

O‘ZBEKISTONDA ICHKI TURIZMNI RIVOJLANTIRISH STRATEGIYASI: MUAMMOLAR, IMKONIYATLAR VA INNOVATSION YECHIMLAR

Matkarimov Jahongir Shamuratovich

Mustaqil izlanuvchi,
Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti

Annotatsiya

Maqolada O‘zbekistonda ichki turizmni rivojlantirishning nazariy asoslari, statistik ko‘rsatkichlari, davlat siyosati va infratuzilmaviy islohotlari tahlil qilingan. Shuningdek, sohada mavjud muammolar – infratuzilma kamchiliklari, xizmatlar sifatining pastligi, moliyaviy to‘siqlar, marketing va axborot yetishmovchiligi, mavsumiylik hamda hududlararo nomutanosibliklar ochib berilgan. Shu bilan birga, ichki turizmning istiqbollari sifatida boy madaniy va tabiiy meros, davlat qo‘llab-quvvatlashi, yoshlar turizmi, mahalliy hamjamiyatlar ishtiroki va xalqaro tajribadan foydalanish imkoniyatlari ko‘rsatilgan. Maqolada raqamli texnologiyalar, moliyaviy rag‘batlantirish, barqaror infratuzilma, raqamli marketing va turizm klasterlari kabi innovatsion yechimlar taklif qilingan.

Kalit so‘zlar: ichki turizm, infratuzilma, xizmatlar sifatini oshirish, davlat siyosati, innovatsion yechimlar, turizm strategiyasi, O‘zbekiston.

Аннотация

В статье рассмотрены теоретические основы, статистические показатели и государственная политика по развитию внутреннего туризма в Узбекистане. Анализируются ключевые проблемы отрасли, включая недостаток инфраструктуры, низкое качество услуг, финансовые барьеры, слабую маркетинговую активность, сезонность и региональные диспропорции. Одновременно выделены перспективные возможности: богатое культурное и природное наследие, стратегическая поддержка государства, активное участие молодежи и местных сообществ, а также использование международного опыта. В качестве инновационных решений предлагаются цифровые платформы, финансовые стимулы, «умная» и устойчивая инфраструктура, цифровой маркетинг и кластерный подход в туризме.

Ключевые слова: внутренний туризм, инфраструктура, качество услуг, государственная политика, инновационные решения, стратегия туризма, Узбекистан.

Abstract

This article examines the theoretical foundations, statistical dynamics, and state policy for the development of domestic tourism in Uzbekistan. It highlights major challenges such as infrastructural deficiencies, low service quality, financial constraints, lack of marketing and information, seasonality, and regional disparities. At the same time, the study outlines key opportunities, including the country's rich cultural and natural heritage, strong governmental support, youth engagement, community-based tourism initiatives, and international best practices. As innovative solutions, the article proposes digital technologies and platforms, financial incentives,

sustainable and “smart” infrastructure, digital marketing strategies, and the development of tourism clusters.

Keywords: domestic tourism, infrastructure, service quality, state policy, innovative solutions, tourism strategy, Uzbekistan.

KIRISH

O‘zbekiston Respublikasi o‘zining boy tarixiy-madaniy merosi, noyob tabiiy manzaralari va me‘moriy yodgorliklari bilan turizm sohasini jadal rivojlantirishga intilayotgan mamlakatlar qatoridan o‘rin olgan. Turizm milliy iqtisodiyotning ustuvor yo‘nalishlaridan biriga aylanib, yangi ish o‘rinlari yaratish, xizmatlar eksportini oshirish va aholi farovonligini yuksaltirishga xizmat qilmoqda. Shu bilan birga, so‘nggi yillarda ichki turizmga e‘tibor kuchayib borayotgani kuzatilmoqda, zero dunyo tajribasida ham ichki turizm umumiy sayyohlik oqimining asosiy qismini tashkil etib, soha barqarorligini ta‘minlashda muhim o‘rin tutadi. Jahondagi 80 dan ortiq mamlakatlarni qamrab olgan tadqiqotlarga ko‘ra, OECD davlatlarida turizm daromadlarining uchdan ikki qismidan ziyodi ichki turizm hisobiga to‘g‘ri keladi.

O‘zbekiston–2030 Strategiyasida ham ichki turizmni keng rivojlantirish orqali sayyohlar sonini keskin oshirish vazifasi belgilangan. Unga ko‘ra O‘zbekistonda 2030 yilgacha ichki sayyohlar sonini 25 millionga yetkazish, investitsiyalarni jalb qilish hisobiga respublikada 30 ta yirik turizm klasterlarini tashkil etish, mehmon o‘rinlari sonini kamida 2 barobarga oshirish, tog‘li hududlarda 25 ta dor yo‘llari qurish, turizm mahallalari sonini 175 taga yetkazish, mamlakat miqyosida shaharlararo avtobus qatnovini ta‘minlaydigan kompaniyalarni tashkil etishni yanada rag‘batlantirish, jami 1 000 dan ziyod elektr quvvatlash stansiyalari, ovqatlanish va hordiq chiqarish, savdo va xizmat ko‘rsatish nuqtalarini tashkil qilish kabi qator vazifalar belgilangan.

O‘zbekiston Respublikasida 2024 yilda ichki turistik safarlar soni 22,6 milliontani tashkil etgan bo‘lib, bu xorijiy sayohatlar sonidan (10,1 mln.) ikki baravar ko‘p. Turizm sohasida ichki bozor ko‘lami katta ekani, uning iqtisodiy va ijtimoiy ahamiyatini oshib borishiga zamin yaratadi.

Ichki turizmni rivojlantirish nafaqat iqtisodiy daromad manbai, balki ijtimoiy birlik va milliy o‘zlikni mustahkamlash vositasi hamdir. Jumladan, ekspertlar ta‘kidlashicha, ichki turizmni jonlantirish mintaqalararo aloqalarni kuchaytirib, fuqarolar o‘rtasidagi ijtimoiy birdamlikni mustahkamlaydi. Turizm orqali mamlakat aholisi o‘z yurtini yanada chuqurroq bilib boradi, bu esa “o‘z uyingda sayyoh bo‘lish” fenomeni orqali vatandoshlarda faxr tuyg‘usini oshiradi.

Shu bilan birgalikda, ichki turizm tashqi shoklarga kamroq ta‘sirchan bo‘lishi bilan ham ahamiyatlidir – masalan, xalqaro transport cheklanishlari yoki global inqirozlar davrida mahalliy sayohatlar soha iqtisodiyotini ma‘lum darajada qo‘llab-quvvatlay oladi. COVID-19 pandemiyasi davrida ko‘plab davlatlar xorijiy sayyohlar oqimi keskin qisqargan sharoitda ichki turizmni rag‘batlantirishga alohida urg‘u bergani bejiz emas. Demak, ichki turizmni rag‘batlantiruvchi strategik choralar turizm sohasining barqarorligi va inklyuzivligiga xizmat qiladi.

