O‘ZBEKISTONDA ICHKI TURIZMNI RIVOJLANTIRISHNING IQTISODIY AHAMIYATI

Tursinbaev Yusup Koshkinbay óǵli
Innovatsion texnologiyalar universisteti

Annotatsiya: *Ushbu maqolada O‘zbekistonda ichki turizmni rivojlantirishning iqtisodiy ahamiyati, uning hududlar iqtisodiy faolligini oshirish, aholi bandligi va daromadlarini kengaytirish, xizmatlar sohasini rivojlantirish hamda mahalliy tadbirkorlikni qo‘llab-quvvatlashdagi o‘rni tahlil qilinadi. Ichki turizmning mamlakat iqtisodiyotidagi o‘rni rasmiy statistik ma’lumotlar asosida yoritilib, turizm iste’moli, turistik xizmatlar taklifi va turizmda yaratilayotgan qo‘shilgan qiymat dinamikasi ko‘rib chiqiladi. Shuningdek, ichki turizmni rivojlantirishga ta’sir etuvchi omillar, mavjud muammolar va istiqboldagi imkoniyatlar tahlil qilinadi. Tadqiqot natijasida hududiy turistik mahsulotlarni diversifikatsiya qilish, transport va joylashtirish infratuzilmasini takomillashtirish, raqamli xizmatlardan foydalanishni kengaytirish hamda kichik biznes subyektlarini turizm zanjiriga faol jalb etish ichki turizmning iqtisodiy samaradorligini oshirishning muhim yo‘nalishlari sifatida asoslanadi*

Kalit so‘zlar: *ichki turizm, turizm iqtisodiyoti, turistik xizmatlar, turizm iste’moli, bandlik, tadbirkorlik, hududiy rivojlanish, turizm infratuzilmasi, turistik mahsulot, iqtisodiy samaradorlik.*

Аннотация. *В статье анализируется экономическое значение развития внутреннего туризма в Узбекистане, его влияние на повышение экономической активности регионов, занятость и доходы населения, развитие сферы услуг и поддержку местного предпринимательства. На основе официальных статистических данных рассматриваются динамика туристского потребления, внутреннего предложения туристских отраслей и валовой внутренний продукт, создаваемый непосредственно в туризме. Особое внимание уделяется факторам развития внутреннего туризма, существующим проблемам и перспективным направлениям. В качестве основных направлений повышения экономической эффективности внутреннего туризма рассматриваются диверсификация туристских продуктов, развитие транспортной и гостиничной инфраструктуры,*

расширение цифровых услуг и более активное вовлечение субъектов малого бизнеса в туристическую цепочку.

Ключевые слова: *внутренний туризм, экономика туризма, туристские услуги, туристское потребление, занятость, предпринимательство, региональное развитие, туристская инфраструктура, туристский продукт, экономическая эффективность.*

Abstract. *This article examines the economic importance of developing domestic tourism in Uzbekistan, focusing on its contribution to regional economic activity, employment and household incomes, the service sector and local entrepreneurship. The study analyzes official statistical data on domestic tourism expenditure, domestic tourism consumption, tourism supply and gross domestic product generated directly by tourism. Particular attention is paid to the factors influencing domestic tourism development, existing challenges and future opportunities. The article identifies diversification of regional tourism products, improvement of transport and accommodation infrastructure, expansion of digital services and greater involvement of small businesses in tourism value chains as important directions for increasing the economic efficiency of domestic tourism.*

Keywords: *domestic tourism, tourism economy, tourism services, tourism consumption, employment, entrepreneurship, regional development, tourism infrastructure, tourism product, economic efficiency.*

Kirish

Bugungi kunda turizm jahon iqtisodiyotining xizmatlar sohasidagi muhim yo‘nalishlardan biri sifatida namoyon bo‘lmoqda. Turizmning iqtisodiy xususiyati shundaki, u faqatgina sayohat va dam olish bilan bog‘liq xizmatlarni emas, balki transport, mehmonxona xo‘jaligi, umumiy ovqatlanish, savdo, madaniyat, ko‘ngilochar xizmatlar, sport, hunarmandchilik va boshqa ko‘plab faoliyat turlarini o‘zaro bog‘laydi. Shu sababli turizmda talabning ortishi iqtisodiyotning bir nechta tarmoqlarida bir vaqtning o‘zida qo‘shimcha iqtisodiy faollikni yuzaga keltirishi mumkin.

