

O'ZBEKISTONDA ZIYORAT TURIZMINI RIVOJLANTIRISHNING TASHKILIY-IQTISODIY IMKONIYATLARI

Murodullayev Begzod

O'zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi

ORCID: 0009-0009-6027-3434

bmurodullaev@inbox.ru

Annotatsiya. Maqolada O'zbekistonda ziyorat turizmini rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy imkoniyatlari tarixiy-madaniy meros, hududiy destinatsiyalar, xizmatlar sifati, halal turizm talablari, raqamli targ'ibot, xalqaro brending va davlat-xususiy sheriklik mexanizmlari bilan uzviy bog'liqlikda tahlil qilinadi. Tadqiqotda rasmiy statistik byulletenlar asosida 2021 – 2025-yillarda kiruvchi turistlar oqimi dinamikasi hamda 2024-yilda yirik ziyorat markazlarida kiruvchi tashrif buyuruvchilarni joylashtirish ko'rsatkichlari baholandi. Shuningdek, 2026-yilda tasdiqlangan "Umra plyus" dasturi doirasidagi subsidiya tartibi ziyorat turizmini eksportbop xizmatlar segmentiga aylantirishga xizmat qiluvchi amaliy iqtisodiy rag'bat sifatida talqin etildi. Natijalar asosida ziyorat marshrutlarini hududlararo bog'lash, halal servis standartlarini kengaytirish, raqamli platforma yaratish va monitoring indikatorlarini joriy etish bo'yicha amaliy takliflar ishlab chiqildi.

Kalit so'zlar: ziyorat turizmi, halol turizm, turizm xizmatlari, hududiy destinatsiya, Umra plyus, subsidiya, raqamli marketing.

ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ РАЗВИТИЯ ПАЛОМНИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В УЗБЕКИСТАНЕ

Муродуллаев Бегзод

Международный академия

исламоведения Узбекистана

Аннотация. В статье анализируются организационно-экономические возможности развития паломнического туризма в Узбекистане с учетом историко-культурного наследия, региональных дестинаций, качества услуг, требований халяльного туризма, цифрового продвижения, международного брендинга и механизмов государственно-частного партнерства. На основе официальной статистики рассмотрена динамика въездного туризма в 2021 – 2025 годах и региональные показатели размещения въездных посетителей в 2024 году. Особое внимание уделено программе "Umra plyus", предусматривающей субсидирование туроператоров как практический механизм стимулирования паломнического туризма. На основе полученных результатов были разработаны практические предложения по соединению паломнических маршрутов между регионами, расширению стандартов халяльного обслуживания, созданию цифровой платформы и внедрению показателей мониторинга.

Ключевые слова: паломнический туризм, халяльный туризм, туристические услуги, региональная дестинация, Umra plyus, субсидия, цифровой маркетинг.

ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC OPPORTUNITIES FOR THE DEVELOPMENT OF PILGRIMAGE TOURISM IN UZBEKISTAN

Murodullayev Begzod

International Islamic Academy of Uzbekistan

Abstract. *The article examines the organizational and economic opportunities for developing pilgrimage tourism in Uzbekistan in connection with historical and Islamic heritage, regional destinations, service quality, halal tourism requirements, digital promotion, international branding and public-private partnership mechanisms. Based on official statistical bulletins, the paper analyzes the dynamics of inbound tourism in 2021 – 2025 and the regional accommodation indicators of inbound visitors in 2024. The 2026 “Umra plus” programme is interpreted as a practical economic incentive aimed at integrating Uzbekistan into international umrah-related pilgrimage flows. Based on the results, practical proposals were developed to connect pilgrimage routes between regions, expand halal service standards, create a digital platform, and introduce monitoring indicators.*

Keywords: *pilgrimage tourism, halal tourism, tourism services, regional destination, Umra plus, subsidy, digital marketing.*

Kirish.

Jahon turizmi pandemiyadan keyingi tiklanish bosqichidan o'tib, tajriba, ma'naviy qadriyat, madaniy meros va diniy identiklikka asoslangan sayohatlar ulushi ortib borayotgan davrga kirdi. Diniy turizm, ziyorat turizmi hamda halol turizm yo'nalishlari klassik rekreatsion turizmdan farqli ravishda sayyohning nafaqat hordiq chiqarish, balki e'tiqod, tarixiy xotira va madaniy o'zlikni anglash ehtiyoji bilan bog'liq. Shu jihatdan ziyorat turizmi turizm xizmatlari bozorining faqat bitta segmenti emas, balki hududlarning iqtisodiy faolligi, xizmatlar eksporti, madaniy merosni asrash va xalqaro madaniy muloqotni kengaytiruvchi murakkab ijtimoiy-iqtisodiy tizim sifatida namoyon bo'ladi (Timothy & Olsen, 2006; Collins-Kreiner, 2010).

