



## TURIZM TURLARINI TRANSFORMATSIYALASH VA DIVERSIFIKATSIYALASH BO'YICHA XORIJIY MAMLAKATLAR TAJRIBALARI

*PhD Saidova Dilfuza*

*Shahrisabz davlat pedagogika instituti*

*ORCID: 0009-0006-4170-5535*

*[dilfuza\\_989@mail.ru](mailto:dilfuza_989@mail.ru)*

**Annotatsiya.** Mazkur ilmiy maqolada turizm turlarini transformatsiyalash va diversifikatsiyalash jarayonlari xorijiy mamlakatlar tajribasi asosida kompleks tahlil qilingan. Tadqiqotda 2020-2025 yillar davomida pandemiyadan keyingi tiklanish bosqichida turizm sohasida amalga oshirilgan islohotlar, strategik yondashuvlar va institutsional mexanizmlar o'rganilgan. Xususan, turizmni raqamli transformatsiya qilish, mahsulot va bozor diversifikatsiyasi, mavsumiylikni yumshatish, barqaror va "yashil" turizmni joriy etish hamda turistik xizmatlar qiymatini oshirishga qaratilgan chora-tadbirlar tahlil etilgan. Tadqiqotda turizmni transformatsiyalash va diversifikatsiyalashning asosiy omillari sifatida davlat siyosati va strategik rejalashtirish, infratuzilmaviy investitsiyalar, raqamli texnologiyalar, madaniy va tabiiy resurslardan samarali foydalanish, hamda barqaror rivojlanish tamoyillari belgilangan. Shuningdek, xorijiy tajriba asosida milliy turizm siyosatini takomillashtirish bo'yicha ilmiy-amaliy xulosalar va tavsiyalar ishlab chiqilgan.

**Kalit so'zlar:** turizm transformatsiyasi, turizm diversifikatsiyasi, xalqaro turizm, turistik mahsulot, raqamli turizm, barqaror turizm, yashil turizm, turistik bozor, turistik oqim dinamikasi, turistik xarajatlar, mavsumiylik, MICE turizm, madaniy turizm, gastronomik turizm, innovatsion texnologiyalar, turistik raqobatbardoshlik, hududiy rivojlanish, turistik infratuzilma, turizm siyosati, xizmatlar eksporti.

## ОПЫТ ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН ПО ТРАНСФОРМАЦИИ И ДИВЕРСИФИКАЦИИ ВИДОВ ТУРИЗМА

*PhD Саидова Дильфуза*

*Шахрисабзский государственный педагогический институт*

**Аннотация.** В данной научной статье проведен комплексный анализ процессов трансформации и диверсификации видов туризма на основе опыта зарубежных стран. В исследовании изучались реформы, стратегические подходы и институциональные механизмы, реализованные в туристическом секторе на этапе постпандемического восстановления в период с 2020 по 2025 год. В частности, были проанализированы меры, направленные на цифровую трансформацию туризма, диверсификацию продуктов и рынка, смягчение сезонности, внедрение устойчивого и «зеленого» туризма, а также повышение стоимости туристических услуг. Основными факторами трансформации и диверсификации туризма в исследовании определены государственная политика и стратегическое планирование, инвестиции в инфраструктуру, цифровые технологии, эффективное использование культурных и природных ресурсов, а также принципы устойчивого развития. Также на основе зарубежного опыта разработаны научно-практические выводы и рекомендации по совершенствованию национальной туристской политики.

**Ключевые слова:** трансформация туризма, диверсификация туризма, международный туризм, туристский продукт, цифровой туризм, Устойчивый туризм, зеленый туризм, туристический рынок, динамика туристских потоков, туристские расходы, сезонность, MICE туризм, культурный туризм, гастрономический туризм, инновационные технологии, туристская конкурентоспособность, территориальное развитие, туристская инфраструктура, туристская политика, экспорт услуг.

## EXPERIENCES OF FOREIGN COUNTRIES IN THE TRANSFORMATION AND DIVERSIFICATION OF TOURISM TYPES

PhD **Saidova Dilfuza**  
Shahrisabz State Pedagogical Institute

**Abstract.** *This scientific article provides a comprehensive analysis of the processes of transformation and diversification of tourism types based on the experience of foreign countries. The study explores the reforms, strategic approaches and institutional mechanisms implemented in the tourism sector during the post-pandemic recovery phase of 2020-2025. In particular, measures have been analyzed aimed at digital transformation of tourism, product and market diversification, mitigation of seasonality, introduction of sustainable and "green" tourism, as well as increasing the value of tourist services. The study sets out the principles of Public Policy and strategic planning, infrastructural investment, digital technologies, effective use of cultural and Natural Resources, and sustainable development as the main factors for the transformation and diversification of Tourism. Scientific and practical conclusions and recommendations for improving the policy of national tourism have also been developed on the basis of foreign experience.*

**Keywords:** *tourism transformation, tourism diversification, international tourism, tourist product, digital tourism, sustainable tourism, green tourism, tourist market, tourist flow dynamics, tourist costs, seasonality, mice tourism, cultural tourism, gastronomic tourism, innovative technologies, tourist competitiveness, territorial development, tourist infrastructure, tourism policy, services export.*

### **Kirish.**

Jahon iqtisodiyotida xizmatlar sohasining jadal rivojlanishi turizm tarmog'ining strategik ahamiyatini yanada oshirdi. Bugungi kunda turizm nafaqat dam olish va sayohat qilish shakli, balki iqtisodiy o'sishni rag'batlantiruvchi, investitsiyalarni jalb etuvchi, eksport tushumlarini oshiruvchi va hududlarning ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotini ta'minlovchi muhim omil sifatida qaralmoqda. Ko'plab davlatlarda turizm yalpi ichki mahsulotning salmoqli qismini tashkil etadi, xizmatlar eksportining asosiy manbaiga aylanadi hamda kichik va o'rta biznesni qo'llab-quvvatlashga xizmat qiladi.