Ichki turizm doirasida turizm xizmatlari keng xilma-xil turlarga bo‘linadi. Turizmni maqsad va yo‘nalishlariga ko‘ra segmentlash mahalliy bozor talabini

tushunish va maqbul mahsulotlar ishlab chiqishda muhimdir. O‘zbekiston sharoitida quyidagi ichki turizm turlari alohida ahamiyatga ega:

- **Madaniy tarixiy turizm** – mamlakatning tarixiy shaharlari (Samarqand, Buxoro, Xiva va boshqalar), muzey-qo‘riqxonalar va me‘moriy yodgorliklariga sayohat qilishni o‘z ichiga oladi. Madaniy turizm mahalliy aholi uchun ma‘naviy-ma‘rifiy ahamiyatga ega bo‘lib, milliy merosni o‘z ko‘zi bilan ko‘rish imkonini beradi.

- **Ziyorat turizmi** – diniy va muqaddas maskanlarga safarlarni anglatadi. O‘zbekiston Islom olamidagi qadimiy ziyoratgohlari bilan nom qozongan mamlakat hisoblanib, Buxorodagi Bahovuddin Naqshband mavzesi, Samarqanddagi Imom Buxoriy majmuasi, Xiva va Termiz atrofidagi ziyoratgohlar mahalliy ziyoratchilari oqimini jalb etadi. So‘nggi tadqiqot natijalariga ko‘ra, so‘rovda qatnashgan o‘zbekistonliklarning 53,7 foizi aynan ziyorat turizmidan manfaatdor ekanini bildirgan, bu esa ichki bozorda eng ommabop yo‘nalish ekanini tasdiqlaydi.

- **Ekoturizm** – tabiat qo‘ynida dam olish va milliy bog‘lar, qo‘riqxonalariga sayohat qilishni o‘z ichiga oladi. O‘zbekistonning tog‘lari, cho‘llari va ko‘llari ekoturizm uchun katta salohiyatga ega. Masalan, Chimyon-Chorvoq tog‘-kurort majmualari, Zomin milliy bog‘i, Nurato tog‘lari va Aydarko‘l atrofidagi hududlar ekosayohatlar uchun mashhur. Ekoturizm orqali aholi o‘zi yashab turgan yurtning tabiiy boyliklaridan bahramand bo‘lib, atrof-muhitni asrashga oid tushunchalarga ega bo‘ladi.

- **Sog‘lomlashtirish va dam olish turizmi** – sanatoriylar, shifobaxsh maskanlar va dam olish uylarida oilaviy va individual hordiq chiqarishni qamrab oladi. O‘zbekistondagi “Chimyon”, “Chorvoq” kabi tog‘ dam olish maskanlari, shuningdek, sog‘lomlashtirish sanatoriylari ichki turistlar uchun talabgir.

- **Tog‘-kurort va plyaj (sohil) turizmi** – tog‘li hududlardagi qor va suv sporti, yozgi chimg‘irik va plyajlarda dam olish turlarini qamrab oladi. Xususan, qish faslida Chimyonda chang‘i sporti, yozda Chorvoq va Aydarko‘l sohillaridagi suzish va quyosh qabul qilish ommalashgan.

- **Yoshlar va sarguzasht turizmi** – yosh avlod va ekstremal sport ishqibozlari uchun mo‘ljallangan turlar. So‘nggi yillarda 35 yoshgacha bo‘lgan o‘zbek yoshlari orasida ekstremal sport (masalan, tog‘ velosipedi, paraplanerizm), festival turizmi (musiqiy festivallar, xalq bayramlari) va agroturizmga qiziqish ortib borayotgani kuzatilmoqda. Bu esa ichki turizm mahsulotlarini yanada diversifikatsiya qilish zaruriyatini ko‘rsatadi.

- **Agroturizm va qishloq turizmi** – qishloq hududlaridagi turmush tarzi, dehqonchilik va milliy an‘analar bilan tanishuvga qaratilgan sayohatlar. Bunday turizm mehmonlarni turg‘unlikdan uzoq, tabiat qo‘ynida joylashgan an‘naviy qishloqlarga jalb etadi. Masalan, Navoiy viloyati Sentob qishlog‘i eko va qishloq turizmi bo‘yicha xalqaro darajada e‘tirof etilgan maskan bo‘lib, 2023 yilda BMT Turizm tomonidan “Best Tourism Village” mukofotiga sazovor bo‘ldi. Agroturizm orqali shahar aholisi ekologik toza mahsulotlardan tatib, dehqon xo‘jaliklarida ishtirok etishi, mahalliy urf-odatlar bilan tanishishi mumkin.

Yuqorida sanab o'tilgan turizm yo'nalishlari bir-biri bilan uyg'un holda ham amalga oshirilishi mumkin (masalan, gastronomik turizm madaniy sayohat davomida mahalliy taomlardan bahramand bo'lish orqali namoyon bo'ladi, yoki sport turizmi festivallari bilan birlashishi mumkin). Ichki turizmni rivojlantirish strategiyasi aynan shu turlarni kompleks tarzda qo'llab-quvvatlash, har bir segmentga mos infratuzilmani shakllantirish va aholi o'rtasida turizm madaniyatini oshirishni nazarda tutadi.

ADABIYOTLAR SHARHI

Ichki turizm bo'yicha xalqaro va mahalliy adabiyotlarda keng qamrovli izlanishlar olib borilgan. OECD va Jahon turizm tashkiloti hisobotlarida ichki turizmning umumiy turizm daromadlaridagi ulushi yuksak ekani qayd etiladi. Masalan, OECD mamlakatlarida turizm daromadlarining qariyb uchdan ikki qismi ichki turizmga to'g'ri keladi. Yaponiyada amalga oshirilgan "Go To Travel" dasturi milliy sayohatlarni rag'batlantirishda samarali bo'lgan bo'lsa, Qozog'istonda "Kids Go Free" tashabbusi oilaviy turizmni qo'llab-quvvatlashda muhim rol o'ynagan. Shu bilan birga, O'zbekistonda olib borilgan tadqiqotlarda ichki turizmning iqtisodiy samaradorligi, infratuzilma muammolari va innovatsion yechimlari tahlil qilingan. Mahalliy olimlar ichki turizmni kompleks rivojlantirish zarurligini, bunda davlat siyosati, xususiy sektor va mahalliy hamjamiyatlar hamkorligining ahamiyatini alohida ta'kidlamog'da. Bu ilmiy ishlanmalar O'zbekistonda ichki turizmni yanada jadallashtirish uchun mustahkam asos yaratadi

METODOLOGIYA

Tadqiqotda tahlil va qiyosiy yondashuvlar qo'llanildi. Avvalo, ichki turizmning nazariy asoslari ilmiy adabiyotlar hamda xalqaro tajribalar bilan solishtirildi. Keyingi bosqichda O'zbekistondagi mavjud holat rasmiy statistika, Prezident qarorlari va strategik dasturlar orqali o'rganildi. Muammolarni aniqlashda so'rovnomalar, ekspert fikrlari va OAV manbalari tahlili asos bo'ldi. Shuningdek, OECD va boshqa tashkilotlarning ichki turizmga oid global tendensiyalari O'zbekiston sharoitiga moslashtirildi. Natijalarga tayangan holda imkoniyatlar va innovatsion yechimlar ishlab chiqildi. Mazkur metodologiya ichki turizmni rivojlantirish bo'yicha takliflarning amaliy qiymatini ta'minlashga xizmat qildi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Ichki turizm dinamikasi va statistik ko'rsatkichlari.