O‘zbekiston turizmni rivojlantirish uchun katta tabiiy, tarixiy-madaniy va hududiy salohiyatga ega mamlakatlardan biridir. Samarqand, Buxoro, Xiva, Toshkent, Shahrisabz kabi tarixiy markazlar bilan bir qatorda Qoraqalpog‘iston Respublikasi, Navoiy, Jizzax, Qashqadaryo, Surxondaryo, Farg‘ona vodiysi hududlari va boshqa mintaqalarda ham turizmning turli shakllarini rivojlantirish imkoniyatlari mavjud. Ushbu imkoniyatlardan foydalanishda nafaqat xorijiy

sayyohlarni jalb qilish, balki mamlakat aholisi orasida ichki sayohatlarni kengaytirish ham muhim ahamiyatga ega.

O‘zbekiston Respublikasining “Turizm to‘g‘risida”gi Qonuni turizm sohasidagi munosabatlarni tartibga soluvchi asosiy huquqiy hujjatlardan biridir. Mazkur qonun 2019-yil 18-iyulda O‘RQ-549-son bilan qabul qilingan bo‘lib, turizm sohasining huquqiy asoslarini belgilaydi.

Ichki turizmning iqtisodiy ahamiyati, avvalo, mamlakat hududlari ichida aholi xarajatlarining amalga oshirilishi bilan bog‘liq. Fuqarolarning mamlakat ichida sayohat qilishi natijasida mablag‘lar turli hududlardagi mehmonxonalar, mehmon uylari, restoranlar, transport korxonalari, savdo obyektlari, muzeylar, madaniy meros obyektlari, ko‘ngilochar markazlar va boshqa xizmat ko‘rsatuvchi subyektlarga yo‘naltiriladi. Natijada turizm xarajatlari hududiy iqtisodiyotda daromadlarning shakllanishiga va tadbirkorlik faolligining kuchayishiga xizmat qiladi.

O‘zbekistonda ichki turizmni rivojlantirish masalasiga davlat siyosatida ham alohida e’tibor qaratilmoqda. Xususan, 2022-yil 30-apreldagi Prezidentning PQ-232-son qarorida ichki turizm xizmatlarini diversifikatsiya qilish, ularning hajmini oshirish, turizm xizmatlari sifatini yaxshilash, zamonaviy xizmatlar infratuzilmasini rivojlantirish, aholini ish bilan ta’minlash va daromad manbalarini kengaytirish bilan bog‘liq vazifalar belgilangan.

Maqolaning asosiy maqsadi O‘zbekistonda ichki turizmni rivojlantirishning iqtisodiy ahamiyatini ochib berish, uning iqtisodiy o‘sish, hududiy rivojlanish, bandlik, tadbirkorlik va xizmatlar bozoriga ta’sirini tahlil qilish hamda ichki turizm samaradorligini oshirishga qaratilgan takliflarni shakllantirishdan iborat.

