

ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ВАЗИРЛАР МАҲКАМАСИ ҲУЗУРИДАГИ  
ДИН ИШЛАРИ БЎЙИЧА ҚЎМИТА

ЎЗБЕКИСТОН ХАЛҚАРО ИСЛОМ АКАДЕМИЯСИ

**«ПАНДЕМИЯДАН КЕЙИНГИ ШАРОИТДА  
ТУРИЗМНИНГ РИВОЖЛАНИШИ:  
МУАММОЛАР ВА ЕЧИМЛАР»**

---

**мавзусидаги республика илмий-амалий  
конференция материаллари**

**2022 йил 22 ноябрь**

ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ВАЗИРЛАР МАҲКАМАСИ  
ҲУЗУРИДАГИ  
ДИН ИШЛАРИ БЎЙИЧА ҚЎМИТА

ЎЗБЕКИСТОН ХАЛҚАРО ИСЛОМ АКАДЕМИЯСИ

**«ПАНДЕМИЯДАН КЕЙИНГИ ШАРОИТДА ТУРИЗМНИНГ  
РИВОЖЛАНИШИ: МУАММОЛАР ВА ЕЧИМЛАР»**  
мавзусидаги республика илмий-амалий конференция материаллари

\*\*\*\*\*

Материалы республиканской научно-практической  
конференции на тему:  
**«РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА ПОСЛЕ ПАНДЕМИИ: ПРОБЛЕМЫ И  
РЕШЕНИЯ»**

\*\*\*\*\*

Republican scientific and practical conference on the topic  
**“TOURISM DEVELOPMENT IN THE POST-PANDEMIC  
CONDITIONS: PROBLEMS AND SOLUTIONS”**

2022 йил 22 ноябрь

Тошкент – 2022

natijalari” bo’yicha o’tkazilgan tadqiqotlarda respublikamiz sayyohlik sohasi jadal taraqqiy topayotgan besh davlatning biri sifatida qayd etilgani misolida fikrimiz isbotini yaqqol ko’rishimiz mumkin.

Shuningdek, 2022-yil 1-3-noyabr kunlari Samarqand, Xiva, Buxoro va Toshkentda Turizm va madaniy meros vazirligi tashabbusi bilan “Xalqaro ziyorat turizmi haftaligi”<sup>145</sup> o’tkazilganligi ham mamlakatimizda ziyorat turizmi salohiyatini yuzaga chiqarish, O’zbekistonni jahon sivilizasiyasining muhim markazlaridan biri sifatida tanitish, jahon hamjamiyati va xalqaro tashkilotlar tomonidan yuksak e’tirof-ga sazovor bo’lish, shuningdek, ziyorat turizmi xizmatlarini diversifikatsiya qilish va turizm eksportini oshirish bo’yicha ulkan ishlar amalga oshirilayotganini isbotlaydi.

Xulosa o’rinda shuni aytishimiz mumkinki, O’zbekistonda ziyorat turizmini rivojlantirishga bo’lgan imkoniyatlar bor hamda bu borada salohiyat ham yetarli darajada mavjud. Xususan, Samarqanddagi Shohizinda, Registon majmualari, Ulug’bek rasadxonasi, Bibixonim masjidi, Go’ri Amir yodgorlik majmuasi, Buxoro-dagi Minorai Kalon; Xivadagi Ichanqal’a kabi o’zining boy madaniy va ma’naviy merosi, me’moriy va tasviriy san’ati, tarixiy obidalar bilan, hamda al-Buxoriy, at-Termiziy, Bahouddin Naqshband kabi ko’plab musulmon olamida mashhur bo’lgan olim-u ulamolari bilan ham butun dunyo sayyohlarini o’ziga jalb etib kelmoqda. Bu esa o’z navbatida mamlakatga ziyorat turizmi bo’yicha katta imkoniyatlar beradi.