O'zbekiston ziyorat turizmi uchun yuqori tarixiy salohiyatga ega mamlakatdir. Samarqand, Buxoro, Toshkent, Termiz, Xiva, Qashqadaryo va Farg'ona vodiysi islom sivilizatsiyasi, tasavvuf maktablari, hadis ilmi, fiqh, kalom, me'morchilik va madaniy meros bilan bog'liq noyob obyektlarni jamlagan. Imom Buxoriy, Imom Termiziy, Bahouddin Naqshband, Xoja Ahror Valiy, Abu Mansur Moturidiy, Burhoniddin Marg'inoniy kabi allomalar merosi O'zbekistonni musulmon dunyosi ziyorat xaritasida alohida o'rin egallashi uchun tabiiy asos yaratadi. Biroq ziyorat obyektlarining mavjudligi o'z-o'zidan xalqaro raqobatbardosh ziyorat mahsulotini shakllantirmaydi. Buning uchun transport, joylashtirish, ovqatlanish, gidlik, ko'p tilli axborot, halol standartlarga muvofiq xizmat ko'rsatish tizimi va raqamli marketing zanjiri uyg'un ishlashi zarur.

Turizm sohasining rasmiy statistikasi so'nggi yillarda O'zbekistonga kiruvchi turistlar oqimi jadal oshganini ko'rsatmoqda. 2021-yilda kiruvchi turistik safarlar 1 881,3 mingta bo'lgan bo'lsa, 2025-yilda bu ko'rsatkich 11 679,6 ming safarga yetgan. Mazkur o'sish ziyorat turizmi uchun ham keng tashkiliy-iqtisodiy imkoniyatlar ochadi, chunki kiruvchi oqimning kengayishi mehmonxona, ovqatlanish, transport, ekskursiya va madaniy xizmatlarga talabni kuchaytiradi (Milliy statistika qo'mitasi, 2025; Milliy statistika qo'mitasi, 2026).

Shu bilan birga, O'zbekistonda ziyorat turizmi imkoniyatlarini to'liq ishga solishda bir qator muammolar saqlanib qolmoqda. Ayrim hududlarda ziyorat obyektlariga olib boruvchi infratuzilma, zamonaviy sanitariya-gigiyena sharoitlari, to'xtash joylari, ko'p tilli navigatsiya, halol oziq-ovqat ta'minoti va ovqatlanish xizmatlari zanjiri, sertifikatlangan gidlar va raqamli ma'lumot bazalari yetarli darajada rivojlanmagan. Turistik mahsulotlar ko'pincha ayrim shaharlar doirasida taklif etilayotgan bo'lsa-da, hududlararo ziyorat marshrutlarini shakllantirish, kompleks paket turlarni ishlab chiqish hamda xalqaro hamkor turoperatorlar

bilan samarali ishlash mexanizmlarini tizimli ravishda takomillashtirish zarurati saqlanib qolmoqda.

Maqolaning maqsadi O'zbekistonda ziyorat turizmini rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy imkoniyatlarini tizimli tahlil qilish, mavjud statistik ko'rsatkichlar asosida hududiy salohiyatni baholash hamda ziyorat turizmini xizmatlar eksporti, xalqaro brending va hududiy iqtisodiy faollikni oshirish omili sifatida rivojlantirishga qaratilgan ilmiy-amaliy takliflar ishlab chiqishdan iborat.

Adabiyotlar sharhi.

Diniy turizm va ziyorat turizmi bo'yicha ilmiy adabiyotlarda ziyorat safarlari turistning diniy motivatsiyasi, madaniy tajribasi va destinatsiya infratuzilmasi kesishgan nuqtada shakllanishi ta'kidlanadi. Rinschede (1992) diniy turizmning qisqa muddatli, uzoq muddatli va bayram-tadbirlar bilan bog'liq shakllarini ajratib ko'rsatadi. Nolan va Nolanlar (1992) esa diniy obyektlar ziyoratchilar bilan bir qatorda madaniy merosga qiziqqan sayyohlarni ham jalb qilishini asoslaydi. Bu yondashuv O'zbekiston uchun muhim, chunki mamlakatdagi islomiy meros obyektlari bir vaqtning o'zida diniy ziyorat, tarixiy-ma'rifiy turizm va madaniy meros turizmi vazifasini bajaradi.

Timothy va Olsenlar (Timothy & Olsen, 2006) ziyorat turizmini diniy e'tiqod, hududiy o'ziga xoslik, makon ramziyligi va tashrif buyuruvchining tajribasi orqali talqin qiladi. Collins-Kreiner (2010) esa zamonaviy ziyorat jarayonida klassik diniy motivatsiya bilan madaniy qiziqish, dam olish, oilaviy safar va ta'limiy maqsadlar aralashib ketishini ko'rsatadi. O'zbekiston sharoitida ham ko'plab ziyorat marshrutlari faqat ibodat yoki maqbara ziyorati bilan cheklanmay, tarixiy shahar markazlari, hunarmandchilik, milliy gastronomiya va madaniy tadbirlar bilan birgalikda iste'mol qilinadi.

