

bilan to‘g‘ridan to‘g‘ri bog‘liqdir. Jahon bozorlarida turizm industriyasining samarali rivojlanishi ham sayyohlik mahsulotlarni ishlab chiqish, uni o‘z vaqtida iste‘molchilarga yetkazib berish bosqichlariga tegishli bo‘lgan har bir jarayonga zamonaviy axborot kommunikasiya texnologiyalarini joriy etishni talab etadi.

Natijada oldimizga qo‘ygan 2030-yilgacha strategik maqsadlar sifatida

– Xorijiy sayyohlar sonini 15 millionga yetkazish.

– Ichki turistlar sonini 25 millionga chiqarish.

– Turizm xizmatlari eksportini 5 milliard dollarga yetkazish kabi marralarni egallashga qaratilgan.

2020-2025-yillar oralig‘ida O‘zbekiston turizm sohasi “miqdordan sifatga” o‘tish bosqichini boshladi. Sohaning Yalpi ichki mahsulotdagi (YAIM) ulushi ortib bormoqda va u iqtisodiyotning drayver sohalaridan biriga aylandi

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Tuxliyev N., Jiyanov O‘. Turizmning rivojlanish milliy modellari. Darslik. – T.: “Ilm-Ziyo-Zakovat” nashriyoti, 2021. – 256 b.

2. Xudoyarov A. O‘zbekistonda ziyorat turizmini rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlari. Monografiya. – T.: “Kompleks Print” nashriyoti, 2018. – 303 b.

3. Xudoyarov A. Turizm va mexmonxona industriyasi asoslari. Darslik. – T.: “Kompleks Print” nashriyoti, 2023. – 207.b.

4. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: Учебник для вузов. Второе издание. – М.: YУНИТИ – ДАНА, 2012. – 1063 с.

5. Tuxliyev N., Maksudova Sh. Turizmدا raqamlashtirish. Monografiya. – T.: «Ilm-Ziyo-Zakovat» nashriyoti, 2024. – 175 b.

Ashirali ABDIRASHIDOV,

O‘zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi,

“Islom iqtisodiyoti va moliyasi, ziyorat turizmi” kafedrasi dotsenti, i.f.n.

O‘ZBEKISTONDA ZIYORAT VA MADANIY TURIZM RIVOJLANISHINING HUDUDIY ISTE‘MOL TOVARLARI BOZORIGA TA’SIRI

***Annotatsiya.** Maqolada O‘zbekistonda ziyorat va madaniy turizmning rivojlanishi hududiy iste‘mol tovarlari bozoriga ta’siri tahlil qilingan. Turistlar oqimining ortishi mahalliy mahsulotlar, milliy hunarmandchilik buyumlari, suvenirlar va xizmatlarga bo‘lgan talabni oshirib, savdo va tadbirkorlik faolligining kengayishiga xizmat qilishi asoslangan.*

***Kalit so‘zlar:** ziyorat turizmi, madaniy turizm, iste‘mol tovarlari bozori, turistik oqim, mahalliy mahsulotlar, milliy hunarmandchilik, suvenirlar, iste‘mol talabi, tadbirkorlik, hududiy rivojlanish.*

***Аннотация.** В статье анализируется влияние развития паломнического и культурного туризма в Узбекистане на региональный рынок потребительских товаров. В основе анализа лежит тот факт, что увеличение туристических потоков повышает спрос*

на местную продукцию, национальные ремесла, сувениры и услуги, а также способствует расширению торговли и предпринимательской активности.

Ключевые слова: паломнический туризм, культурный туризм, рынок потребительских товаров, туристический поток, местные товары, национальные ремесла, сувениры, потребительский спрос, предпринимательство, региональное развитие.

Abstract. The article analyzes the impact of the development of pilgrimage and cultural tourism in Uzbekistan on the regional consumer goods market. It is based on the fact that the increase in tourist flows increases the demand for local products, national handicrafts, souvenirs and services, and contributes to the expansion of trade and entrepreneurial activity.