Shuningdek, musulmon sayyohlik bozori hozirgi kunda dunyodagi eng ko’p xarajat qilinadigan sayohat bozorlaridan biri bo’lganligi sababli, biror joyga musulmonlarning ko’proq tashrif buyurishi turizmdan olinadigan daromadning sezilarli darajada oshishiga olib kelmoqda. Xususan, statistik ma’lumotlarga ko’ra musulmon sayyohlarining turizmdagi ulushi 2021-yilda 102 milliard dollarga yetgan va 2022-yilda 50 foizga oshib, 154 milliardni tashkil qildi. Ushbu ko’rsatkichlar 2025-yilga borib 189 milliardga yetishi kutilmoqda<sup>146</sup>. Ushbu statistik ma’lumot-lardan ham ko’rinib turibdiki xalqaro turizm bozorida musulmon olamining ulushi ortib bormoqda. Shularni inobatga olib aytishimiz mumkinki mamlakatimizda ziyorat turizmini rivojlantirish istiqbolli yo’nalish hisoblanadi.

*Dilora HAYDAROVA, o’qituvchi,  
Buxoro Davlat Universiteti,*

## **MAMLAKATIMIZDA PANDEMIYADAN KEYINGI SHAROITDA TURIZMNI RIVOJLANTIRISHDA IMM VOSITALARINI QO’LLASH**

Ma’lumki, pandemiya butun dunyo iqtisodiyotiga, ayniqsa mamlakatlarning turizm sohasiga ayanhli zarba berdi. Kasallik tarqalib ketishining oldini olish maqsadida turli xil o’rnatilgan cheklovlar tufayli butun dunyo aholisi sayohatga chiqmay qo’ydi.

Pandemiya tugab, turli cheklovlar olingan bo’lsa-da, har bir mamlakat uchun

<sup>145</sup> <https://darvo.uz/>

<sup>146</sup> <https://www.salaamgateway.com/story/sgie-report-muslim-friendly-travel>

o'z turizm salohiyatini qayta namoyon qilish, bu sohani qayta rivojlantirish oson bo'lmadi. Xususan, mamalakatimizda ham turizmdan tushgan daromad pandemiya-dan oldingi yilga qaraganda ancha tushib ketdi. 2020-yilda turistik xizmatlar eksportidan tushgan daromad 80 foizga pasaygan<sup>147</sup>.

Pandemiyadan keyin turizmni yanada rivojlantirish maqsadida 2021-yil 15-mart holatiga ko'ra, chet el fuqarolari uchun O'zbekistonda vizasiz rejim joriy qilingan mamlakatlar soni 90<sup>148</sup> tani tashkil qiladi. Oxirgi uch yil ichida ushbu ro'yxatdagi davlatlar soni 10 barobarga oshganiga guvoh bo'lamiz.

O'zbekiston o'zining go'zal va betakror tabiati, tarixiy obidalari va jozibador destinatsiyalariga ega. Ushbu turistik jozibadorligimizni butun dunyoga namoyon qilishda ijtimoiy media marketing vositalaridan foydalanish maqsadga muvofiq deb o'ylayman. Ijtimoiy tarmoqlar orqali uzatiladigan xabarlar mahsulot yoki xizmatning potensial iste'molchilar orasida ko'proq ishonch hosil qiladi deb ishoniladi. Ijtimoiy media marketing hozirgi global dunyoda juda ahamiyatli bo'lib, uning yordamida tovar va xizmatlarni ijtimoiy tarmoqlar orqali mijozlarga tanitish va brend darajasiga olib chiqish mumkin. Bunda IMM ko'pincha reklama emas, balki PR, ya'ni tovar va xizmatlarni targ'ib qilish rolini bajaradi.