Halol turizmga oid adabiyotlarda musulmon sayyohlarning ehtiyojlari, asosan, halol ovqatlanish, ibodat uchun qulay sharoitlar, oilaviy muhit, axloqiy me'yorlarga mos xizmat ko'rsatish, tozalik va ishonch omillari orqali belgilanadi. Battour va Ismail (2016) halol turizmni faqat diniy mahsulot emas, balki musulmon sayyohlar uchun moslashtirilgan xizmatlar tizimi sifatida baholaydi. Henderson (2016) halol sertifikatlash, ovqatlanish xizmatlari va destinatsiya imidji o'rtasidagi bog'liqlikka e'tibor qaratadi. Demak, O'zbekistonda ziyorat turizmini rivojlantirish uchun ziyorat obyektlarini ta'mirlashning o'zi yetarli bo'lmay, xizmatlar ko'rsatish zanjirining halol standartlar talablariga mosligi ham raqobat ustunligini belgilaydi.

Destinatsiyalar menejmenti nazariyasiga ko'ra Buhalis (2000) destinatsiyani transport, joylashtirish, attraksiyalar, axborot va qo'shimcha xizmatlar majmuasi sifatida ko'radi. Bu yondashuv ziyorat turizmi uchun ham dolzarbdir: Samarqand yoki Buxoro alohida obyektlar yig'indisi emas, balki sayyohning kelishidan boshlab qaytishigacha bo'lgan to'liq xizmatlar tajribasini boshqaruvchi destinatsiya sifatida qaralishi kerak. O'zbekiston bo'yicha tadqiqotlarda ham turizmning infratuzilma, marketing, kadrlar va hududiy boshqaruv bilan bog'liq muammolari qayd etilgan (Sha & Cekuta, 2019; Jumayev, 2020).

Mahalliy ilmiy va amaliy yondashuvlarda O'zbekistonning tarixiy-madaniy merosi, Buyuk ipak yo'li shaharlari, ichki turizm, xizmatlar sifati va turistik infratuzilma masalalari alohida tahlil qilingan. Rasmiy strategik hujjatlar turizmni iqtisodiy o'sish, bandlik va hududiy rivojlanish omili sifatida belgilaydi. Biroq mavjud tadqiqot va statistik manbalarda ziyorat turizmining tashkiliy-iqtisodiy imkoniyatlari, hududiy ziyorat destinatsiyalari, halol standartiga ega xizmatlar, raqamli marketing, xalqaro umra oqimlari va iqtisodiy rag'batlantirish mexanizmlari yagona tizim sifatida yetarli darajada integratsiyalashmagan. Ushbu maqola aynan shu ilmiy bo'shliqni to'ldirishga qaratilgan.

Tadqiqot metodologiyasi.

Tadqiqotda kontent tahlili, qiyosiy tahlil, statistik tahlil, tendensiyalar tahlili, SWOT yondashuvi, tizimli yondashuv, mantiqiy umumlashtirish, induktiv va deduktiv xulosalash

metodlaridan foydalanildi. Kontent tahlili orqali ziyorat turizmi, halal turizm, destinatsiya boshqaruvi va xizmatlar sifati bo'yicha ilmiy adabiyotlar hamda normativ-huquqiy hujjatlar o'rganildi. Qiyosiy tahlil asosida O'zbekistonning ziyorat salohiyati xalqaro musulmon sayyohlar bozori talablari bilan bog'landi.

Statistik tahlil uchun O'zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo'mitasining 2020 – 2025-yillarga oid turizm byulletenlari hamda “Turistik oqim” axborotnomasidan foydalanildi. Mavjud fayllarda ziyorat turizmi bo'yicha barcha ko'rsatkichlar alohida to'liq ajratilmaganligi sababli maqolada kiruvchi turistlar oqimi, mehmonxona va joylashtirish vositalarida xizmat ko'rsatilgan tashrif buyuruvchilar, hududlar kesimidagi joylashtirish ko'rsatkichlari, shuningdek, mavjud joylarda “ziyosat qilish” maqsadi bo'yicha berilgan ma'lumotlar “mavjud statistik ma'lumotlar doirasida” tahlil qilindi.

Tendensiyalar tahlili 2021 – 2025-yillarda kiruvchi turistlar oqimining o'sish sur'atlarini aniqlashga xizmat qildi. Hududiy tahlilda 2024-yil bo'yicha Toshkent shahri, Samarqand, Buxoro, Xorazm, Surxondaryo va Qashqadaryo kabi ziyorat markazlari kesimida kiruvchi tashrif buyuruvchilarni mehmonxona va shunga o'xshash joylashtirish vositalarida joylashtirish ko'rsatkichlari baholandi. SWOT yondashuvi orqali ziyorat turizmining kuchli va zaif tomonlari, imkoniyatlari va xavflari umumlashtirildi.

Tahlil va natijalar muhokamasi.