Tadqiqotda rasmiy statistik ma’lumotlarni tahlil qilish, taqqoslash, umumlashtirish va iqtisodiy-mantiqiy tahlil usullaridan foydalanildi. Asosiy axborot manbalari sifatida O‘zbekiston Respublikasi qonunchilik hujjatlari, ichki turizmni rivojlantirishga oid Prezident qarorlari, O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasining turizm yordamchi hisobi bo‘yicha ma’lumotlari hamda Turizm qo‘mitasining rasmiy materiallari olindi

Asosiy qism

Ichki turizm deganda mamlakat rezidentlarining o‘z mamlakati hududi doirasida vaqtincha sayohat qilishi va ushbu sayohat davomida turli turistik xizmatlardan foydalanishi tushuniladi. Bunda sayohatning maqsadi dam olish, tarixiy-madaniy obyektlarni ziyorat qilish, sog‘lomlashtirish, ekologik sayohat, ziyorat, sport, gastronomik yoki boshqa turistik faoliyatlar bilan bog‘liq bo‘lishi mumkin.

Ichki turizmning muhim jihati shundaki, turistik xarajatlar mamlakat iqtisodiy tizimi doirasida qoladi. Fuqaro xorijiy davlatga sayohat qilganida uning xarajatlari boshqa mamlakat iqtisodiyotida shakllanadi. Ichki sayohatda esa transport, joylashtirish, ovqatlanish, ko‘ngilochar xizmatlar, madaniy obyektlarga kirish, savdo va boshqa xarajatlar O‘zbekiston hududidagi iqtisodiy subyektlar daromadiga aylanadi.

Shu nuqtayi nazardan, ichki turizmni rivojlantirishni ichki talabni qo‘llab-quvvatlovchi omillardan biri sifatida ko‘rish mumkin. Turistik talabning ortishi xizmat ko‘rsatuvchi korxonalarni o‘z faoliyatini kengaytirishga undaydi. Masalan, turistlar oqimi ko‘paygan hududda mehmonxonalar va mehmon uylari xizmat sifatini oshirishi, ovqatlanish korxonalari yangi xizmatlarni taklif qilishi, transport xizmatlari yo‘nalishlarini kengaytirishi va tadbirkorlar yangi turistik mahsulotlarni yaratishi mumkin.

Ichki turizmning iqtisodiy samarasi faqat turistik korxonalarning bevosita daromadi bilan cheklanmaydi. Turizm bilan bog‘liq ko‘plab faoliyatlar o‘zaro iqtisodiy aloqada bo‘lganligi sababli bir tarmoqdagi talabning oshishi boshqa tarmoqlarga ham ta’sir ko‘rsatadi. Masalan, mehmonxona faoliyatining kengayishi oziq-ovqat mahsulotlariga, transportga, tozalash xizmatlariga, mahalliy ishlab chiqaruvchilar mahsulotlariga va boshqa resurslarga talabni oshiradi.

Shu sababli ichki turizmni rivojlantirish iqtisodiyotning xizmatlar sektorini kengaytirish bilan bir qatorda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik uchun ham yangi imkoniyatlar yaratadi.

Ichki turizmning iqtisodiy ahamiyatini baholashda turistik xarajatlar muhim ko‘rsatkichlardan biridir. O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasining Turizm yordamchi hisobi ma’lumotlariga ko‘ra, mamlakatdagi ichki turizmga oid xarajatlar 2019-yilda 22 267,6 mlrd so‘mni tashkil qilgan bo‘lsa, 2024-yilda 41 330,7 mlrd so‘mga yetgan.

Ushbu ko‘rsatkich ichki turizmning iqtisodiy hajmi sezilarli darajada kengayganini ko‘rsatadi. 2020-yilda turizm faoliyatiga ta’sir ko‘rsatgan global cheklovlar sababli ichki turizm xarajatlari keskin kamaygan. Keyingi yillarda esa turizm faoliyatining tiklanishi bilan xarajatlar hajmi bosqichma-bosqich oshib borgan.

2024-yilda ichki turizm xarajatlarining 41,3 trln so‘mga yetishi turizm xizmatlari va unga bog‘liq mahsulotlarga bo‘lgan ichki talabning iqtisodiy salohiyatini ko‘rsatadi. Bunda xarajatlarning tarkibi ham muhim. Rasmiy statistik ma’lumotlarda ichki turizm xarajatlari tarkibida odatiy turistik mahsulotlar, joylashtirish xizmatlari, umumiy ovqatlanish, quruqlikdagi yo‘lovchi transporti,

havo transporti, madaniyat, sport va dam olish xizmatlari kabi yo‘nalishlar alohida hisobga olingan.