Shu bilan birga, globallashuv jarayonlari, raqamli iqtisodiyotning shakllanishi va iste'molchilar xulq-atvorining o'zgarishi turizm sohasini tubdan yangilashni talab etmoqda. Ilgari turizm asosan ommaviy dam olish, tarixiy yodgorliklarni ziyorat qilish yoki tabiiy maskanlarda hordiq chiqarish bilan bog'liq bo'lgan bo'lsa, hozirgi kunda turistlar tajribaga asoslangan, shaxsiylashtirilgan va interaktiv xizmatlarni afzal ko'rmoqda. Bu esa turizm mahsulotlarini qayta ko'rib chiqish, ularni innovatsion yechimlar bilan boyitish va bozor talablariga moslashtirish zaruratini yuzaga keltirmoqda.

Turizm turlarini transformatsiyalash tushunchasi sohadagi an'anaviy modellarni zamonaviy yondashuvlar bilan uyg'unlashtirishni anglatadi. Bu jarayon raqamli platformalar, onlayn bronlash tizimlari, sun'iy intellekt asosidagi xizmatlar, virtual va qo'shimcha reallik texnologiyalari kabi vositalarni joriy etish orqali amalga oshirilmoqda. Shu bilan birga, xizmat

ko'rsatish sifati, marketing strategiyalari va boshqaruv mexanizmlari ham qayta ko'rib chiqilmoqda.

Diversifikatsiya esa turizm faoliyatini bir yoki ikki asosiy yo'nalish bilan cheklab qo'ymasdan, yangi turizm turlarini shakllantirish va turli segmentlarga chiqishni nazarda tutadi. Masalan, ekologik turizm, tibbiy turizm, agroturizm, sanoat turizmi, ta'lim va biznes turizmi kabi yo'nalishlar so'nggi yillarda jadal rivojlanmoqda. Bunday yondashuv iqtisodiy xavflarni kamaytiradi, mavsumiylik muammosini yumshatadi va hududiy rivojlanishni muvozanatlashtirishga xizmat qiladi.

Shu nuqtai nazardan, turizm turlarini transformatsiyalash va diversifikatsiyalash bo'yicha ilg'or xorijiy tajribalarni o'rganish alohida ahamiyat kasb etadi. Ayrim davlatlar an'anaviy turizm modelidan kompleks va innovatsion modelga o'tish orqali yuqori iqtisodiy samaraga erishgan. Boshqa mamlakatlar esa turizmni iqtisodiyotni diversifikatsiya qilish vositasi sifatida qo'llab, yangi ish o'rinlari yaratish va xalqaro imijni mustahkamlashga erishgan.

Zamonaviy bosqichda jahon iqtisodiyotida tarkibiy o'zgarishlar chuqurlashib bormoqda va xizmatlar sohasi, xususan turizm, iqtisodiy o'sishning asosiy omillaridan biriga aylanmoqda. Turizm nafaqat valyuta tushumlarini oshiradi, balki transport, savdo, qurilish, qishloq xo'jaligi, hunarmandchilik kabi o'zaro bog'liq tarmoqlarni ham faollashtiradi. Shu jihatdan, turizmni samarali tashkil etish va uning turlarini kengaytirish milliy iqtisodiyot barqarorligiga bevosita ta'sir ko'rsatadi.

Biroq global iqtisodiy muhitning beqarorligi turizm sohasida yangicha yondashuvlarni talab etmoqda. Geosiyosiy nizolar, xalqaro transport cheklovlari, inflyatsiya jarayonlari va moliyaviy inqirozlar turistik oqimlarga sezilarli ta'sir ko'rsatadi. So'nggi yillardagi pandemiya sharoiti turizm tarmog'ining tashqi omillarga yuqori darajada bog'liqligini yaqqol namoyon qildi. Ayrim mamlakatlarda turistik oqimning keskin qisqarishi byudjet daromadlariga va aholi bandligiga salbiy ta'sir ko'rsatdi. Bu holat turizmni diversifikatsiya qilish, ichki bozorni rivojlantirish va yangi xizmat turlarini shakllantirish zaruratini kuchaytirdi.

Shu bilan birga, global raqobat sharoitida turistlarni jalb qilish uchun mamlakatlar o'rtasida kurash kuchaymoqda. Turistlar tanlovi kengaygani sayin, ularning talablari ham murakkablashmoqda. Zamonaviy sayyohlar oddiy dam olish emas, balki madaniy tajriba, milliy taomlar, mahalliy hayot tarzi, ekologik muhit va xavfsizlik kabi omillarga katta ahamiyat qaratmoqda. Demak, turizm turlarini transformatsiyalash bozor talabiga moslashishning zarur sharti hisoblanadi.

