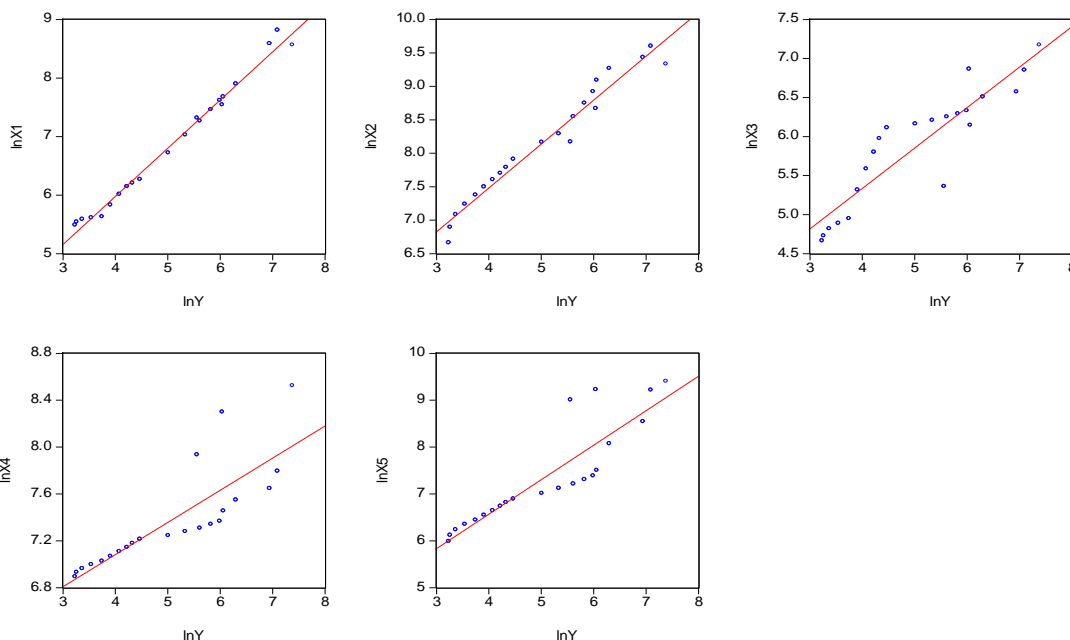
#### Ta'sir etuvchi omillar o'rtasida multikolleniarlik samarasini o'lchash<sup>43</sup>

Variance Inflation Factors  
Date: 07/10/23 Time: 00:23  
Sample: 2001 2022  
Included observations: 22

Variable	Coefficient Variance	Centered VIF
LNX1	0.009778	2.043081
LNX2	0.014363	0.373237
LNX3	0.004171	8.544850
LNX4	0.027925	9.243181
LNX5	0.006750	8.934475
C	0.742783	NA

### 3.7-rasm.

#### O'zbekiston Respublikasida turizm xizmatlari eksporti (lnY) va unga ta'sir etuvchi omillar o'rtasida bog'lanish shakllarining ko'rinishi<sup>44</sup>



Yuqorida aytilganlarni tekshirishda, ya'ni omillar o'rtasida bog'lanish zichliklari va shakllarini aniqlashda har bir omilning natijaviy ko'rsatkich (lnY)

<sup>43</sup>Muallif hisob-kitoblari

<sup>44</sup> Muallif hisob-kitoblari

bilan bog'liqligini aniqlash uchun ularning nuqtali grafiklarini ko'rib chiqamiz (3.7-rasm).

Ko'p omilli ekonometrik modelga kiritilayotgan omillar vaqtli qatorlar ko'rinishida keltirilgan va ularning stasionarligini tekshirishda kengaytirilgan Diki-Fuller statistikasidan foydalanamiz (3.5-jadval).

### 3.5-jadval

#### Kengaytirilgan Diki-Fuller statistikasi<sup>45</sup>

Null Hypothesis: LNY has a unit root  
 Exogenous: Constant  
 Lag Length: 2 (Automatic - based on SIC, maxlag=4)

Augmented Dickey-Fuller test statistic		t-Statistic	Prob.*
		2.677884	0.0028
Test critical values:	1% level	-3.831511	
	5% level	-3.029970	
	10% level	-2.655194	

Kengaytirilgan Diki-Fuller statistikasida t-statistikaning hisoblangan qiymati 2,6778 teng va u jadval qiymatidan katta. Shu bilan birga ehtimolligi (prob.=0,0028) teng va u 0,05 dan kichik bo'lgani uchun ko'p omilli ekonometrik modelga kiritiladigan vaqtli qatorlar stasionar ekan. Demak, ko'p omilli ekonometrik modelga kiritiladigan omillar bo'yicha xulosa qilsak, xususiy korrelyatsiya koeffitsiyentlari ishonchli va zich bog'lanishlar mavjudligini ko'rsatmoqda hamda ta'sir etuvchi omillar o'rtasida multikollinearlik mavjud emas ekan. Shuningdek, vaqtli qatorlar stasionar ekan (Diki-Fuller statistikasi).

Shunday qilib, omillar o'rtasida multikolleniariqlik hamda natijaviy omil qatorida geteroskedastlik mavjud emasligini hisobga olgan holda turizm xizmatlari eksporti ( $\ln Y$ ) va unga ta'sir etuvchi omillar ( $\ln X_i$ ) bo'yicha ko'p omilli ekonometrik model tuzamiz. Ushbu ko'p omilli ekonometrik model quyidagi ko'rinishga ega:

$$\ln y = \ln \beta_0 + \beta_1 \ln x_1 + \beta_2 \ln x_2 + \dots + \beta_n \ln x_n + \varepsilon, \quad (1)$$

bu yerda:  $\ln y$  – natijaviy omil,  $\ln x_i$  – ta'sir etuvchi omillar,  $\varepsilon$  – tasodifiy xato.

<sup>45</sup> Muallif hisob-kitoblari

Ko‘p omilli ekonometrik modeldagi (1) noma’lum  $\ln \beta_0, \ln \beta_1, \ln \beta_2, \dots, \ln \beta_n$  parametrlar qiymatlarini aniqlashda “eng kichik kvadratlar usuli” dan foydalandik. Natijalar 3.6-jadvalda keltirilgan.

**3.6-jadval**

**Hisoblangan ko‘p omilli ekonometrik model parametrlari<sup>46</sup>**

Dependent Variable: LNY  
 Method: Least Squares  
 Date: 07/10/23 Time: 00:22  
 Sample: 2001 2022  
 Included observations: 22

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
LNX1	0.819096	0.098885	8.283321	0.0000***
LNX2	0.402698	0.119847	3.360093	0.0040***
LNX3	0.045243	0.064582	1.700541	0.0837**
LNX4	0.732674	0.167109	4.384402	0.0005***
LNX5	-0.224637	0.082160	-2.734155	0.0147***
C	-7.861427	0.861849	-9.121586	0.0000***
R-squared	0.997451	Meandependentvar		5.064405
Adjusted R-squared	0.996654	S.D. dependentvar		1.309492
S.E. of regression	0.075744	Akaikeinfocriterion		-2.095917
Sumsquaredresid	0.091794	Schwarzcriterion		-1.798360
Loglikelihood	29.05509	Hannan-Quinnriter.		-2.025822
F-statistic	1252.136	Durbin-Watsonstat		2.018882
Prob(F-statistic)	0.000000			

\*\* - 0,1; \*\*\* - 0,05 foiz aniqlikda.

3.6-jadval ma’lumotlaridan foydalanib, respublikada turizm xizmatlari eksporti ( $\ln Y$ ) bo’yicha hisoblangan ko‘p omilli ekonometrik modelni analitik ko‘rinishda quyidagicha ifodalaymiz:

$$\ln \hat{Y} = -7,861 + 0,819 \ln X_1 + 0,403 \ln X_2 + 0,045 \ln X_3 + 0,733 \ln X_4 + 0,225 \ln X_5 \quad (2)$$

Hisoblangan ko‘p omilli ekonometrik model ko‘rsatadiki, respublikamizga tashrif buyurgan xorijiy turistlar soni ( $\ln X_1$ ) o‘rtacha bir foizga ortsa, respublikada turizm xizmatlari eksporti ( $\ln Y$ ) o‘rtacha 0,819 foizga ortar ekan. Ichki turistlar

<sup>46</sup>Манба: Muallif hisob-kitoblari.

soni ( $\ln X_2$ ) o'rtacha bir foizga ortsa, respublikada turizm xizmatlari eksporti ( $\ln Y$ ) o'rtacha 0,403 foizga ortar ekan. Turfirmalar orqali xizmat ko'rsatilgan turistlar soni ( $\ln X_3$ ) o'rtacha bir foizga ortishi, respublikada turizm xizmatlari eksportini ( $\ln Y$ ) o'rtacha 0,045 foizga ortishiga olib kelar ekan.

Turistlarni joylashtirish vositalari obyektlari soni ( $\ln X_4$ ) o'rtacha bir foizga ortishi, respublikada turizm xizmatlari eksportini ( $\ln Y$ ) o'rtacha 0,733 foizga ortishiga olib kelar ekan. Respublikada turizm tarmog'ida asosiy kapitalga kiritilgan investitsiyalar hajmi ( $\ln X_5$ ) o'rtacha bir foizga ortishi, respublikada turizm xizmatlari eksportini ( $\ln Y$ ) o'rtacha 0,225 foizga ortishiga olib kelar ekan.

Respublikada turizm xizmatlari eksporti bo'yicha tuzilgan ko'p omilli ekonometrik model (2) sifatini tekshirish uchun determinasiya koeffitsiyentini tekshiramiz. Determinasiya koeffitsiyenti natijaviy omil necha foizga modelga kiritilgan omillardan tashkil topishini ko'rsatadi. Hisoblangan determinasiya koeffitsiyenti ( $R^2$  – R-squared) 0,9974 ga teng (3.6-jadval). Bu esa respublikada turizm xizmatlari eksporti ( $\ln Y$ ) 99,74 foizi hisoblangan (2) ko'p omilli ekonometrik modelga kiritilgan omillardan tashkil topishini ko'rsatmoqda. Qolgan 0,26 foizi (100,0-99,74) esa hisobga olinmagan omillar ta'siri ekanligini ko'rsatmoqda.

Respublikada turizm xizmatlari eksporti ( $\ln Y$ ) bo'yicha tuzilgan ko'p omilli ekonometrik modelning (2) statistik ahamiyatligini yoki o'rganilayotgan jarayonga adekvatligini (mos kelishini) tekshirishda Fisherning  $F$ -mezonidan foydalanamiz. Fisherning hisoblangan  $F$ -mezoni qiymati uning jadvaldagi qiymati bilan taqqoslanadi. Agar  $F_{hisob} > F_{jadval}$  bo'lsa, u holda ko'p omilli ekonometrik model (2) statistik ahamiyatli deyiladi va undan natijaviy ko'rsatkich – respublikada turizm xizmatlari eksportini ( $\ln Y$ ) kelgusi davrlarga prognozlashda foydalanish mumkin bo'ladi.

Endi, respublikada turizm xizmatlari eksporti bo'yicha tuzilgan (2) ko'p omilli ekonometrik modelning statistik ahamiyatligini tekshirish uchun  $F$ -mezonning jadval qiymatini topamiz. Buning uchun erkinlik darajalari  $k_1 = m$  va  $k_2 = n - m - 1$  hamda  $\alpha$  ahamiyatlik darajasi bo'yicha qiymatlarni hisoblaymiz. Ahamiyatlik darajasi  $\alpha = 0,05$  va erkinlik darajalari  $k_1 = 5$  va  $k_2 = 22 - 5 - 1 = 16$  dan

kelib chiqib,  $F$ -mezonning jadval qiymati  $F_{\text{jadval}} = 2,85$  ga teng.  $F$ -mezonning hisoblangan qiymati  $F_{\text{hisob}} = 1252,136$  va jadval qiymati  $F_{\text{jadval}} = 2,85$  ga teng ekanligidan kelib chiqib va  $F_{\text{hisob}} > F_{\text{jadval}}$  sharti bajarilganligi uchun (2) ko‘p omilli ekonometrik modelni statistik ahamiyatli deyish mumkin hamda undan respublikada turizm xizmatlari eksportini ( $\ln Y$ ) kelgusi davrlarga prognozlashda foydalanish mumkin.

Respublikada turizm xizmatlari eksporti ( $\ln Y$ ) bo‘yicha tuzilgan ko‘p omilli ekonometrik modelning (2) hisoblangan parametrlari ishonchliligini tekshirishda Styudentning  $t$ -mezonidan foydalaniladi. Styudent  $t$ -mezonining hisoblangan ( $t_{\text{hisob}}$ ) va jadval ( $t_{\text{jadval}}$ ) qiymatlarini taqqoslab,  $H_0$  gipotezani qabul qilamiz yoki rad etamiz. Buning uchun  $t$ -mezonning jadval qiymatini tanlangan ishonchlilik ehtimoli ( $\alpha$ ) va erkinlik darajasi (d.f. =  $n - m - 1$ ) shartlar asosida topamiz. Bu yerda  $n$  – kuzatuvlar soni,  $m$  – omillar soni. Ishonchlilik ehtimoli  $\alpha = 0,05$  va erkinlik darajasi d.f. =  $22 - 5 - 1 = 16$  bo‘lganda,  $t$ -mezonning jadval qiymati  $t_{\text{jadval}} = 2,1190$  ga teng.

Ko‘p omilli ekonometrik model tuzish bo‘yicha olib borilgan hisob-kitoblardan shuni ko‘rish mumkinki, ko‘p omilli ekonometrik modelga kiritilgan barcha omillar bo‘yicha  $t$ -mezonning hisoblangan qiymatlari  $\alpha = 0,05$  ( $\ln X_1$ ,  $\ln X_2$ ,  $\ln X_4$  va  $\ln X_5$ ) va  $\alpha = 0,1$  ( $\ln X_3$ ) aniqlikda jadval qiymatidan katta ekanligini ko‘rish mumkin (3.5-jadval). Bu esa barcha omillarni ishonchli ekanligini bildiradi va mazkur omillarga ko‘p omilli ekonometrik modelda ishtirok etishiga imkon beradi.

Respublikada turizm xizmatlari eksporti bo‘yicha tuzilgan ko‘p omilli ekonometrik model (2) bo‘yicha natijaviy omil ( $\ln Y$ ) qoldiqlarida avtokorrelyatsiya mavjudligini tekshirish uchun Darbin-Uotson ( $DW$ ) mezonidan foydalanamiz. Hisoblangan  $DW$  qiymati jadvaldagi  $DW_L$  va  $DW_U$  bilan taqqoslanadi. Agar  $DW_{\text{hisob}} < DW_L$  dan kichik bo‘lsa, natijaviy omil qoldiqlarida avtokorrelyatsiya mavjud deyiladi.  $DW_{\text{hisob}} > DW_U$  dan katta bo‘lsa, natijaviy omil qoldiqlarida avtokorrelyatsiya mavjud emas deyiladi. Darbin-Uotson mezonining pastki chegarasi qiymati  $DW_L = 0,86$  ga teng va yuqori chegarasi qiymati  $DW_U = 1,94$  ga teng.  $DW_{\text{hisob}} = 2,01$  ga teng. Demak,  $DW_{\text{hisob}} > DW_U$  bo‘lgani uchun natijaviy omil (respublikada turizm xizmatlari eksporti ( $\ln Y$ )) qoldiqlarida avtokorrelyatsiya mavjud emas ekan.

Natijaviy omil qoldiqlarida avtokorrelyatsiya mavjud emasligi ham yuqorida keltirilgan (2) ko‘p omilli ekonometrik modeldan prognozda foydalanish mumkinligini ko‘rsatadi.