Keywords: pilgrimage tourism, cultural tourism, consumer goods market, tourist flow, local products, national crafts, souvenirs, consumer demand, entrepreneurship, regional development.

So‘nggi yillarda O‘zbekistonda turizm sohasida olib borilayotgan islohotlar, infratuzilmaning yaxshilanishi hamda tarixiy va diniy meros obyektlarini targ‘ib qilish tufayli ziyorat, madaniy turizm barqaror o‘shib bormoqda. Bu o‘shish tegishli iqtisodiy sohalarga, xususan, mintaqaviy iste‘mol tovarlari bozoriga sezilarli ta‘sir ko‘rsatdi. Turistik talabning ortishi oziq-ovqat, hunarmandchilik mahsulotlari, suvenirlar, to‘qimachilik va boshqa mahalliy ishlab chiqarilgan tovarlarni iste‘mol qilishni ko‘paytirishga yordam beradi va shu bilan mintaqaviy ishlab chiqarish, savdo tarmoqlarini mustahkamlaydi.

Ziyorat va madaniy turizm O‘zbekiston turizm sanoatining eng tez rivojlanayotgan segmentlaridan birini ifodalaydi. Mamlakatning boy islom merosi, Samarqand, Buxoro va Xiva kabi qadimiy shaharlari va ko‘plab shu kabi joylar ham mahalliy, ham xalqaro sayyohlarni o‘ziga jalb qilmoqda. Ushbu sektor valyuta tushumlariga, ish o‘rinlarini yaratishga va kichik va o‘rta biznesni rivojlantirishga, ayniqsa turizm mahalliy iqtisodiy faoliyatning asosiy omili bo‘lgan mintaqalarda hissa qo‘shmoqda.

Turizmni rivojlantirish mintaqaviy iqtisodiy o‘shishning katalizatori sifatida keng tan olingan. Bu ish o‘rinlarini yaratishni rag‘batlantiradi, uy xo‘jaliklari daromadlarini oshiradi va kichik va o‘rta korxonalarining kengayishini qo‘llab-quvvatlaydi. Turizm transport, savdo, qishloq xo‘jaligi va ishlab chiqarish kabi tegishli sohalarda multiplikator effektlarni yaratadi. Mintaqaviy iste‘mol tovarlari bozorlarida sayyohlar oqimining ko‘payishi oziq-ovqat mahsulotlari, suvenirlar, to‘qimachilik mahsulotlari va boshqa mahalliy ishlab chiqarilgan tovarlarga talabning oshishiga olib keladi, shu bilan ishlab chiqarish hajmini va bozorni diversifikatsiya qilishni oshiradi.

Xalqaro tajriba shuni ko‘rsatadiki, Turkiya, Saudiya Arabistoni, Italiya va Hindiston kabi madaniy va ziyorat turizmi sohalari yaxshi rivojlangan mamlakatlar o‘zlarining ichki iste‘mol bozorlarini mustahkamlash uchun turizmdan muvaffaqiyatli foydalanmoqdalar. Bu mamlakatlarda turizm mahalliy hunarmandchilik sanoatini rivojlantirishga, mahsulotlarning mintaqaviy brendini yaratishga va chakana savdo infratuzilmasini kengaytirishga hissa qo‘shdi. Turizm va mahalliy ishlab chiqarishning samarali integratsiyasiga maqsadli davlat siyosati, investitsiya rag‘batlari va madaniy merosni saqlash orqali erishildi. Bu esa turizmning mintaqaviy bozorlarga iqtisodiy ta‘sirini birgalikda kuchaytiradi.

O‘zbekiston diniy turizm oqimlarida markaziy rol o‘ynaydigan keng

ziyoratgohlar tarmog'iga ega. Eng muhimlari orasida Imom al-Buxoriy majmuasi, 7 pir ziyoratgohlari, Shohi Zinda nekropoli noyob me'moriy meros bilan birlashtiradi. Bu joylar nafaqat ma'naviy markazlar, balki mintaqaviy xizmat ko'rsatish talabi va mahalliy iste'mol tovarlari iste'molining muhim omili bo'lib ham xizmat qiladi.