2024-yilda mamlakat ichidagi turizm iste’moli 74 317,6 mlrd so‘mni tashkil etgan. Mazkur ko‘rsatkich tarkibida odatiy turistik mahsulotlar, joylashtirish, umumiy ovqatlanish va transport xizmatlari sezilarli o‘rin egallagan.

Bu ma’lumotlar ichki turizmning faqat sayohat xizmatlaridan iborat emasligini ko‘rsatadi. Turistik iste’molning kengayishi savdo, ovqatlanish, transport, madaniyat va boshqa xizmatlar bozorining rivojlanishiga ham ta’sir qiladi. Demak, ichki turizmni rivojlantirishda uning multiplikativ ta’sirini hisobga olish zarur.

O‘zbekiston hududlari tabiiy va madaniy resurslar, infratuzilma, aholi zichligi va iqtisodiy ixtisoslashuv jihatidan bir-biridan farq qiladi. Ichki turizm ushbu hududlarning iqtisodiy imkoniyatlarini diversifikatsiya qilish vositalaridan biri bo‘lishi mumkin.

Masalan, tarixiy-madaniy meros obyektlariga boy hududlarda madaniy va ziyorat turizmini, tog‘li va tabiiy landshaftlarga ega hududlarda ekologik va tog‘ turizmini, qishloq joylarda agro va etnoturizmni, suv havzalari mavjud hududlarda rekreatsion turizmni rivojlantirish imkoniyati mavjud.

Bunday yondashuv hududning faqat bitta iqtisodiy faoliyatga qaramligini kamaytirishga yordam beradi. Turizm rivojlangan hududlarda mahalliy aholining qo‘shimcha daromad manbalari shakllanishi mumkin. Xususan, oilaviy mehmon uylari, milliy taomlar tayyorlash, hunarmandchilik, gidlik, transport va ekskursiya xizmatlari mahalliy aholi uchun iqtisodiy faoliyat imkoniyatlarini kengaytiradi.

Ichki turizmning hududiy iqtisodiyotga ta’siri ayniqsa kichik shaharlar va qishloq joylar uchun muhim. Chunki yirik sanoat korxonalarini tashkil etish katta miqdordagi investitsiyalarni talab qilishi mumkin, turizmda esa mavjud tabiiy va madaniy resurslardan foydalanish orqali nisbatan kichik biznes loyihalarini ham yo‘lga qo‘yish mumkin.

Shu bilan birga, turizmni hududiy rivojlantirishda mahalliy aholining manfaatlari, ekologik muvozanat va madaniy merosni saqlash masalalari ham hisobga olinishi kerak. Turistlar oqimini shunchaki ko‘paytirish emas, balki hududning resurs imkoniyatlariga mos ravishda barqaror turizm modelini shakllantirish muhimdir.

Turizm xizmat ko‘rsatish xarakteriga ega bo‘lganligi sababli inson mehnatiga talab yuqori bo‘lgan tarmoqlardan biridir. Mehmonxona, restoran, transport, ekskursiya, gidlik, savdo, madaniyat va ko‘ngilochar xizmatlarning kengayishi yangi ish o‘rinlariga ehtiyojni yuzaga keltiradi.

Ichki turizmning rivojlanishi natijasida bevosita turizm korxonalarida ishlash imkoniyatlari bilan birga turizm bilan bog‘liq yordamchi faoliyatlar ham rivojlanadi. Masalan, mahalliy oziq-ovqat mahsulotlarini yetkazib berish, suvenirlar ishlab chiqarish, hunarmandchilik, fotografiya, transport va raqamli marketing xizmatlari shular jumlasidandir.