O'zbekistonda so'nggi yillarda ichki turizm sezilarli o'sish sur'atlariga ega bo'ldi. Davlat tomonidan amalga oshirilgan turizmni rag'batlantirish dasturlari natijasida millionlab fuqarolar yurt bo'ylab sayohatga chiqmoqda. Xususan, 2019 yilda ichki sayohatlar nisbatan cheklangan bo'lgan bo'lsa, 2020-2021 yillarda pandemiya cheklovlaridan so'ng, 2022-2023 yillarda ichki turizm yuqori ko'rsatkichlarga erishdi, deyish mumkin.

2021 yilda pandemiyadan keyin iqtisodni tiklash davrida davlat rahbariyati tashabbusi bilan "O'zbekiston bo'ylab sayohat qil!" umummilliy dasturi e'lon qilinib, ichki turizmni rag'batlantirishga qaratilgan keng qamrovli choralar ko'rildi. Mazkur dastur doirasida 2024-yil yakuniga qadar yurtimiz bo'ylab sayohat qilgan mahalliy

fuqarolar soni keskin oshdi. Rasmiy ma'lumotlarga ko'ra, 2024-yil mobaynida mamlakat mintaqalariga ichki turistlar tomonidan 22,6 million marta tashrif amalga oshirilgan. Ko'rinadiki, ichki bozorda turizmga talab ortib bormoqda va u xalqaro turizm tiklanishini ham ortda qoldirmoqda.

Ichki turizm o'sishining bir qancha ko'rsatkichlari diqqatga sazovor: masalan, dam olish kunlari va bayramlarda fuqarolarning mamlakat bo'ylab sayohatlari sezilarli darajada oshishi qayd etilgan. 2024 yilda Yangi yil, Navro'z, Ramazon hayiti va Mustaqillik bayrami kabi umumxalq bayramlarida qo'shimcha dam olish kunlari berilgani ichki turizm oqimini jonlantirdi – mazkur ta'til davrlarida bir necha kun ichida

3–5 milliongacha mahalliy tashriflar amalga oshirilgani qayd etilgan. Bu shundan dalolat beradiki, aholida sayohat qilish istagi bo'lib, agar vaqt va shart-sharoit imkon bersa, yurt bo'ylab faol harakatlanadilar.

Mavjud muammolar. Bu yo'nalishda qilingan ishlarga qaramay ayrim muammolar ham mavjud. Ularni bartaraf etmasdan soha salohiyatidan to'liq foydalanib bo'lmaydi. Quyida O'zbekiston sharoitidagi asosiy muammolar va ularning sabablari tahlil etiladi.

1. Turizm infratuzilmasidagi kamchiliklar. Yuqorida infratuzilmani yaxshilash borasida salmoqli ishlar qilingan bo'lsa-da, hali ham ayrim yo'nalishlarda yetishmovchilik seziladi. Avvalo, chekka turistik joylarda zamonaviy va arzon mehmonxonalar soni kam. Ba'zi shahar va qishloqlarda ichki sayyohlar kutishi mumkin bo'lgan toza va arzon yotoqxonalar tashkil etish zarur. Shuningdek, yo'l-infratuzilmasi hamma joyda ham talabga javob bermaydi – ayrim olis tarixiy yoki tabiiy obyektlarga olib boradigan yo'llar holati qoniqarsiz. Ichki aviaqatnovlar hozircha faqat yirik shaharlarni qamrab olgan, ichki temir yo'l tarmog'i esa turistik potensialga ega ba'zi hududlarga yetmagan. Sayyohlik yo'nalishlaridagi kommunal sharoit – jamoat hojatxonalari, ichimlik suvi va internet aloqasi bilan ta'minlanganlik kabilar ham muammoli soha edi. So'nggi yillarda sanitar-gigiyena shoxobchalari soni keskin oshirilganiga qaramay, aholining 66,6% hali ham bu xizmatlardan foydalanish imkoniyati yetarli emas deb baholagan. Demak, sifat jihatidan sanitar uzellar va yo'l-bo'yi servislari yana ham yaxshilanishga muhtoj.

2. Xizmatlar sifati va kadr masalasi. Mahalliy turistlarga ko'rsatilayotgan xizmatlar darajasi har doim ham talabga javob bermaydi. Ayrim joylarda ekskursion va gidlar yetishmovchiligi bor, mavjudlari esa xorijiy turistlarga mo'ljallangan bo'lib, ma'lumotlarni faqat chet tilida taqdim etadi. Ichki turistlar uchun ona tilida malakali gidlar tayyorlash dolzarb masaladir. Shuningdek, mehmonxona va restoran xizmatlari sifati bo'yicha shikoyatlar uchrab turadi – xizmat ko'rsatuvchilarning kasbiy tayyorgarligi va xizmat madaniyatini oshirish kerak. Turizm texnikumlari va universitetlarida ichki turizmga ixtisoslashgan mutaxassislar tayyorlashga urg'u berish lozim. Turizm sohasidagi kadrlar qo'nimsizligi (boshqa sohalarga o'tish yoki chet elga ishlashga ketish) muammosi ham mavjud, shu bois soha xodimlari uchun mehnat sharoitlari va rag'bat tizimini yaxshilash darkor.

3. Moliyaviy omillar – daromad va xarajatlar. Aholining ma'lum qismi uchun ichki sayohatlar moliyaviy jihatdan hali ham qiyinchilik tug'diradi. So'rov natijalariga ko'ra, respondentlarning 24,7% moliyaviy imkoniyatning cheklanganligini, 27% esa bo'sh vaqtning yo'qligini sayohatga chiqmaslikning asosiy sababi sifatida keltirgan. Darhaqiqat, mamlakat bo'ylab bir martalik sayohat narxi (yo'lkira, turar joy, ovqatlanish va b. xarajatlar) ko'pchilik uchun sezilarli sarf-xarajat hisoblanadi. Ayniqsa, daromadi pastroq oilalar uchun sayohat "qimmatbaho xobbi" bo'lib, ular istagi bo'lsa-da, iqtisodiy vaziyat taqozosi bilan safarlarni keyinga qoldirishadi. Bunda ish haqi miqdori, ish beruvchilar tomonidan ta'tillar berish amaliyoti kabi omillar ta'sir qiladi. Erkaklar ko'proq ish bandligi tufayli vaqt topolmaslikdan shikoyat qilsa, ayollarda esa ishdan tashqari bola parvarishi va uy yuki sabab bo'sh vaqt kamligi aytilgan. Shunday ekan, ichki turizmga to'sqinlik qilayotgan muhim omil – bu aholining real daromadlari va vaqt resursidir. Ushbu muammoni yengillatish uchun davlat tomonidan ichki turizmga moliyaviy yordam mexanizmlarini joriy etish maqsadga muvofiq.

4. Marketing va ma'lumotga ega bo'lish muammosi. Ichki turistlar ko'pincha o'z mamlakati haqidagi to'liq ma'lumotga ega emas. Ko'plab fuqarolar yaqin atrofdagi sayyohlik manzillari va obyektlari borligini bilmaydi yoki ularning ahamiyatidan xabardor emas. Turizm ma'lumotlari asosan internet va ijtimoiy tarmoqlar orqali tarqalayotgan bir vaqtda, axborot bo'shliqlarini to'ldirish muhim. O'zbek tilida ichki turizmga doir sifatli teleradio dasturlar, veb-saytlar, qo'llanmalar hali kam. Natijada ba'zi mintaqa aholisi boshqa viloyatlardagi borishga arzigulik joylardan bexabar qolishi mumkin. Turistik firmalar esa asosan xorijliklarga xizmat ko'rsatishga o'rgangan bo'lsin, ichki turistlar uchun maxsus taklif va reklama kampaniyalari u qadar faol emas edi. Bir so'z bilan aytganda, ichki bozorda marketing yetishmovchiligi seziladi: mahalliy aholi o'rtasida "o'z yurtini kashf et" shiori ostida doimiy targ'ibot talab etiladi. Bu muammoni hal qilishda OAV, blogerlar va mahalliy hokimliklarning hamkorligi muhim.