O'zbekistonning asosiy madaniy turizm markazlari Samarqand, Buxoro va Xiva bo'lib, ularning barchasi tarixiy va me'moriy qiymati bilan tanilgan. Samarqand Temuriylar merosining markazi bo'lib, Buxoro o'zining yaxshi saqlanib qolgan islom me'morchiligi va tarixiy shahar tuzilishi bilan mashhur, Xiva (Ichan Qal'a) esa to'liq saqlanib qolgan o'rta asrlar shahrining namunasi. Bu joylar ham xalqaro, ham mahalliy sayyohlarni o'ziga jalb qiladi, atrofdagi hududlarda mehmondo'stlik xizmatlari, hunarmandchilik mahsulotlari ishlab chiqarish va chakana savdoni rivojlantirishga hissa qo'shadi.

So'nggi yillarda O'zbekiston turizmni rivojlantirishni jadallashtirishga qaratilgan bir qator davlat darajasidagi islohotlarni amalga oshirdi. Bularga vizalarni liberallashtirish siyosati, elektron viza tizimlarini joriy etish, infratuzilmani modernizatsiya qilish va ziyorat turizmi infratuzilmasini rivojlantirish bo'yicha maqsadli dasturlar kiradi. Hukumat shuningdek, tarixiy yodgorliklarni tiklash, transport vositalarining kirishini yaxshilash va turizm bilan bog'liq xizmatlar bilan shug'ullanadigan kichik va o'rta korxonalarni qo'llab-quvvatlashga alohida e'tibor qaratdi. Ushbu chora-tadbirlar turizmni milliy iqtisodiy o'sishning asosiy sektori sifatida joylashtirish bo'yicha kengroq strategiyalarning bir qismidir.

Statistik ma'lumotlar so'nggi o'n yillikda O'zbekistonga ichki va xalqaro sayyohlar kelishining barqaror o'sishini ko'rsatadi, pandemiyadan keyingi davrda sezilarli tiklanish va tezlashuv kuzatilmoqda. Xalqaro sayyohlar oqimi asosan qo'shni Markaziy Osiyo mamlakatlaridan, shuningdek, Turkiya, Rossiya, Malayziya va Indoneziyadan, ayniqsa ziyorat qilish maqsadida kelgan sayyohlar tomonidan bo'lmoqda. Daromad darajasining oshishi va transport aloqalarining yaxshilanishi tufayli ichki turizm ham kengaydi. Ushbu o'sish tendensiyasi turar joy, ovqatlanish xizmatlari, transport va mahalliy ishlab chiqarilgan tovarlarga talabni oshirish orqali mintaqaviy iste'mol bozorlariga bevosita ta'sir ko'rsatmoqda va shu bilan mintaqaviy iqtisodiy faollikni mustahkamlamoqda.

Turizm sektori, ayniqsa iste'mol tovarlarini ishlab chiqarish va sotish bilan shug'ullanadigan KO'B subyektlari orasida tadbirkorlikni rivojlantiradi. Ko'pgina mahalliy bizneslar o'z ishlab chiqarishlarini sayyohlarning afzalliklariga moslashtiradi va mintaqaviy iqtisodiy diversifikatsiyaga hissa qo'shadi.

Turizm xarajatlari mintaqaviy iqtisodiyot ichida aylanib, ikkilamchi iqtisodiy effektlarni keltirib chiqaradi. Ishlab chiqaruvchilar va xizmat ko'rsatuvchi provayderlar tomonidan olingan daromad mahalliy bozorlarga qayta investitsiya qilinadi, bu umumiy iqtisodiy ta'sirni kuchaytiradi va turizm va iste'mol tovarlari bozorlari o'rtasidagi tarmoqlararo aloqalarni mustahkamlaydi.

O'zbekistonda ziyorat va madaniy turizmni rivojlantirishning asosiy muammolaridan biri turistlar oqimining mavsumiyligidir. Talab qulay iqlim davrlarida va diniy bayramlarda to'planib boradi, bu esa iste'mol tovarlari mintaqaviy bozorlarida notekis iste'mol shakllariga olib keladi. Ushbu mavsumiylik mahalliy ishlab chiqaruvchilar va chakana sotuvchilar uchun beqarorlikni keltirib chiqaradi,

natijada past mavsumlarda daromadlar o'zgarib turadi va ishlab chiqarish quvvatlaridan to'liq foydalanilmaydi.

