

TURIZM IQTISODI TURIZM IQTISODIYOTINI RIVOJLANTIRISH: ZAMONAVIY STRATEGIYALAR, GLOBAL TENDENSIYALAR VA O‘ZBEKISTON TAJRIBASINING QIYOSIY TAHLILI

Anvarbekova Gavhar Sherzod qizi¹, Assistent: Aslonov Muhammad Tosh²

¹*Toshkent amaliy fanlar universiteti Iqtisodiyot fakulteti “Soliqlar va Soliqqa tortish” yo‘nalishi 2536-guruh talabasi*

²*Iqtisodiyot fakulteti “Umumiqtisodiy fanlar” kafedrası o‘qituvchisi, University of Tashkent for Applied Sciences, Toshkent shahri O‘zbekiston*

Abstract: Turizm bugungi kunda har qanday mamlakatning iqtisodiy o‘rish va barqaror rivojlanishining muhim omiliga aylangan. Ushbu maqola zamonaviy turizmni rivojlantirishning asosiy strategiyalari (maqsadli marketing, barqaror turizm kontsepsiyasi), ularning global tendensiyalari (raqamlashtirish, ekoturizm) va O‘zbekistonning so‘nggi yillardagi o‘ziga xos tajribasini qiyosiy tahlil qiladi. O‘zbekiston iqtisodiyotida turizmni rivojlantirishda mustaqil turizm siyosati, infratuzilmani mustahkamlash va keng qamrovli iqtisodiy islohotlarni amalga oshirish muhim rol o‘ynaydi.

Kalit so‘zlar: turizm iqtisodiyoti, barqaror turizm, maqsadli marketing, infratuzilma, global tendensiyalar, O‘zbekiston, iqtisodiy islohotlar, madaniy meros, ekoturizm, raqamlashtirish, investitsiyalar, iqtisodiy diversifikatsiya.

KIRISH:

Turizmning Zamonaviy Iqtisodiy Tabiati va Transformatsiyasi

Turizm – har qanday rivojlanayotgan iqtisodiyotning asosiy o‘rish tarmoqlaridan biri bo‘lib, u nafaqat valyuta tushumlari va ish o‘rinlari manbai, balki mamlakatning global imiji, madaniy ta‘sir kuchi va "yumshoq kuchi" ning muhim ko‘rsatkichidir. So‘nggi uch o‘n yilliklarda turizmni tushunish, boshqarish va uni rivojlantirish usullari tubdan o‘zgarishlarga uchradi. Global iqtisodiyotning chuqur integratsiyalashuvi, axborot-kommunikatsiya texnologiyalaridagi inqilobiy o‘zgarishlar, iste‘molchi xatti-harakatlari va kutishlaridagi transformatsiya, shuningdek barqarorlik g‘oyalarining global miqyosda ommalashuvi turizm dinamikasiga butunlay yangi omillar va qiyinchiliklar kiritdi. Ushbu fundamental o‘zgarishlar fonida har bir mamlakat, ayniqsa O‘zbekiston kabi o‘zining noyob madaniy, tarixiy va tabiiy merosi bilan ajralib turadigan davlatlar, turizm sohasida raqobatbardoshligini saqlab qolish va oshirish uchun doimiy ravishda o‘z strategiyalarini yangilab, innovatsion yondashuvlarni qo‘llashga majbur. Tadqiqotning dolzarbligi shundaki, pandemiya va postpandemiya davri, geosiyosiy mojarolar va iqtisodiy o‘zgarishlar turizm landshaftini tubdan o‘zgartirdi, bu esa an‘anaviy yondashuvlarni qayta ko‘rib chiqishni va kelajakka yo‘naltirilgan strategiyalarni ishlab chiqishni talab qiladi. Maqola nafaqat akademik hamjamiyat, balki amaliyotdagi siyosatchilar, iqtisodchilar va turizm sohasidagi boshqaruvchilar uchun qimmatli material va amaliy tavsiyalar tarkibini taqdim etadi.