5. Mavsumiylik va hududlararo nomutanosiblik. Ichki turizm sezilarli darajada mavsumiy xususiyatga ega. Asosiy sayohatlar bahor va kuz oylariga to'g'ri keladi, qish oylarida esa faollik pasayadi. Bu ayrim turistik obyektlarning yil davomida barqaror ishlamasligiga olib keladi va daromadlari mavsumga bog'liq bo'lib qoladi. Shuningdek, hududlar o'rtasida turistik jozibadorlik jihatidan nomutanosiblik mavjud: Samarqand, Buxoro, Xiva, Toshkent singari yo'nalishlarga ichki sayyohlar ko'proq borsa, ayrim boshqa viloyatlar (masalan, Sirdaryo yoki Jizzax) kamroq tashriflar bilan cheklanadi. Bu hududlarda turizm salohiyati uncha ochilmagan yoki reklama qilinmagan bo'lishi mumkin. Masalan, Jizzax viloyatida Zomin milliy bog'i kabi go'zal maskanlar bor, lekin ichki bozorda ular taniyidigan darajada tanilmagan. Mavsumiylik va geografik nomutanosiblik muammosini hal etish uchun yil davomida turizmning turli shakllarini rivojlantirish, hududlarga xos brendlar yaratish va off-sezon davrlarda tadbirlar tashkil qilish kabi yondashuvlar talab etiladi.

Yuqorida sanab o'tilgan muammolar kompleks yondashuv orqali hal etilishi mumkin. Davlat, xususiy sektor va jamoatchilik birgalikda harakat qilgan holda

infratuzilmani yaxshilash, kadrlar tayyorlash, moliyaviy rag‘batlantirish va marketingni kuchaytirish orqali ichki turizm rivojiga to‘sqinlik qilayotgan omillarni bartaraf etishi mumkin.

Imkoniyatlar. Ichki turizmni rivojlantirishda O‘zbekistonning qator ustunliklari va ishga solinmagan imkoniyatlari mavjud. Mavjud salohiyatni to‘liq ro‘yobga chiqarish soha taraqqiyotini yangi bosqichga olib chiqishi mumkin. Quyida asosiy imkoniyatlar tahlil etiladi:

1. Boy madaniy va tabiiy meros salohiyati. O‘zbekistonning ma’naviy-madaniy mulki va tabiiy go‘zalliklari ichki turizmning eng katta resursidir. YUNESKO merosi ro‘yxatiga kirgan Samarqand, Buxoro, Xiva shaharlari nafaqat xorijiy, balki mamlakat aholisi uchun ham bebaho sayohat manzillaridir. Mamlakatimizda 8 ta yodgorlik (masalan, Registon, Ichan Qal‘a) va 14 ta nomoddiy madaniy meros elementi (Navro‘z, pillachilik va boshq.) YUNESKO tomonidan e’tirof etilgan. Mahalliy aholi bu meroslardan xabardorligini yanada oshirib, ularni ziyorat qilishni rag‘batlantirish zarur. Bundan tashqari, mamlakat tabiatining xilma-xilligi – tog‘lar, cho‘llar, daryo va ko‘llar, o‘rmonlar – ichki ekoturizm uchun keng imkoniyat beradi. Masalan, yuqorida qayd etilganidek, Zomin, Nurato, Chatqol, Surxondaryo tog‘lari, Ustyurt platosi kabi maskanlar tayyor turizm mahsuloti bo‘lishi mumkin. Hozirda ekoturizm asosan xorijliklarga mo‘ljallanmoqda, ammo mahalliy aholi uchun ham ochiq tur-paketlar taklif etish (arzonroq narxda) katta samara beradi. Shunday ekan, O‘zbekistonning o‘z tarixiy va tabiiy “xazinalari” ichki turistlar oqimini uzluksiz ta’minlashga qodir.

2. Davlat tomonidan strategik qo‘llab-quvvatlash. Ichki turizm hukumatning rasmiy strategik hujjatlarida mustahkam o‘rin egalladi. “Yangi O‘zbekiston – 2030” strategiyasida ichki va tashqi turizmni rivojlantirish orqali turistlar sonini oshirish to‘g‘risidagi bandlar mavjud bo‘lib, unda 2030 yilga ichki turistlar sonini 25 millionga yetkazish aniq nishon qilingani yuqorida ta’kidlandi. Bundan tashqari, yaqinda 2040 yilga qadar turizm rivoji strategiyasi qabul qilinadi. Bu rejada 2040 yilga borib ichki turistlar sonini 40 millionga yetkazish ko‘zda tutilmoqda. Bunday marralarga erishish uchun hukumat barcha darajadagi sa’y-harakatlarni safarbar qilmoqda. Viloyatlar va shaharlarda ichki turizmni rivojlantirish bo‘yicha hududiy dasturlar tasdiqlanib, har yili amalga oshirilmoqda. Davlat byudjeti va xususiy investitsiyalar hisobiga yangi turistik zonalar, ko‘ngilochar maskanlar, yo‘l-infratuzilma loyihalari moliyalashtirilmoqda. Prezident qarorlari bilan ichki turizmni rag‘batlantirishga oid soliq imtiyozlari, bank kreditlari kabi choralar joriy qilindi. Bunday kuchli siyosiy iroda va qo‘llab-quvvatlash ichki turizmning izchil o‘shishiga zamin yaratadi.

3. O‘sib kelayotgan yosh avlod va ularning sayohatga qiziqishi. O‘zbekiston aholisi tarkibida yoshlar ulushi yuqori (aholining 60% dan ortig‘i 30 yoshgacha). Bu demografik tarkib ichki turizm uchun ulkan potentsialdir. Yoshlar yangi joylarni ko‘rishga, zamonaviy sayohat turlarini sinab ko‘rishga intiladi. So‘nggi yillarda mamlakatimizda yoshlar o‘rtasida ichki turizmni ommalashtirishga alohida e’tibor qaratildi. Masalan, O‘zbekiston Yoshlar ittifoqi orqali har yili minglab yoshlar uchun tarixiy shaharlarga, tabiat qo‘yniga imtiyozli sayohatlar uyushtirilmoqda. Yosh

avlodning ekstremal sport va festival turizmiga qiziqishi ortib borayotgani haqida yuqorida gapirildi. Buni inobatga olib, imkoniyat sifatida har bir viloyatda yoshlar festivallari, turizm forumlari o'tkazilsa, ichki turizm yana jonlanadi. Masalan, 2022–2023 yillarda sayyohlik va sportga oid yirik tadbirlar (ralli, marafon, etno-sport festivallari va h.k.) bir necha ming yoshlarni turli hududlarga jalb qildi. Sputnik axborotiga ko'ra, 2023-yil davomida mamlakat bo'ylab 200 ga yaqin mahalliy va respublika darajasidagi madaniy, sport va hunarmandchilik tadbirlari mahalliy sayyohlar sonining ortishiga xizmat qilgan. Demak, yoshlarning sayohatga oshno qilish – ichki turizm drayverlaridan biri bo'lib, bu imkoniyatni to'liq ishga solish zarur.