Bugungi kunda an'anaviy OAVdan tashqari turizm marketingida internet tarmog'i ham asosiy vazifani bajarmoqda. Ijtimoiy tarmoq orqali turmahsulotni targ'ib qilish va potensial sayyohni jalb qilishga erishilmoqda. Ayni vaqtda butun dunyoda Facebook, MySpace, Twitter, VKontakte, Odnoklassniki, Youtube, Instagram, Tiktok kabi ijtimoiy tarmoqlar orqali turistik firmalar va turoperatorlar o'z turmahsulotlarni targ'ib qilib kelishmoqda. Potensial sayyohlar ma'lum bir mamlakatga tashrif buyurishdan oldin avvalo u davlat haqida axborot to'playdi undan keyin esa agar ushbu mamlakat sayyohni o'ziga jalb qila olsagina tashrif buyurishni maqsad qilib oladi. Internet orqali axborot texnologiyalarining rivojlanishi - sayyohlarning sayohat qilishni rejalashtirish va tanlash uslubiga ham ta'sir ko'rsatdi. Internetda axborot tizimining rivojlanishi bilan IMMda ham o'z ta'sirini ko'rsatdi. Xususan, ijtimoiy tarmoqlardagi saytlar, bloglar va YouTube tarmog'i sayyohlar orasida ma'lumot olish bo'yicha keng qo'llanilib kelinmoqda. Bloggerlar o'zlarining ijtimoiy tarmoqdagi sahifalarida sayohatlariga doir rasmlari, taassurotlari va o'z tajribalari bilan bo'lishishadi. Bu ma'lumotlar esa qolgan sayyohlarda ma'lumot manbai bo'lib xizmat qiladi.

Ijtimoiy media potensial sayyohlarning sayohat rejalashtirishdan tortib turistik xizmatlarni sotib olish va iste'mol qilishgacha bo'lgan yo'llar usulini o'zgartirib yubordi. Bundan tashqari, IMM vositachilarning rolini tubdan o'zgartirib yubordi. Xususan, bloggerlar turistik imijni shakllantirish va targ'ib qilishda ijtimoiy tarmoqlardan – marketing vositasi sifatida foydalanishmoqda. Potensial sayyohlar orasida mashur san'atkorlar, shuhrat qozongan bloggerlarning turistik mahsulot haqidagi ijobiy fikrlari yaxshi taassurot qoldirib, ushbu mahsulot yok xizmatni iste'mol qilishga bo'lgan qiziqishlarini uyg'otadi. Shunday qilib, ijtimoiy tarmoqlardagi ijobiy sharhlar orqali mahsulot yoki xizmat obro'sini oshirish va turistik hududning samarali targ'ib

---

<sup>147</sup> <https://kun.uz/uz/11780695>

<sup>148</sup> <https://uzbektourism.uz/news/view?id=1681>

qilinishiga erishish mumkin.

Imijni samarali targ'ib qilayotganda potensial sayyoh destinatsiyani biz xohlagandek qabul qilishini emas, balki sayyohning ongida aslida qanday taassurot qoldirganini bilib olishimiz muhimdir. Buni esa biz axborot tizimlari orqali bilib olishimiz mumkin bo'ladi. Internet saytlarida, shuningdek, ijtimoiy tarmoqlarda turli xil so'rovnomalar o'tkazish orqali potensial sayyohlarning ongida mamlakatimiz imiji qanday tasvirlanganligini bilib olishimiz mumkin bo'ladi. Olingan ma'lumotlarni yig'ib, tahlil qilganimizdan so'ng potensial sayyohlar ongidagi mamlakatimiz imijini bilib olish mumkin. Xo'sh bu bizga nima uchun kerak?

**Birinchidan**, potensial sayyohlarning mamlakatimiz haqidagi tasavvurlarini bilib olishda;

**Ikkinchidan**, sayyohlarning mamlakatimiz haqidagi tasavvurlari to'g'ri yoki noto'g'ri ekanligini bilib olishda.

O'zbekiston haqida ko'pchilik sayyohlar eshitganida yoki internet orqali qidiruv berishganida "Buyuk ipak yo'li"da joylashgan bir mamlakat va Sobiq Sovet Sotsialistik Respublikasi tarkibida bo'lgan bir mamlakatni ko'z oldiga keltirishadi.