O'zbekistonning ziyorat turizmi salohiyati eng avvalo islomiy ilm-fan va madaniyat tarixida tutgan o'rni bilan belgilanadi. Samarqanddagi Imom Buxoriy majmuasi, Buxorodagi Bahouddin Naqshband yodgorlik majmuasi, Toshkentdagi Hazrati Imom majmuasi, Termizdagi Hakim Termiziy va Imom Termiziy bilan bog'liq ziyorat obyektlari, Xivadagi tarixiy markaz hamda Qashqadaryo va Farg'ona vodiysidagi diniy-ma'rifiy meros obyektlari xalqaro ziyorat marshrutlari uchun muhim asos bo'la oladi. Ammo bunday salohiyat iqtisodiy natijaga aylanishi uchun u transport-logistika, turpaket, ovqatlanish, savdo, hunarmandchilik, mehmonxona va gidlik xizmatlari bilan bog'langan bo'lishi kerak.

1-jadvaldan ko'rinadiki, ziyorat turizmining tashkiliy-iqtisodiy imkoniyatlari birgina tarixiy obyektlar soni bilan cheklanmaydi. Asosiy masala mavjud merosni xizmatlar zanjiriga aylantirishdan iborat. Masalan, ziyorat obyektiga tashrifni mehmonxona, halal ovqatlanish, transport, sertifikatlangan gid, suvenir savdosi, hunarmandchilik va raqamli axborot bilan bog'lash turistning xarajatini ham, hududiy multiplikativ ta'sirni ham oshiradi.

2026-yilda tasdiqlangan “Umra plyus” subsidiya tartibi ziyorat turizmini rivojlantirishda amaliy iqtisodiy rag'bat sifatida alohida ahamiyat kasb etadi. Qarorga ko'ra, Malayziya va Indoneziyadan umra ziyoratiga borayotgan yoki qaytayotgan sayyohlarni O'zbekistonga olib kelgan mahalliy turoperatorlarga har bir sayyoh uchun 100 AQSh dollari miqdorida subsidiya ajratiladi. Muhim jihati shundaki, sayyohlarning O'zbekistonda kamida uch kecha yashagan bo'lishi shart qilib qo'yilgan. Bu shart dastur iqtisodiy mazmunini kuchaytiradi: sayyoh tranzit yo'lovchi sifatida emas, balki joylashtirish, ovqatlanish, transport, ekskursiya va savdo xizmatlarini iste'mol qiluvchi turist sifatida shakllanadi (Turizm qo'mitasi, 2026).

“Umra plyus” dasturi O'zbekiston uchun ikki tomonlama imkoniyat yaratadi. Birinchidan, u Malayziya va Indoneziya kabi musulmon sayyohlar bozorlari bilan bevosita ishlashni rag'batlantiradi. Ikkinchidan, subsidiya turoperatorlar uchun moliyaviy motivatsiya yaratib, xalqaro hamkor turoperatorlar bilan paket dasturlar tuzishga undaydi. Shu sababli dastur maqolada taklif qilinayotgan tashkiliy-iqtisodiy modelning institutsional-huquqiy va iqtisodiy rag'batlantirish bloklarini real mexanizm bilan to'ldiradi.

**O'zbekistonda ziyorat turizmini rivojlantirishning asosiy
tashkiliy-iqtisodiy imkoniyatlari**

№	Yo'nalish	Mavjud salohiyat	Mavjud muammo	Rivojlantirish imkoniyati	Kutilayotgan natija
1.	Tarixiy-madaniy (islom diniga oid) meros	Samarqand, Buxoro, Toshkent, Termiz, Xiva va vodiy hududlarida noyob ziyorat obyektlari mavjud	Obyektlar yagona ziyorat mahsuloti sifatida yetarli bog'lanmagan	Tematik ziyorat marshrutlari va yagona brend ishlab chiqish	Tashriflar soni va turistning qolish muddati oshadi
2.	Hududiy destinatsiya boshqaruvi	Yirik ziyorat markazlari turizm infratuzilmasiga ega	Hududlararo muvofiqlashtirishning yetarli emasligi	Destinatsiya boshqaruvi va klaster yondashuvidan foydalanish	Hududiy xizmatlar bozori faollashadi
3.	Halol standartlarga mos xizmatlar	Musulmon sayyohlar uchun madaniy moslik yuqori	Halol ovqatlanish, ibodat joyi va sertifikatlash bir xil emas	Halol standartiga ega xizmatlar hajmini kengaytirish	Malayziya, Indoneziya va IHT bozorlarida ishonch kuchayadi
4.	Infratuzilma	Aeroport, temir yo'l, mehmonxona va turistik obyektlar tarmog'i kengaymoqda	Ayrim ziyorat maskanlarida yo'l, sanitariya, avto-turargohlar va navigatsiya muammolari mavjud	DXS asosida xizmat infratuzilmasini rivojlantirish	Hududlarda bandlik va xizmatlar sifati oshadi
5.	Raqamli targ'ibot	Raqamli davlat xizmatlari va onlayn marketing imkoniyatlari mavjud	Ko'p tilli yagona ziyorat platformasi mavjud emas	Mobil ilova, QR-xarita, virtual gid va onlayn bron tizimi	Turist tajribasi yaxshilanadi va xarajatlar shaffoflashadi
6.	"Umra plyus" dasturi	Malayziya va Indoneziya musulmon sayyohlar bozori bilan ishlash imkoniyati mavjud	Umra oqimlariga qo'shimcha destinatsiya sifatida integratsiya yetarli emas	Har bir sayyoh uchun 100 AQSh dollari subsidiya, 3 kecha yashash sharti, YIDXP orqali ariza	Turoperatorlar faolligi va xizmatlar eksporti oshadi