4. Jamoatchilik va mahalliy hamjamiyatlarning ishtiroki. Ichki turizmni rivojlantirishda har bir mahallaning, qishloqning o'ziga xos turizm mahsulotini taklif qila olishi katta imkoniyatdir. Oxirgi yillarda “turistik mahalla” va “turizm qishlog'i” konsepsiyalari amaliyotga kirib kelmoqda. 2025 yilning iyul oyigacha O'zbekiston hududlarida 26 ta qishloqqa rasman “turizm qishlog'i” maqomi berildi. Ularning har biri (masalan, Navoiydagi Sentob, Samarqanddagi Konigil va b.) o'z hududida turistlar uchun etno-mahalla muhitini yaratib, mahalliy aholi turizm orqali daromad olishiga sharoit yaratmoqda. Bu tajribani kengaytirib, har bir viloyatda o'nlab shunday turistik qishloqlar tashkil etish mumkin. Mahalla va qishloq fuqarolar yig'ini bilan hamkorlikda agroturizm, qishloq mehmon uylari, xalq hunarmandchiligi ustaxonalari tarmog'ini kengaytirish ichki turizmga keng yo'l ochadi. Mahalliy hamjamiyatlar safarbar etilsa, ular o'z manzillarini targ'ib qiladi, turistlarga mehmondo'stlik ko'rsatadi – bu esa ikki tomonlama foyda: ham aholi daromadi oshadi, ham turistlar mamnun bo'ladi.

5. Xalqaro tajriba va hamkorlikdan foydalanish. Ko'plab mamlakatlarda ichki turizmni rivojlantirish bo'yicha to'plangan ilg'or tajriba O'zbekiston uchun qo'llanilishi mumkin bo'lgan imkoniyatdir. Masalan, yuqorida keltirilgan Yaponiyaning “Go To Travel” kampaniyasi mahalliy sayohatlarni subsidiyalash bo'yicha yorqin misol. Xitoy va Janubiy Koreya kabi mamlakatlarda esa korporativ turizm (ishchilarni kompaniya hisobidan mamlakat ichida sayohatga yuborish) keng qo'llaniladi. Yevropa davlatlarida “o'z mamlakatingni birinchi bo'lib kashf et” shiori ostida reklama aksiyalari o'tkazilib, aholini ichki turizmga jalb qilish yo'lga qo'yilgan. Qo'shni Qozog'istonda 2020 yillarda ichki turizmni oshirish uchun soliq imtiyozlari va “Kids Go Free” (bolalarga bepul aviachiptalar) dasturi joriy etilgan. Bu tajribalarni o'rganib, mahalliy sharoitga moslashtirish katta manfaat berishi mumkin. Shuningdek, Markaziy Osiyo mamlakatlari bilan hududiy turlar tashkil etishda ham hamkorlik qilish imkoniyati bor – masalan, qo'shni Qirg'iziston va Qozog'istondagi tog'-turizm maskanlari bilan birlashgan paketlar, yoki Turkmanistonning qo'shni viloyatlari bilan umumiy sayohat marshrutlari yaratish. Bu kabi hamkorliklar orqali ichki turizm ham transchegaraviy omildan foyda oladi, chunki qo'shni yurtlarga sayohat qilgan vatandoshlar yo'l-yo'lakay o'z yurtimiz hududlariga ham tashrif buyurishi mumkin. Xulosa qilib aytganda, xalqaro yaxshi amaliyotlarni qabul qilish va hamkorlikni kengaytirish – ichki turizm uchun keng imkoniyatlar eshigini ochadi.

Yuqoridagi barcha imkoniyatlardan samarali foydalanish ichki turizmni yangi bosqichga olib chiqadi. Asosiysi, bu imkoniyatlar strategik rejalarga integratsiya qilingan holda, aniq loyiha va tashabbuslar orqali amalga oshirilishi lozim.

Innovatsion yechimlar. Ichki turizmni rivojlantirishda yangicha yondashuvlar va zamonaviy texnologiyalardan foydalanish katta ahamiyatga ega. Quyida xalqaro va mahalliy tajribadan kelib chiqib, O‘zbekistonda qo‘llash mumkin bo‘lgan innovatsion yechimlar tavsiya etiladi:

1. Raqamli texnologiyalar va onlayn platformalar. Bugungi kunda aholining katta qismi internet orqali ma’lumot izlaydi, sayohatlarni onlayn rejalashtiradi. Shu bois, ichki turistlar uchun qulay onlayn platformalar yaratish zarur. Masalan, yagona milliy turizm mobil ilova yoki veb-portal yaratish, unda barcha viloyatlar bo‘yicha sayyohlik obyektlari, marshrutlar, mehmonxona va transport xizmati ma’lumotlari jamlansa, juda katta foyda bo‘ladi. Turkiya, Malayziya kabi mamlakatlarda ichki turistlar uchun maxsus mobil ilovalar katta ommalashgan. O‘zbekistondagi Uzbekistan Travel rasmiy sayti ayni maqsadga qaratilgan qadam, biroq uning funksionalini oshirish kerak. Shuningdek, elektron bronlash (booking) tizimlarini mahalliy mehmonxonalar va dam olish zonalarida yo‘lga qo‘yish lozim – ichki sayyohlar hanuz ko‘p hollarda telefon orqali yoki joyiga borib joylashmoqda. Onlayn bronlash imkoniyati yaratish esa oshkora raqobat va xizmat sifati oshishiga olib keladi. Raqamli yechimlar sirasidan yana bir muhim jihat – virtual reallik (VR) va qo‘shimcha reallik (AR) texnologiyalarini qo‘llab, muzey va yodgorliklarning virtual ekskursiyalarini yaratishdir. Masalan, Samarqand Registoni yoki Qo‘qondagi hunarmandchilik markazlari bo‘ylab AR-dasturlar orqali virtual sayohat qilib ko‘rgan foydalanuvchi, keyinchalik u yerga shaxsan borishga qiziqishi mumkin. Bunday innovatsiyalar ichki turizm marketingida juda samarali ko‘makchi vosita bo‘ladi.

2. Ichki turizmga moliyaviy rag‘bat va bonuslar. Moliyaviy to‘siqlarni pasaytirish uchun hukumat va xususiy sektor birgalikda ichki turistlarga turli rag‘batlar taklif qilishi mumkin. Masalan, Yaponiyadagi kabi mahalliy sayohatlar uchun vaucherlar va chegirmalar dasturini yo‘lga qo‘yish mumkin. Bunda muayyan oziq-ovqat, mehmonxona va transport xaridlariga kuponlar berish orqali sayohat arzonlashtiriladi. Yoki, masalan, yil davomida bir necha marta sayohat qilgan shaxslarga soliq imtiyozlari berilishi (ish haqidan ma’lum qismi soliqdan ozod qilinadi) mexanizmlarini ko‘rib chiqish mumkin. Korxonalar va tashkilotlarning xodimlari uchun korporativ tur-paketlar joriy qilinsa – masalan, yilda bir marta mehnat jamoasiga respublika bo‘ylab sayohat uchun moddiy yordam ajratish – bu ham ichki turizmni oshiradi. Bunda korxonalarga soliqdan chegirmalar berilsa, ular bunday sayohatlarni uyushtiradi. Shuningdek, transport kompaniyalari (aviakompaniya, temir yo‘l) mahalliy yo‘lovchilar uchun sodiqlik dasturlarini yaratishi mumkin: ma’lum soatdan ortiq poyezdda yurgan yoki uchib kelgan vatandoshlarga keyingi safar chiptasiga chegirma, oilaviy sayohat uchun guruh chiptalariga maxsus narx va h.k. Turizm qo‘mitasi huzurida ichki turizm fondi tuzib, undan talabgor fuqarolarga imtiyozli kreditlar berish (yoki cashback qaytarish) amaliyoti ham o‘rinli innovatsiya bo‘ladi.