3.7-jadvalda omillar o‘rtasida avtokorrelyatsiya va xususiy avtokorrelyatsiyani aniqlash bo‘yicha hisob-kitoblar keltirilgan.

**3.7-jadval**

**Omillar o‘rtasida avtokorrelyatsiya va xususiy avtokorrelyatsiyani aniqlash<sup>47</sup>**

Date: 07/12/23 Time: 00:21  
 Sample: 2001 2022  
 Included observations: 22

Autocorrelation	Partial Correlation	AC	PAC	Q-Stat	Prob
		1 0.801	0.801	16.131	0.000
		2 0.674	0.091	28.125	0.000
		3 0.648	0.237	39.781	0.000
		4 0.510	-0.246	47.400	0.000
		5 0.350	-0.170	51.207	0.000
		6 0.220	-0.186	52.808	0.000
		7 0.099	-0.068	53.156	0.000
		8 -0.027	-0.078	53.184	0.000
		9 -0.147	-0.073	54.062	0.000
		10 -0.247	-0.077	56.737	0.000
		11 -0.321	-0.039	61.696	0.000
		12 -0.383	-0.043	69.441	0.000

\*

Omillar o‘rtasida avtokorrelyatsiya va xususiy avtokorrelyatsiya testi ham yuqori olingan natijalarga mos keldi. Ya’ni, o‘rganilayotgan vaqtli qatorlarda avtokorrelyatsiya mavjud emas ekan. Chunki, kuzatuvlardan ko‘rish mumkinki, qoldiqlarning barchasida ehtimolliklarining qiymati 0.05 dan kichik ekan. Bundan tashqari avtokorrelyatsiya (AS) va xususiy avtokorrelyatsiya koeffitsiyentlari (ras) qiymatlari kamayish tartibiga ega.

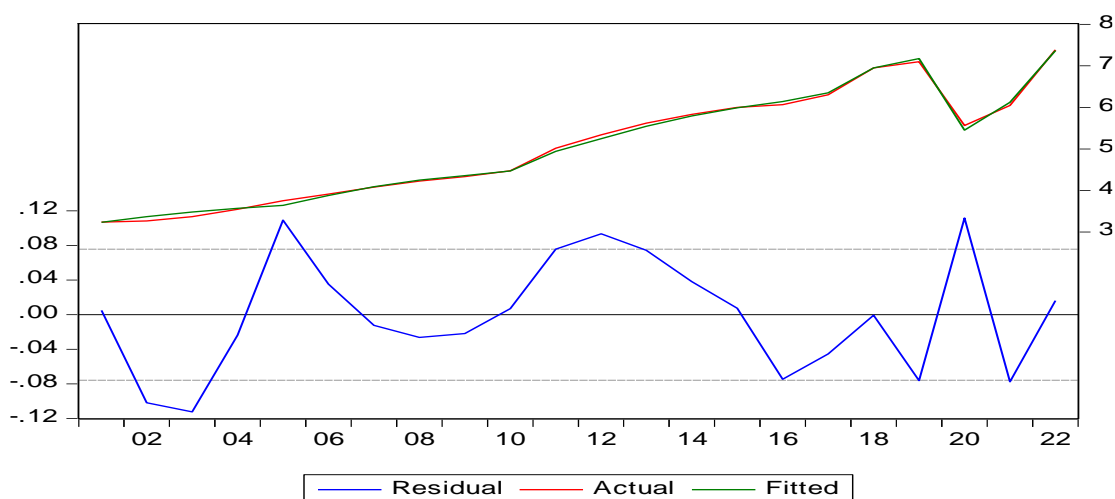
3.8-rasmdan ko‘rish mumkinki, hisoblangan (2) ko‘p omilli ekonometrik model bo‘yicha respublikada turizm xizmatlari eksportining hisoblangan qiymatlar grafigi uning haqiqiy qiymatlari grafigi bilan juda yaqin joylashgan, ular o‘rtasidagi farqlar ham unchalik katta emas. Bu esa hisoblangan (2) ko‘p omilli

<sup>47</sup>Манба: Muallif hisob-kitoblari

ekonometrik modeldan respublikada turizm xizmatlari eksportini kelgusi davrlarga prognozlashda foydalanish mumkinligining yana bir isboti hisoblanadi.

### 3.8-rasm.

#### Respublikada turizm xizmatlari eksportining haqiqiy (Actual), hisoblangan (Fitted) qiymatlari va ular o'rtasidagi farqlar (Residual) grafigi<sup>48</sup>

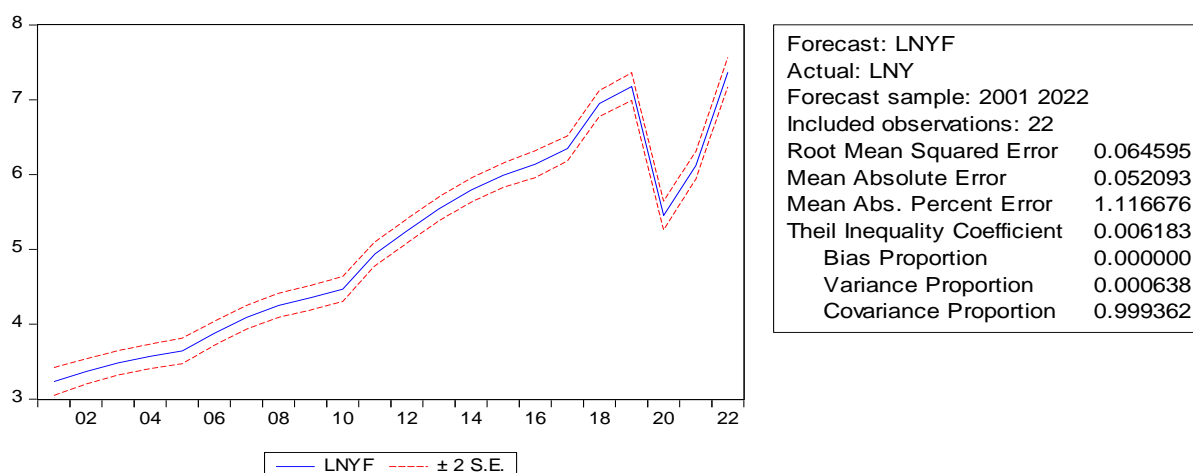


Respublikada turizm xizmatlari eksporti bo'yicha hisoblangan (2) ko'p omilli ekonometrik modeldan kelgusi davrlarga natijaviy ko'rsatkichni prognozlashda Mare (Mean absolute percent error – foizlardagi o'rtacha absolyut xatolik) koeffitsiyenti hisoblanadi. Agar hisoblangan Mare koeffitsiyenti qiymati 15,0 foizdan kichik bo'lsa, modeldan natijaviy omilni prognozlashda foydalanish mumkin bo'ladi, aks holda foydalanish mumkin emas. Tadqiq qilinayotgan respublikada turizm xizmatlari eksporti ( $\ln Y$ ) bo'yicha Mare koeffitsiyentining qiymati 1,1167 foizni tashkil etmoqda (3.9-rasm).

Bu esa 15,0 foizdan kichik ( $MAPE=1,1167$ ), ya'ni u 1,12 foizni tashkil etmoqda. Shuning uchun ham (2) ko'p omilli ekonometrik modeldan respublikada turizm xizmatlari eksportini prognozlashda foydalanish mumkin degan xulosaga kelish mumkin.

<sup>48</sup> Manba: muallif ishlanmasi

### Hisoblangan modeldan prognozda foydalanish ko'rsatkichlari<sup>49</sup>



Endi yuqorida parametrlari hisoblangan va turli testlar yordamida tekshirilgan hamda tahlil qilingan ko'p omilli ekonometrik model (2) bo'yicha respublikada turizm xizmatlari eksporti( $\ln Y$ )ni kelgusi yillarga prognoz qiymatlarini hisoblaymiz. Buning uchun ta'sir etuvchi omillar bo'yicha vaqtga nisbatan trend modellar tuziladi. Trend model – bu ta'sir etuvchi omilning vaqtga bog'liq funksiyasidir hamda u umumiy holda quyidagi ko'rinishga ega:

$$X_i = \beta_0 + \beta_1 \cdot t + \varepsilon \quad (3)$$

O'zbekistonga kirib kelayotgan xorijiy turistlar soni ( $\ln X_1$ ) bo'yicha trend model quyidagi ko'rinishga ega:

$$\ln X_1 = 5,0603 + 0,1559 \cdot t \quad (4)$$

$$R^2 = 0,8728, \quad F_{\text{hisob}} = 137,3178, \quad t_{\text{hisob}} = 11,7183$$

Ichki turistlar soni ( $\ln X_2$ ) bo'yicha trend model quyidagi ko'rinishga ega:

$$\ln X_2 = 6,7599 + 0,1235 \cdot t \quad (5)$$

$$R^2 = 0,8372, \quad F_{\text{hisob}} = 102,8597, \quad t_{\text{hisob}} = 10,1419$$

Turfirmalar orqali xizmat ko'rsatilgan turistlar soni ( $\ln X_3$ ) bo'yicha trend model quyidagi ko'rinishga ega:

$$\ln X_3 = 4,7378 + 0,0999 \cdot t \quad (6)$$

<sup>49</sup>Manba: muallif ishlanmasi



$$R^2 = 0,7522, F_{\text{хисоб}} = 60,7075, t_{\text{хисоб}} = 7,7915$$

Turistlarni joylashtirish vositalari obyektlari soni ( $\ln X_4$ ) bo'yicha trend model quyidagi ko'rinishga ega:

$$\ln X_4 = 6,6739 + 0,0609 \cdot t \quad (7)$$

$$R^2 = 0,8312, F_{\text{хисоб}} = 98,5053, t_{\text{хисоб}} = 9,9249$$

Respublikada turizm tarmog'i asosiy kapitaliga kiritilgan investitsiyalar hajmi ( $\ln X_5$ ) bo'yicha trend model quyidagi ko'rinishga ega:

$$\ln X_5 = 5,5275 + 0,1586 \cdot t \quad (8)$$

$$R^2 = 0,9055, F_{\text{хисоб}} = 191,6567, t_{\text{хисоб}} = 13,8440$$

Ta'sir etuvchi omillar va vaqt omili o'rtasida tuzilgan trend modellar tahlili shuni ko'rsatadiki, (4) – (8) trend modellardagi barcha hisoblangan koeffitsiyentlarning statistik ahamiyatliliigi, parametrlarining ishonchliligi aniqlandi. Demak, (4) – (9) trend modellarini hisoblaymiz va ularning hisoblangan qiymatlarini (2) ko'p omilli ekonometrik modelga qo'yib, avvalo ta'sir etuvchi omillarning prognoz qiymatlarini, keyin esa natijaviy omilni prognoz hisob-kitoblarini amalga oshiramiz. Natijada O'zbekiston Respublikasida turizm xizmatlari eksportining (2) ko'p omilli ekonometrik modelga kiritilgan o'zgaruvchilarining prognoz davridagi qiymatlariga ega bo'lamiz (3.8-jadval).

### 3.8-jadval

#### O'zbekiston Respublikasida turizm sohasining 2023-2030 yillarga prognoz qiymatlari

Yillar, $t$	Turizm xizmatlari eksporti, mln. AQSH dollar, $Y$	Xorijiy turistlar soni, ming kishi, $X_1$	Ichki turistlar soni, ming kishi, $X_2$	Turfirmalar orqali xizmat ko'rsatilgan turistlar soni, ming kishi, $X_3$	Turistlarni joylashtirish vositalari obyektlari soni, birl, $X_4$	Turizm tarmog'ida asosiy kapitalga investitsiyalar hajmi, mlrd. so'm $X_5$
2023*	1864,6	5692,7	14764,3	1136,8	4642	9650,9
2024*	2283,6	6653,4	16704,8	1256,3	5013	11309,4
2025*	2796,8	7776,2	18900,2	1388,3	5414	13252,9
2026*	3425,4	9088,5	21384,3	1534,2	5847	15530,3
2027*	4195,1	10622,2	24194,7	1695,4	6315	18199,1
2028*	5137,9	12414,7	27374,6	1873,6	6820	21326,6
2029*	6292,5	14509,8	30972,3	2070,5	7365	24991,5
2030*	7706,5	16958,4	35043,0	2288,0	7954	29286,2

\* Izoh: prognoz davri

Amalga oshirilgan prognoz natijalarini tahlil qiluvchi bo'lsak, 2030-yilga borib turizm xizmatlari eksporti 2022-yilga nisbatan 4,7 barobar, xorijiy turistlar soni 3,2 baravar va turistlarni joylashtirish vositalari soni 1,5 baravar oshishi kutilmoqda. Ushbu omillarning prognoz davridagi grafiklari 12-17-ilovalarda keltirilgan.

### **III bob bo'yicha xulosa**

1. Bugungi kunda ichki turizmni rivojlantirish respublika iqtisodiyotida muhim ahamiyatga ega. Tadqiqotlarning ko'rsatishicha, O'zbekistonda dam olish kunlari safarga chiquvchi ichki turistlar keng tarqalgan. Buning oqibatida mamlakat doirasida safarga chiqadigan aholi turizm sohasida mavsumiy egri chiziqni to'g'rilaydi. Bundan tashqari, bunday turistlar turizm obyektlarida yil davomida biznes bilan band bo'lgan kichik biznes vakillarini qo'llab-quvvatlaydi. Shu munosabat bilan, ichki turizmni rivojlantirishda xorijiy mamlakatlar amaliyoti, shu bilan birga ichki sayohatlarni rag'batlantirish mexanizmlarini o'rganish taklif etiladi. Mahalliy aolini jalb etish uchun imkon qadar ushbu xorijiy tajribani mahalliy manfaatlarga moslashtirish kerak.

2. Turizmدا raqamlashtirish tendensiyasi, ayniqsa, pandemiya sharoitlarida, asta-sekinlik bilan barcha bozor qatnashchilarining on-layn sohasiga o'tishini taqozo etadi. Bu borada turizm sanoati foydaliligini oshirish uchun shart-sharoitlar yaratish zarur. Ham an'anaviy, ham yangi turizm yo'nalishlar uchun raqamli mahsulotlar ishlab chiqish va ilgari surish istiqbolli yo'nalish hisoblanadi.

3. Yangi turizm mahsulotlari joriy etish turizm biznesiga aholining yangi qatlamlarini jalb etishni asoslab beradi. Xususan, agroturizm daromadlar darajasi past bo'lgan aholi uchun jalb etuvchan bo'lishi mumkin. Etnoturizm xorijda yashayotgan va ajdodlari yurtini ziyorat qilish istagida bo'lgan sobiq vatandoshlar uchun dolzarb bo'lishi mumkin.

4. Koronavirus pandemiyasidan keyin turistlar oqimi hajmini oshirishning umumiy tendensiyalari ichki turizmni rivojlantirishga olib keladi va turizm faoliyatining tabiiy muhitga salbiy ekologik ta'sirini kamaytirish zarurati tug'iladi. Ushbu muammoni hal qilishning yondashuvlaridan biri ekoturizmni rivojlantirish,

shuningdek, bozorda yangi turizm mahsulotlarini aniqlash, qo'llab-quvvatlash va ilgari surishdir.

Ma'lum bo'lishicha, ekoturizmning aksariyat ta'riflarining asosini yo barqarorlikka erishish maqsadi yoki bu maqsadga erishish vositalari, "tabiiy va madaniy muhitga salbiy ta'sirlarni minimallashtirish", "tabiatni muhofaza qilish manfaati uchun iqtisodiy daromadlarni kuchaytirish" yoki ekologik ta'lim tashkil etadi.