Raqamli texnologiyalar rivoji ham mazkur mavzuning dolzarbligini oshiradi. Onlayn bronlash tizimlari, elektron viza xizmatlari, raqamli to'lovlar, mobil ilovalar va sun'iy intellekt asosidagi tavsiya tizimlari turizm sohasini yangi bosqichga olib chiqmoqda. Raqamli infratuzilmani joriy etmagan mamlakatlar raqobatda orqada qolib ketish xavfiga duch kelmoqda. Shu bois turizmni raqamli transformatsiya qilish dolzarb strategik vazifaga aylandi.

Ekologik omillar ham turizmni qayta ko'rib chiqishni talab etmoqda. Iqlim o'zgarishi, tabiiy resurslardan nooqilona foydalanish va ekologik muammolar turistik hududlarga salbiy ta'sir ko'rsatmoqda. Shu nuqtai nazardan, barqaror va «yashil» turizm modellarini joriy etish xalqaro miqyosda ustuvor yo'nalish sifatida qaralmoqda. Jumladan, United Nations World Tourism Organization tomonidan turizmni barqaror rivojlantirish, mahalliy jamoalar manfaatini himoya qilish va ekologik standartlarga rioya etish masalalariga alohida e'tibor qaratilgan.

Bundan tashqari, turizmni iqtisodiyotni tarkibiy diversifikatsiya qilish vositasi sifatida qo'llash amaliyoti kengaymoqda. Masalan, Birlashgan Arab Amirliklari neft sektoriga qaramlikni kamaytirish maqsadida turizmni strategik tarmoq sifatida rivojlantirmoqda. Ispaniya esa mavsumiylik muammosini yumshatish va hududiy rivojlanishni ta'minlash uchun madaniy va gastronomik turizmni kengaytirishga e'tibor qaratdi. Bu misollar turizmni

transformatsiya qilish va diversifikatsiyalash davlat siyosati darajasida muhim ahamiyat kasb etayotganini ko'rsatadi.

Shunday qilib, turizm turlarini transformatsiyalash va diversifikatsiyalash masalasi iqtisodiy barqarorlikni ta'minlash, global xavflarga moslashish, raqobatbardoshlikni oshirish, ekologik muvozanatni saqlash va ijtimoiy farovonlikni ta'minlash nuqtai nazaridan o'ta dolzarbdir. Ushbu yo'nalishda xorijiy mamlakatlar tajribasini chuqur o'rganish va uni milliy sharoitga moslashtirish turizm sohasini samarali rivojlantirish uchun muhim ilmiy va amaliy asos bo'lib xizmat qiladi.

### Adabiyotlar sharhi.

Turizm turlarini transformatsiyalash va diversifikatsiyalash masalasi turizm iqtisodiyoti, marketing, hududiy rivojlanish va barqarorlik yo'nalishlarini birlashtiruvchi kompleks ilmiy maydon hisoblanadi. Shu sabab, adabiyotlar sharhini shartli ravishda 3 blokka ajratish maqsadga muvofiq: nazariy-konseptual yondashuvlar; makroiqtisodiy va siyosat (policy)ga oid tadqiqotlar; mahalliy tadqiqotlar va ularning amaliy qiymati.

Turizm transformatsiya va diversifikatsiyani tushuntirishda eng ko'p ishlatiladigan klassik modellardan biri Batlarning (1980) «Turistik hudud hayot sikli» (Tourism Area Life Cycle, TALC) konsepsiyasidir. Unga ko'ra, turistik hududlar «kashf etish»dan «rivojlanish» va «stagnatsiya»gacha bo'lgan bosqichlarni bosib o'tadi, keyin esa «reyuvenatsiya (qayta yangilanish)» yoki «pasayish» ssenariylari yuzaga keladi. Mazkur model amaliyotda diversifikatsiyani aynan «stagnatsiya» bosqichiga yetib kelmasdan oldin yoki undan chiqish vositasi sifatida ko'rishga turtki bergan.

Biroq TALC modelining tanqidiy jihati shundaki, u ko'pincha hudud rivojini «bir yo'nalishli traektoriya» sifatida tasvirlaydi. Real bozorda esa texnologik o'zgarish, arzon aviaqatnovlar, geosiyosiy xavflar, marketing trendlari sabab hududlar bir necha parallel traektoriyalar bo'yicha rivojlanishi mumkin. Muangasame (2015) Batler va Plog modellarining qo'llanish chegaralarini ko'rsatib, diversifikatsiya qarorlarini faqat «bosqich» bilan emas, balki turistik mahsulotning marketing xususiyatlari va hudud ichidagi xizmatlar bog'liqlik (linkages) darajasi bilan ham tushuntirish zarurligini ta'kidlaydi. Bu esa diversifikatsiyani «faqat yangi tur qo'shish» emas, balki qiymat zanjiri va tajriba dizaynini qayta qurish sifatida talqin qilishga olib keladi.