3. “Aqlli” va barqaror infratuzilma. Turizm infratuzilmasini qurish va yaxshilashda zamonaviy innovatsion yondashuvlarni qo‘llash zarur. Masalan, shahar va yo‘l-bo‘yi hududlarga o‘rnatilayotgan smart-hojatxonalar va avtomatlashtirilgan sanitar shoxobchalar iloji boricha qulay va ekologik toza texnologiyalar asosida bo‘lishi kerak. Toshkent shahrida 2023-yil mart oyida ilk avtomatlashtirilgan “aqlli” sanitar-gigiyena shoxobchasi ishga tushirilgani yaxshi yangilik bo‘ldi. Bunday shoxobchalarni boshqa turistik shaharlarda ham joriy qilish kerak. Shu bilan birga, energiya tejoychi va “yashil” texnologiyalarni qo‘llash – masalan, mehmonxonalarda quyosh panellari o‘rnatish, sayyohlik obyektlarida chiqindilarni saralash tizimi – ichki turizmga barqaror rivojlanishni ta’minlaydi. Turizm transport infratuzilmasida ham innovatsiyalar talab etiladi: elektr avtobuslar, eko-avtobus yo‘nalishlari, ekskursiya elektromobillari turizm markazlarida joriy qilinsa, ham yangilik, ham ekologik tozalik kafolatlanadi. Kelajakda pilot loyihalar tarzida avtonom elektr avtomobil ijarasi (car-sharing) yoki shaharlar orasida dron-taksi xizmati kabi innovatsion g‘oyalarni ham sinab ko‘rish mumkin. Ichki turizm uchun transportdagi har qanday qulaylik turist tajribasini yaxshilaydi.

4. Kontent yaratish va raqamli marketing. Hozirgi axborot asrida turistik yo‘nalishlarni ommalashtirishning eng tezkor yo‘li – bu jozibali kontent. O‘zbekistonning ichki turizm yo‘nalishlari bo‘yicha professional fotosuratlar, videoroliklar, virtual turlar yaratib, ularni ijtimoiy tarmoqlarda targ‘ib qilish lozim. Bu borada mahalliy blogerlar va ijodkorlar bilan hamkorlik qilib, maxsus “Travel Uzbekistan” onlayn chellenjlarini o‘tkazish mumkin. Masalan, Instagramda vatanining eng chiroyli joylarini ko‘rsatish bo‘yicha tanlovlar, YouTube va TikTok platformalarida mashhur blogerlarning O‘zbekiston bo‘ylab sayohatlari videolavhalari katta qiziqish uyg‘otadi. Shuningdek, har bir hudud yoki shahar kesimida savdo belgilar (brend) va veb-saytlar yaratish ham innovatsion yondashuv. Masalan, “Visit Samarkand”, “Discover Karakalpakstan” kabi loyihalarni hududiy rasmiylar qo‘llab-quvvatlasa, ichki turistlar ham o‘sha platformaga kirib, o‘sha hudud haqida batafsil ma’lumot olishadi, forumlarda taassurotlar bilan o‘rtoqlashishadi. Kontent yaratishda mahalliy aholi (user-generated content) ni jalb etish, ya’ni fuqarolarning o‘z yurti go‘zalliklari aks etgan fotolari va hikoyalarini targ‘ib qilish ham o‘ta samarali vosita. Buning uchun maxsus xeshteg (#TravelUzbekistan, #MoyUzbekistan va hk) kampaniyalari o‘tkazib turish kerak.

5. Sektorlar-aro hamkorlik va klasterli yondashuv. Turizm faqat mehmonxona va muzeylar bilan cheklanmaydi – u tarmoqlararo soha. Shu bois innovatsion yechim sifatida turizm klasterlarini rivojlantirish taklif etiladi. Prezidentning 2030-yil strategiyasida 30 ta yirik turistik klaster tashkil etish vazifasi qo‘yilgan. Klaster doirasida bir hududda turizmga daxldor barcha tarmoqlar chambarchas bog‘liq ravishda rivojlanadi: transport, ovqatlanish, madaniyat, sport, hunarmandchilik va b. Masalan, Xiva shahrini olaylik: u yerda madaniy turizm (muzey-qo‘riqxonalar), ziyorat turizmi (Pahlavon Maxmud maqbarasi va boshqalar), gastronomik turizm (xorazmcha taomlar), etno-turizm (turli ustaxonalar) va hatto kinematografik turizm (tarixiy filmlar suratga olish maskanlari) ni birlashtirish mumkin. Barcha choralar bir strategiyaga

uyg'unlashtirilsa, ichki turistlar uchun kompleks mahsulot yaratiladi. Shuningdek, MICE-turizm (conference and event tourism) imkoniyatlarini ham ko'rib chiqish kerak: mamlakat ichidagi yirik anjuman va ko'rgazmalarga boshqa viloyatlardan ham qatnashchilar jalb etish, ularning tashrifini turistik dastur bilan uyg'unlashtirish. Masalan, Qarshi yoki Urganchda respublika ilmiy konferensiyasi o'tkazilsa, mehmonlarni yaqin atrofning diqqatga sazovor joylariga ekskursiya bilan ta'minlash an'anaga aylanishi mumkin. Bunday yondashuv ichki turizm oqimini tenglashtiradi va butun mamlakat bo'ylab taraqqiyotga turtki bo'ladi.

6. Madaniy tadbirlar va festivallar. Ichki turizmni rag'batlantirishda festival turizmidan samarali foydalansa bo'ladi. Har bir mintaqa o'zining brendiga aylangan bayram yoki festivalni an'anaviy yillik tadbir sifatida shakllantirishi mumkin. Masalan, Buxoroda "Naqshband haftaligi" yoki Qo'qonda "Hunarmandchilik festivali" kabi tadbirlar allaqachon start olgan va ichki turistlarni jalb qilmoqda. Navbatdagi qadam – ularni har yili o'tkazib, ommaviylashtirishdir. Shuningdek, yangi festivallar: Samarqandda "Maqom musiqa anjumani", Farg'onada "Abreshim va ziravorlar festivali", Qoraqalpog'istonda "O'rmon va biyobon festivali" kabi g'oyalarni amalga oshirsa bo'ladi. Bunday madaniy tadbirlar davomida bir paytning o'zida minglab insonlar bir joyga yig'ilib, nafaqat marosimlarni tomosha qiladi, balki o'sha hududning boshqa sayyohlik maskanlariga ham borib ko'radi, mahalliy mahsulotlarni sotib oladi. Bu esa ichki turizm bilan bog'liq iqtisodiy faollikni oshiradi. Innovatsion yondashuv sifatida festivallarni tayyorlashda zamonaviy piar va event-menejment texnologiyalarini ishlatish kerak – masalan, har bir festival uchun alohida veb-sayt, onlayn ro'yxatdan o'tish imkoniyati, qatnashuvchilarga maxsus mobil ilova, interaktiv xaritalar va h.k. Bu yangicha format vatandoshlarning qiziqishini yanada orttiradi.