5. Tadqiqot davomida O'zbekistonda turizm sohasini ekologiyalash va ekoturizmni rivojlantirish bo'yicha asosiy vazifalar ifodalab berildi:

Birinchidan, quyidagi chora-tadbirlar orqali tabiiy va madaniy merosni saqlashga faol hissa qo'shishni ta'minlash:

a) ekoturizmni rivojlantirish yo'nalishlari, vazifalari va tadbirlarini barqaror rivojlanish, muhofaza etiladigan maxsus tabiiy hududlarni rivojlantirish bo'yicha strategik va dasturiy hujjatlarga kiritish, ularda sinov tariqasidagi ekoturizm loyihalarini amalga oshirish xarajatlarini hisobga olgan holda ularni boshqarish rejalari;

b) tabiiy turizm maydonlarining ijtimoiy va ekologik holatini aniqlash uchun asoslarni yaratish, ayniqsa noyob va yo'qolib borayotgan flora va fauna turlariga nisbatan;

v) tabiiy hududlarning zaifligini hisobga olgan holda hamda energiya va resurslarni tejash imkoniyatlarini taqdim etuvchi turizm obyektlarni loyihalash;

g) alohida muhofaza etiladigan tabiiy hududlar turistlar tashrifi uchun olinadigan to'lovdan (uning bir qismidan) tabiatni asrash bo'yicha ehtiyojlarga mustaqil foydalanishi uchun imkoniyatlar taqdim etish;

d) ekoturizm doirasida chiqindilarni ekologik jihatdan oqilona boshqarish, energiyani tejash va muqobil energiya manbalaridan foydalanish sxemalarini ishlab chiqish;

e) turizm infratuzilmasi obyektlarini rejalashtirish va loyihalashda turistlarni joylashtirish joylariga transport vositasida tashishning yanada ekologik toza usullari tamoyillarini joriy etish, turoperatorlar va aholining ulardan foydalanishini rag'batlantirish;

j) turoperatorlar faoliyatini tartibga solish uchun ko'ngilli ekosertifikatlash sxemalarini ishlab chiqish va qo'llash;

z) ekoturizm faoliyatining haqiqiy ekologik va ijtimoiy ta'siri bo'yicha tadqiqotlar monitoringi, shu jumladan belgilangan bazaviy ko'rsatkichlardan foydalangan holda so'rovlar o'tkazish.

Ikkinchidan, ekoturizmni tashkil etish bo'yicha tadbirlarni rejalashtirish, rivojlantirish va amalga oshirishda hududlardagi mahalliy hamjamiyatlar va hududlar aholisining ishtiroki va ularning ushbu ishtirokdan foyda olishi: manfaatdor ekologik ilmiy-ishlab chiqarish tashkilotlari, mahalliy aholi manfaatlarini ifodalovchi tashkilotlar, tabiat turizmini rivojlantirishni nazarda tutuvchi dastur va rejalarni muhokama qilish; ekoturizmni rivojlantirishni nazarda tutuvchi strategiyalar, dasturlar va rejalarga ekoturizmga jalb qilingan kichik biznes subyektlari, ilmiy-ishlab chiqarish tashkilotlari, mahalliy hamjamiyat va aholini kiritish; ekoturizm faoliyatini amalga oshirishda mahalliy aholi tomonidan taqdim etilayotgan mahalliy materiallar, mahsulot va xizmatlardan foydalanish darajasini oshirish.

Uchinchidan, kichik uyushgan guruhlar va mustaqil sayohat qiluvchi turistlardan iborat kichik turistlar oqimiga yo'naltirilganlik:

atrof-muhitga ta'sirni baholash vositalari yordamida turistlar oqimini tartibga solish, alohida muhofaza etiladigan tabiiy hududlarni rayonlashtirish, yerdan foydalanishni rejalashtirish;

ekoturizm bilan shug'ullanuvchi kichik va o'rta korxonalarini qo'llab-quvvatlash, shu jumladan ular uchun tegishli ekologik sertifikatlashtirish sxemalari mavjudligini ta'minlash;

ekoturizm uchun foydalaniladigan joylar va marshrutlar yukini kamaytiradigan keng turdagi turizm mahsulotlarini ishlab chiqish.

Tadqiqotga ko'ra, boshqaruv resursi tashqi muhitning salbiy ta'sirini qoplash uchun yetarli emas. Koronavirus pandemiyasi takrorlangan taqdirda, turizm sohasining faoliyati yana pasayishi mumkin va prognoz ko'rsatkichlariga javob bermaydi. Xususan, bu tashqi turistlar soni va xizmat ko'rsatiladigan turistlar soniga ta'sir qiladi, bu esa turizm xizmatlari eksportini pasaytiradi. Bunday omil

sayyohlik kompaniyalari va tashkilotlari soniga jiddiy ta'sir ko'rsatmaydi, chunki ularning faoliyatini qo'llab-quvvatlash uchun pandemiya paytida oqibatlarni kamaytirish choralari ko'rilmogda.

## XULOSA

Hozirgi kunda dunyo mamakatlari amaliyotida turizm salohiyatidan foydalanish va uni rivojlantirish masalalariga bag'ishlangan nazariya va tushunchalarning umumiy majmuasi ishlab chiqilgan. Shu bilan birga, keyingi ikki yil dan ko'proq davr ichida turizm sohasidagi qiyinchiliklar va koronavirus pandemiyasi fonida sharoitida respublikaga sayyohlarning izchil o'sishi, shuningdek, turizm salohiyatidan foydalanishga ta'sir ko'rsatgan salbiy ta'sirlar majmuasini hisobga olgan holda, yanada rivojlantirish mexanizmlarini takomillashtirish va tegishli amaliy tavsiyalar ishlab chiqish, uni tadqiq etish faol davom etmoqda.

Xususan, bu ichki turizmni rivojlantirishga qaratilgan bo'lib, unda turizm salohiyatini rivojlantirish uchun davlat-xususiy sheriklik mexanizmlarini ishlab chiqish va amalga oshirish, turizmning innovatsion turlarini rivojlantirish, respublika hududlarigda mahalliy aholini keng jalb etgan holda uni ko'kalamzorlashtirish va obodonlashtirish, turizm salohiyatini yanada rivojlantirishga investitsiyalar kilitishga muhim ahamiyat berilamoqda.

Tadqiqot davomida olingan asosiy ilmiy xulosa va amaliy natijalar quyidagilardan iborat.

1. O'zbekiston ulkan turizm salohiyatiga ega mamlakat hisoblanadi. Boy tabiiy salohiyat, madaniy va tarixiy meros obyektlari mavjudligi, mehmonxona va kurort biznesining rivojlanishi, turizm xavfsizlikning yuqori darajasi, barqaror siyosiy vaziyat va boshqalar uni yanada rivojlantirish uchun qulay omillar hisoblanadi.

2. Tahlillar ko'rsatishiga, jozibali tabiiy va madaniy qadriyatlarining ko'pligiga qaramay, turizm salohiyatini tashkil etuvchi boshqa muhim kamchiliklar mavjud, shu jumladan transport va turizm xizmatlari

infratuzilmasidagi ba'zi muammolar mavjudki, turistlarning tashriflari va xarajatlari ularning yechimiga bog'liq.

3. "Turizm salohiyati" konsepsiyasini o'rganish uning o'zaro bog'liq turli xil unsunarlardan tashkil topganligini ko'rsatadi murakkab, uyushgan va tizimli tabiati haqidagi ilmiy qarashlarni tasdiqlash imkonini berdi. Tahlillar ko'rsatdiki, turizm sohasi uchun aynan "turizm salohiyati" eng muhim bo'lib, keyingi rivojlanish u foydalaniladigan obyektning turi va vazifalarga qarab muayyan tarkibning to'liqligiga bog'liq.

4. Muallif dissertatsiya ishida tadqiqotchi olimlarning "turizm salohiyati" tushunchasiga yondashuvlari va turli nuqtai nazarlarni guruhlab, ular ma'lum maqsadlarga erishish uchun zarur bo'lgan o'zaro bog'liq resurslar va salohiyat omillari yig'indisidir, degan xulosaga keldi.

Shularni etiborga olib, bu yondashuvga muvofiq muallif tomonidan "turizm salohiyati"ga quyidagi ta'rif berilgan – bu turizmni rivojlantirish uchun ma'lum bir hududda mavjud resurslar, tarixiy-madaniy, tabiiy-resurs, iqtisodiy va ijtimoiy salohiyatlar, shuningdek, ijobiy ijtimoiy-iqtisodiy samara olish va turistlar uchun jozibadorlik darajasini oshirish imkoniyatlari majmuasidir.

5. Aniqlanishicha, turizm salohiyatini rivojlantirish quyidagi besh asosiy bosqichdan iborat: boshqaruv maqsadi va unga erishishning maqbul muddatlarini belgilash; boshqariladigan obyekt haqidagi ma'lumotlarni to'plash, tizimlashtirish va tahlil qilish; maqsadga erishish yo'llarini optimallashtirish, boshqaruv jarayonining yo'nalishini tanlash, qaror qabul qilish; belgilangan maqsadni amalga oshirish jarayonlarini tashkil etish; bajarilishini nazorat qilish.

6. Iqtisodiyotning turli tarmoqlarida DXSh mexanizmlarini joriy etish uchun respublikada yaratilgan tashkiliy-huquqiy mexanizmlardan keng foydalanilmoqda. Biroq turizm sohasida DXShdan foydalanish istiqbollarini o'rganish natijasida uni qo'llashga to'sqinlik qilayotgan quyidagi muammolar aniqlandi:

Birinchidan, turizm sohasida DXSh faoliyati va rivojlanishining aniq belgilangan shart-sharoitlari va mexanizmlari, shuningdek, tamoyillari mavjud emas. Ikkinchidan, turizm sohasida DXSh mexanizmida boshqaruv qarorlarini axborot bilan ta'minlashning tashkiliy asoslari belgilanmagan. Uchinchidan,

turizm sohasida infratuzilma obektlarini rivojlantirish loyihalarida ishtirok etish mexanizmi mavjud emas.

7. Respublikada 2022-2030-yillarda turizmni rivojlantirish va uning salohiyati prognozi ko'p omilli ekonometrik usul asosida amalga oshirildi va o'tgan davrda miqdor va sifat jihatlarini tavsiflovchi tanlangan ko'rsatkichlarning statistik muntazamligi asosida kelajakda salohiyatning rivojlanishini ehtimoliy baholasi aniqlandi. Ko'rsatkichlar sifatida turizm xizmatlari eksporti, xorijiy va mahalliy turistlar soni, turizm kompaniyalar va ular tomonidan xizmat ko'rsatiluvchi turistlar soni, turizm joylashtirish vositalari soni, turizm industriyasining asosiy kapitaliga investitsiyalar hajmi tanlab olindi.

8. Ko'rsatkichlarning prognoz qilingan variantini tahlil qilish natijalari ko'rsatdiki, 2022-2030-yillarda mahalliy turistlar soni oshishi turizmning salohiyatini yanada rivojlantirishga sezilarli ijobiy ta'sir ko'rsatadi. Prognozga ko'ra, respublikada turizm ijobiy tendensiyaga ega bo'ladi. Biz taklif etayotgan ilmiy-uslubiy va amaliy yo'nalishlarni amalga oshirish quyidagilar orqali turizm salohiyatini rivojlantirishga xizmat qilishi kerak:

a) mavjud turizm obyektlarni, uning infratuzilmasini rekonstruksiya qilish va yangilarini qurish bo'yicha DXSh mexanizmini faollashtirish;

b) respublika hududlarini ommalashtirishga xizmat qiluvchi ichki turizmni va turizmning yangi innovatsion turlarini ko'paytirishga e'tiborni kuchaytirish, turizmni namoyish qilish obyektlari to'g'risidagi ma'lumotlarni targ'ib qilish, viloyat aholisini turizmga, yangi turizm marshrutlarni ishlab chiqish va xalq an'analarini saqlashni targ'ib qilishga keng jalb etish;

v) turizmni ko'kalamzorlashtirish bo'yicha taklif etilayotgan konseptual yondashuvni amalga oshirish, mamlakat hududlarida yashovchi mahalliy aholida ekologik ongni tarbiyalash va madaniy-tarixiy merosni asrab-avaylashga e'tibor qaratish.

Kelgusi yillarda turizm salohiyatini rivojlantirish bo'yicha taklif etilayotgan yo'nalish va vositalarni qo'llash ham xorijiy, ham mahalliy turistlar oqimini ko'paytirish va turizm sohasi faoliyatini yaxshilashga xizmat qiladi.

## FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

### I. Normativ-huquqiy hujjatlar va metodologik ahamiyatga molik nashrlar

1. O‘zbekiston Respublikasining “Mahsulotlar va xizmatlarni sertifikatlashtirish to‘g‘risida”gi qonuni. 28.12.1993 y., 1006-XII-son.
2. O‘zbekiston Respublikasining “Turizm to‘g‘risida”gi qonuni. 18.07.2019-y., O‘RQ-549-son.
3. O‘zbekiston Respublikasining “Madaniy meros obyektlarini muhofaza qilish va ulardan foydalanish to‘g‘risida”gi qonuni. 30.08.2001-y., 269-II-son.
4. O‘zbekiston Respublikasining “Davlat-xususiy sheriklik to‘g‘risida”gi qonuni. 10.05.2019-y., O‘RQ-537-son.
5. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 02.12.2016-yildagi PF-4861-son “O‘zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta’minlash chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi farmoni.
6. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 07.02.2017-yildagi PF-4947-son “O‘zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo‘yicha harakatlar strategiyasi to‘g‘risida”gi farmoni.
7. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 05.12.2017-yildagi PF-5273-son ““Chorvoq” turizm-rekreatsion zonasini tashkil etish to‘g‘risida”gi farmoni.
8. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 22.01.2018-yil qabul qilingan PF-5308-son “2017-2021-yillarda O‘zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo‘nalishi bo‘yicha harakatlar strategiyasini “Faol tadbirkorlik, innovatsion g‘oyalar va texnologiyalarni qo‘llab-quvvatlash yili”da amalga oshirishga oid davlat dasturi to‘g‘risida”gi farmoni.
9. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 03.02.2018-yildagi PF-5326-son “O‘zbekiston Respublikasi turizm salohiyatini rivojlantirish uchun qulay sharoitlar yaratish bo‘yicha qo‘shimcha tashkiliy chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi farmoni.
10. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 05.01.2019-yildagi PF-5611-son “O‘zbekiston Respublikasida turizmni jadal rivojlantirishga oid qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi farmoni.



11. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 13.02.2018-yildagi PF-5781-son “O‘zbekiston Respublikasida turizm sohasini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi farmoni.

12. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 19.03.2020-yildagi PF-5969-son “Koronavirus pandemiyasi va global inqiroz holatlarining iqtisodiyot tarmoqlariga salbiy ta‘sirini yumshatish bo‘yicha birinchi navbatdagi chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi farmoni.

13. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 03.04.2020-yildagi PF-5978-son “Koronavirus pandemiyasi davrida aholi, iqtisodiyot tarmoqlari va tadbirkorlik subyektlarini qo‘llab-quvvatlashga doir qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi Farmoni.

14. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 06.04.2021-yildagi PF-6201-son “Zomin» turizm-rekreatsion zonasini va xalqaro umummavsumiy kurortni tashkil etish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi farmoni.

15. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 28.05.2020-yildagi PF-6002-son “Koronavirus pandemiyasining salbiy ta‘sirini kamaytirish uchun turizm sohasini qo‘llab-quvvatlashga doir kechiktirib bo‘lmaydigan chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi farmoni.

16. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 09.02.2021-yildagi PF-6165-son “O‘zbekiston Respublikasida ichki va ziyorat turizmini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi farmoni.

17. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 18.02.2022-yildagi PF-75-son “Turizm, madaniy meros va sport sohalarida davlat boshqaruvini takomillashtirishga doir tashkiliy chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi farmoni.

18. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 28.01.2022-yildagi PF-60-son “2022-2026 yillarga mo‘ljallangan yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to‘g‘risida”gi farmoni.

19. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 16.08.2017-yildagi PQ-3217-son “2018-2019 yillarda turizm sohasini rivojlantirish bo‘yicha birinchi navbatdagi chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi qarori.

20. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 06.02.2018-yildagi PQ-3509-son “Kirish turizmini rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi qarori.

21. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 07.02.2018-yildagi PQ-3514-son “Ichki turizmni jadal rivojlantirishni ta‘minlash chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi qarori.

22. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 05.01.2019-yildagi PQ-4095 sonli “Turizm tarmog‘ini jadal rivojlantirishga oid chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi qarori.

23. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 19.06.2020-yildagi PQ-4755-son “Turizm sohasini sanitariya-epidemiologik xavfsizlikning kuchaytirilgan rejimi talablariga qat‘iy rioya qilgan holda rivojlantirishga doir qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi qarori.

24. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 07.06.2011-yildagi 164-son “2015-yilgacha Samarqand shahrining madaniy meros obyektlarini tadqiq, konservasiya, restavrasiya qilish va ulardan maqsadli foydalanish dasturi to‘g‘risida”gi qarori.

25. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 30.06.2017-yildagi 450-son “2017-2019-yillarda Samarqand shahri va Samarqand viloyatining turizm salohiyatini jadal rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi qarori.

26. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 15.05.2018-yildagi 365-son ““Chorvoq” erkin turistik zonasi faoliyatini tashkil etish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi qarori.

27. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 14.08.2018-yildagi 661-son “Mehmonxona sohasiga qo‘shimcha investitsiyalarni jalb etish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi qarori.

28. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 24.11.2018-yildagi 954-son “O‘zbekiston Respublikasida mehmonxona biznesini jadal rivojlantirishga doir qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi qarori.

29. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 08.03.2019-yildagi 198-son “Qashqadaryo viloyatining turizm salohiyatidan samarali foydalanish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi qarori.

30. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 11.06.2019-yildagi 484-son “2019-2028-yillar davrida O‘zbekiston Respublikasida biologik xilma-xillikni saqlash strategiyasini tasdiqlash to‘g‘risida”gi qarori.

31. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 21.09.2019-yildagi 793-son “Yo‘lbo‘yi va turizm infratuzilmani yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi qarori.

32. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 30.09.2019-yildagi 828-son “Samarqand viloyatining turizm salohiyatidan samarali foydalanish va uni rivojlantirish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi qarori.

33. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 31.12.2019-yildagi 1053-son “2019-2021-yillarda Toshkent viloyatida turizm sohasini jadal rivojlantirish to‘g‘risida”gi qarori.

34. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 26.04.2020-yildagi 259-son “Davlat-xususiy sheriklik loyihalarini amalga oshirish tartibini takomillashtirish to‘g‘risida”gi qarori.

35. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning Oliy Majlisga murojaatnomasi. //Xalq so‘zi, 2019-y. 18-yanvar, 16-son.

36. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning Oliy Majlisga murojaatnomasi. //Xalq so‘zi, 2020-y. 25-yanvar, 19-son.

37. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning iqtisodiy hamkorlik tashkiloti 15-sammitidagi nutqi. Ashxobod, 2021-y. 28-noyabr.

## **II. Monografiya, ilmiy maqola, patent, ilmiy to‘plamlar**

1. Абалкин Л.И. Труды Вольного экономического общества России: в 4 т. / Л.И. Абалкин. – М.: Экономика, 2000. – Т. 1. – 426 с.

2. Абриев З. Региональный туризм: выводы и возможности развития после коронавирусной пандемии: в сборнике материалов Международной научно-практической конференции «Финансово-правовые и инновационные аспекты инвестирования экономики региона» / колл. авторов; отв. ред. Г.Д. Халматжанова, М.В. Дубровник. – М.: РУСАЙНС, 2020. - 794 с.

3. Агешкина, Н. А. Основы турагентской и туроператорской деятельности : учебное пособие / Н.А. Агешкина. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 567 с.— DOI 10.12737/1072191. - ISBN 978-5-16-015973-7.
4. Азар В.И. Туризм - феномен XX века // Туризм: практика, проблемы, перспективы. 2000. - №1. -С. 56-58.
5. Алиева М.Т. Экономические аспекты управления сферой туристических услуг в условиях либерализации экономики (на примере Республики Узбекистан): Автореф. док. дисс., Самарканд, 2019. – 78 с.
6. Alimova M.T. Hududiy turizm bozorining rivojlanish xususiyatlari va tendensiyalari (Samarqand viloyati misolida): iqtisodiyot fanlari doktori ilmiy darajasini olish uchun yozilgan dissertatsiya. – S.: SamISI, 2017. - 265 b.
7. Анализ зарубежного опыта развития внутреннего и въездного туризма// Аналитический вестник. 2016. № 47 (646) [Электронный ресурс]: <http://council.gov.ru/media/files/m7qn478mzUhopFipLvNYSt66AAENHQZJ> (дата обращения: 12.07.2020).
8. Анализ мирового рынка туризма в 2014-2018 годах, прогноз на 2019-2023 годы. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://businessstat.ru>.
9. Аналитический материал «Узбекистан: окно возможностей». Международная консалтинговая компания BCG. Май 2019 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rus-uz-tier-may-2019-fin>(дата обращения 03.11.2022).
10. Асташкина М.В., Козырева О.Н., Кусков А.С., Санинская А.А. География туризма. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 544 с.
11. Афанасьев О. Е. Инновационные тренды в контексте глобальных угроз пандемии COVID-19: механизмы для туристской отрасли / О. Е. Афанасьев, А. В. Афанасьева // Современные проблемы сервиса и туризма. 2020. Т. 14. – № 4. – С. 7-26.
12. Барзыкин Ю.А. Актуальные вопросы государственной политики в сфере туризма / Ю.А. Барзыкин Е.Л. Писаревский Т.В. Абрамова // Туризм: право и экономика. 2011. – № 4. – С. 221.

13. Бегалов Б.А., Бобожонов А.В. Основные тенденции формирования и развития инновационной экономики в Республике Узбекистане. Экономика, статистика и информатика. 2013. - №5. -С. 22-26.

14. Бессонова Г.Б. Организационные модели государственного регулирования туризма за рубежом// Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2016. - № 1. - С. 21–24.

15. Биржаков М.Б. Введение в туризм: Учебник; 9-е изд., перераб. и доп. – М.: Герда. - 2010. - 576 с.

16. Бойко А.Е. Системный подход к пониманию туризма как вида экономической деятельности. //Известия ИГЭА. 2010. -№3 (71). -С.81-84.

17. Брусокене Т.В. Формирование и реализация туристского потенциала региона: Автореф. дис... канд. экон. наук. — СПб. - 2004. —23 с.

18. Вестник МОТ, выпуск 2: COVID-19 и сфера труда, 07.04.2020 г. [Электронныйресурс]. – Режимдоступа: <https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/-europe/-ro-geneva/-sro-moscow/documents/briefingnote/wcms742254.pdf>.

19. Виноградов А.В. Методические основы управления туристическим потенциалом региона (на примере Санкт-Петербурга и Ленинградской области): Автореф. дис...канд. эконом. наук. – СПб., 2010. –22с.

20. Винокурова Т.Г. Ресурсный потенциал развития туризма северных территорий: автореф. дис. канд. экон. наук. – Иркутск, 2010. –23 с.

21. Власова Т.И. Государственно-частное партнерство – один из основных факторов динамичного развития индустрии туризма и гостеприимства. Материалы международной научно-практической конференции «Роль туризма в модернизации экономики российских регионов». – Петрозаводск, 8-10 июня 2010 г., С. 49-52.

22. Всемирная туристская организация (UNWTO). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://ekec.ru/v-2020-godu-mirovoj-turizm-sokratilsya-na-70/> (дата обращения: 25.03.2021)

23. Вспомогательный счёт туризма: рекомендуемая методологическая основа, 2008. – Нью-Йорк, ООН. – 2010. -С. 10-22.
24. Голиков Д.П. Организационно-экономический механизм использования регионального туристско-ресурсного потенциала: Автореф. дис... канд. эконом. наук. — Пермь, 2005. —36с.
25. Гольщикова Е.В. Совершенствование организации и механизма регулирования развития туризма в рыночных условиях: Автореф. дис. ... канд.экон.наук. –Т.: 2012. - 25с.
26. Григалашвили А.С., Кокшарова Л.Ф., Зуева И.О. О применимости корреляционного анализа для исключения факторов в регрессионно-дифференциальных моделях// Вестник Тамбовского государственного технического университета. – 2016. – Т. 22, №1. – С. 35–44.
27. Гунаре М. Индивидуальный туризм в ожидании перемен / М. Гунаре, О. Е. Афанасьев // Сервис в России и за рубежом. 2020. Т. 14. – № 2(89). – С. 197-204.
28. Дехканова Н.С. Приоритеты развития инновационного предпринимательства//Современные инновации в науке и технике.-2013.- С.50-53.
29. Джалилов О.З. Проблемы и перспективы развития историко-культурного туризма в Узбекистане: Автореф. дис. .... канд.истор.наук. – Ташкент, 2011.
30. Дроздов А.В. Туристские ресурсы и туристский продукт. М.: Заповедники. - 2000. – 271 с.
31. Jahon turizm tashkiloti (UNWTO). [Elektron resurs]. – URL: <https://ekec.ru/v-2020-godu-mirovoj-turizm-sokratisya-na-70/>
32. Жукова М.А. Менеджмент в туристическом бизнесе. – М.: КНОРУС, 2006. - С.9.
33. Жуковская И.Е. Исследование процессов эффективного использования информационно-коммуникационных технологий в туризме: Автореф.... канд. экон. наук. – Ташкент, 2012.

34. Забаева М.Н. Эффективное использование регионального туристского потенциала: теория, методология и практика: Автореф. дис. ... д-ра эконом. наук. – Н. Новгород, 2011. – 23 с.
35. Захаренко Г.Н. Современные подходы к оценке туристского потенциала. //Вестник Национальной академии туризма.-2011.-№3.-С.22-26.
36. Землянухина С.Г. Трансформация ценностных ориентаций населения в сфере туризма в условиях пандемии. // Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса. – 2020. – Т. 14. – № 1. – С. 13-18.
37. Зорин И. В., Квартальнов В. А. Энциклопедия туризма. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 384 с.
38. Карпова Г.А. Проблемы совершенствования управления туризмом на уровне региона/Г.А. Карпова, Л.Б.-Ж. Максанова//Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета.2016.– №4(100). – С.87-93.
39. Карпушкина А.В. Оценка туристского потенциала региона (на примере Челябинской региона области). // Экономические науки. – 2009. – № 6 (55). – С. 204–207.
40. Келлер П. Влияние мировых кризисов на туризм // Вестник РМАТ. 2013. - № 3. - С. 17–20.
41. Кривуля М.А. Управление развитием туристического потенциала региона: Автореф. дис.. канд. эконом. наук. – СПб., 2012. – 20 с.
42. Куклина Е. А., Десятниченко Д. Ю. О государственной политике в сфере туризма и рекреации (в контексте лучших мировых практик). // Управленческое консультирование, 2017. - №10. - С.15-30.
43. Кусков А.С., Иванов А.В., Яшков И.А., Ширинкин П.С. Туристское ресурсоведение: учебник. – М.: Университетская книга.- 2011. – С. 34–59.
44. Логунцова И.В. Индустрия туризма в условиях пандемии коронавируса: вызовы и перспективы. //Государственное управление. Электронный вестник. Вып. № 80 (июнь). - 2020. – С. 40-65.

45. Лойко О. Т. Туризм и гостиничное хозяйство: Учебное пособие. – Томск: Изд-во ТПУ.- 2007. – 157 с.
46. Лысенко Н.Н. Совершенствование оценки потенциала туристского комплекса (на примере Сахалинской обл.): Автореф. дис... канд. эконом. наук. – Хабаровск, 2008. – 24 с.
47. Максанова Л.Б.-Ж. Региональный туризм: теория и практика управления: монография / Л.Б.-Ж. Максанова. – Улан-Удэ: Изд-во БНЦ СО РАН, 2017. – 300 с.
48. Международная организация туризма. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-03/24-03-Coronavirus.pdf> (дата обращения 20.03.2021)
49. Международные рекомендации по статистике туризма, 2008 год / Департамент по экономическим и социальным вопросам. Статистический отдел. – Мадрид, Нью-Йорк: 2010. – 179 с.
50. Мировой и казахский опыт поддержки развития ГЧП в сфере туризма. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dixinews.kz/articles/zhizn/35641/> (дата обращения 20.02.2022).
51. Митрофанова Е.С. Управление развитием туристского потенциала региона на основе государственно - частного партнерства: Автореф. дис. ... канд. эконом. наук. – СПб., 2010.
52. Митрушова М.Л. Основные тенденции инновационной экономики Республики Узбекистана // Молодой ученый. – 2017.- №1.3 (135.3).– С. 46-49.
53. Мышкис А.Д. Элементы теории математических моделей. – М.: Комкнига, 2007. – 192 с.
54. Navruz-Zoda B.N., Ibragimov N.S., Navruzzoda Z.B., Navruz-Zoda Sh.B. Turizm hudud raqobatbardoshligi. Monografiya. – Buxoro: “Sadriddin Salim Buxoriy” Durdona nashriyoti, 2017 - 156 б.
55. Новичков В. И., Полозков М.Ю. Анализ опыта государственного регулирования туризма в развитых странах. //Известия УрГЭУ, 2008. - №3(22). – С. 46–49.



56. Овчаренко Л.А. Использование рекреационного потенциала в ускоренном экономическом развитии региона: теория, методология, практика: монография. – Донецк: ГОУ ВПО «ДонАУиГС», 2018. – 424 с.
57. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка. М.: ООО «А ТЕМП», 2006. – 420 с.
58. Основы туризма: учебник / под ред. Е.Л. Писаревского. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 384 с.
59. Оценка текущего состояния спроса на услуги гостиничного сервиса в Республике Узбекистан и прогноз на 2021-2025 гг. // Государственный комитет Республики Узбекистан по развитию туризма.[Электронный ресурс]. – Режим доступа: // <https://uzbektourism.uz/ru/research/index> (дата обращения: 01.04.2022).
60. Очилова Ф.М., Жалолоиддинова Х., Нурматова С. Туризм в Узбекистане после COVID-19. // Экономические и инновационные технологии, 2021. - № 1 (январь-февраль). – С. 333-341.
61. Пандемия COVID-19. Биология и экономика. Специальный выпуск: информационно-аналитический сборник/ Под редакцией д.э.н. Мизинцевой М.Ф. //ВИНИТИ РАН. – М., Издательство Перо, 2020. – 110 с.
62. Печерица Е. В. Теоретические и практические аспекты внедрения инноваций в туризме и гостиничном бизнесе / Е. В. Печерица. //Физическая культура. Спорт. Туризм. Двигательная рекреация.-2016.-Т.1, №2. – С. 34-41.
63. Пирбугадова М.С. Стратегическое управление туристско-рекреационным комплексом: Автореф. дис. ... канд. эконом. наук. – Махачкала, 2009. – 23 с.
64. Покровский Н.Е. Туризм: от социальной теории к практике управления: учеб. пособие / Н. Е. Покровский, Т. И. Черняева. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Университет. кн. : Логос, 2009. – 400 с.
65. Po‘latov M.E., Mirzayev Q.J., Sultonov. Sh.A, Shavqiyev E. Global iqtisodiy rivojlanish (turizm iqtisodiyoti). O‘quv qo‘llanma. – T.: Fan va texnologiya, 2018. – 296 bet.