Turizmda kichik biznesning roli ham alohida ahamiyatga ega. Kichik tadbirkorlar mahalliy turistik mahsulotlarni yaratishda moslashuvchanlikka ega bo‘lib, hududning o‘ziga xos xususiyatlariga asoslangan xizmatlarni taklif qilishi mumkin. Masalan, mahalliy oilaviy mehmon uyi, milliy taomlar restorani yoki hunarmandchilik ustaxonasi turist uchun nafaqat xizmat, balki hududning o‘ziga xos tajribasini ham taqdim etadi.

2022-yildagi PQ-232-son qarorda ham ichki turizmni rivojlantirish orqali turizm xizmatlari hajmini ko‘paytirish, tadbirkorlik subyektlari uchun imkoniyatlar yaratish, infratuzilmani rivojlantirish hamda aholining bandligi va daromad manbalarini kengaytirish maqsadlari qayd etilgan.

Shundan kelib chiqib, ichki turizmni faqat dam olish sohasi sifatida emas, balki kichik biznesni rivojlantirish va bandlikni oshirishga xizmat qiluvchi iqtisodiy yo‘nalish sifatida baholash mumkin.

Ichki turizmning barqaror rivojlanishi turistik resurslarning mavjudligi bilangina belgilanmaydi. Turistning safar davomida qulay harakatlanishi, tunashi, ovqatlanishi va xizmatlardan foydalanishi uchun tegishli infratuzilma zarur.

Transport infratuzilmasi bu jarayonning muhim tarkibiy qismidir. Turistik hududlarga avtomobil yo‘llari, temir yo‘l va boshqa transport turlari orqali qulay yetib borish imkoniyati sayohatga bo‘lgan talabga ta’sir qiladi. Transport xarajatlarining yuqoriligi yoki qatnovlarning cheklanganligi ayrim hududlarning turistik salohiyatidan to‘liq foydalanishga to‘sqinlik qilishi mumkin.

Joylashtirish vositalari ham ichki turizm uchun muhim. Mehmonxonalar bilan bir qatorda oilaviy mehmon uylari, xostellar va boshqa joylashtirish shakllarini rivojlantirish turli daromad guruhlariga mansub aholining sayohat imkoniyatlarini kengaytirishi mumkin.

Umumiy ovqatlanish xizmatlari ham turizm iqtisodiyotining muhim tarkibiy qismidir. Mahalliy milliy taomlarni taklif qiluvchi restoran va oshxonalar turistlar uchun qo‘shimcha xizmat bo‘lishi bilan birga mahalliy gastronomik madaniyatni iqtisodiy faoliyatga aylantiradi.

Rasmiy statistik ma’lumotlarda 2024-yilda mamlakat ichidagi turizm iste’moli tarkibida joylashtirish, umumiy ovqatlanish va transport xizmatlari

salmoqli o‘rin egallagan. Bu turizm rivojlanishining infratuzilma va xizmat ko‘rsatish tarmoqlari bilan bevosita bog‘liqligini ko‘rsatadi.

Turizmning iqtisodiyotdagi o‘rnini baholashda turizm tomonidan yaratilayotgan yalpi ichki mahsulot muhim ko‘rsatkich hisoblanadi. Milliy statistika qo‘mitasi ma’lumotlariga ko‘ra, O‘zbekistonda to‘g‘ridan-to‘g‘ri turizmda yaratilgan yalpi ichki mahsulot 2019-yilda 22 293,5 mlrd so‘mni tashkil qilgan bo‘lsa, 2024-yilda 38 139,6 mlrd so‘mga yetgan.

2020-yilda mazkur ko‘rsatkichning keskin pasayishi turizm sohasining tashqi va ichki shoklarga sezgirligini ko‘rsatadi. Biroq keyingi yillarda turizm faoliyatining tiklanishi bilan to‘g‘ridan-to‘g‘ri turizmda yaratilgan yalpi ichki mahsulot ham o‘sib borgan.