Turizm Siyosatining Evolyutsiyasi va Paradigma O‘zgarishi

20-asrning ikkinchi yarmida turizmni rivojlantirish strategiyalari asosan kvantitativ ko‘rsatkichlarga – kelgan sayyohlar sonining maksimallashtirilishi, mehmonxona to‘ldirilish darajasi va umumiy daromad hajmi kabi parametrlarga qaratilgan edi. Bu davrda turizm ko‘pincha "o‘rish parvarishi" deb ataladigan yondashuv doirasida ko‘rib chiqilgan, uzoq muddatli ekologik va ijtimoiy oqibatlarga etarlicha e‘tibor berilmagan. Biroq, 21-asrning boshlariga kelib, bu yondashuv sifat, barqarorlik, inkluzivlik va madaniy o‘zaro ta‘sir tamoyillari bilan tubdan boyitildi. Global migratsiya, madaniyatlarning yaqinlashuvi va atrof-muhit muammolarining keskinlashuvi turizmni faqat iqtisodiy faoliyat emas, balki jamiyatlar o‘rtasidagi tushunish, bilim almashinuvi va barqaror

kelajak qurish vositasi sifatida qarashga olib keldi.. Ushbu kompleks maqsadlarga erishish uchun zamonaviy turizm siyosati quyidagi asosiy strategik yo‘nalishlarni o‘z ichiga oladi:

Maqsadli bozor segmentatsiyasi va shaxsiylashtirilgan marketing (Targeted Market Segmentation and Personalized Marketing).

Bu eng keng tarqalgan va dinamik rivojlanayotgan zamonaviy usul bo‘lib, rivojlangan va ko‘plab rivojlanayotgan davlatlar tomonidan faol qo‘llaniladi. Unga ko‘ra, davlat turizm organlari va marketing agentliklari potentsial sayyohlar oqimini demografik, psixografik, xulq-atvor va qiziqishlar bo‘yicha aniq segmentlarga ajratadi. Masalan, madaniy turizm ishqibozi bo‘lgan, yuqori daromadli katta yoshdagi juftliklar; tabiat va faol dam olishni afzal ko‘ruvchi yosh solo-sayyohlar (backpackers); oilaviy dam olishni tanlovchi o‘rtacha daromadli oilalar; yoki biznes-konferentsiya ishtirokchilari. Har bir segment uchun maxsus kommunikatsiya kanallari, kontent strategiyasi va turistik mahsulotlar ishlab chiqiladi. Bu yondashuv resurslarning samarali taqsimlanishi va marketing faoliyatining yuqori rentabelligini ta‘minlaydi.

Barqaror turizm va mas’uliyatli turizm kontsepsiyasi (Sustainable and Responsible Tourism).

Bu strategiya nafaqat moddiy boylik yaratish, balki kelajak avlodlar ehtiyojlariga putur yetkazmasdan, hozirgi avlod talablarini qondirishga qaratilgan. U ekologik (tabiiy resurslarni tejash, chiqindilarni kamaytirish), iqtisodiy (mahalliy daromadlarni maksimallashtirish, mahalliy ishlab chiqaruvchilarni qo‘llab-quvvatlash) va ijtimoiy-madaniy (mahalliy an‘analarni hurmat qilish, madaniy merosni asrash, mahalliy aholi hayot sifatini yaxshilash) barqarorlikning uch ustunini uyg‘unlashtiradi. Barqaror turizm faqat ekoturizm bilan cheklanib qolmay, balki barcha turizm shakllarini uzoq muddatli ta’sir nuqtai nazaridan qayta ko‘rib chiqishni nazarda tutadi. Jahon Turizm Tashkiloti (UNWTO) va Birlashgan Millatlar Tashkilotining Barqaror Rivojlanish Maqsadlari (SDGs) ushbu yondashuvning asosiy yo‘naltiruvchi ramkalaridir.

Integratsiyalashgan milliy brend yaratish va hikoya aytish (Integrated Nation Branding and Storytelling).

Davlat o‘zining noyob jihatlarini – qadimiy tarix, tirik madaniy an‘analar, ajoyib tabiat manzaralari, unutilmas gastronomik tajriba – emotsional va qo‘shimcha qadriyat keltiradigan birlashtiruvchi hikoya atrofida shakllantiradi. Masalan, Peru o‘zini nafaqat Machu Picchu mamlakati, balki qadimiy sivilizatsiyalar va noyob oziq-ovqat madaniyatining tirik merosi sifatida namoyish etadi. Kuchli milliy brend nafaqat turizmga qiziqishni oshiradi, balki boshqa sohalarda (eksport, to‘g‘ridan-to‘g‘ri chet el investitsiyalari, talabalar migratsiyasi) ham mamlakatning raqobatbardoshligini oshiradi.