66. Развитие туризма в Узбекистане: обзор туротрасли за 2016-2020 гг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://review.uz/post/razvitie-turizma-v-uzbekistane-obzor-turotrasli-za-2016-2020-gg?ysclid=15vye9vrtn570446752> (дата обращения: 01.05.2022).

67. Raximov X. A. turizm va mehmonxona xuzhaligida samaradorlikni oshirish nazariyasi va uslubiy masal. Monografiya. Iqtisodiyot-moliya, - vol.: 2017.-200 b.

68. Региональная экономика: учебник / под ред. В.И. Видяпина, М.В. Степанова. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 325 с.

69. Розанова Т.П. Туризм в условиях рынка (организационно-экономический аспект)/Т.П. Розанова. – М.: Изд-во Рос.экон. акад.,1999.-368 с.

70. Рудникова Н.П. Комплексная оценка туристско-рекреационного потенциала региона (на примере Орловской области): Автореф. дис. ... канд. геогр. наук. – Орел, 2005. – 23 с.

71. Саидов А.Ф. Организационно-экономические механизмы управления туризмом Республики Узбекистан. Дисс. док. экон. наук. – Т., 1994.

72. Safarova N. N. iqtisodiyot rivojlanish holatiga ta'sir ko'rsatadigan turizm sohasini rivojlantirishni tikladi: Referat.... Falsafa doktori. iqtisodiy fanlar. – Toshkent , 2018-yil.

73. Святохо Н.В. Сущность и компоненты туристского потенциала территории // Проблемы материальной культуры. 2006. — № 88. — С. 95-98.

74. Святохо Н. В. Концептуальные основы исследования туристского потенциала региона. // Экономика и управление. 2007. – №2. – С. 30–36.

75. Севастьянова С.А. Региональное планирование развития туризма и гостиничного хозяйства: учеб. пособие. – М.: КНОРУС, 2007. – 256с.

76. С дальним прицелом. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pv.uz/ru/newspapers/s-dalnim-pritselom> (дата обращения: 05.04.2021 г.)

77. Соцков В. В. Современные бизнес-технологии участников туристских проектов. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://profsobranie.ru/assets/files/2021/профессорский-журнал\\_рекреация-и-туризм-2021-1-итог.pdf](https://profsobranie.ru/assets/files/2021/профессорский-журнал_рекреация-и-туризм-2021-1-итог.pdf) (profsobranie.ru) (дата обращения: 15.02.2022).

78. Тайгибова Т.Т. Государственное регулирование развития въездного туризма. // Молодой ученый. - 2012. - №1. Т.1. - С. 153-157.

79. Технологии управления и самоуправления в сфере туризма / В.И. Кружалин, Н.В. Шабалина, Е.В. Аигина, В.С. Новиков. – М.: Диалог культур, 2014. – 328 с.

80. Топсахалова Ф.М.-Г., Теунаева З.Н., Айбазова Ф.М. Стратегическое управление формированием и развитием регионального туристско-рекреационного комплекса в условиях социально-экономической трансформации. Монография. – М.: Издательство Академии Естествознания. - 2012. – С.327.

81. Тураев Б.Х. Развитие организационно-экономических механизмов управления региональным туризмом: Автореф.. докт. экон. наук. – Т., 2011. – 52 с.

82. Туризм: технологии, экономика, управление: учебник: в 2 ч. Ч. 1/ под общ. ред. Г.А. Карповой, Л. В. Хоревой. – СПб.: Изд-во СПб ГЭУ, 2014. – 276 с.

83. Туристическая активность. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://textarchive.ru/c-2829677.html> (дата обращения: 30.03.2021).

84. Туристическая переориентация. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2020/06/26/833406-turisticheskaya-pereorientatsiya> (дата обращения: 24.04.2021).

85. Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Менеджмент и организация бизнеса в туризме Узбекистана. – Тошкент: Ўзбекистон Миллий Энциклопедияси. - 2006. - 367 с.

86. Tuxliyev I.S., Hayitboyev R., Safarov B.Sh., Tursunova G.R. Turizm asoslari. Darslik. – Т.: Fan va texnologiya, 2014. - 332 b.;

87. Увидеть много граней одной страны. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://evu.uz/arhiv-statey/uidet-mnogo-graney-odnoy-stranyi.html>(дата обращения: 15.07.2022).

88. Узбекистан занял четвертое место в рейтинге стран. Режим доступа: <https://www.podrobno.uz/cat/podrobno/uzbekistan-popal-na-chetvertoe-mesto-v-reytinge-stran-s-samoy-bystrorazvivayushcheysya-industriey-tu/> (дата обращения: 15.07.2020).

89. Усманова Д.К. Особенности формирования туристского продукта и перспективные направления его развития. Иқтисод фан. номзоди дис. автореферати. – Самарқанд, СамИСИ, 2009.

90. Hamidov O.N. O‘zbekistonda ekologik turizmi rivojlanti-rishni boshqarish mexanizmini takomillashtirish. Iqt. fan. dokt. (DSc) diss. avtoreferati. – Samarqand, 2017.

91. Харламова А.Ю. Институты туристской деятельности: классификация и функции / А.Ю. Харламова // Российское предпринимательство. – 2010. – № 1(Вып. 9). – С.153–159.

92. Чабанюк О.В. Инновационный менеджмент в туристской дестинации: монография / О.В. Чабанюк. – М.: Логос, 2014. – 207 с.

93. Чудновский А.Д., Жукова М.А., Кормишова А.В. Теория и методология социально–экономических исследований в туристской индустрии: учебное пособие. М.: КНОРУС, 2014. - 480 с.

94. Шакирова Ю.С. Пути повышения эффективности экотуризма в Узбекистане//Бюллетень науки и практики. Т. 7. 2021. - №12.

95. Шаститко А.Е. Новая институциональная экономическая теория. - М.: ТЕИС, 2002. – 591 с.

96. Eshtayev A.A. Globallashuv sharoitlari turizm marketing sohasi strategiyasi (masalan, O‘zbekiston Respublikasi, turizm Respublikasi). Muallifning fan doktori dissertatsiyasi. – Samarqand, 2019.

97. ЮНЕП. Навстречу «зелёной» экономике: пути к устойчивому развитию и искоренению бедности. 2011 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.unep.org/greeneconomy](http://www.unep.org/greeneconomy).

98. Global Economic Impact & Trends 2019 // World Travel & Tourism Council [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ambassade-ethiopie.fr/onewebmedia/Tourism-WTTC-Global-Economic-Impact-Trends-2019>

99. Krippendorf J. Marketing im Fremdenverkehr. 2. Auflage. – Bern\$ Frankfurt am Main; Las Vegas, 1980. – P. 35.

100. Pshenichnykh Y., Yakimenko M., Zhertovskaja E. Checking convergence hypothesis of the Russia tourist market // European Journal of Tourism Research, 2020, vol. 26, p. 2608.

101. Swarbrooke J. The издательский Development and большой Management of Visitor Attractions. – Butterworth-Heinemann, 1995. – P. 97.

102. There will be 1 billion digital nomads by 2035. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://levels.io/future-of-digital-nomads/>

### **III. Foydalanilgan boshqa adabiyotlar**

1. O‘zbekiston iqtisodiyoti. Axborot-tahliliy byulleten 2017 yil. – T.: ITM, 2017. – 115 b.

2. O‘zbekiston hududlarining yillik statistik to‘plami. O‘zR Davlat statistika qo‘mitasi. – Toshkent, 2022.

3. O‘zbekiston hududlarining yillik statistik to‘plami. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika agentligi. – Toshkent, 2022, 302 b.

4. O‘zbekiston hududlarining yillik statistik to‘plami. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika agentligi. – Toshkent, 2021, 396 b.

5. [www.stat.uz](http://www.stat.uz) – O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika agentligining rasmiy sayti.

6. [www.mineconomy.uz](http://www.mineconomy.uz) – O‘zbekiston Respublikasi Iqtisodiyot vazirligi rasmiy sayti.

7. [www.lex.uz](http://www.lex.uz) – O‘zbekiston Respublikasi qonun hujjatlari ma’lumotlari milliy bazasi.

# ILOVALAR

1-ilova

## Turizm tushunchasiga ilmiy yondashuvlar

<i>Muallif</i>	<i>Ta'rif</i>
<i>1</i>	<i>2</i>
<b><i>Shaxsning tanlovi nuqtai nazaridan – fiziologik ehtiyoj</i></b>	
<b>E.L. Krotova</b>	Turizm kengaytirilgan takror ishlab chiqarish jarayonida ish qobiliyatini tiklashga ehtiyoj zarurati bilan belgilanadi.
<b>Turizm akademiyasi (Monte Karlo)</b>	Turizm – bu vaqtincha yashash joyida puli to‘lanadigan faoliyat bilan shug‘ullanmasdan bo‘sh vaqtlarida yoki professional-ishbilarmonlik maqsadlarida bilim olish manfaatlarni qondirish uchun dam olish maqsadida odamlarning doimiy yashash joyidan vaqtincha chiqib ketishining barcha shakllari uchun umumiy tushuncha.
<b>BMT tomonidan berilgan ta'rif</b>	Turizm – bu doimiy yashash joyidan tashqarida harakatlanish bilan bog‘liq bo‘lgan odamning sog‘lig‘ini, fiziologik sog‘lig‘ini mustahkamlashga ta’sir qiluvchi faol dam olish.
<b><i>Shaxsning tanlovi nuqtai nazaridan – ijtimoiy ehtiyoj</i></b>	
<b>V.A. Kvartalnov, I.V. Zorin</b>	Turizm odamlarning ma’lum bir obyektga tashrif buyurish yoki ixtisoslashgan qiziqishni qondirish va doimiy yashash joyiga qaytish uchun marshrut bo‘ylab harakat qilishining maxsus shakli sifatida.
<b>Akimova L.A.</b>	Turizm – bu rekreatsiya turi, faol dam olish turlaridan biri bo‘lib, uning davomida ish qobiliyatini tiklash bilim olish faoliyati bilan birlashtiriladi.
<b>Jahon turizm konferentsiyasi (Madrid, 1981)</b>	Turizm – bu faol dam olish turlaridan biri bo‘lib, u ma’lum hududlarni, yangi mamlakatlarni o‘rganish uchun qilingan va bir qator mamlakatlarda sport elementlari bilan birlashtirilgan sayohatdir.
<b><i>Ko‘p o‘lchovli ehtiyojlar to‘plami</i></b>	
<b>O‘zbekiston Respublikasining «turizm to‘g‘risida»gi Qonuni</b>	Turizm deganda jismoniy shaxsning doimiy yashash joyidan vaqtincha bo‘lgan mamlakat (joy) dagi manbalardan daromad olish bilan bog‘liq faoliyat bilan shug‘ullanmasdan ketishi (sayohati) tushuniladi
<b>«Turizm faoliyatining asoslari to‘g‘risida»gi qonun</b>	Turizm - Rossiya Federasiyasi fuqarolari, chet el fuqarolari va fuqaroligi bo‘lmagan shaxslarning doimiy yashash joyidan tibbiy, dam olish, ta’lim, jismoniy tarbiya va sport, kasbiy, ishbiarmonlik, diniy va boshqa maqsadlarda vaqtinchalik yashash mamlakatidagi (joyidagi) manbalardan daromad olish bilan bog‘liq tegishli faoliyat bilan shug‘ullanmasdan vaqtincha chiqishlari (sayohatlari).
<b>Jahon turizm tashkiloti (Madrid, 1993)</b>	Turizm - odamlarning dam olish, ishbiarmonlik va boshqa maqsadlarda ketma-ket bir yildan ko‘p bo‘lmagan muddatda odatdagi muhitdan tashqari joylarda sayohat qilish va qolish bo‘yicha faoliyati
<b>Turizmni rivojlantirish iqtisodiy ko‘rsatkichlari</b>	Turizm xizmati - bu insonning u yoki bu ehtiyojlarini qondiradigan foydali ta’sirda ifodalangan ma’lum bir iste’mol qiymatining harakati.
<b><i>Iqtisodiy faoliyatning turi nuqtai nazaridan</i></b>	
<b>M.A. Jukov</b>	Turizm sohasi – bu ixtisoslashgan moddiy-texnik bazaga ega bo‘lgan, faoliyat va boshqaruv birligi bilan birlashtirilgan turizm xizmatlari va

	tovarlarni ishlab chiqarish va sotishga ixtisoslashgan mustaqil, geografik jihatdan alohida turizm xo‘jalik birliklar to‘plami.
<b>M.B. Birjakov</b>	Turizm - turdosh tarmoqlar va turizm industriyasining turli korxonalar tomonidan amalga oshiriladigan sayohatlarni tashkil etish va amalga oshirish (hamrohlik qilish) faoliyati.
<b>V.A. Kvartalnov</b>	Turistlarning ehtiyojlarini qondirish uchun xizmat ko‘rsatish sohasi.
<b><i>Iqtisodiyotga qo‘shgan hissasi nuqtai nazaridan</i></b>	
<b>S.A. Kuznetsov</b>	Turizm jamiyatning ijtimoiy, iqtisodiy, madaniy rivojlanishiga ta’sir ko‘rsatadigan va natijada davlat siyosatini amalga oshirishni talab qiluvchi iqtisodiyot tarmog‘idir.
<b>Jahon turizm bo‘yicha Manila deklarasiyasi (Manila, Filippin, 1980)</b>	Turizm deganda davlatlar hayotining ijtimoiy, madaniy, ta’lim va iqtisodiy sohalariga, ularning xalqaro munosabatlariga bevosita ta’siri tufayli xalqlar hayotida katta ahamiyatga ega bo‘lgan faoliyat tushuniladi.
<b><i>Turizmni ijtimoiy-iqtisodiy tizim sifatida shakllantirish nuqtai nazaridan</i></b>	
<b>G. fon Shullard</b>	Turizm – bu asosan iqtisodiy xususiyatga ega bo‘lgan, chet elliklarning ma’lum bir davlat, shahar yoki mintaqa ichkarisiga va tashqarisiga kirishi, yashashi va harakatlanishi bilan bevosita bog‘liq bo‘lgan harakatlarning umumiy yig‘indisi.
<b>P. Berneker</b>	Turizm – bu sayohatchining yashash joyini notijorat yoki professional bo‘lmagan sabablarga ko‘ra vaqtincha va ixtiyoriy ravishda o‘zgartirish bilan bog‘liq munosabatlar va xizmatlar to‘plami.
<b>N. Leyper</b>	Turizm – bu quyidagi asosiy elementlardan iborat tizim: geografik elementlar, turistlar, turizm sanoati.
<b>V. Xuntsiker, K. Krapf</b>	Turizm – bu doimiy yashashga olib kelmaydigan va hech qanday foyda (naf) olish bilan bog‘liq bo‘lmagan holda, sayohat natijasida paydo bo‘ladigan bir qator hodisalar va munosabatlar.
<b>V. Azar</b>	Turizm – bu alohida bir mamlakatning xalq xo‘jaligi doirasida alohida elementlar o‘rtasidagi xilma-xil aloqalar va milliy iqtisodiyotning umuman jahon xo‘jaligi bilan aloqalariga ega bo‘lgan yirik iqtisodiy tizim.
<b>V.A. Kvartalnov</b>	Turizm – bu asosiy elementlar: turizm talab, turizm mahsuloti taklifi, narx va raqobatning o‘zaro bog‘liq iqtisodiy tizimi.

Manba: [73], [92] axborotlardan foydalanib tuzilgan.