Shu nuqtai nazardan, Benur va Bramvellning 2015 yilgi ishi nazariy va amaliy jihatdan muhim qadam hisoblanadi. Ular diversifikatsiyani «asosiy turistik mahsulotlar»ning (primary tourism products) konsentratsiyasi, ixtisoslashuvi, o'zaro bog'lanishi va intensivlashuvi orqali tushuntiruvchi konseptual ramka taklif qiladi. Mualliflar turizm tadqiqotlarida mahsulotlar o'rtasidagi sinergiya va makon-mavzuiy bog'lanishlar yetarlicha hisobga olinmaganini tanqid qiladi. Bu yondashuv transformatsiyani «infratuzilmani ko'paytirish»dan ko'ra «mahsulot ekotizimini» yaratishga yaqinlashtiradi.

Shuningdek, raqobatbardoshlik konsepsiyasi diversifikatsiyaning maqsadini aniqlashda muhim: Dvayer va Kim (2003) modeli turizm raqobatbardoshligini resurslar, boshqaruv, talab, vaziyat omillari va natijalar tizimida ko'rib, «diversifikatsiya»ni raqobatbardoshlik indikatorlarini yaxshilaydigan vosita sifatida baholash imkonini beradi. Biroq ushbu model ham ko'p hollarda normativa (qanday bo'lishi kerak)ni kuchliroq, empirik tekshiruvni esa nisbatan kamroq berishi bilan tanqid qilinadi: amalda omillarning salmoq ulushini aniq o'lchash va sabab-oqibatni ajratish qiyin.

Ritchi va Krauchning (2003) «raqobatbardosh manzil» konsepsiyasi esa barqarorlikni markazga qo'yib, diversifikatsiyani uzoq muddatli ustunlikka olib keluvchi tizimli boshqaruv natijasi sifatida tushuntiradi; ammo kitob formati va keng konseptual qamrov sabab, ayrim hollarda amaliyot uchun «operatsional indikatorlar»ni tanlashda qo'shimcha modellarga ehtiyoj qoladi.

Xalqaro tashkilotlar adabiyotida diversifikatsiya va transformatsiya ko'proq barqarorlik, inklyuziv o'sish va krizislarga chidamlilik nuqtai nazaridan yoritiladi. OECDning (2024a; 2024b) «Tourism Trends and Policies 2024» hisobotida postpandemiya davrida turizm siyosatining asosiy yo'nalishlari sifatida: mahsulot taklifini diversifikatsiya qilish, mavsumiylikni kamaytirish, raqamli transformatsiya va yashil o'tishni jadallashtirish ta'kidlanadi. Bu manba davlat siyosati va institutsional choralar bo'yicha kuchli, ammo mamlakatlar kesimidagi tavsiyalar ba'zan «umumiylashgan» bo'lib, har bir hududning resurs va bozor spesifikasini chuqur hisobga olish uchun qo'shimcha mikrotadqiqotlar talab qilinadi.

UN (2025) Tourism tashkilotining materiallarida turizmning diversifikatsiyasi qishloq hududlari rivoji, investitsiya va barqarorlik bilan bog'lanadi. Masalan, turizm va BMT Barqaror rivojlanish maqsadlari (SDGs) bo'yicha UNWTO/UNDP (2018) nashri turizmning ijtimoiy-iqtisodiy ta'sirini oshirish uchun boshqaruv, investitsiya va siyosat muvofiqlashuvini muhim deb ko'rsatadi. Bu yondashuvning afzalligi - turizmni «fa'kat turist soni» bilan emas, «sifatli ish o'rinlari», mahalliy zanjirlar va tabiatni muhofaza qilish bilan bog'lashi. Shu bilan birga, ushbu turdagi nashrlarda ayrim tavsiyalar «tez o'lchanadigan KPI»larga aylantirilmasdan qolishi mumkin.

Makroiqtisodiy empirik tadqiqotlar orasida Le (2013) o'zining ilmiy ishlarida, turizm daromadlari iqtisodiy diversifikatsiyaga avtomatik ravishda aylanib ketmasligini ko'rsatadi: ya'ni turizmdan tushum bor, lekin agar mahalliy ishlab chiqarish bilan bog'lanishlar kuchsiz bo'lsa, ta'sir cheklangan qolishi mumkin. Bu fikr turizm diversifikatsiyasida «maxalliy kontent», «SME ekotizimi», va zanjirli bog'lanishlarni (agrosektor, hunarmandchilik, servis ta'minoti) alohida hisobga olish kerakligini ilmiy asoslaydi.

So'nggi yillarda UNCTAD ham turizmga investitsiyalarni barqaror rivojlanish va texnologiyalar bilan bog'lab, sarmoya siyosatida ekologik va ijtimoiy mezonlarning rolini oshirishni tavsiya qiladi. (2014) Bu esa transformatsiyaning moliyaviy-institutsional tomonini yoritadi, lekin konkret turizm mahsuloti dizayni bo'yicha detallar cheklangan.