Investitsiyalarni jalb qilish va xususiy-shtat hamkorligi (Public-Private Partnership - PPP).

Davlat chet el va mahalliy investitsiyalarni jalb qilish uchun soliq imtiyozlari, subsidiyalar, soddalashtirilgan ruxsatnoma olish jarayonlari, infratuzilma loyihalariga kafolatlar kabi vositalardan foydalanadi. Xususiy-shtat hamkorligi modellari (masalan, BOT - Qurish, Boshqarish, O‘tkazish) yirik loyihalarni (kurortlar, konferentsiya markazlari) amalga oshirishda tobora ko‘proq qo‘llanilmoqda. Bu davlat byudjetini yuklamasdan, xususiy sektorning kapitali, texnologiyasi va boshqaruv mahoratidan foydalanish imkonini beradi.

Raqamli transformatsiya, marketing va kommunikatsiya strategiyalari.

Zamonaviy turizm siyosatining eng muhim va tez rivojlanayotgan jihati - bu raqamli marketing va to‘g‘ridan-to‘g‘ri mijozlar bilan aloqa. Davlatlar va turizm operatorlari o‘zlarining turistik imkoniyatlarini virtual sayohatlar, influencer marketingi, maqsadli ijtimoiy tarmoq reklamalari va kontent strategiyalari orqali butun dunyo auditoriyasiga etkazadilar. "Hikoya aytish" (storytelling) va ovozli brending (viral branding) samarali vositalarga aylanmoqda. Shuningdek, mobil ilovalar

sayyohlarga shaxsiy yo'l-yo'riqchi, onlayn bron qilish va mahalliy tajribalarni topish imkonini beradi.

Xalqaro hamkorlik va mintaqaviy integratsiya.

Hech bir mamlakat turizm bozorida yakka o'ziga ishonib yashamaydi. Davlatlar mintaqaviy va global turizm tashkilotlari (UNWTO) bilan faol hamkorlik qiladi, ko'p tomonlama vizalar, qo'shma marketing kampaniyalari ("Boy Balkanlar", "Markaziy Osiyo - Ipak yo'lining yurak qismi") va birgalikdagi tur paketlarini ishlab chiqadilar. Mintaqaviy integratsiya sayyohlarga bir nechta mamlakatlarni bir safarda ziyorat qilish imkoniyatini beradi, bu esa mintaqaning umumiy jozibadorligini oshiradi.

1990-yillar: O'tish davri va asosiy infratuzilmani shakllantirish.

1991- Mustaqillikning dastlabki yillarida turizm infratuzilmasining asosiy elementi an'anaviy madaniy meros ob'ektlarini (Samarqand, Buxoro, Xiva) qayta tiklash va ularni xalqaro sayyohlar uchun ochishdan iborat edi. Biroq, umumiy iqtisodiy qiyinchiliklar, cheklangan investitsiyalar, vizalar va valyuta bozori tartibining qattiqligi tufayli turizm rivojlanishi sekin edi. Turizm ko'pincha kelajakdagi rivojlanish uchun salohiyat sifatida ko'rilgan, ammo ustuvor tarmoq emas edi.

2000-yillar: Barqarorlashtirish va tashqi ochiqlik davri.

2001-Bu davrda bir qator muhim islohotlar amalga oshirildi. Turizmni boshqarishning markazlashtirilgan tizimi (Davlat turizm qo'mitasi) shakllantirildi. "O'zbekiston - Buyuk Ipak yo'li mamlakati" milliy brendi ishlab chiqildi va jahon bo'ylab targ'ib qilina boshlandi. Ba'zi chet el mamlakatlari fuqarolari uchun viza rejimi yengillashtirildi. Madaniy meros ob'ektlarini qayta tiklash va saqlash ishlari kuchaytirildi, natijada Samarqand, Buxoro, Shahrisabz va Xiva shaharlaridagi yodgorliklar Butunjahon merosi ro'yxatiga kiritildi. Turizm daromadlari va sayyohlar oqimi sezilarli darajada o'sa ham, tarmoq iqtisodiy diversifikatsiya va barqaror o'sishda muhim rol o'ynash uchun zarur bo'lgan dinamikani ko'rsata olmadi.