Davom etilayotgan islohotlarga qaramay, ayrim hududlar hali ham infratuzilma cheklovlariga duch kelmoqda, jumladan transportdan foydalanish imkoniyati yetarli emas, turar joy imkoniyatlari cheklangan, chakana savdo va logistika tarmoqlari rivojlanmagan. Ushbu cheklovlar iste'mol tovarlarini taqsimlash samaradorligini pasaytiradi va mahalliy bozorlarning turistlar oqimidan to'liq foyda olish imkoniyatini cheklaydi, ayniqsa uzoq ziyoratgohlarda.

Mahalliy ishlab chiqarilgan mahsulotlar uchun izchil sifat standartlarining yo'qligi muhim muammo bo'lib qolmoqda. Ko'p hollarda qo'l san'atlari va oziq-ovqat mahsulotlari sifati, qadoqlash va xavfsizlik talablariga muvofiqligi bo'yicha farqlanadi, bu esa turistlarning qoniqishiga ta'sir qiladi va raqobatbardoshlikni pasaytiradi. Standartlashtirilgan brendlash va sertifikatlash tizimlarining yo'qligi mintaqaviy ishlab chiqaruvchilarning o'z mahsulotlarini kengroq bozorlarga chiqarish imkoniyatlarini ham cheklaydi.

Turizmni rivojlantirish eksportbop mahalliy mahsulotlarni ommalashtirish uchun qulay shart-sharoit yaratmoqda. Xorijlik sayyohlarning o'zbek hunarmandchiligi, to'qimachilik va oziq-ovqat mahsulotlariga qiziqishi ortib borayotgani xalqaro talab va brend e'tirofini oshirmoqda. Agar sertifikatlashtirish, brending va marketing strategiyalari orqali to'g'ri qo'llab-quvvatlansa, mintaqaviy ishlab chiqaruvchilar mahalliy turizm bozorlaridan xalqaro eksport bozorlariga kengayishlari mumkin.

Raqamli texnologiyalarning ortib borayotgan roli mintaqaviy ishlab chiqaruvchilar uchun katta imkoniyatlar yaratadi. Elektron tijorat platformalari, onlayn bozorlar va raqamli marketing vositalari hunarmandlar va kichik korxonalariga jismoniy sayyohlik oqimidan tashqari kengroq iste'molchi bazalariga erishish imkonini beradi. Raqamlashtirish shuningdek, to'g'ridan-to'g'ri sotishni osonlashtiradi, bozor shaffofligini oshiradi va hududiy iste'mol tovarlari raqobatbardoshligini oshiradi. Bundan tashqari, sayyohlik xizmatlarining raqamli platformalar bilan integratsiyalashuvi ziyorat va madaniy yo'nalishlarni yanada targ'ib qilish, mahalliy mahsulotlarga bo'lgan talabni yanada rag'batlantirish imkonini beradi.

Sayyohlik operatorlari va mahalliy iste'mol tovarlari ishlab chiqaruvchilari o'rtasidagi institutsional va iqtisodiy aloqalarni kuchaytirish zarur. Klasterga asoslangan yondashuvlarni ishlab chiqish mehmonxonalar, restoranlar, turoperatorlar va ziyorat xizmatlarini etkazib beruvchilar orqali mahalliy mahsulotlarga barqaror talabni ta'minlashi mumkin. Ushbu integratsiya ishlab chiqarish quvvatlarini turizm talabi bilan sinxronlashtirishga va qiymat zanjiri samaradorligini oshirishga yordam beradi.