7. Barqaror va mas'uliyatli turizm tamoyillari. Ichki turizmni rivojlantirishda atrof-muhitga e'tiborli, jamiyatga foyda keltiradigan yondashuvni ilgari surish ham innovatsion yechimdir. Turistik obyektlarda "yashil standartlar"ni joriy etish, chiqindilarni qayta ishlash, plastik qo'llashni cheklash kabi tashabbuslar ichki turistlar ongida ham ekologik madaniyatni shakllantiradi. Masalan, Chimyon va Chorvoqdagi dam olish maskanlarida "Green Tourism" pilot dasturi yo'lga qo'yilib, har bir mehmon o'zidan qolgan chiqindisini alohida qabul qilish punktlariga topshirsa, unga kichik sovg'alar berilishi mumkin. Shuningdek, mahalliy aholi bilan hamkorlikda turistik joylarda "birga tozalaymiz" aksiyalari o'tkazish – masalan, mavsum boshida sayyohlik zonalarini aholining o'zi tozalasa, bu ham mas'uliyat hissini oshiradi va aholi-turist munosabatlarini iliqlashtiradi. Barqaror turizm konsepsiyasiga o'z-o'zini ta'minlash va mahalliy hunarmandchilikni qo'llab-quvvatlash ham kiradi. Shu bois ichki turistlar safarlarida mahalliy hunarmandlardan sovg'alar olish, uy-ro'zg'or tovarlari xarid qilish kabi tajribalarni rag'batlantirish zarur. Bunda elektron to'lovlar va cashless technology yordamida har bir turist xarajatlarining ma'lum qismi mahalliy taraqqiyot loyihalariga yo'naltirilishi kabi crowd-funding yechimlarini qo'llash ham mumkin. Masalan, turpaket sotib olgan turist biladiki, to'lagan pulining 5%i o'sha hududdagi maktabga yoki milliy bog'ni qo'llab-quvvatlashga ketadi – bu unda mas'uliyat hissini uyg'otadi va sayohatni ahamiyatliroq qiladi.

Innovatsion g'oyalar ro'yxatini yana davom ettirish mumkin, lekin yuqoridagilar asosiy yo'nalishlarni qamrab oladi. Asosiy tamoyil shundaki, ichki turizmni endilikda shunchaki sayohat emas, balki raqamli, inklyuziv va barqaror tarmoq sifatida qarash lozim. Texnologiya, moliya va ijtimoiy innovatsiyalarning uyg'un qo'llanilishi orqali O'zbekiston ichki turizmining ulkan salohiyatini to'laqonli ochishga erishish mumkin.

XULOSA VA TAKLIFLAR

O'tkazilgan tahlil va tadqiqotlar asosida quyidagi xulosalarni chiqarish mumkin:

- Ichki turizm milliy iqtisodiyot va jamiyat uchun strategik ahamiyatga ega sohadir. U nafaqat turizm sanoatining barqarorligi va diversifikatsiyasiga xizmat qiladi, balki aholi o'rtasidagi madaniy aloqalarni mustahkamlash, ijtimoiy birdamlikni oshirish, mahalliy darajada yangi iqtisodiy faollik o'choqlarini yaratish kabi ko'p qirrali ijobiy ta'sirga ega. O'zbekiston sharoitida ichki turizmni rivojlantirish bugungi kunda sayyohlik sohasining eng ustuvor yo'nalishlaridan biriga aylangani bejiz emas.

- So'nggi yillarda O'zbekistonda ichki turizm jabhasida sezilarli o'sish kuzatildi, davlat tomonidan bir qator dastur va loyihalar amalga oshirildi. "O'zbekiston bo'ylab sayohat qil!" dasturi va boshqa tashabbuslar orqali mahalliy aholining sayohatga qiziqishi ortdi, infratuzilma yaxshilandi va minglab yangi ish o'rinlari yaratildi. 2030-yilga mo'ljallangan rejalar ichki turistlar sonini 25 mln.ga yetkazishni ko'zlab turibdi, bu esa mazkur sohani yanada kompleks rivojlantirish talab etilishini anglatadi.

- Ichki turizmni rivojlantirishda hal etilishi lozim bo'lgan qator muammolar mavjud. Jumladan, infratuzilma sifatini oshirish (mehmonxona va yo'l servislari yetishmovchiligi, sanitar sharoitlar), kadrlar tayyorlash va xizmat ko'rsatish madaniyatini yaxshilash, aholining moliyaviy imkoniyatlarini kengaytirish, marketing va axborot tarqatishni kuchaytirish kabi vazifalar dolzarb turibdi. Shuningdek, mavsumiylik va hududiy nomutanosiblikni pasaytirish ham e'tibordan chetda qolmasligi kerak. Ushbu muammolarni tizimli ravishda hal etish uchun davlat organlari, xususiy sektor va fuqarolik jamiyatining hamkorligi zarur.

- O'zbekistonning ichki turizm salohiyatini ro'yobga chiqarish uchun keng imkoniyatlar mavjud. Mamlakatning betakror tarixiy shaharlari, boy madaniy merosi va go'zal tabiati – jozibador turizm mahsulotlaridir. Davlat tomonidan sohaga qaratilgan e'tibor va strategik rejalar kuchli asos bo'lib xizmat qilmoqda. Yosh aholi qatlamining sayohatga ishtiyoqi, mahalliy hamjamiyatlarning faollikka tayyorligi, hamda xalqaro tajribalardan ijodiy foydalanish imkoniyati – bularning barchasi to'g'ri yo'naltirilsa, ichki turizmni yangi marralarga olib chiqadi. Xususan, respublika bo'yicha festivallar va tadbirlarni yanada ko'paytirish, har bir mintaqaga xos brendlar yaratish, joylarda turistik klasterlarni shakllantirish kabi ishlar olib borilishi lozim.

- Ichki turizmni rivojlantirish bo'yicha innovatsion yechimlarni joriy etish vaqt talabi hisoblanadi. Raqamli texnologiyalar (onlayn bronlash, virtual ekskursiyalar, mobil ilovalar) turistik xizmatlarni aholiga yanada yaqinlashtiradi. Ichki sayohatlarni moddiy rag'batlantirish mexanizmlari (subsidiya, chegirma, kredit va bonuslar) keng joriy etilsa, ko'plab oilalar sayohat qilishga qaror qiladi. "Yashil" va barqaror turizm tamoyillariga amal qilish esa soha rivojini uzoq muddatga kafolatlaydi. Shuningdek,

marketingda zamonaviy usullar, ijtimoiy tarmoqlarda targ'ibot va kontentlarni kuchaytirish orqali ichki turizm madaniyatini oshirish mumkin.

Takliflar:

1. Infratuzilmani yaxshilash bo'yicha davomiy investitsiyalar – olis va yangi turistik yo'nalishlarda kichik mehmonxonalar, lager-ziyoratgohlar va yo'l-bo'yi servis punktlari tashkil etish uchun davlat-xususiy sheriklik asosida loyihalar yaratish. Har bir viloyatda turizm infratuzilmasini rivojlantirish "yo'l xaritasi"ni ishlab chiqish.