2017-yildan hozirgi kungacha: Keng qamrovli strategik rejalashtirish va tezlashtirilgan rivojlanish davri.

2018-Prezident Shavkat Mirziyoyev rahbarligida boshlangan keng qamrovli iqtisodiy va ma'muriy islohotlar turizmga bevosita ta'sir ko'rsatdi. Turizm endi mamlakat iqtisodiyotining ustuvor tarmog'i, valyuta tushumlarining muhim manbai va xalqaro hamjamiyatda O'zbekistonning ijobiy imijini shakllantirish vositasi sifatida e'tirof etildi. 2019-yilda qabul qilingan "O'zbekiston Respublikasida turizmni rivojlantirish to'g'risida"gi yangi qonun ushbu yangi bosqichning asosiy huquqiy ramkasini belgilab berdi.

O'zbekiston Respublikasining Zamonaviy Turizm Yondashuvi: Asosiy E'tiborlar va Amaliy Natijalar

2017-yildan boshlab amalga oshirilgan keng ko'lamli o'zgarishlar turizm sohasini tubdan qayta qurdi va unga yangi dinamika berdi. Ushbu yangi yondashuv bir necha asosiy yo'nalishlarda amalga oshirildi:

Viza va ma'muriy to'siqlarni sezilarli yengillashtirish.

2018-yil fevral oyida O'zbekiston ko'plab rivojlangan va rivojlanayotgan mamlakatlar (jumladan, Yevropa Ittifoqi davlatlari, Kanada, Avstraliya, Yangi Zelandiya, Isroil, Koreya va boshqalar) fuqarolari uchun viza talabini bekor qildi. Keyingi yillarda bu ro'yxat kengaytirildi. Bu tarixiy qadam natijasida mamlakatga tashrif buyuradigan sayyohlar soni bir necha yil ichida keskin ko'paydi. 2022-yilda O'zbekiston "elektron viza" (e-visa) tizimini joriy etdi, bu esa viza olish jarayonini yanada soddalashtirdi. Ma'muriy to'siqlarni kamaytirish, shuningdek, aeroportlarda pasport nazorati va boj deklaratsiyasi jarayonlarini optimallashtirishni ham o'z ichiga oladi.

Turizm infratuzilmasini kompleks modernizatsiya qilish va diversifikatsiya.

Davlat va xususiy investitsiyalar yordamida mamlakat bo'ylab, nafaqat tarixiy shaharlarda, balki barcha viloyatlarda, zamonaviy mehmonxonalar (shu jumladan xalqaro tarmoqlar), restoranlar,

transport vositalari (shu jumladan tezyurar poyezdlar) va ko'ngilochar markazlar qurildi. Tarixiy shaharlar (Buxoro, Samarqand, Xiva) infratuzilmasiga katta investitsiyalar kiritildi, ularning ko'chalari obodonlashtirildi, mehmonxonalar va kafeler soni ko'paytirildi. Turistik taklifni diversifikatsiya qilish maqsadida yangi yo'nalishlar rivojlantirildi: Chimgan tog'larida qishki sport turizmi, Orol dengizi hududida ekologik va giyohvand turizm, Farg'ona vodiysida hunarmandchilik va gastronomik turizm.

Turizm xizmatlari sifati va raqobatbardoshligini oshirish.

Davlat xalqaro standartlarga (ISO) muvofiq turizm xizmatlari ko'rsatish tizimini joriy etishga, kadrlarni qayta tayyorlash va malakasini oshirishga, xorijiy tillarni (asosan ingliz tilini) o'qitishga alohida e'tibor qaratdi. "Xizmat ko'rsatish madaniyati" ni oshirish bo'yicha ko'plab treninglar o'tkazildi. Mehmonxona, restoran va transport xizmatlarida to'lovlarni naqd pulsiz amalga oshirish imkoniyatlari kengaytirildi.

Marketing, brending va kommunikatsiyani faollashtirish.