Manba: Milliy statistika qo'mitasi ma'lumotlari, O'zbekiston Respublikasi Turizm qo'mitasining 2026-yil 1-martdagi 7/1-MH-son qarori va mavzuga oid ilmiy adabiyotlar asosida muallif tomonidan tuzilgan.

2-jadval 2021 – 2025-yillarda kiruvchi turizmning izchil tiklanish va tezlashgan o'sish yo'liga o'tganini ko'rsatadi. Ayniqsa, 2022-yilda kiruvchi oqim 2021-yilga nisbatan qariyb 178,1 foizga oshgani pandemiyadan keyingi talabning qayta tiklanishi bilan izohlanadi. 2024-yilda o'sish nisbatan barqarorlashgan bo'lsa, 2025-yilda 11 679,6 ming safarga yetishi O'zbekistonning xalqaro turizm bozorida ko'proq tanilayotganini ko'rsatadi. Ziyorat turizmi uchun bu tendensiya tayyor talab bazasi kengayayotganini anglatadi.

2-jadval

O'zbekistonga kiruvchi turistlar oqimining 2021 – 2025-yillardagi dinamikasi

Yil	Kiruvchi turistlar oqimi, ming safar	O'tgan yilga nisbatan o'sish, %	Mutlaq o'sish, ming safar
2021	1 881,3	–	–
2022	5 232,8	178,1	3 351,5
2023	6 626,3	26,6	1 393,5
2024	7 957,2	20,1	1 330,9
2025	11 679,6	46,8	3 722,4

Manba: 2021 – 2024-yillar bo'yicha Statistika agentligi turizm byulletenlari hamda 2025-yil "Turistik oqim" axborotnomasi ma'lumotlari asosida muallif tomonidan hisoblangan.

Biroq kiruvchi turistlar oqimi oshishi ziyorat turizmi ulushi avtomatik ravishda ortadi degani emas. Rasmiy statistik ma'lumotlarda ziyorat turizmi alohida segment sifatida to'liq ajratilmagani sababli mavjud ma'lumotlar kiruvchi oqim, joylashtirish ko'rsatkichlari va ayrim joylarda safar maqsadlari orqali bilvosita baholandi. Masalan, 2024-yilda kichik korxona va mikrofirmalarning mehmonxona va shunga o'xshash joylashtirish vositalarida "ziyosat qilish" maqsadida joylashtirilgan shaxslar soni 3 642 nafar sifatida qayd etilgan. Bu raqam umumiy ziyorat turizmini to'liq ifodalamaydi, ammo statistik hisobotlarda diniy motivatsiyali tashriflarni alohida ko'rsatish imkoniyati mavjudligini bildiradi (Milliy statistika qo'mitasi, 2025).



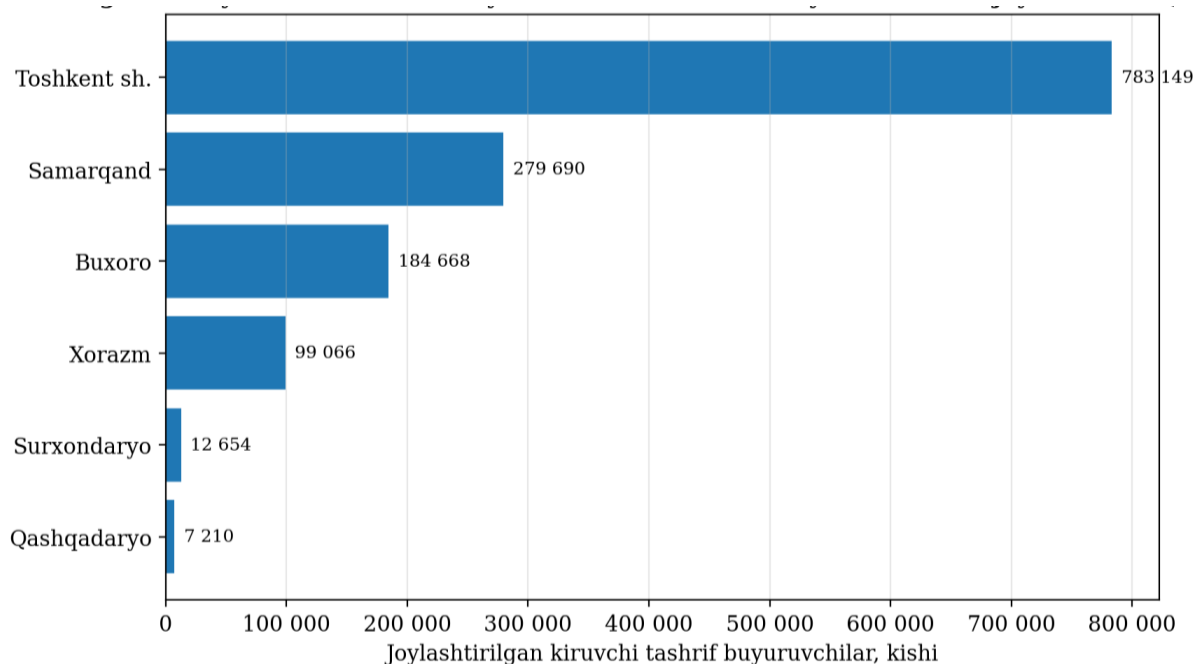
1-rasm. O'zbekistonda ziyorat turizmini rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy modeli