Bundan tashqari, turizm tarmoqlarining ichki taklifi 2019-yildagi 92 435,3 mlrd so‘mdan 2024-yilda 286 682,1 mlrd so‘mgacha oshgan.

Mazkur ko‘rsatkichlar turizmning iqtisodiyotdagi ishlab chiqarish va xizmat ko‘rsatish imkoniyatlari kengayib borayotganini ko‘rsatadi. Ichki turizmga talabning ortishi esa ushbu taklifning barqaror shakllanishiga qo‘shimcha asos yaratadi.

Shu bilan birga, turizmning iqtisodiy samaradorligini faqat umumiy xarajatlar yoki yalpi mahsulot hajmi bilan baholash yetarli emas. Turizm daromadlarining hududlar bo‘yicha taqsimlanishi, yaratilgan ish o‘rinlari, mahalliy tadbirkorlik subyektlarining soni, turistlarning o‘rtacha xarajatlari, mavsumiylik darajasi va xizmatlar sifatining o‘zgarishi kabi ko‘rsatkichlarni ham tahlil qilish zarur.

Zamonaviy turizm bozorida raqamli texnologiyalar turistning sayohat to‘g‘risida qaror qabul qilishidan boshlab, safarni rejalashtirish, bron qilish, to‘lovlarni amalga oshirish va fikr-mulohaza bildirishgacha bo‘lgan jarayonning muhim qismiga aylanmoqda.

Ichki turizmda ham raqamli xizmatlardan foydalanishni kengaytirish iqtisodiy samaradorlikni oshirishi mumkin. Masalan, turistik obyektlar haqida yagona axborot platformalarini yaratish, elektron bron qilish, onlayn to‘lovlar, raqamli xaritalar, audio-gidlar va mobil ilovalardan foydalanish turistlar uchun qulaylik yaratadi.

Raqamlashtirish kichik turizm biznesi uchun ham yangi marketing imkoniyatlarini ochadi. Mahalliy mehmon uyi yoki restoran o‘z xizmatlarini ijtimoiy tarmoqlar, onlayn xaritalar va turistik platformalar orqali keng auditoriyaga taqdim etishi mumkin. Bu esa reklama xarajatlarini optimallashtirish va potentsial mijozlar bilan to‘g‘ridan-to‘g‘ri aloqa o‘rnatish imkonini beradi.

Bundan tashqari, raqamli ma’lumotlardan foydalanish turistlarning qaysi hududlarga, qaysi mavsumlarda va qanday xizmatlarga ko‘proq talab bildirayotganini aniqlashga yordam beradi. Natijada turistik mahsulotni bozor talabiga moslashtirish osonlashadi.

O‘zbekistonda ichki turizmning iqtisodiy salohiyati yuqori bo‘lishiga qaramay, sohada bir qator muammolar mavjud. Birinchidan, ayrim hududlarda turistik infratuzilmaning yetarli darajada rivojlanmagani turistlarning safar qilish imkoniyatini cheklashi mumkin.

Ikkinchidan, turistik xizmatlarning mavsumiyligi muhim muammo hisoblanadi. Ayrim hududlarda turistlar oqimi ma’lum fasllarda keskin oshib, boshqa davrlarda pasayishi mumkin. Bu esa mehmonxonalar, restoranlar va boshqa xizmat ko‘rsatuvchi korxonalarning yil davomida bir xil darajada daromad olishiga to‘sqinlik qiladi.

Uchinchidan, xizmatlar sifati va narxlar o‘rtasidagi muvozanatni ta’minlash zarur. Ichki turistlarning daromad darajasi turlicha bo‘lgani sababli turizm mahsulotlari ham turli narx segmentlarini qamrab olishi lozim.