"O'zbekiston - Buyuk Ipak yo'li mamlakati" milliy brendi butun dunyo bo'ylab yangi kuch bilan targ'ib qilina boshlandi. Xalqaro turizm ko'rgazmalari va forumlarida (masalan, ITB Berlin, WTM London) faol ishtirok etildi. O'zbekiston taniqli xorijiy media (BBC Travel, National Geographic, CNN) va travel-bloggerlar e'tiborini tortdi. Davlat rahbariyatining turizm sohasidagi tashabbuslari (masalan, Prezidentning turizm sohasidagi farmonlari) dunyo ommaviy axborot vositalarida keng yoritildi, bu esa mamlakatga bepul ijobiy reklama berdi.

Turizmni qo'llab-quvvatlovchi iqtisodiy islohotlar.

Turizmning muvaffaqiyati faqat turizm vazirligining sa'y-harakatlari bilan cheklanmaydi. Valyuta bozorini liberallashtirish (2017 yil), bank tizimini isloh qilish, raqobatni rag'batlantirish va korruptsiyaga qarshi kurashish kabi keng ko'lamli iqtisodiy islohotlar turizm biznesi uchun quliy sharoit yaratdi, xorijiy investitsiyalarni jalb qilishni osonlashtirdi va iqtisodiy shaffoflikni oshirdi.

Madaniy merosni muhofaza qilish va turizm o'rtasidagi muvozanatni saqlash.

Tarixiy shaharlarga sayyohlar oqimining keskin oshishi mahalliy aholi hayotiga ta'sir ko'rsatishi, infratuzilmani haddan tashqari yuklashi va yodgorliklarga zarar yetkazishi mumkin. "Yukni boshqa joylarga ko'chirish" (load shifting) strategiyasi – ya'ni sayyohlarni boshqa, kamroq o'rganilgan viloyatlarga (Qashqadaryo, Surxondaryo, Jizzax) yo'naltirish, shuningdek, tarixiy markazlarda turizmni boshqarishning aniq rejalarini ishlab chiqish (masalan, kirish chiptalari, vaqt cheklovlari) zarur.

Qishloq turizmi va jamiyatga asoslangan turizmni rivojlantirish.

O'zbekistonning katta qismi qishloq joylarida yashaydi, ularning an'anaviy hayot tarzi, mehmondo'stligi va tabiati katta turistik salohiyatga ega. Qishloq turizmini rivojlantirish nafaqat turizmni diversifikatsiya qiladi, balki qishloq joylardagi daromad manbalarini kengaytirish, yoshlarning shaharlarga ko'chib ketishini kamaytirish va an'anaviy madaniyatni saqlashga yordam beradi. Buning uchun maxsus dasturlar, mikroreditlar va treninglar talab etiladi.

Kadrlar tayyorlash tizimini modernizatsiya qilish.

Turizm sohasidagi tez o'sish yuqori malakali kadrlar – gidlar, mehmonxona xodimlari, restoran menejerlari, tur operatorlari va marketing mutaxassislariga bo'lgan talabni oshirdi. Kasb-hunar kollejlari va oliy ta'lim muassasalaridagi dasturlarni xalqaro standartlarga moslashtirish, o'qituvchilarni qayta tayyorlash va talabalarga amaliy tajriba o'tkazish imkoniyatlarini kengaytirish zarur.

Pandemiya, O'zgaruvchanlik va Moslashuvchanlik Sinfovi

COVID-19 pandemiyasi global turizmga halokatli ta'sir ko'rsatdi va 2020-2021 yillarda turistik oqimlar va daromatlarda tarixiy pasayishga sabab bo'ldi. Bu davr barcha mamlakatlar, shu jumladan O'zbekiston uchun qimmatli saboq va sinov maydoni bo'ldi. Pandemiyaning O'zbekiston iqtisodiyotiga ta'siri quyidagi yo'nalishlarda namoyon bo'ldi:



Xalqaro sayohat cheklovlari va turizm daromadlarining qisqarishi.

Chet el sayyohlari oqimining keskin kamayishi, xususan, an'anaviy bozorlar – Rossiya, Yevropa davlatlari va Janubiy Koreyadan kelgan mehmonlar sonining pasayishi turizm daromadlarining qisqarishiga olib keldi. Bu nafaqat to'g'ridan-to'g'ri turizm xizmatlari (mehmonxonalar, gidlar), balki unga bog'liq sohalarga (transport, qishloq xo'jaligi, hunarmandchilik, savdo) ham salbiy ta'sir ko'rsatdi va valyuta tushumlarini kamaytirdi.