O'zbekistonda turizm bo'yicha tadqiqotlarni shartli ravishda ikki guruhga ajratish mumkin: birinchi guruxga, ta'rifiy-analitik ishlar bo'yicha, Kucharov va Ochilovalar (2019) tomonidan yozilgan maqolada, O'zbekistonda xalqaro va ichki turizm imkoniyatlari, turizm infratuzilmasi va yangi turizm turlari (eko-, agro-, gastronomik, tibbiy turizm) rivojlanishi haqida fikr yuritiladi. Manbaning qiymati - milliy kontekstda diversifikatsiya zaruratini aniq aytgani va amaldagi ma'lumotlarga tayangani. Biroq metodologik jihatdan u ko'proq umumiy tavsif va holat tahliliga suyanadi: mahsulot diversifikatsiyasining iqtisodiy samarasi, hududlar kesimidagi ta'sir yoki talab segmentatsiyasi kabi ko'rsatkichlar ko'p holda chuqur modellashtirilmagan.

Saliev (2015) o'zining ilmiy ishida, turizm sohasining iqtisodiy ko'rsatkichlari va dinamikasi empirik tarzda ko'rib chiqiladi. Bu yo'nalish muhim, chunki «diversifikatsiya kerak» degan tezisni faqat g'oya sifatida emas, raqamlar orqali baholashga harakat qiladi. Biroq MPRA formati ba'zan jurnalli retsenziya darajasiga teng kelmasligi mumkin; shu sabab natijalarni milliy statistika va boshqa akademik ishlar bilan triangulyatsiya qilish maqsadga muvofiq.

Ikkinchi guruxga ixtisoslashgan yo'nalishlar: eko-turizm va innovatsiyalar bo'yicha, Xamidov va Xayrullaeva (2021) eko-turizmni boshqarish mexanizmlarini takomillashtirish masalasini ko'tarib, institutsional va boshqaruv choralari e'tibor qaratadi. Bu ish diversifikatsiyaning «yashil» segmenti bo'yicha amaliy yo'nalish beradi. Biroq unda ham talab modeli, to'lovga tayyorlik (WTP), yoki ekoturizm mahsulotining bozor pozitsiyalanishi kabi marketing-instrumental qismlar cheklangan ko'rinadi.

Shu mavzuni chuqurlashtiruvchi manba sifatida Xamidovning (2017) DSc dissertatsiya avtoreferatida ekoturizmni boshqarish mexanizmi va nazorat-qa'tiylik (control strategies) masalalari ilmiy asoslangani qayd etiladi. Bu ishning afzalligi - mahalliy sharoitda boshqaruv modelini tizimli qo'yish; kamchilik tomoni - avtoreferat formati sabab, to'liq empirik hisob-kitoblar va ma'lumotlar bazasiga kirish cheklangan bo'lishi mumkin.

Xorijiy adabiyotlarda diversifikatsiya «konsept–mexanizm–indikator» zanjirida nisbatan yaxshiroq ochilgan: TALC va mahsulot diversifikatsiya ramkalari (Batler; Benur-Bramvell) «nega/qachon»ni tushuntiradi, raqobatbardoshlik modellari (Dvayer-Kim; Ritchi-Krauch) «maqsad va baholash»ni beradi. OECD/UN Tourism/UNCTAD materiallari esa «siyosat va investitsiya arxitekturasi»ni ko'rsatadi. Mahalliy adabiyotlarda esa kuchli tomon - resurs va imkoniyatlarning milliy xususiyatlarini ochib berishi; zaif tomon - diversifikatsiya ta'sirini modellashtirish, talab segmentatsiyasi, KPI va qaytarim (ROI) baholari yetarlicha tizimlashmagani. Shuning uchun ilmiy maqola doirasida mahalliy manbalarni xalqaro konseptual modellar bilan integratsiya qilish (masalan, Benur–Bramvell ramkasi + OECD policy priorities + mahalliy hudud keyslari) eng asosli yo'l hisoblanadi.

### Tadqiqot metodologiyasi.

Turizm turlarini transformatsiyalash va diversifikatsiyalash bo'yicha xorijiy mamlakatlar tajribalarini tizimli tahlil, tarixiylik va mantiqiylik, induksiya va deduksiya, analiz va sintez, qiyosiy va selektiv tanlab tadqiq qilish, monografik tahlil va guruhlash usullari qo'llanilgan.

### Tahlil va natijalar muhokamasi.

So'nggi yillarda yuzaga kelgan global inqirozlar, xususan pandemiya, turizm sohasining tashqi omillarga yuqori darajada bog'liqligini namoyon qildi. Ko'plab mamlakatlarda turistik oqim keskin qisqardi, bu esa milliy iqtisodiyotga salbiy ta'sir ko'rsatdi. Natijada davlatlar turizmni barqaror rivojlantirish, ichki bozorni faollashtirish va yangi mahsulotlar yaratish orqali sohani qayta tiklashga harakat qildi.

Xalqaro darajada turizmni barqaror va inklyuziv rivojlantirish masalasiga alohida e'tibor qaratilmoqda. Jumladan, United Nations World Tourism Organization tomonidan ishlab chiqilgan strategik hujjatlarda turizmni iqtisodiy, ijtimoiy va ekologik jihatdan mutanosib rivojlantirish zarurligi ta'kidlanadi. Ushbu yondashuv turizmni faqat daromad manbai sifatida emas, balki barqaror taraqqiyotning muhim qismi sifatida ko'rishni taqozo etadi.