Hunarmandchilik, to'qimachilik, oziq-ovqat mahsulotlari ishlab chiqarish bilan shug'ullanuvchi hunarmandlar va kichik ishlab chiqaruvchilarni davlat va hududiy qo'llab-quvvatlash mexanizmlarini kengaytirish zarur. Bu imtiyozli moliyalashtirish, o'quv dasturlari, zamonaviy jihozlar va ko'rgazma imkoniyatlaridan foydalanishni ta'minlashni o'z ichiga oladi. Mahsulot sifati va bozor raqobatbardoshligini oshirish bilan birga, an'anaviy hunarmandchilikni saqlashga alohida e'tibor qaratish lozim.

Iste'mol tovarlarining kuchli mintaqaviy va milliy brendini yaratish ularning turistlar uchun jozibadorligini oshirish uchun muhim ahamiyatga ega. Sertifikatlash tizimlari, geografik ko'rsatkichlar va yagona markalash standartlari mahsulot tan olinishi va ishonchini oshirishi mumkin. Brend strategiyalari Samarqand, Buxoro va Xiva kabi ishlab chiqarish hududlarining madaniy o'ziga xosligini va tarixiy merosini ta'kidlashi kerak.

Mahalliy va xalqaro sayyohlarga qaratilgan samarali marketing kampaniyalarini ishlab chiqish kerak. Bular xalqaro sayyohlik yarmarkalarida ishtirok etish, ijtimoiy media platformalari orqali raqamli reklama va mahalliy mahsulotlarni turistik paketlarga integratsiya qilishdan iborat bo'lishi mumkin. Influencerlar va sayohat platformalari bilan hamkorlik o'zbek iste'mol tovarlarining jahon bozorlarida ko'rinishini yanada oshirishi mumkin.

Logistika infratuzilmasini yangilash ishlab chiqaruvchilar va turizm markazlari o'rtasida samarali ta'minot zanjirlarini ta'minlashda muhim ahamiyatga ega. Bunga yo'l tarmoqlarini yaxshilash, zamonaviy chakana savdo kanallarini rivojlantirish va raqamli logistika yechimlarini joriy etish kiradi. Rivojlangan logistika tranzaksiya xarajatlarini kamaytiradi, tovarlarni o'z vaqtida yetkazib berishni ta'minlaydi va hududiy iste'mol bozorlarining umumiy raqobatbardoshligini oshiradi.

Tadqiqot shuni ko'rsatadiki, O'zbekistonda ziyorat va madaniy turizmning rivojlanishi mintaqaviy iste'mol tovarlari bozorlariga sezilarli va ko'p qirrali ta'sir ko'rsatadi. Turistlar oqimining ko'payishi oziq-ovqat mahsulotlari, qo'l san'atlari, to'qimachilik buyumlari, suvenirlar va qishloq xo'jaligi tovarlariga talabning oshishiga olib keladi. Bu talab mahalliy ishlab chiqarishni kengaytirishni, yangi chakana savdo tuzilmalarining paydo bo'lishini va turizmga yo'naltirilgan mintaqalarda kichik va o'rta biznesni rivojlantirishni rag'batlantiradi.

Tahlil ziyorat va madaniy turizm mintaqaviy iqtisodiy faoliyatning muhim omili bo'lib xizmat qilishini tasdiqlaydi. Ularning ta'siri sayyohlar tomonidan to'g'ridan-to'g'ri iste'mol qilish va ishlab chiqarish, bandlik va daromad olishga bilvosita ta'sir orqali namoyon bo'ladi. Natijada, turizm mintaqaviy iste'mol tovarlari bozorlarini o'zgartirish va diversifikatsiya qilishga, mahalliy iqtisodiy barqarorlikni mustahkamlashga va turizm, savdo va ishlab chiqarish o'rtasidagi tarmoqlararo aloqalarni kuchaytirishga hissa qo'shadi.