Mahalliy va mintaqaviy turizmning o'sishi.

Pandemiya davrida xalqaro sayohatlar cheklanganligi sababli o'z mamlakatida va o'z mintaqasida dam olishga qiziqish keskin oshdi. O'zbekiston buning uchun mo'ljallangan maxsus dasturlarni (masalan, "Sayohat O'zbekistonda", "O'zbekiston - buyuk Ipak yo'li mamlakati" loyihasi doirasidagi ichki turlar) ishlab chiqdi. Bu nafaqat qisman daromad yo'qotishlarini qoplashga, balki mahalliy aholiga o'z mamlakatining go'zalliklarini ochishga ham yordam berdi. Rossiya va Markaziy Osiyo mamlakatlari o'rtasidagi mintaqaviy turizm ham faollashdi.

Sog'liqni saqlash, gigiyena va xavfsizlik standartlariga yangi talablar.

Sayyohlar endi mehmonxona, restoran va transport vositalarida yuqori darajadagi tozalik, sanitariya va ijtimoiy masofani talab qiladi. Bu turizm xizmatlari sifatini yangi, yuqori darajaga ko'tarishni, xodimlarni qayta tayyorlashni va qo'shimcha investitsiyalarni talab qildi. "Xavfsiz turizm" sertifikatlari va reytinglari muhim ahamiyat kasb eta boshladi.

Raqobatbardoshlik va Innovatsion Yondashuvlar:

Yirik Turistik Mamlakatlar TajribasiFransiya, Ispaniya, Turkiya, Tailand, BAA va boshqa yirik turistik mamlakatlarning strategiyasi va tajribasi O'zbekiston uchun qimmatli manba hisoblanadi. Ushbu mamlakatlarning muvaffaqiyati quyidagi tamoyillarga asoslanadi:

Turistik mahsulotning uzluksiz diversifikatsiyasi va yangilanib turilishi.

Bu mamlakatlar faqat plyaj, madaniyat yoki shahar turizmi bilan cheklanib qolmaydilar. Ular shifobaxsh (Tailand, Isroil), ekologik (Kosta-Rika, Keniya), gastronomik (Italiya, Yaponiya), sport (Avstriya, Shveytsariya), diniy (Isroil, Saudiya Arabistoni) va tadbirkorlik turizmi (Singapur, Gonkong) kabi yangi, yuqori qo'shimcha qimmatlik keltiradigan yo'nalishlarni faol rivojlantiradilar. O'zbekiston o'zining noyob tabiiy resurslaridan (tog'lar, cho'llar, mineral suvlar) foydalangan holda shunga o'xshash diversifikatsiya yo'lidan borishi kerak.

Mavsumiylik muammosini yumshatish va yil davomida barqarorlikni ta'minlash.

Ko'pgina turistik yo'nalishlar uchun "yuqori mavsum" (peak season) muammosi mavjud. Bu muammoni hal qilish uchun yilning har faslida va har oyida turli xil tadbirlar va festivallar tashkil etiladi: qishki sport musobaqalari, bahorgi gullar festivallari, yozgi madaniy tadbirlar, kuzgi gastronomik ko'rgazmalar. O'zbekiston "Navro'z", "Ipak va Spirt" festivallari kabi an'anaviy bayramlar, shuningdek, musiqa, kino va zamonaviy san'at festivallarini rivojlantirish orqali sayyohlarni yil davomida jalb qilishi mumkin.

Raqamli transformatsiyani chuqurlashtirish.

Ilg'or turizm mamlakatlari sun'iy intellekt asosidagi maslahatchilar, mobil ilovalar orqali shaxsiylashtirilgan tavsiyalar, virtual va kengaytirilgan realilik (VR/AR) asosidagi tarixiy rekonstruksiya, naqd pulsiz va biometric to'lov tizimlarini keng joriy etishgan. O'zbekiston ham bu yo'nalishda dasturlarni amalga oshirmoqda, ammo jarayonni tezlashtirish va chuqurlashtirish zarur.

Geosiyosiy o'zgarishlar va turistik oqimlarning qayta yo'nalishi.