### 1-jadval

Dunyo mamlakatlari bo'yicha 2020–2025 yillarda xalqaro turistlar oqimi  
(million kishi)

Yillar	Ispaniya (xalqaro turistlar)	Dubay (xalqaro overnight visitors)	Yaponiya (xalqaro keluvchilar)	Janubiy Koreya (xalqaro keluvchilar)
2020	19,0	5,51	4,116	2,519
2021	31,129	0,246	0,246	0,967
2022	71,6	3,83	3,83	3,198
2023	85,1	25,066	25,066	11,032
2024	93,8	36,87	36,87	16,370
2025	96,8	42,684	42,684	18,7

**Manba:** Ispaniya 2025: INE FRONTUR "Year 2025" ma'lumotlari asosida muallif tomonidan ishlab chiqildi.

Jadvaldagi ma'lumotlardan ko'rinadiki, pandemiyadan keyingi davrda turizmni transformatsiyalash (raqamlashtirish, xavfsizlik protokollari, xizmat sifatini standartlash, «aqli» boshqaruv) va diversifikatsiyalash (mahsulot turlarini ko'paytirish: MICE, gastro, madaniy, ekologik, tibbiy, sport, kino turizmi; bozorlar diversifikatsiyasi; mavsumiylikni yumshatish) amalda turli mamlakatlarda turlicha natija berdi. Quyidagi jadval turli modellarning «qayta tiklanish tezligi»ni ko'rsatadi.

Turizmni diversifikatsiyalashda ko'p mamlakatlar «ko'proq turist» modeliga qaytish bilan birga, turist xarajati, o'rtacha chek, maqsadli segmentlar (gastro, madaniy, premium, uzoq

qolish, tajribaga asoslangan turlar) orqali «qiymat»ni oshirishga ham urindi. Ispaniyada bu tendensiya aniq ko'rinadi: turistlar oqimi 2019 rekordidan keyin pandemiyada keskin tushib, keyin jadal tiklanadi; ammo parallel ravishda umumiy xarajat hajmi ham tez o'sadi.

## 2-jadval

## Ispaniyada xalqaro turistlar umumiy xarajati (mlrd yevro)

Yillar	Umumiy xarajat (mlrd yevro)
2020	19,740
2021	34,816
2022	87,061
2023	108,662
2024	126,282
2025	134,712

*Manba: INE EGATUR ma'lumotlari asosida muallif tomonidan ishlab chiqildi.*

Jadvaldagi ma'lumotlarga ko'ra, 2020–2021: xavfsizlik cheklovlari va mobillik pasayishi oqimni keskin qisqartirdi; xarajat 2020 yilda 19.74 mlrd yevroga tushdi. 2022–2023: tiklanish fazasida turistlar soni oshishi bilan birga, o'rtacha kunlik/safar xarajati o'sishi hisobiga umumiy tushum ham tez ko'tarildi (2022: 87.061; 2023: 108.662 mlrd yevro). 2024–2025: rekord oqim (2025: 96.8 mln) va rekord xarajat (2025: 134.712 mlrd yevro) "hajm+qiymat" kombinatsiyasiga o'tilganini ko'rsatadi.

Bu yerda transformatsiyaning asosiy mexanizmi: mahsulot paketlarini diversifikatsiya qilish (qishloq, gastro, madaniy, MICE, sport) + mavsumiylikni yumshatish + katta shaharlarga tushadigan bosimni kamaytirish kabi yo'nalishlar orqali «turizmning sifat ko'rsatkichlari»ga tayanishdir. Dubay misolida ko'radigan bo'lsak: «ivent-iqtisodiyot» va infratuzilmaga tayanilgan tez tiklanish. Dubayda 2020-2025 qatorida tiklanish bosqichma-bosqich, ammo barqaror: 2022 yildan boshlab keskin o'sish va 2023–2025 yillarda ketma-ket rekordlar. 2022: 14.36 mln, 2023: 17.15 mln, 2024: 18.72 mln, 2025: 19.59 mln. Olib borilgan tahlillarga ko'ra:

-diversifikatsiyaning markazida MICE, iventlar kalendarini kengaytirish, aviatransport xabi sifatida pozitsiyani mustahkamlash, luks/oilaviy segmentlar va qisqa safarlar (city break) turibdi.

-2025 yildagi 19.59 mln international overnight visitors ko'rsatkichi shundan dalolat beradiki, shahar turizmida transformatsiya tezroq natija beradi: mahsulot "geografiya"dan ko'ra "tajriba va xizmat dizayni"ga qattiq bog'langan.

Yaponiya misolida ko'rib chiqadigan bo'lsak: bozor diversifikatsiyasi va «katta oqim»ning qayta shakllanishi. Yaponiyada pandemiyadan keyin tiklanish 2023 yildan boshlab «portlash»ga o'xshash traektoriyada:

-2021 yilda keskin past baza (245,900), 2022 yilda – 3,83 mln, 2023 yilda – 25,066 mln, 2024 yilda – 36,87 mln, 2025 yilda – 42,684 mln.