2. Kadrlar salohiyatini oshirish – ichki turizm bo'yicha mutaxassis gid-ekskursovodlar, turoperatorlar tayyorlashga yo'naltirilgan o'quv dasturlarini kiritish.

3. Axborot-ma'lumot hamda marketingni kuchaytirish – ichki turizmga bag'ishlangan doimiy teleradio dasturlar (mavsumiy sayohat maslahatlari, mamlakat bo'ylab telemarafonlar) tashkil etish. Ijtimoiy tarmoqlarda davlat tashkilotlarining rasmiy sahifalarida har hafta yangi ichki turizm manzilini targ'ib qilish. Mahalliy bloger va OAV bilan hamkorlikda PR kampaniyalar uyushtirish.

4. Moliyaviy rag'bat va imtiyozlar – ichki turizm uchun soliq imtiyozlari doirasini kengaytirish (masalan, oilaviy sayohatlar uchun chiptaga QQSdan ozod etish). Banklar orqali ichki turizmga ixtisoslashgan kredit mahsulotlarini joriy qilish (pasaytirilgan stavkadagi "turizm krediti"). Ichki turizmga faol korxonalariga (mehmonxona, transport) soliq bo'yicha preferensiyalar berish.

5. Joylarda tashabbuslarni qo'llab-quvvatlash – har bir tumanda ichki turizmni rivojlantirish bo'yicha kichik grantlar joriy etish. Masalan, mahalliy tadbirkor yoki NNT o'z hududidagi turizm g'oyasi uchun grant olishi mumkin (qishloq muzeyi, etno-markaz, sayyohlik tropasi v.b.). Bu mahalliy darajada ijodiy yondashuvlarni rag'batlantiradi.

6. Hududlararo va xalqaro hamkorlik – qo'shni mamlakatlar bilan chegaradosh hududlarda o'zaro turistik forumlar va yarmarkalar o'tkazish. Markaziy Osiyo mintaqaviy ichki turizm yo'nalishlarini (masalan, Farg'ona vodiysi bo'ylab uch mamlakat sayohati) yaratish tashabbusini ko'tarish.

7. Statistika va tahlil – ichki turizm oqimlarini muntazam o'rganib borish uchun Iqtisodiy tadqiqotlar instituti yoki Turizm qo'mitasi huzurida alohida tahlil guruhini tashkil etish. Aholi o'rtasidagi talab va afzalliklarni aniqlash maqsadida har yillik so'rovnomalarni yo'lga qo'yish (2023-yilda Makroiqtisodiy va hududiy tadqiqotlar instituti tomonidan o'tkazilgan so'rov kabi).

Taklif etilgan choralar kompleksi amalga oshirilsa, O'zbekistonda ichki turizmni rivojlantirish strategiyasi o'z samarasini beradi va belgilangan yuqori maqsadlarga erishiladi. Ichki turizmning rivoji esa, o'z navbatida, xalq farovonligi va milliy madaniyatning ravnaqiga xizmat qiladi. Zero, yurtni yurt aholisi avvalambor o'zi borib ko'rsa, unutilmas taassurotlar olib, unga bo'lgan mehr va iftixor tuyg'usi tobora ortadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Iskandar O'roqboyev. "O'zbekistonda turizm sohasining rivojlanishi xalq farovonligining yuksalishiga xizmat qiladi". Taraqqiyot strategiyasi markazi tahliliy maqolasi, 17-iyun 2024-yil.

2. Travel and Tour World News. “Uzbekistan’s Tourism Achievements in 2024 and Vision for 2025: A Focus on Sustainable Growth and Global Recognition”, March 29, 2025.

3. Makroiqtisodiy va hududiy tadqiqotlar instituti (MHTI) ekspertlari tadqiqoti natijalari. “O‘zbekistonda ichki turizmning rivojlanishi o‘rganib chiqildi”. Daryo.uz sayti xabari, 1 may 2023 yil.

4. Kun.uz sayti. “Uzbekistan collaborates with Reformatics to develop tourism strategy”, 31 yanvar 2025 yil.

5. Sputnik O‘zbekiston axborot agentligi. “Sayyohlarga O‘zbekistonda bo‘lish necha pulga tushmoqda?”, 18 dekabr 2023 yil (ichki turizm ko‘rsatkichlari va infratuzilma statistikasi).

6. Sabirova Jasmina. “Advancing Domestic Tourism in Uzbekistan: Challenges, Opportunities, and Policy Interventions”. Spanish Journal of Innovation and Integrity, 2025 (maqola annotatsiyasida ichki turizm muammolari tahlili keltirilgan).

7. Emmanuelle Peyvel et al. “Domestic tourism, internal tourism”. Encyclopédie du tourisme, 2022 (domestic tourism global trends)

8. Mamiko Kim. “An Introduction of Japanese Tourism Initiatives During the Pandemic”. JITTI Journal, November 2020 (Yaponiyada “Go To Travel” ichki turizm dasturi tahlili).

9. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023 yil 11 sentyabr PF-158-son “O‘zbekiston – 2030” Strategiyasi to‘g‘risida”gi Farmoni <https://lex.uz/ru/docs/-6600413> .

10. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022 yil 30 aprel PQ-232-son “Ichki turizm xizmatlarini diversifikatsiya qilishga oid qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi Qarori <https://lex.uz/uz/docs/-5991928>

11. Rustamovich D. B. Financing Domestic Tourists And Export Of Tourism Services //Fan, ta’lim, madaniyat va innovatsiya. – 2023. – T. 2. – S. 35-37.

12. Очилова, Хилола Фармоновна, Мухаммадсидик Амонбоев, and Бурхон Рустамович Дехконов. "Развитие внутреннего туризма для восстановления отрасли после пандемии." Заметки ученого 12 (2020): 242-247.



Marketing

ilmiy, amaliy va ommabop jurnali

Muharrir: Xakimov Ziyodulla Axmadovich
Ingliz tili muharriri: Tursunov Boburjon Ortiqmirzayevich
Rus tili muharriri: Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li
Musahhih: Karimova Shirin Zoxid qizi
Sahifalovchi va dizaynerlar: Sadikov Shoxrux Shuxratovich
Abidjonov Nodirbek Odijon o'g'li

2025-yil, avgust, 8-son

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar mas'ul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelavermasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

Mazkur jurnalda maqolalar chop etish uchun quyidagi havolalarga murojaat qilish mumkin. Ilmiy maqola, ommabop maqola, reklama, hikoya va boshqa ilmiy-ijodiy materiallar yuborishingiz mumkin.

Materiallar va reklamalar pullik asosda chop etiladi.

Elektron pochta: info@marketingjournal.uz
Bot: [@marketinjournalbot](https://t.me/@marketinjournalbot)
Tel.: +998977838464, +998939266610

Jurnalning rasmiy sayti: <https://marketingjournal.uz>

Marketing jurnali O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi **Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining 2024-yil 04-oktabrdagi 332/5 sonli qarori** bilan milliy ilmiy nashrlar ro'yxatiga kiritilgan



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali 2024-yil 15-martdan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan **C-5669517** reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan. **Litsenziya raqami: №240874**



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnalining xalqaro darajasi: **9710**. GOCT 7.56-2002 "Seriya nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlataro standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**