To‘rtinchidan, ayrim hududlarda turistik obyektlar haqida ma’lumotlarning yetarli darajada ommalashmaganligi talabning shakllanishiga salbiy ta’sir ko‘rsatishi mumkin. Turistik resurs mavjud bo‘lishining o‘zi yetarli emas; uni bozorga to‘g‘ri taqdim etish, marshrutga kiritish va iste’molchiga yetkazish ham muhim.

Beshinchidan, malakali kadrlar masalasi mavjud. Turistlar bilan ishlaydigan xodimlarning xizmat ko‘rsatish madaniyati, hudud tarixi va madaniyatini bilishi, zamonaviy raqamli vositalardan foydalana olishi turistik mahsulot sifatiga bevosita ta’sir qiladi.

Ichki turizmning iqtisodiy samaradorligini oshirish uchun, avvalo, hududlarning o‘ziga xos turistik salohiyatini aniqlash va unga mos turistik mahsulotlarni ishlab chiqish zarur. Bunda barcha hududlarda bir xil turistik modeldan foydalanish o‘rniga hududiy ixtisoslashuvga asoslangan yondashuv maqsadga muvofiq.

Birinchi yo‘nalish sifatida turistik mahsulotlarni diversifikatsiya qilishni ko‘rsatish mumkin. Tarixiy turizm bilan bir qatorda ekologik, gastronomik, ziyorat, etnografik, qishloq, sog‘lomlashtirish, sport va oilaviy turizm yo‘nalishlarini rivojlantirish mumkin.

Ikkinchi yo‘nalish — transport va joylashtirish infratuzilmasini yaxshilash. Turistik hududlarga borish imkoniyatini oshirish va turli narx segmentlarida joylashtirish xizmatlarini ko‘paytirish ichki talabni kengaytirishga xizmat qiladi.

Uchinchi yo‘nalish — kichik biznesni turizm qiymat zanjiriga kengroq jalb qilish. Mahalliy tadbirkorlarning mehmon uyi, ovqatlanish, hunarmandchilik, transport, gidlik va ko‘ngilochar xizmatlar ko‘rsatishdagi ishtirokini kengaytirish hududlarda iqtisodiy faollikni oshiradi.

To‘rtinchi yo‘nalish — turistik xizmatlarni raqamlashtirish. Turistik obyektlar to‘g‘risida to‘liq va ishonchli ma’lumotlar, elektron bron qilish va to‘lov, raqamli xaritalar va marshrutlarni birlashtiruvchi platformalarni rivojlantirish ichki turistlar uchun qulaylik yaratadi.

Beshinchi yo‘nalish — mavsumiylikni kamaytirish. Buning uchun yilning turli fasllariga mos tadbirlar, festivallar, gastronomik dasturlar, sport musobaqalari, hunarmandchilik ko‘rgazmalari va boshqa turistik mahsulotlarni ishlab chiqish mumkin.

2025-yilda ichki turizmni rag‘batlantirish maqsadida joylashtirish vositalari va ayrim madaniy meros obyektlariga chegirmalar joriy etilgani ham ichki turizmga talabni qo‘llab-quvvatlash mexanizmlaridan foydalanilayotganini ko‘rsatadi.

Shuningdek, 2025-yil oxiridan turizm sohasini boshqarish tizimida O‘zbekiston Respublikasi Turizm qo‘mitasi faoliyat yurita boshladi. Qo‘mita turizm sohasida yagona davlat siyosatini amalga oshiruvchi respublika ijro etuvchi hokimiyat organi sifatida belgilangan.

Kelgusida ichki turizm siyosatida turistlar sonini oshirish bilan bir qatorda ularning mamlakat hududida qancha vaqt qolishi, o‘rtacha xarajati, xizmatlardan qoniqishi va mahalliy iqtisodiyotga qo‘shayotgan hissasini ham hisobga olish muhimdir.