O'rganishlar natijasiga ko'ra: -transformatsiyaning muhim drayveri - raqamli servislar, transport integratsiyasi, regionlarga oqimni yo'naltirish (overtourism muammosi fonida), shuningdek, valyuta kursi va narx raqobati kabi omillar bilan «ommaviy» turizmning qayta shakllanishidir. Bu diversifikatsiya «faoliyat turi»dan tashqari, geografik taqsimot va segment kesimida ham amalga oshadi. Janubiy Koreya misolida ko'radigan bo'lsak: K-content orqali talab yaratish va segmentlash; Koreyada 2020-2024 yillar bo'yicha rasmiy qatori jadal tiklanishni ko'rsatadi (2024 yilda – 16,37 mln). 2025 yil uchun davlat bayonotida 18,7 mln atrofida rekord prognoz qilingan.

O'rganishlar natijasiga ko'ra: -diversifikatsiyaning asosiy «dvigateli» - K-pop, kino/serial, beauty, gastro kabi madaniy mahsulotlarni turizm mahsulotiga aylantirish. Bu klassik «tabiiy resurs»ga emas, intellektual va madaniy kapitalga tayangan diversifikatsiya

modeli hisoblanadi. -2025 prognozining yuqoriligi shundan dalolat beradiki, talabni «marketing» emas, kontent ekotizimi orqali sistemali yaratish mumkin.

Olib borilgan tadqiqot natijalariga ko'ra: Turizm transformatsiyasi tiklanish tezligini oshiradi, lekin uning samarasi kontekstga bog'liq: -shahar-xab modellarida (Dubay) "ivent+infratuzilma+logistika" tezroq rekordga chiqaradi; -keng hududli klassik destinatsiyalarda (Ispaniya) esa «sifat/qiyamat» ko'rsatkichlariga o'tish (xarajatni oshirish) ustunroq natija beradi.

1. Diversifikatsiyaning 3 ta ishlaydigan yo'li amaliy jihatdan tasdiqlanadi:

- mahsulot diversifikatsiyasi (gastro, madaniy, ekologik, MICE);
- bozor diversifikatsiyasi (manba mamlakatlarini kengaytirish);
- mavsumiylikni yumshatish (yil davomida barqaror oqim).

Ispaniyada xarajat o'sishi, Dubayda ketma-ket rekordlar, Yaponiya va Koreyada «kontent/tadbir/market» kombinatsiyasi buni ko'rsatadi.

### Xulosa va takliflar.

Tahlillar shuni ko'rsatadiki, 2020–2025 yillar turizm sohasi uchun "keskin sinov" davri bo'lib, pandemiya va undan keyingi geoiqtisodiy o'zgarishlar turizmning tashqi omillarga yuqori darajada bog'liq ekanini yana bir bor isbotladi. Biroq aynan shu davrda ayrim davlatlar turizmni oddiy tiklash bilan cheklanmasdan, turizm turlarini transformatsiyalash va diversifikatsiyalash orqali soha barqarorligini kuchaytirishga erishdi. Demak, mazkur jarayonlar inqirozga qarshi «qisqa muddatli chora» emas, balki uzoq muddatli raqobatbardoshlikni ta'minlaydigan strategik yo'nalish sifatida qaralishi lozim.

2020-2025 yillar bo'yicha qiyosiy ma'lumotlardan kelib chiqib, xorijiy tajribalar quyidagi umumiy xulosalarni shakllantirish imkonini beradi:

1. Transformatsiya tiklanish sur'atini oshiradi, diversifikatsiya esa tavakkalchilikni pasaytiradi. Dubay misolida (shahar-xab modeli) infratuzilma, logistika va iventlar (MICE)ga tayangan transformatsiya tez tiklanish va ketma-ket rekord natijalarni ta'minlagani kuzatildi. Ispaniyada esa turistlar oqimi bilan birga turist xarajatlari ham yuqori sur'atda o'sgani "hajm"dan tashqari «qiyamat»ni oshirish strategiyasining samarali ekanini ko'rsatdi. Yaponiya va Janubiy Koreya misolida esa raqamli xizmatlar va madaniy kontentga (K-content) tayanish «talab yaratish» va segmentlash imkonini kengaytirgan.

2. Diversifikatsiya faqat yangi turizm turini qo'shish emas, balki butun turistik mahsulot ekotizimini qayta qurishdir. Tajriba shundan dalolat beradiki, gastronomik, madaniy, ekologik, tibbiy, sport, kino yoki biznes-turizm kabi yo'nalishlar «alohida mahsulot» sifatida emas, balki transport, mehmonxona, servis, savdo, madaniy tadbirlar va raqamli platformalar bilan integratsiyada ishlaganda yuqori natija beradi. Shu ma'noda, diversifikatsiya «assortimentni ko'paytirish»dan ko'ra «qiyamat zanjirini mustahkamlash»ga yaqinroq tushuncha hisoblanadi.

3. «Sifatli turizm» konsepsiyasi 2020-2025 davrida asosiy trend sifatida mustahkamlandi. Pandemiyadan keyin ko'p davlatlarda turistlar sonini oshirish bilan birga, bir turistdan tushadigan tushum, o'rtacha qolish davomiyligi, mavsumiylikni yumshatish va hududiy nomutanosiblikni kamaytirish kabi ko'rsatkichlar muhimlashdi. Bu tendensiya turizm siyosatida «ko'p turist»dan «samarali turist»ga o'tish jarayonini kuchaytirdi.