## Turizm salohiyati va turizm-rekreatsion salohiyat mualliflik tushunchalari sharhi

Muallif	Ta'rif
1	2
<b>M.V. Astashkina [47], A.V. Drozdov [67], N. P. Rudnikova [107]</b>	Turizm-rekreatsion salohiyat. Ushbu obyekt (hududlar) bilan bog'liq tabiiy va texnogen jismlar va hodisalarning yig'indisi, shuningdek turizm mahsulotini shakllantirish va tegishli sayohatlar, ekskursiyalar, dasturlarni amalga oshirish uchun mos sharoitlar, imkoniyatlar va vositalar.
<b>M.S. Pirbudagova [100]</b>	Turizm-rekreatsion salohiyat Tabiiy, antropogen resurslar va mintaqaning zamonaviy infratuzilmasi elementlari yig'indisi va aholi.
<b>A.S. Kuskov [80], S. A. Sevostyanova [112]</b>	Rekreatsion salohiyat. Odamlarning o'zgaruvchan rekreatsion ehtiyojlarini qondirish uchun ularning rivojlanish tendensiyalarini hisobga olgan holda rekreatsiya sohasida foydalaniladigan yoki foydalanish mumkin bo'lgan mintaqaning o'zaro bog'liq tabiiy va antropogen resurslari to'plami.
<b>A.V. Karpushkina [76]</b>	Turizm salohiyati. Turizm xizmatlarini eng yaxshi foydalanish sharoitida maksimal darajada ishlab chiqarish qobiliyatiga ega bo'lgan ma'lum bir mintaqaning turizm resurslari va turizm infratuzilmasining yig'indisi.
<b>T.G. Vinokurova [57]</b>	Turizm salohiyati. Mintaqada turizmni rivojlantirish uchun foydalanish mumkin bo'lgan barcha vositalar, manbalarning yig'indisi, turizm resurslari esa turizm mahsuloti ishlab chiqarishda foydalaniladigan mintaqaning tabiiy, iqlimiy, ijtimoiy-madaniy va infratuzilma omillarining yig'indisidir.
<b>E.S. Mitrofanov [88]</b>	Turizm salohiyati. Resurslar va ulardan foydalanish shartlari bilan bog'liq turizm salohiyatining rivojlanishini baholash ko'rsatkichlari to'plami.
<b>M.N. Zabayeva [71]</b>	Turizm salohiyati. Mavjud resurslardan foydalangan holda tashkiliy-iqtisodiy munosabatlar jarayonida turistlarning ehtiyojlarini shakllantirish va qondirish uchun mintaqaning imkoniyatlari.
<b>N.N. Lisenko [83]</b>	Turizm salohiyati. Mavjud resurslardan eng ilg'or va samarali texnologiyalar hamda xizmatlar ishlab chiqarish va xodimlar mehnatini tashkil etish sharoitida ma'lum bir hududiy tuzilmaning ma'lum bir nomenklatura bo'yicha turizm va mehmondo'stlik xizmatlarini maksimal darajada ishlab chiqarish qobiliyati. Bunda nimalarni ajratib ko'rsatish lozimligi aniqlashtiriladi: – ichki salohiyat, eumlardan, iqtisodiy va resurslar salohiyati.
<b>Svyatoxo N.V. [110]</b>	Turizm ma'muriy salohiyat. – quyidagi elementlarni o'z ichiga oladigan tashqi salohiyat: innovatsion salohiyat; axborot salohiyati; demografik salohiyat; turistlarning ehtiyojlari salohiyati; ijtimoiy salohiyat; boshqa salohiyatlar. Tabiiy, tarixiy va madaniy obyektlar va hodisalarning yig'indisi,



	shuningdek, ma'lum bir hududda turizm faoliyatini tashkil etish uchun ijtimoiy-iqtisodiy va texnologik shartlar.
<b>M.A. Krivulya [78]</b>	Turizm salohiyati. Mintaqada aholi salomatligini mustahkamlash, mehnat resurslarini takror ishlab chiqarish va turizm sohasini rivojlantirishga qaratilgan turli xil turizm-rekreatsion xizmatlar ko'rsatish uchun u erda yuzaga kelgan madaniy, tarixiy va ijtimoiy-iqtisodiy shart-sharoitlarni hisobga olgan holda muayyan mintaqaning iqtisodiy, tashkiliy, investitsiyaviy, axborot, ilmiy-texnik, tabiiy va boshqa resurslari yig'indisi
<b>A.V. Vinogradov [56]</b>	Turizm salohiyati. Murakkab tizim bo'lib, o'z navbatida mintaqadagi sayyohlik yo'nalishlarining jozibadorligining tabiiy, iqlimiy, madaniy va tarixiy omillarining yig'indisini o'z ichiga oladigan mintaqaning resurs salohiyatini; resurs salohiyatini va uning turizm maqsadlarda foydalanilishini ta'minlaydigan tashkilotlarni (mehmonxona korxonalari, transport, savdo muassasalari va turizm infratuzilmaning boshqa tashkilotlari) o'z ichiga olgan mintaqaning ishlab chiqarish salohiyatini; ishlab chiqarish salohiyati va undan foydalanishni va yakuniy iste'molchi (turistlar) tomonidan turizm mahsulotlarini iste'mol qilishni ta'minlaydigan tashkilotlarni o'z ichiga oladigan mintaqaning iqtisodiy salohiyatini qamrab oladi.
<b>Yost Krippendorf [136]</b>	Turizm salohiyati. Hududlarning yakuniy turizm mahsulotini yaratish (sayyohlarga iste'mol uchun taklif qilinadigan ehtiyojlar va imtiyozlarni qondirish uchun moddiy va nomoddiy elementlar majmuasi) va iqtisodiy jihatdan muhim turizmni rivojlantirish imkoniyati.

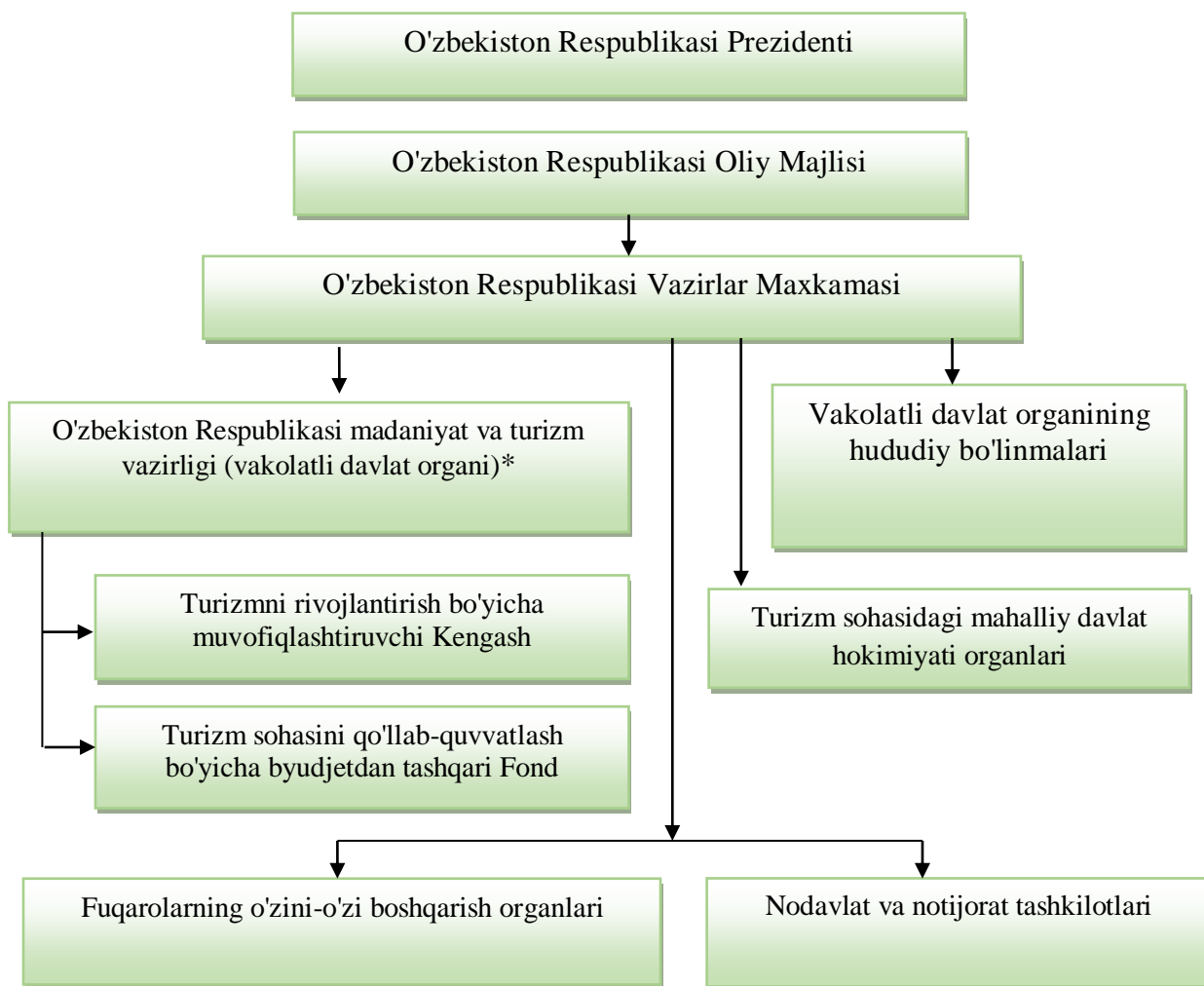
Manba: muallif tomonidan tuzilgan

## Turizm salohiyatining belgilari bo'yicha tuzulmasi va xususiyatlari

Belgi	Xususiyat
<b>1.</b>	<b>2.</b>
<b>1. Baholashning agregatsiya darajasi bo'yicha</b>	
a) Umumiy turizm salohiyati	Turizm faoliyatini tashkil etish maqsadida ixtiyorida bo'lgan resurslar majmuasi
b) Xususiy turizm salohiyati:	Umumiy turizm salohiyatining tarkibiy qismi
unga quyidagilar kiradi:	Turizm mahsulotini takror ishlab chiqarish uchun zarur bo'lgan potensial yaroqli kuchlar va vositalar (moddiy, tabiiy, mehnat resurslari)
- iqtisodiy turizm salohiyat	Turizm faoliyatini amalga oshirish uchun zarur bo'lgan turli xil mavjud ijtimoiy sharoitlar (ya'ni insonning ijtimoiy hayoti sharoitlari) yig'indisi. Ma'naviy va axloqiy-psixologik salohiyatdan iborat.
- ijtimoiy turizm salohiyat	Turizm faoliyatini amalga oshirish uchun zarur bo'lgan turli xil mavjud ijtimoiy sharoitlar (ya'ni insonning ijtimoiy hayoti sharoitlari) yig'indisi. Ma'naviy va axloqiy-psixologik salohiyatdan iborat.
- ma'naviy turistik salohiyat	Turistlarda qiziqish uyg'otadigan aholining ma'naviy xislatlari
- axloqiy-ruhiy turizm salohiyat	Hozirgi vaqtda jamiyatda shakllanayotgan va aholini turizmga hodisa sifatida, turist esa uning subyekt sifatida to'g'ri munosabatda bo'lish jarayonini aks ettiruvchi axloqiy-psixologik vaziyat.
<b>2. Mazmuni bo'yicha</b>	
a) Iqtisodiy turizm salohiyati	Tadbirkorlik subyektlari va davlat organlarining aholi va maqsadli bozorlar ehtiyojlarini qondirish maqsadida hududni rivojlantirishning umumiy resurslaridan foydalangan holda hududning turizm (rekreatsion) mahsulotini shakllantirish imkoniyati.
b) Texnik turizm salohiyati	Ushbu hududda ruxsat etilgan rekreatsion yukni hisobga olgan holda turizm turar joylarni yoki umuman mavjud tabiiy resurslarga ega bo'lgan ma'lum bir mintaqani qabul qilishga qodir bo'lgan bir qator sayyohlarni jalb etish imkoniyati to'g'risida hududning salohiyati.
<b>3. Amalga oshirish darajasi bo'yicha</b>	
a) Real (erishilgan) turizm salohiyati (aniqangan va jalb qilingan)	
b) strategik turizm salohiyati (aniqlangan, lekin jalb qilinmagan (rivojlanish vektori).	
<b>4. Moliyalashtirish manbalari bo'yicha</b>	
a) Imkoniyatlar turizm salohiyati	Hududda obyektiv ravishda rivojlanib, turizm mahsulotini ko'paytirishga hissa qo'shadigan imkoniyatlar to'plami
b) Ehtiyojlar turizm salohiyati	Imkoniyatlar salohiyatidan qay darajada foydalanilayotganligini aniqlaydi; uning manbai turistlarning muayyan turdagi va sifatdagi turizm mahsulotiga bo'lgan subektiv ehtiyojlaridir.
<b>5. Turizm obyekti yoki hududdagi yuk turi bo'yicha</b>	
a) Umumiy turizm o'tkazish salohiyati	Muayyan sayyohlik obyekti mahalliy resurslarga jiddiy zarar etkazmasdan, sayohat ta'ssurotlariga salbiy ta'sir ko'rsatmasdan va aholi uchun ijtimoiy-iqtisodiy muammolarni keltirib chiqarmasdan bardosh bera oladigan maksimal yuk
b) Ekologik turizm o'tkazish salohiyati	Obyekt yoki hududning ishtirok etish darajasi, ularning ko'pligi sayyohlarning harakatlari (yoki hayotiy faoliyatning tabiiy jarayonlari) natijasida yoki turizmga xizmat qiluvchi infratuzilmaning ishlashi natijasida qabul qilinishi mumkin bo'lmagan ekologik oqibatlarga olib keladi
c) Ijtimoiy turizm o'tkazish salohiyati	Turizm obyekti yoki hududining undan oshib ketish sayohat taassurotlari yomonlashishiga olib keluvchi tashrif buyurish darajasi
d) Mahalliy ijtimoiy turizm o'tkazish salohiyati	Mahalliy madaniyat uchun salbiy oqibatlarga olib keladigan va mahalliy aholining sayyohlar bilan munosabatlarining yomonlashishiga olib keluvchi tashrif darajasi.
e) Infratuzilmaviy turizm o'tkazish salohiyati	Infratuzilmaning miqdoriy xususiyatlari, barcha transport turlari bo'yicha transport soni, elektrlashtirish darajasi, suv ta'minoti, kanalizatsiya, turli sinfdagi mehmonxonalaridagi mehmonxona xonalari soni va hokazo

Manba: muallif tomonidan [79] manbadan foydalangan holda tuzilgan.