Manba: ilmiy adabiyotlar, statistik tahlil va "Umra plyus" dasturi talablari asosida muallif tomonidan ishlab chiqilgan.

1-rasmda keltirilgan model ziyorat turizmini alohida turistik mahsulot sifatida emas, balki davlat boshqaruvi, biznes rag'batlari, hududiy destinatsiya menejmenti, servis sifati va raqamli axborot oqimlari kesishgan tizim sifatida talqin qiladi. Modelning markaziy g'oyasi shundan iboratki, ziyorat obyektlari atrofidagi iqtisodiy faoliyat faqat tashriflar soni bilan emas, balki turistning hududda qolish muddati, xarajat tarkibi, xizmatlardan foydalanish darajasi va qoniqish ko'rsatkichlari bilan baholanishi kerak.

Statistik tahlillar turistlar oqimida 2021-yildan keyin keskin tiklanish boshlanganini va 2025-yilda yangi yuqori darajaga chiqqanini ko'rsatadi. Ushbu dinamika ziyorat turizmini rivojlantirish uchun qulay tashqi sharoit yaratadi. Chunki xalqaro tashriflar oshgan sari tarixiy shaharlar va ziyorat obyektlari uchun yangi paketlar, ko'p kunlik marshrutlar va qo'shimcha xizmatlar bozorini kengaytirish imkoniyati paydo bo'ladi.

Bundan kelib chiqadigan asosiy ilmiy xulosa shuki, O'zbekiston ziyorat turizmini alohida strategik segment sifatida ajratmasa, umumiy turistik oqimdagi o'sishning bir qismi boshqa segmentlar foydasiga tarqalib ketishi mumkin. Shuning uchun kiruvchi oqimni ziyorat yo'nalishlariga bog'lash uchun maqsadli marketing, xalqaro hamkor turoperatorlar, halol standartga ega xizmatlar va diniy-ma'rifiy kontent bilan ta'minlangan marshrutlar zarur.



2-rasm. Ziyorat markazlari bo'yicha kiruvchi tashrif buyuruvchilarni joylashtirish (2024-yil, kishi)

Manba: Statistika agentligining 2024-yil turizm byulleteni ma'lumotlari asosida muallif tomonidan tuzilgan.

2-rasmda 2024-yilda kiruvchi tashrif buyuruvchilarni mehmonxona va shunga o'xshash joylashtirish vositalarida qabul qilish bo'yicha Toshkent shahri, Samarqand va Buxoro yetakchi o'rinlarda ekani ko'rinadi. Toshkent shahri yuqori ko'rsatkichga ega bo'lishi tabiiy, chunki u asosiy transport-logistika chorrahasi, biznes markaz va xalqaro kirish darvozasi vazifasini bajaradi. Samarqand va Buxoro esa ziyorat, tarixiy-madaniy meros va xalqaro turizm brendi birlashgan hududlar sifatida ajralib turadi.

Xorazm, Surxondaryo va Qashqadaryo ko'rsatkichlarining nisbatan pastligi ularning ziyorat salohiyati pastligini emas, balki transport ulanishi, xalqaro marketing, joylashtirish sig'imi va paket marshrutlarga integratsiya darajasi hali yetarli emasligini ko'rsatadi. Xususan, Termiz va Qashqadaryo yo'nalishlari islomiy meros, arxeologik yodgorliklar va tasavvuf manzillari bilan boy bo'lsa-da, ularni Samarqand-Buxoro-Toshkent asosiy yo'nalishiga bog'lovchi ko'p kunlik ziyorat paketlari yetarli darajada ommalashmagan.