2022-yilda boshlangan Rossiya-Ukraina mojarosi global turizmga yangi turtki berdi. Bir tomondan, ko'plab g'arbiy sayyohlar an'anaviy Yevropa yo'nalishlaridan qochishni boshladilar, bu esa O'zbekiston kabi "neytral" va xavfsiz hisoblanadigan yo'nalishlarga qiziqishni oshirdi. Ikkinchi tomondan, Rossiyadan keladigan sayyohlar oqimi (O'zbekiston uchun an'anaviy va muhim bozor) bir muddat pasaydi, ammo keyinchalik tiklandi. Bu voqealar turizmning geosiyosiy omillarga qanchalik sezgir ekanligini va turli bozorlarga diversifikatsiya qilishning muhimligini ko'rsatdi.

Global iqtisodiy beqarorlik va narxlarning o'zgarishi.

Inflyatsiya, yoqilg'i narxlarining o'zgarishi va iqtisodiy qiyinchiliklar sayyohlarning xarajatlarni boshqarishga intilishiga, uzoq masofali sayohatlar o'rniga qisqa va arzonroq sayohatlarni tanlashga olib kelishi mumkin. Bu O'zbekiston uchun imkoniyat bo'lishi mumkin, chunki u Yevropa va Osiyo o'rtasidagi qulay joylashuvi va nisbatan arzon narx darajasi tufayli kirish darajasi past bo'lgan sayyohlar uchun jozibador bo'lishi mumkin.

Iqlim o'zgarishi va ekologik muammolar.

Issiqxonalar gazlari chiqindilarining ko'payishi, suv tanqisligi va ekstremal ob-havo sharoitlari turizmga jiddiy tahdid soladi. Qurg'oqchilik, toshqinlar yoki o'rmon yong'inlari turistik ob'ektlarni vayron qilishi mumkin. Shuning uchun, barqaror turizm nafaqat marketing g'oyasi, balki zarur hayotiy ehtiyojdir. O'zbekiston o'zining suv resurslari muammosi va qurg'oqchilikka moyil iqlimi bilan ayniqsa bu muammolarga sezgir. "Yashil" infratuzilma va resurslarni tejash tamoyillarini joriy etish nafaqat atrof-muhitni himoya qilish, balki kelajakdagi turistik jozibadorlikni saqlash uchun ham zarur.

XULOSA:

Integratsiyalashgan, Moslashuvchan va Barqaror Yondashuv Zarurati Xulosa qilib shuni aytish mumkinki, turizmni rivojlantirishda muvaffaqiyat faqat bitta vosita, yagona marketing kampaniyasi yoki bitta infratuzilma loyihasi bilan emas, balki kompleks, tizimli va integratsiyalashgan yondashuv bilan erishiladi. Bu yondashuv turizm siyosati, umumiy iqtisodiy rivojlanish, ekologik muvozanat, madaniy merosni muhofaza qilish va ijtimoiy inklyuzivlik o'rtasidagi uzviy bog'liqlikni anglab yetishni talab qiladi. O'zbekiston turizm sohasida so'nggi bir necha yil ichida juda muhim va baholanarli yutuqlarga erishdi. Biroq, bu faqat yo'ldagi birinchi qadamdir. Mamlakat iqtisodiyotini diversifikatsiyalash, yangi ish o'rinlari yaratish va xalqaro maydonda o'zining ijobiy imijini mustahkamlash uchun turizmni rivojlantirish bo'yicha ishlar to'xtovsiz davom ettirilishi kerak.

Davlat organlari, xususiy sektor, mahalliy hamjamiyatlar, nodavlat tashkilotlar va xalqaro hamkorlar o'rtasida samarali hamkorlik, zamonaviy ilmiy yutuqlar, texnologik innovatsiyalar va xalqaro tajribani hisobga olgan holda, turizmni nafaqat iqtisodiy o'sishning, balki O'zbekistonning barqaror va farovon kelajagini qurishning asosiy lokomotiviga aylantirish mutlaqo real vazifadir. O'zbekiston uchun turizm sohasini xalqaro miqyosda raqobatbardosh, yuqori sifatli, barqaror va inson markaziy tarmoq sifatida rivojlantirish – bu kelajakka qarata qo'yilgan asosiy strategik maqsadlardan biridir.