## O'zbekistonda turizm sohasini boshqarish organlari va tashkilotlari tarkibi<sup>50</sup>



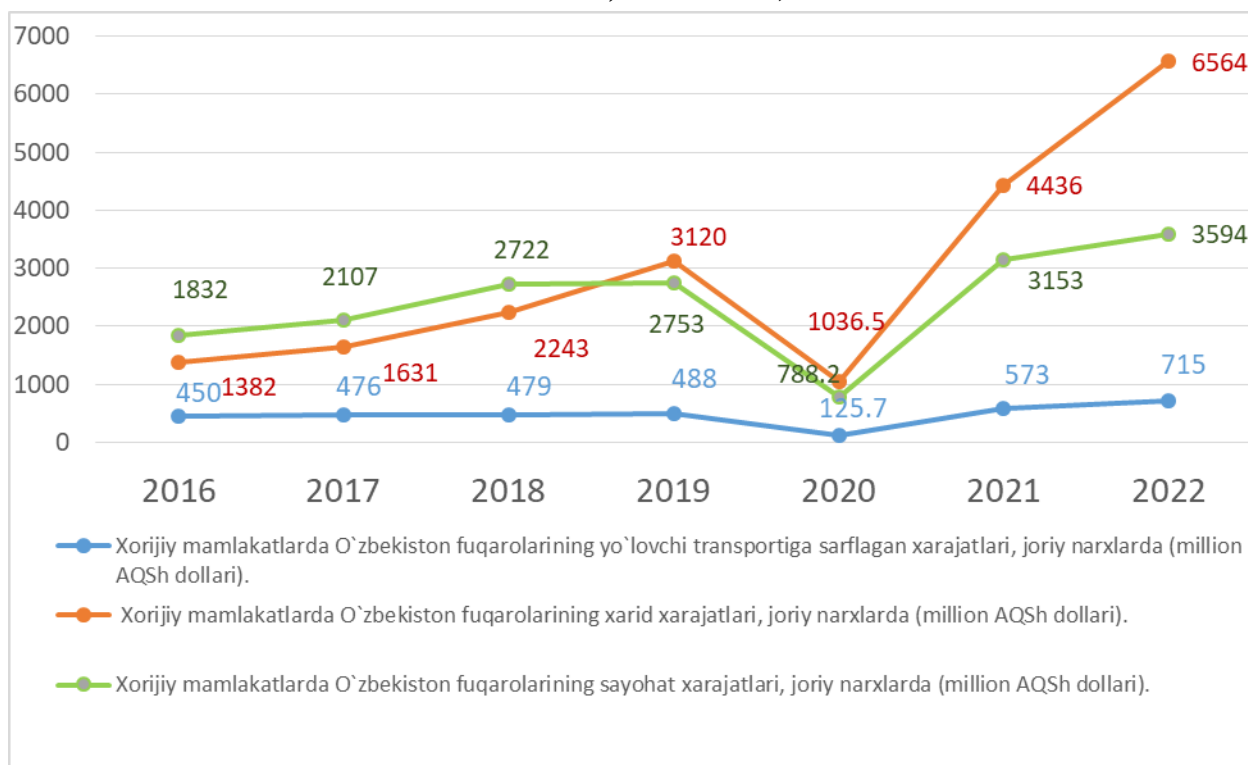
<sup>50</sup>Manba: muallif tomonidan tuzilgan.

### Turizm sohasining O‘zbekiston iqtisodiyotiga qo‘shgan hissasi dinamikasi<sup>51</sup>

Ko‘rsatkich	2007-yil	2008-yil	2010-yil	2012-yil	2014-yil	2016-yil	2018-yil	2019-yil	2020-yil	2021-yil	2022-yil	Ko‘rsatkichning 2022-y.da 2007-y.ga nisbatan o‘zgarishi (marta)
Turizmning YaIMdagi umumiy hissasi, joriy narxlarda, mlrd. so‘m	949,2	1210,8	2263,5	2977,5	4304,1	5811,1	10415,6	12294,3	1084,7	16077,0	16549,9	17,4
Turizmning YaIMdagi umumiy hissasi, %	2,0	2,0	2,1	2,3	2,3	2,4	2,5	2,6	0,3	3,4	3,5	1,7
Turizmning bandlikdagi umumiy hissasi, %	2,2	2,7	3,2	2,6	2,6	2,6	3,0	3,2	1,9	3,5	3,9	1,7
Turizmning YaIMdagi to‘g‘ridan-to‘g‘ri hissasi, joriy narxlarda, mlrd. so‘m	331,0	403,0	751,0	960,0	1372,0	1787,0	3369,0	3984,0	361,5	5202,9	5253,6	15,8
Turizmning YaIMdagi to‘g‘ridan-to‘g‘ri hissasi, (ulush, %)	0,9	1,0	0,9	0,8	0,8	0,8	0,8	0,9	0,1	1,1	1	1,1
Turizmning bandlikdagi to‘g‘ridan-to‘g‘ri hissasi (ming kishi)	92,5	93,8	114,8	115,4	117,3	119,9	120,3	121,3	45,6	124,6	145	1,5
Turizm sohasiga davlat xarajatlari, joriy narxlarda, mlrd. so‘m	4,3	6,5	12,8	20,0	30,4	42,5	58,8	68,8	57,3	75,7	83,3	19,3
Туризм соҳасига давлат харажатлари улуши, %	0,9	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,1	1,1	0,9	1,2	1,1	1,2
Turizmga kapital qo‘yilmalar, joriy narxlarda, mlrd. so‘m	141,3	211,6	357,8	514,7	731,4	1047,3	1808,2	2125,8	1980,4	2338,3	2618,8	18,5
Mamlakat ichida turistlar iste‘moli, joriy narxlarda, mlrd. so‘m	622,2	765,1	1408,2	1792,5	2569,3	3340,5	6290,4	7442,3	1860,5	8186,5	20466,2	32,8
Turistlardan olinadigan daromad, joriy narxlarda, mln. doll.	51,0	64,0	121,0	360,0	420,0	579,0	1314,0	1811,5	478,9	812,8	1610,0	31,5
Turizmga multiplikativ samaradorlik bilan band bo‘lganlar soni, ming kishi	306,3	289,9	356,6	310,2	313,1	319,8	380,4	452,8	135,8	540,8	648,9	2,1

<sup>51</sup>Manba: Knoema ma’lumotlar bazasi asosida tuzilgan.

### O'zbekiston fuqarolarining xorijiy mamlakatlardagi turizm xarajatlari (joriy narxlar, mln. doll.)<sup>52</sup>



### O'zbekiston mintaqalarida mehmonxona, xostel va oilaviy mehmon uylarida turistlarni joylashtirish narxi<sup>53</sup>

01.01.2023-y. holatiga ko'ra; kuniga doll.

Mehmonxonalar (yulduz toifasiz)	Xostellar	Oilaviy mehmon uylari
<i>10,5-15 dollardan 32 dollargacha:</i>	<i>5-6 dollar:</i>	<i>4,2 dollardan 7,3 dollargacha:</i>
<b>Qoraqalpog'iston Respublikasi</b>	Andijon viloyati	Buxoro viloyati
<b>Andijon viloyati</b>	Qashqadaryo viloyati	<i>10 dollar:</i>
<b>Sirdaryo viloyati</b>	Sirdaryo viloyati	Surxondaryo viloyati
	Surxondaryo viloyati	
<i>26-31 dollardan 85 dollargacha:</i>	<i>10 доллар ва ундан ортиқ:</i>	<i>17 dollar:</i>
<b>Buxoro viloyati</b>	Buxoro viloyati	Qashqadaryo viloyati
<b>Samarqand viloyati</b>	Samarqand viloyati	Samarqand viloyati
<b>Farg'ona viloyati</b>	Xorazm viloyati	
<b>Toshkent sh.</b>	Toshkent sh.	

Manba: O'zbekiston Respublikasi Madaniyat va turizm vazirligi ma'lumotlari

<sup>52</sup>Manba: Knoema ma'lumotlari asosida tuzildi.

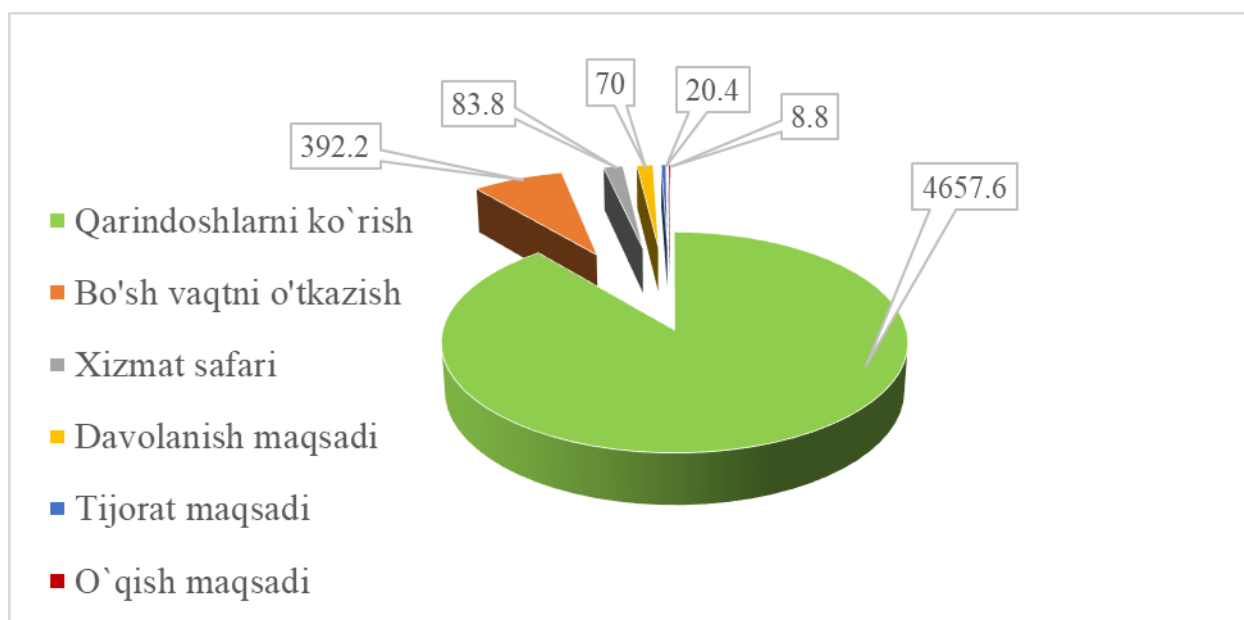
<sup>53</sup>Manba: O'zbekiston Respublikasi Madaniyat va turizm vazirligi ma'lumotlari

## O'zbekiston hududlarida so'ngi 3 yilda tashkil qilingan mehmonxona va xostellar soni<sup>54</sup>

01.01.2023-y. holatiga ko'ra

Viloyat	Mehmonxonalar soni, birl.	Xonalar soni, birl.	O'rinlar (koyka) soni, birl.
<b>Жами</b>	<b>226</b>	<b>6703</b>	<b>12713</b>
shu jumladan, viloyatlar bo'yicha:			
Qoraqalpog'iston Respublikasi	7	94	204
Andijon viloyati	6	274	484
Buxoro viloyati	37	877	1812
Jizzax viloyati	6	106	224
Qashqadaryo viloyati	9	233	257
Navoiy viloyati	7	247	437
Namangan viloyati	7	203	359
Samarqand viloyati	28	538	1172
Sirdaryo viloyati	3	37	65
Surxondaryo viloyati	9	301	404
Toshkent viloyati	16	560	804
Farg'ona viloyati	7	223	445
Xorazm viloyati	7	198	380
Toshkent sh.	77	2812	5666

## O'zbekistonda 2022 yilda turistlarni sayohat maqsadlari bo'yicha joylashtirish tuzulmasi<sup>55</sup>



<sup>54</sup>Muallif tomonidan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika agentligining ma'lumotlari asosida tuzilgan.

<sup>55</sup>Manba: muallif tomonidan O'zbekiston Respublikasi Madaniyat va turizm vazirligining ma'lumotlari asosida tuzilgan.

O‘zbekiston geoparklari<sup>56</sup>

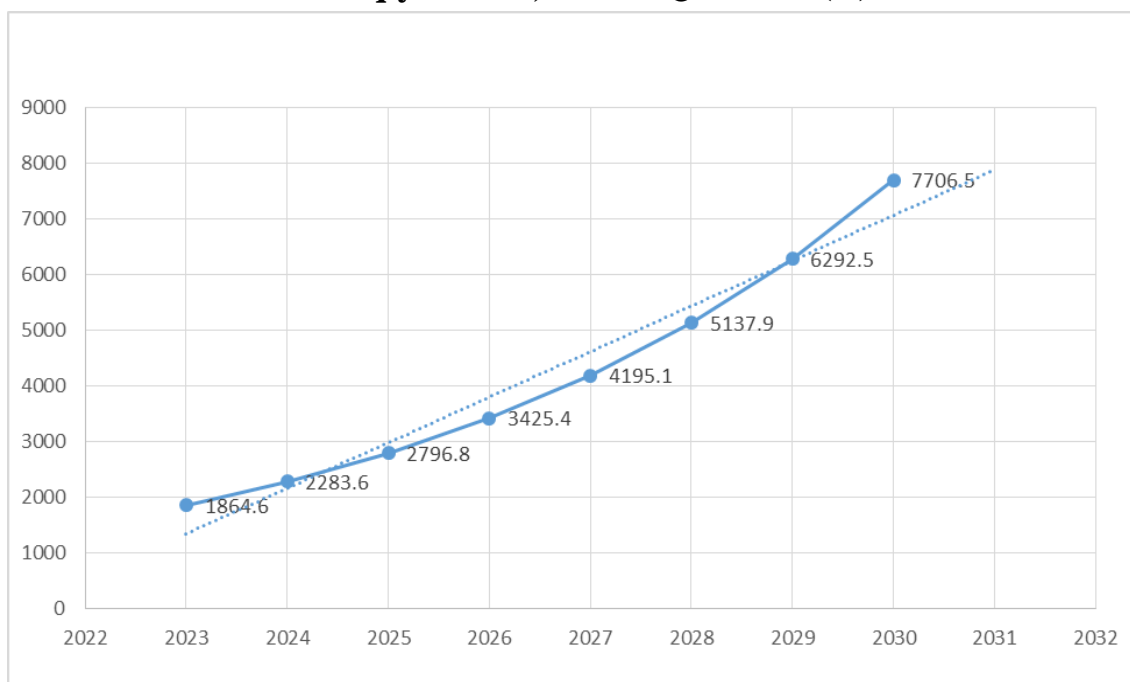
Mintaqa	Joylashgan joyi	Geopark nomi	Geoparkning vazifalari
<b>Qoraqalpog‘iston Respublikasi</b>	Mo‘ynoq, Sharqiy Ustyurt, Orol dengizi, chink	Orol potensial geoparki	Ilmiy, ekstremal, istiqbolda ilmiy va turizm
<b>Qoraqalpog‘iston Respublikasi</b>	Qorao‘zak, Beruniy, Xo‘jako‘l ko‘rfazining Sharqiy qismi	Sultan Uvays potensial geoparki	Ilmiy, o‘quv va turizm
<b>Jizzax viloyati</b>	Forish Sharqiy Nurotaning garqiy qismi, Pastkucha qo‘rg‘oni	Bogambir potensial geoparki	Ilmiy, o‘quv va turizm
<b>Surxondaryo viloyati</b>	Darbin-Hisor, Darband, Boysun tog‘tizmasi, Sherobod ko‘li sohillari, Laylakon	Hisor potensial geoparki	Ilmiy, o‘quv va turizm
<b>Qashqadaryo viloyati</b>	Qashqadaryo daryosining sohillari, Zarafshon tog‘i tizmasi, Janubiy-g‘arbiy qismi	Kitob potensial geoparki	Ilmiy, o‘quv va turizm

2001-2022 yillarda O‘zbekiston Respublikasida turizm xizmatlari eksporti dinamikasi qiymatlari<sup>57</sup>