Ziyorat turizmini rivojlantirishda infratuzilmaning roli hal qiluvchi ahamiyatga ega. Turist ziyorat obyektlarining o'zini emas, balki to'liq safar tajribasini baholaydi: aeroportdan obyektgacha yetib borish qulayligi, yo'l ko'rsatkichlarining aniq berilishi, mehmonxona sifati, ovqatlanish joylari, tozalik, ibodat uchun sharoit, gidning bilim darajasi va to'lov imkoniyatlari umumiy qoniqishga ta'sir qiladi. Shuning uchun ziyorat turizmi infratuzilmasi faqat qurilish

loyihasi emas, balki xizmatlar sifati va destinatsiya boshqaruvi masalasi sifatida qaralishi lozim.

Halol xizmatlar ziyorat turizmini xalqaro musulmon bozoriga olib chiqishning muhim shartidir. O'zbekiston madaniy jihatdan musulmon sayyohlar uchun yaqin va qulay bo'lsa-da, xalqaro bozorda ishonchni mustahkamlash uchun halol sertifikatlariga ega ovqatlanish xizmatlari, ibodat vaqtlarini ko'rsatuvchi axborot, oilaviy xizmatlar, alohida sanitariya talablari va ko'p tilli yo'riqnomalar zarur. Bu talablar, ayniqsa, Malayziya va Indoneziya kabi musulmon sayyohlar bozorlari bilan ishlashda dolzarbdir.

Raqamli platformalar ziyorat turizmining tashkiliy xarajatlarini kamaytirish va turist tajribasini yaxshilashga xizmat qiladi. Yagona ziyorat turizmi portali, QR-kodli xaritalar, ziyorat obyektlari bo'yicha audio va virtual gidlar, mehmonxona va transportni onlayn bron qilish, halol sertifikatlagan ovqatlanish nuqtalarini ko'rsatish, turist shikoyat va takliflarini qabul qilish tizimi ziyorat destinatsiyalarini zamonaviy bozorga moslashtiradi. "Umra plyus" qarorida ariza jarayonining YIDXP orqali tashkil etilishi ham ziyorat turizmi boshqaruvida raqamli mexanizmlar amaliy ahamiyat kasb etayotganini ko'rsatadi.

Ziyorat turizmi marketingi O'zbekistonni faqat "tarixiy shaharlar mamlakati" sifatida emas, balki "islom sivilizatsiyasi va buyuk allomalar yurti" sifatida xalqaro bozorlarda malakalashni talab qiladi. Bunda Samarqand-Buxoro-Toshkent uchburchagi bilan cheklanmasdan, Termiz, Qashqadaryo, Xorazm va Farg'ona vodiysi ziyorat obyektlarini ham yagona konseptual brend ostida birlashtirish zarur. Xalqaro brendingda Malayziya, Indoneziya, Turkiya, Saudiya Arabistoni, BAA va boshqa musulmon bozorlaridagi turoperatorlar bilan hamkorlik alohida o'rin tutadi.

Davlat-xususiy sheriklik ziyorat obyektlari atrofidagi xizmatlar infratuzilmasini rivojlantirish uchun eng qulay mexanizmlardan biridir. Davlat tarixiy-madaniy merosni muhofaza qilish, yo'l va kommunal infratuzilmani yaxshilash, standartlarni belgilash vazifasini bajarsa, xususiy sektor mehmonxona, ovqatlanish, transport, suvenir savdosi, gidlik va raqamli xizmatlar bozorini kengaytiradi. Bunday hamkorlik hududlarda kichik biznes va oilaviy tadbirkorlik uchun yangi imkoniyatlar yaratadi.

Xulosa va takliflar.

Tadqiqot natijalari O'zbekistonda ziyorat turizmini rivojlantirish uchun tarixiy-madaniy, institutsional va iqtisodiy asoslar mavjudligini ko'rsatdi. 2021 – 2025-yillarda kiruvchi turistlar oqimining 1 881,3 ming safardan 11 679,6 ming safargacha oshgani ziyorat turizmini xalqaro turizmning alohida strategik segmenti sifatida rivojlantirish uchun qulay bozor sharoitini yuzaga keltiradi. Biroq mavjud statistik ma'lumotlarda ziyorat turizmi alohida va to'liq segment sifatida yetarli darajada ajratilmagani boshqaruv qarorlarini aniq indikatorlar asosida qabul qilishni qiyinlashtiradi.

Hududiy tahlil Toshkent shahri, Samarqand va Buxoro kiruvchi tashrif buyuruvchilarni qabul qilishda yetakchi ekanini ko'rsatdi. Xorazm, Surxondaryo va Qashqadaryo kabi ziyorat salohiyati yuqori hududlarda esa xalqaro oqimni ko'paytirish uchun transport, joylashtirish, ko'p tilli axborot, raqamli targ'ibot va paket marshrutlar bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar zarur. "Umra plyus" dasturi O'zbekiston ziyorat turizmini umra oqimlari bilan bog'lash, turoperatorlarni rag'batlantirish va xizmatlar eksportini oshirish uchun muhim amaliy mexanizm sifatida baholanishi mumkin.