Xulosa

O‘tkazilgan tahlil shuni ko‘rsatadiki, O‘zbekistonda ichki turizmni rivojlantirish iqtisodiyotning xizmatlar sektorini kengaytirish, hududiy iqtisodiy faollikni oshirish, yangi tadbirkorlik imkoniyatlarini yaratish va aholining daromad manbalarini diversifikatsiya qilish uchun muhim yo‘nalishlardan biridir.

Ichki turizmning asosiy iqtisodiy xususiyati turistik xarajatlarning mamlakat hududida amalga oshirilishi bilan izohlanadi. Fuqarolarning ichki sayohatlarga sarflagan mablag‘lari transport, joylashtirish, ovqatlanish, savdo, madaniyat, sport va boshqa xizmatlar orqali turli iqtisodiy subyektlarning daromadlariga aylanadi. Shu sababli ichki turizmni rivojlantirish bir vaqtning o‘zida bir nechta tarmoqlarda iqtisodiy faollikni kuchaytirishi mumkin.

Rasmiy statistik ma’lumotlar ham ichki turizmning iqtisodiy ko‘lamini ko‘rsatadi. 2024-yilda ichki turizmga oid xarajatlar 41,3 trln so‘mni, mamlakat

ichidagi turizm iste’moli esa 74,3 trln so‘mni tashkil qilgan. Shu davrda to‘g‘ridan-to‘g‘ri turizmda yaratilgan yalpi ichki mahsulot 38,1 trln so‘mga yetgan.

Ichki turizmning hududiy iqtisodiy rivojlanishdagi ahamiyati ham katta. Turistik salohiyatga ega bo‘lgan hududlarda mehmon uylari, restoranlar, transport xizmatlari, hunarmandchilik va boshqa kichik biznes faoliyatlarini rivojlantirish orqali mahalliy aholining daromad manbalarini kengaytirish imkoniyati mavjud.

Shu bilan birga, ichki turizmni rivojlantirish faqat turistlar sonini ko‘paytirish bilan cheklanmasligi kerak. Turistik xizmatlarning sifati, narxlarning maqbulligi, transport qulayligi, infratuzilma holati, ekologik barqarorlik, madaniy merosni asrash va turistlarning hududda qolish davomiyligi kabi omillar ham hisobga olinishi lozim.

Umuman olganda, O‘zbekistonda ichki turizmni rivojlantirish mamlakat ichki bozorida xizmatlarga bo‘lgan talabni rag‘batlantirish, hududlarda iqtisodiy faollikni kuchaytirish va kichik biznes uchun yangi imkoniyatlar yaratishning muhim vositalaridan biri hisoblanadi. Ichki turizmning barqaror rivojlanishi uchun davlat, xususiy sektor va mahalliy hamjamiyatlarning hamkorligi, zamonaviy infratuzilma, sifatli xizmat va raqamli texnologiyalardan samarali foydalanish muhim shart hisoblanadi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. **O‘zbekiston Respublikasining “Turizm to‘g‘risida”gi Qonuni.** O‘RQ-549-son, 2019-yil 18-iyul. – Qonunchilik ma’lumotlari milliy bazasi.

2. **O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “Ichki turizm xizmatlarini diversifikatsiya qilishga oid qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi Qarori.** PQ-232-son, 2022-yil 30-aprel. – Qonunchilik ma’lumotlari milliy bazasi.

3. **O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi.** Ichki turizmga oid xarajatlar (tashriflarning barcha turlari bo‘yicha) – jami. Turizm yordamchi hisobi statistik ma’lumotlari, 2019–2024-yillar.

4. **O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi.** Mamlakat ichidagi turizm iste’moli va turizmda yaratilgan yalpi ichki mahsulot bo‘yicha statistik ma’lumotlar. 2019–2024-yillar.

5. **O‘zbekiston Respublikasi Turizm qo‘mitasi.** O‘zbekistonda turizmni rivojlantirish, ichki turizm va turizm sohasidagi davlat siyosatiga oid rasmiy ma’lumotlar. – Toshkent, 2025–2026-yillar.