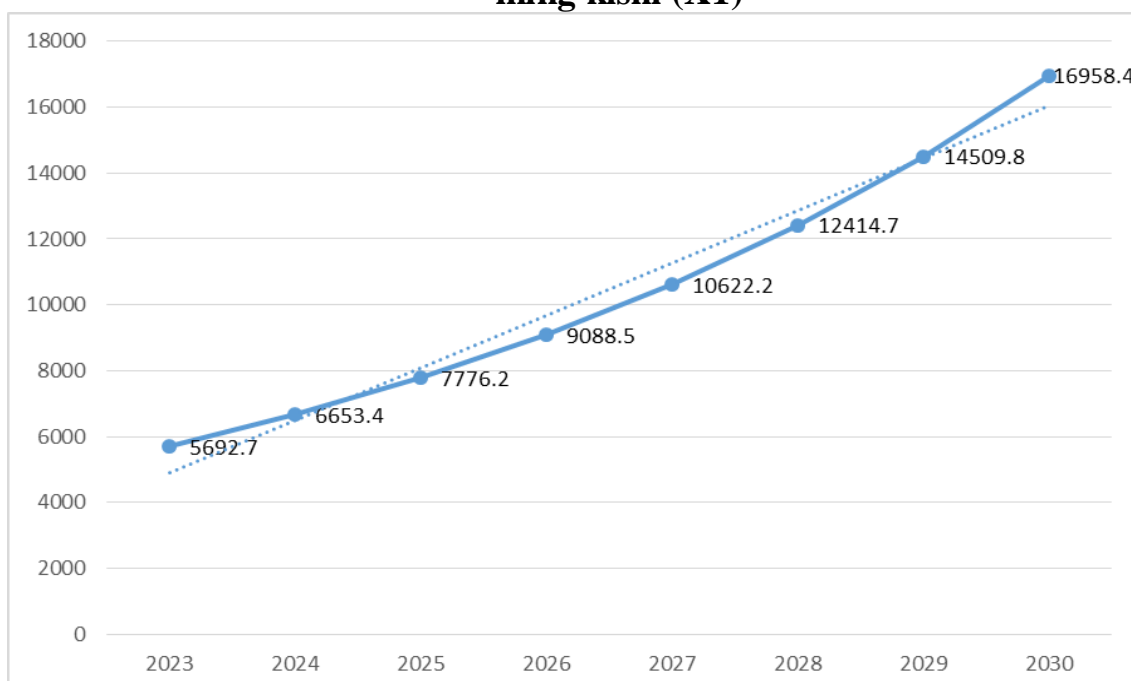
Yillar, <i>t</i>	Turizm xizmatlari eksporti, mln. doll., <i>Y</i>	Xorijiy turistlar soni, ming kishi, <i>X</i> <sub>1</sub>	Ichki turistlar soni, ming kishi, <i>X</i> <sub>2</sub>	Turfirmalar orqali xizmat ko‘rsatilgan turistlar soni, ming kishi, <i>X</i> <sub>3</sub>	Turistlarni joylashtirish vositalari obyektlari soni, birl., <i>X</i> <sub>4</sub>	Turizm tarmog‘ida asosiy kapitalga investitsiyalar hajmi, mlrd. so‘m, <i>X</i> <sub>5</sub>
2001	25,5	241,9	782,1	105,8	985,0	396,8
2002	26,2	254,2	985,3	112,9	1022,0	453,4
2003	29,1	266,5	1190,6	123,4	1055,0	510,2
2004	34,7	273,4	1391,1	132,6	1093,0	571,6
2005	42,6	278,0	1594,6	140,6	1125,0	625,3
2006	50,1	340,1	1800,1	203,4	1171,0	695,7
2007	59,1	408,1	2004,5	266,3	1220,0	767,4
2008	68,4	464,2	2206,5	329,8	1265,0	839,9
2009	76,2	495,1	2409,1	392,1	1309,0	908,1
2010	87,9	526,2	2721,9	450,9	1356,0	980,2
2011	150,8	827,3	3504,6	473,4	1400,0	1105,4
2012	208,4	1127,5	3974,5	495,6	1447,0	1233,9
2013	275,6	1427,7	5134,2	517,9	1490,0	1357,1
2014	340,6	1735,6	6299,3	538,7	1540,0	1485,7
2015	402,7	2027,0	7459,6	560,4	1580,0	1605,9
2016	430,8	2157,7	8855,0	465,4	1725,0	1808,2
2017	546,9	2690,0	10562,0	670,1	1897,0	3200,8
2018	1041,0	5346,3	12489,0	713,2	2092,0	5125,8
2019	1212,0	6748,5	14748,0	942,6	2425,0	10037,7
2020	261,0	1504,1	3534,0	212,3	2789,0	8158,9
2021	422,1	1881,3	5813,9	957,4	4015,0	10143,4
2022	1610,1	5232,0	11304,0	1300,6	5029,0	12089,7

<sup>56</sup>Manba: jadval O‘zbekiston Respublikasi ochiq ma‘lumotlar portalining ma‘lumotlari asosida tayyorlangan.<sup>57</sup>Manba: Madaniyat va turizm vazirligining ma‘lumotlari

**2023-2030-yillarda respublikada turizm xizmatlari eksportining prognoz qiymatlari, mln. AQSh doll. (Y)<sup>58</sup>**



**Xorijiy turistlar sonining 2023-2030 yillardagi prognoz qiymatlari, ming kishi (X1)<sup>59</sup>**

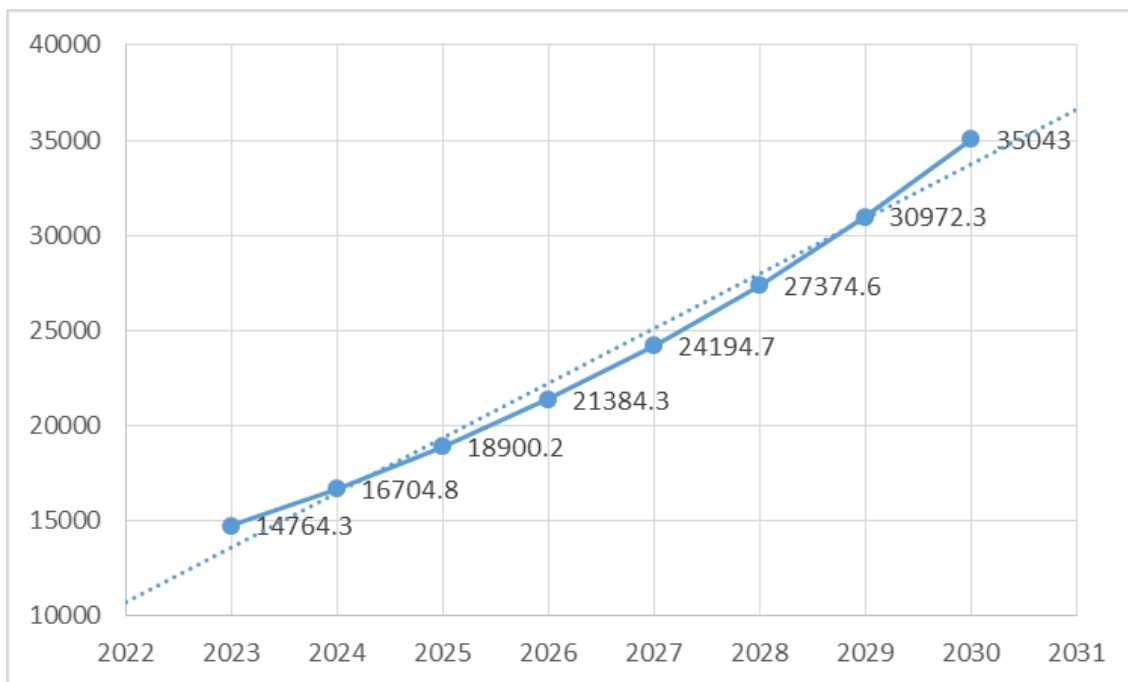


<sup>58</sup>Manba: muallif hisob-kitoblari

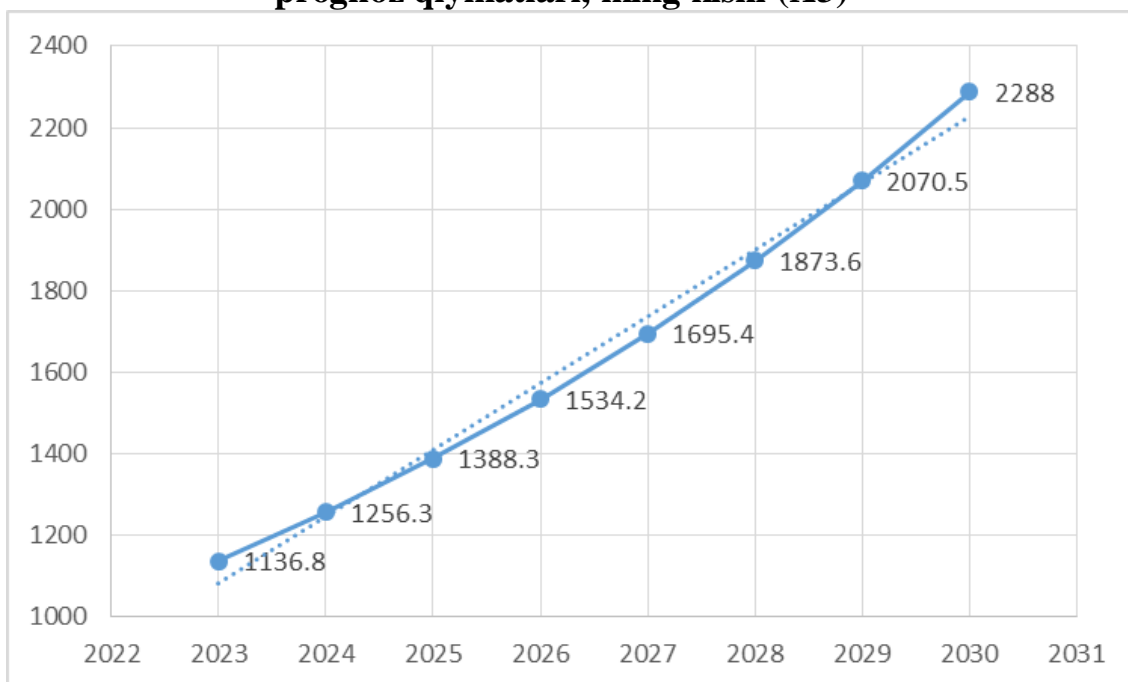
<sup>59</sup>Manba: muallif hisob-kitoblari



**Ichki turistlar sonining 2023-2030 yillardagi prognoz qiymatlari,  
ming kishi (X2)<sup>60</sup>**



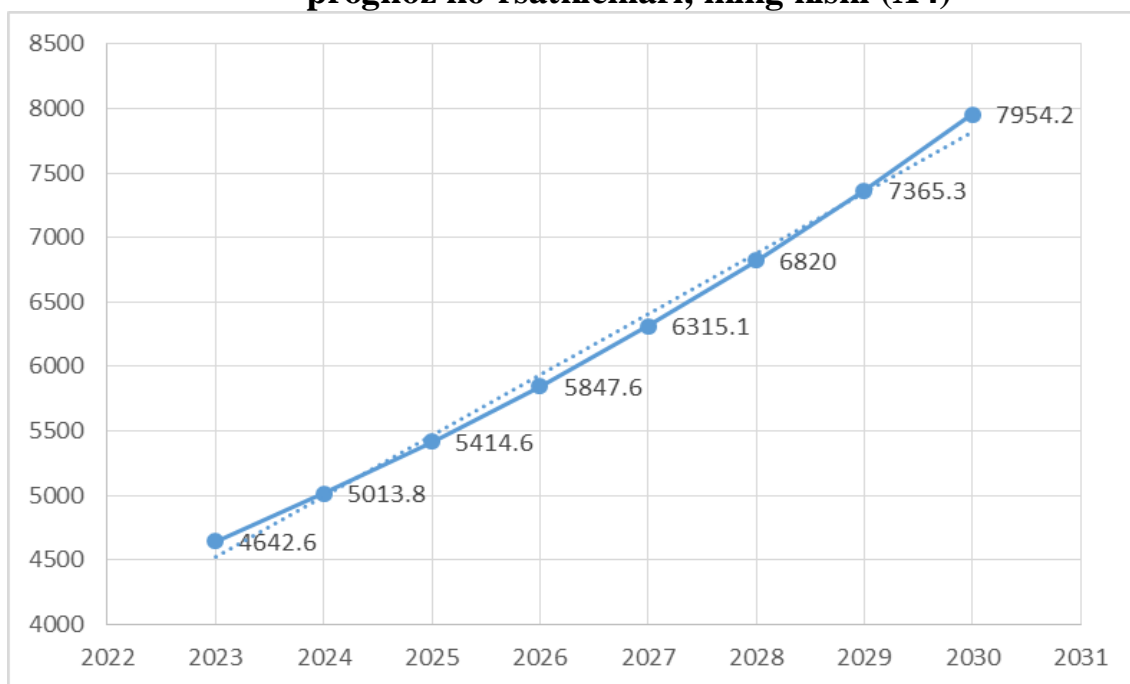
**2023-2030 yillarda turfirmalar orqali xizmat ko'rsatilgan turistlar sonining  
prognoz qiymatlari, ming kishi (X3)<sup>61</sup>**



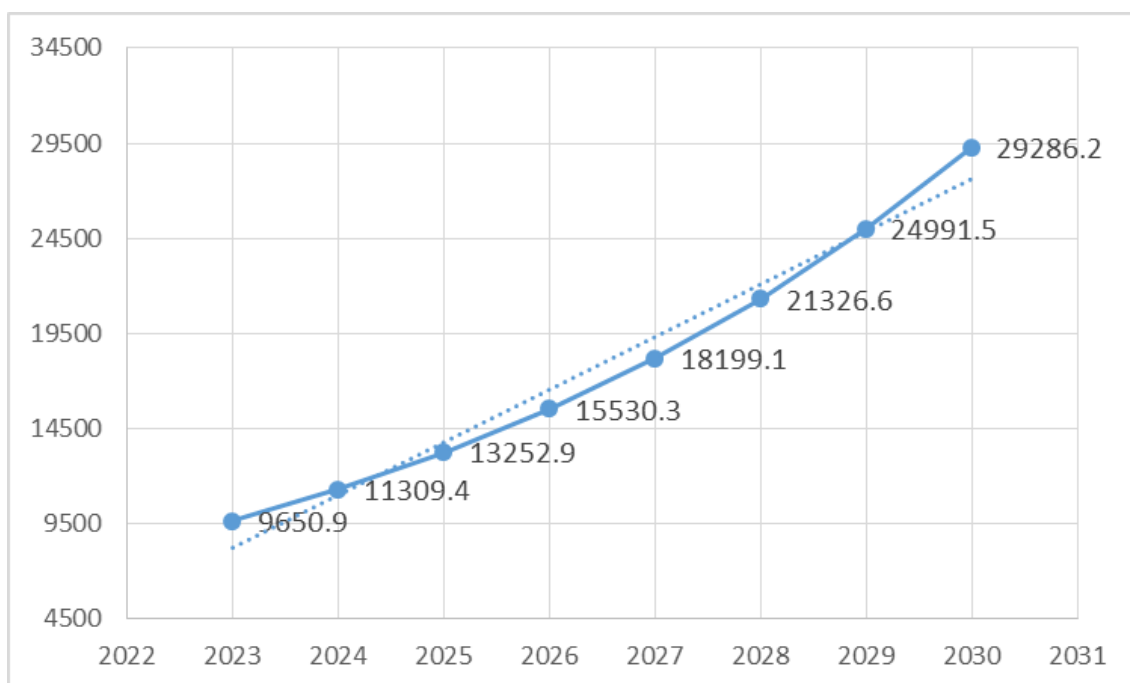
<sup>60</sup>Manba: muallif hisob-kitoblari

<sup>61</sup>Manba: muallif hisob-kitoblari

**2023-2030 yillarda turistlarni joylashtirish vositalari obyektlari sonining  
prognoz ko'rsatkichlari, ming kishi (X4)<sup>62</sup>**



**2023-2030 yillarda turizm tarmog'ida asosiy kapitalga kiritiladigan  
investitsiyalar hajmining prognoz qiymatlari, mlrd. so'm (X5)<sup>63</sup>**



<sup>62</sup>Manba: muallif hisob-kitoblari.

<sup>63</sup>Manba: muallif hisob-kitoblari.