Tadqiqot natijalaridan kelib chiqib quyidagi amaliy takliflar ishlab chiqildi:

1. O'zbekiston ziyorat turizmini rivojlantirish bo'yicha yagona milliy strategiya ishlab chiqilishi va unda hududiy ziyorat klasterlari, maqsadli bozorlar, halol standartga mos xizmatlar, raqamli targ'ibot va monitoring indikatorlari aniq belgilanishi lozim;

2. Samarqand – Buxoro – Toshkent asosiy yo'nalishi Termiz, Xorazm, Qashqadaryo va Farg'ona vodiysi ziyorat obyektlari bilan hududlararo marshrutlar orqali bog'lanishi zarur;

3. Halol standartga mos ovqatlanish xizmatlari, ibodat sharoiti, oilaviy xizmatlar, mehmonxona va gidlik xizmatlari bo'yicha minimal servis standartlari ishlab chiqilib, xalqaro

musulmon bozorlarida tan olinadigan sertifikatlash tizimi kengaytirilishi kerak;

4. Ziyorat turizmi bo'yicha yagona raqamli platforma yaratilishi, unda QR-xaritalar, ko'p tilli ma'lumotlar, virtual gid, onlayn bron, transport, halol sertifikatlangan ovqatlanish nuqtalari va shikoyat-murojaat modullari jamlanishi maqsadga muvofiq;

5. "Umra plyus" dasturi doirasida Malayziya va Indoneziya bilan boshlangan rag'batlantirish tajribasi natijalari monitoring qilinib, samaradorligi tasdiqlangan taqdirda boshqa musulmon sayyohlar bozorlariga bosqichma-bosqich kengaytirilishi mumkin;

6. Gidlar va turistik xizmatlar ko'rsatish xodimlari uchun islomiy meros, ziyorat odobi, halol xizmatlar, xorijiy tillar va madaniyatlararo kommunikatsiya bo'yicha maxsus malaka oshirish kurslari yo'lga qo'yilishi zarur;

7. Ziyorat obyektlari atrofidagi yo'l, avtoturargoh, sanitariya, savdo, ovqatlanish va axborot infratuzilmasi davlat-xususiy sheriklik asosida rivojlantirilishi kerak;

8. Ziyorat turizmi samaradorligini baholash uchun turistlar oqimi, qolish muddati, o'rtacha xarajat, halol sertifikatlangan xizmatlar qamrovi, gidlik sifati, raqamli platformadan foydalanish va hududiy bandlik kabi indikatorlar tizimi joriy etilishi lozim.

Adabiyotlar / Jumepamypa / References:

Battour, M., & Ismail, M. N. (2016). Halal tourism: Concepts, practices, challenges and future. *Tourism Management Perspectives*, 19, 150–154.

Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21(1), 97–116.

Sha, N., & Cekuta, R. F. (2019). Tourism development in Uzbekistan: Challenges and opportunities. *Caspian Policy Center. Special Policy Brief*.

Collins-Kreiner, N. (2010). Researching pilgrimage: Continuity and transformations. *Annals of Tourism Research*, 37(2), 440–456.

Henderson, J. C. (2016). Halal food, certification and halal tourism: Insights from Malaysia and Singapore. *Tourism Management Perspectives*, 19, 160–164.

Jumayev, A. (2020). Statistical analyses of tourism in Uzbekistan: An empirical test of Tourism A-B-C (T-ABC) model. *Bulletin of Science and Practice*.

Nolan, M. L., & Nolan, S. (1992). Religious sites as tourism attractions in Europe. *Annals of Tourism Research*, 19(1), 68–78.

Rinschede, G. (1992). Forms of religious tourism. *Annals of Tourism Research*, 19(1), 51–67.

Timothy, D. J., & Olsen, D. H. (Eds.). (2006). *Tourism, Religion and Spiritual Journeys*. Routledge.

UN Tourism. (2025). International tourism recovers pre-pandemic levels in 2024. *World Tourism Barometer materials*.

United Nations & World Tourism Organization. (2010). *International Recommendations for Tourism Statistics 2008*. United Nations.

O'zbekiston Respublikasi. (2019). "Turizm to'g'risida"gi O'zbekiston Respublikasi Qonuni, O'RQ-549, 18-iyul 2019-yil.

O'zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo'mitasi. (2022-2025). 2021-yilda O'zbekiston Respublikasida turizm va dam olish rivojlanishining asosiy ko'rsatkichlari. *Statistik byulleten*.

O'zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo'mitasi. (2026). O'zbekiston Respublikasida turistik oqim: 2025-yil yanvar-dekabr oylari uchun axborotnoma.

O'zbekiston Respublikasi Turizm qo'mitasi. (2026). "Umra plyus" ziyorat turizmi dasturi asosida Malayziya va Indoneziyadan sayyohlarni jalb qilayotgan turoperatorlarga har bir sayyoh uchun subsidiya ajratish tartibi to'g'risidagi vaqtinchalik nizomni tasdiqlash haqida"gi 7/1-MH-son qarori. 2026-yil 1-mart. QMMB: 10/26/3784/0198-son.