Kelajakdagi tadqiqotlar turizmning ma'lum mahsulot toifalari va mintaqaviy iqtisodiyotlarga multiplikator ta'sirini miqdoriy baholashga, shuningdek, raqamli transformatsiyaning iste'molchilar xatti-harakatlarini shakllantirishdagi roliga qaratilishi kerak. Iqtisodiy siyosat nuqtai nazaridan, turizm va mahalliy ishlab chiqarish o'rtasidagi integratsiyani yanada kuchaytirish, mahsulot sifati standartlarini yaxshilash va kichik va o'rta biznes va hunarmandlarni qo'llab-quvvatlash mexanizmlarini kengaytirish zarur. Ushbu chora-tadbirlar turizmga asoslangan o'sishning uzoq muddatli barqarorligini oshiradi va O'zbekistonning mintaqaviy iste'mol tovarlari bozorlarining raqobatbardoshligini oshiradi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2026-yil 16-fevraldagi "Mamlakat taraqqiyotining 2030-yilgacha mo'ljallangan ustuvor yo'nalishlari doirasida

islohotlarni izchil davom ettirish va yangi bosqichga olib chiqishning qo‘shimcha chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PF–21-son Farmoni. – URL: <https://lex.uz/docs/-8050769>

2. UN Tourism. Tourism and Culture Synergies. – Madrid: World Tourism Organization, 2018. 160 p. – URL: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284418978>

3. Richards G. Cultural Tourism: A Review of Recent Research and Trends // Journal of Hospitality and Tourism Management. 2018. Vol. 36. P. 12–21.

4. O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi rasmiy veb-sayti. – URL: <https://www.stat.uz>

Farida BUXAROVA,
Toshkent davlat sharqshunoslik universiteti dotsenti, i.f.n.

O‘ZBEKISTON ZIYORAT TURIZMINING RIVOJLANISHIDA INNOVATSION TEXNOLOGIYALARNING ROLI

Annotatsiya: Ushbu maqolada O‘zbekistonda ziyorat turizmini rivojlantirishda innovatsion texnologiyalarning o‘rni va ahamiyati ilmiy-metodologik nuqtayi nazardan tahlil etilgan. Mobil ilovalar, sun‘iy intellekt, virtual reallik, blockchain va Big Data kabi zamonaviy raqamli texnologiyalarning ziyorat turizm sohasi samaradorligiga ta’siri statistik ma’lumotlar va hujjatli tahlillar asosida o‘rganilgan. O‘zbekiston Prezidenti Sh.Mirziyoyevning ziyorat turizmi va raqamlashtirishga doir nutqlari, hamda mavjud qonuniy-me’yoriy hujjatlar kontekstida sohaning rivojlanish istiqbollari belgilangan. Tadqiqot natijalari ko‘rsatishicha, raqamli transformatsiya ziyorat turizmida turist oqimini 2019-2024-yillar oralig‘ida 1,6 barobarga oshirishga xissa qo‘shgan.

Kalit so‘zlar: ziyorat turizmi, innovatsion texnologiyalar, raqamli transformatsiya, mobil ilova, sun‘iy intellekt, O‘zbekiston.

Аннотация: В данной статье с научно-методологической точки зрения проанализирована роль и значение инновационных технологий в развитии паломнического туризма в Узбекистане. На основе статистических данных и документального анализа изучено влияние современных цифровых технологий, таких как мобильные приложения, искусственный интеллект, виртуальная реальность, блокчейн и Big Data, на эффективность сферы паломнического туризма. Определены перспективы развития отрасли в контексте выступлений Президента Узбекистана Ш. Мирзиёева по вопросам паломнического туризма и цифровизации, а также действующих нормативно-правовых документов. Результаты исследования показывают, что цифровая трансформация способствовала увеличению потока туристов в сфере паломнического туризма в 1,6 раза в период с 2019 по 2024 годы.

Ключевые слова: паломнический туризм, инновационные технологии, цифровая трансформация, мобильное приложение, искусственный интеллект, Узбекистан.

Abstract: This article analyzes the role and significance of innovative technologies in the development of pilgrimage tourism in Uzbekistan from a scientific-methodological perspective. The impact of modern digital technologies such as mobile applications, artificial intelligence, virtual reality, blockchain, and Big Data on the efficiency of the pilgrimage tourism sector is examined based on statistical data and documentary analysis. Development prospects of the sector are defined in the context of President Sh.Mirziyoyev’s speeches on pilgrimage tourism and