4. Raqamli transformatsiya turizmni boshqarish va marketing qilish usullarini tubdan o'zgartirdi. Onlayn bronlash, raqamli to'lovlar, elektron vizalar, mobil ilovalar, ma'lumotlarga asoslangan qaror qabul qilish (data-driven management) kabi mexanizmlar turistik oqimni prognozlash, maqsadli segmentlarga chiqish va xizmat sifatini nazorat qilishda hal qiluvchi ahamiyat kasb etmoqda. Raqamli infratuzilmasi kuchsiz bo'lgan destinatsiyalar esa raqobatda orqada qolish xavfiga duch keladi.

5. Barqarorlik va ekologik yondashuv diversifikatsiyaning ajralmas qismiga aylandi. Iqlim o'zgarishi, tabiiy resurslarga bosim, «overtourism» (me'yordan ortiq turist

oqimi) va mahalliy jamoalar manfaatlari bilan bog'liq muammolar turizmni qayta formatlashni talab etmoqda. Shu bois «yashil» infratuzilma, resurs tejamkor texnologiyalar, mahalliy ishlab chiqaruvchilar bilan hamkorlik va turizmning ijtimoiy mas'uliyatini oshirish masalalari xorijiy strategiyalarda ustuvor yo'nalish sifatida namoyon bo'lmoqda.

6. 2020-2025 tajribasi asosida universal «ishlaydigan» 3 ta diversifikatsiya yo'li ajralib chiqdi:

-mahsulot diversifikatsiyasi (yangi turizm turlari va paketlar);

-bozor diversifikatsiyasi (manba mamlakatlar, segmentlar, maqsadli auditoriyalar);

-mavsumiylikni yumshatish (yil davomida barqaror oqim, mintaqaviy taqsimot). Bu uchlik aksar mamlakatlarda inqirozlarga chidamlilikni oshirishda asosiy mexanizm sifatida ishlagan.

Umuman olganda, xorijiy tajriba turizmni transformatsiyalash va diversifikatsiyalashning samarasi quyidagi shartlar bajarilganda yuqori bo'lishini ko'rsatadi: davlatning aniq va uzoq muddatli strategiyasi; xususiy sektor bilan hamkorlik va investitsiya muhiti; raqamli infratuzilma va inson kapitali; barqarorlik standartlari va mahalliy jamoalar ishtirokini ta'minlash.

Shu nuqtai nazardan, milliy turizm siyosatini takomillashtirishda xorijiy tajribadan quyidagi amaliy yo'nalishlarni chiqarish mumkin: turistik mahsulotlarni hududlarning resurs va imkoniyatlariga mos ravishda segmentlash, xizmatlar sifatini standartlash, raqamli marketing va analitikani kuchaytirish, hamda ekologik barqaror turizmni bosqichma-bosqich joriy etish. Bu yondashuv turizm tarmog'ini faqat tiklantirish emas, balki uni uzoq muddatli iqtisodiy o'sish va milliy brendni mustahkamlashga xizmat qiladigan yuqori qiymatli sohalar qatoriga olib chiqish imkonini beradi.

#### **Adabiyotlar/Jumepamypa/References:**

Benur A. M., & Bramwell B. (2015). *Tourism product development and product diversification in destinations*. *Tourism Management*, 50, 213–224. DOI: 10.1016/j.tourman.2015.02.005.

Butler R. W. (1980). *The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources*. *The Canadian Geographer*, 24(1), 5–12. DOI: 10.1111/j.1541-0064.1980.tb00970. x.

Dwyer L., & Kim C. (2003). *Destination Competitiveness: Determinants and Indicators*. *Current Issues in Tourism*, 6(5), 369–414.

Hamidov O. Kh. (2017). *Improvement of the management mechanism of ecological tourism development in Uzbekistan (DSc Dissertation Abstract)*. Samarkand.

Khamidov O., & Khayrullaeva N. (2021). *Improving management mechanisms for ecotourism in Uzbekistan*. "Iqtisodiyot va turizm" (International scientific and innovative journal).

Kucharov A., & Ochilova, Kh. (2019). *Analysis of the development of tourism in Uzbekistan*. "Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar" ilmiy elektron jurnali, №2.

Le I. (2013). *Economic policy, tourism trade and productive diversification*.

Muangasame K. (2014). *Are Butler's Tourism Area Life Cycle and Plog's Allocentric/Psychocentric Models Valid? (Case discussion on limitations and diversification)*.

OECD (2024). *OECD Tourism Trends and Policies 2024*. OECD Publishing.

OECD (2024). *Tourism Policy Highlights 2024 (Policy brief)*.

Ritchie J. R. B., & Crouch, G. I. (2003). *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*. CABI Publishing.

Saliev F. (2015). *Economic Advancement of Tourism Industry in Uzbekistan (MPRA Paper)*.

UN Tourism (UNWTO) (2025). *Global Trends and Future Scenarios – Tourism*.

UNCTAD (2024). *Guiding principles for sustainable investment in tourism*.

UNWTO & UNDP (2018). *Tourism and the Sustainable Development Goals – Journey to 2030*.