Biroq, necha ming yillik tarixga ega bo'lgan, Amir Temurdek davlat arbobi, buyuk sarkarda; tabobat olamining asoschisi - Ibn Sino; hadis ilmining sultoni – imom al-Buxoriy; buyuk mutafakkir-al Beruniy; matematik, astronom, geograf, ilk qomusiy olimlardan bo'lgan – al-Xorazmiy; astronom-yulduzshunos – Mirzo Ulug'bekdek buyuk olimlarimiz bor bo'lgan mamlakatimizga yuqorida berilgan ta'riflar yetarli emas. Bizni boshqa mamlakatlardan aniq ajratib ko'rsatadigan farqli tomonimizni sayyohlarda yetkazib berish berish dolzarb masaladir. Boshqa mamlakatlardan farqli tomonlarimizni tashrif buyuruvchilarga yetkazib berishda axborot tizimlarini qo'llash maqsadga muvofiqdir.

O'zbekiston turistik hududi imijini rivojlantirishda IMM vositalari va axborot tizimidan foydalanish bilan bog'liq bo'lgan jarayonlar o'rganilib chiqib, uni amalga oshirish bo'yicha taklif va tavsiyalar ishlab chiqildi:

**Birinchidan**, mamlakatimizni dunyoga tanitish maqsadida, jahon miqyosidagi sport musoboqalarini yurtimizda o'tkazish, va bu orqali mamlakatimiz turistik jozibadorligini sayyohlarga namoyish qilish;

**Ikkinchidan**, kinoturizmni rivojlantirish orqali potensial sayyohlarda mamlakatimizga kelish istagini uyg'otish, mashhur kino-seriallar suratga olingan joylarni alohida diqqatga sazovor joylarga aylantirish;

**Uchinchidan**, qo'shni mamlakatlar bilan turistik hamkorlikni yo'lga qo'yish - biz bunda O'rta Osiyo mamlakatlarini tanladik. O'rta Osiyo bozorini egallash maqsadida ularning ijtimoiy tarmoqlardan foydalanuvchilar sonini o'rganib quyidagi xulosaga keldik: O'zbekiston destinatsiyasi haqidagi axborotlarni mos ravishda har bir mamlakat qaysi tarmoqdan ko'proq foydalanishiga qarab aynan o'sha axborot manbai orqali yo'naltirish mumkin. Bu orqali sayyohlar oqimini ko'payishiga erishamiz.

## **PANDEMIYADAN KEYINGI DAVRDA TURIZM RIVOJLANISHINI STATISTIK O'RGANISH**

Turizm industriyasi jahon xo'jaligining yetakchi tarmoqlaridan biri bo'lib, milliy iqtisodiyotga yuqori daromad keltiradigan istiqbolli soha hisoblanadi. Turizm dunyo yalpi ichki mahsulotining taxminan 5% ini tashkil etadi, rivojlangan mamlakatlarda deyarli 10% aholi turizm sohasida band. COVID-19 pandemiyasi oqibatida turizm sohasi eng katta talafot ko'rgan tarmoqlardan hisoblanadi. Jahon turizm tashkiloti (UNWTO)ning ma'lumotlariga ko'ra, 2020-yilda xalqaro turizm 72% ga yoki turizm xizmatlaridan tushumlar 1,1 trillion dollarga kamayib, 1990-yil darajasiga tushib qoldi. Natijada 935 mlrd. dollar miqdorida eksport daromadlari yo'qotildi. Ma'lumki, 2020-yil 16-martdan mamlakatimiz tashqi va ichki turistlar uchun yopilgan edi. Oqibatda 1,5 mingdan ortiq turoperator, 1,2 mingta mehmonxona o'z faoliyatini to'xtatdi. Bular, gidlar, milliy hunarmandchilik, ziyoratgoh va sihatgohlar, umumiy ovqatlanish, transport va boshqalar bilan qo'shib hisoblaganda 250 mingdan ortiq aholi daromadiga jiddiy ta'sir qildi.

Mamlakatda turizmni milliy iqtisodiyotni diversifikatsiya qilish, hududlarni jadal rivojlantirish, yangi ish o'rinlarini yaratish, aholining daromadlari va turmush darajasini oshirish, mamlakatning investitsiyaviy jozibadorligini oshirishni ta'minlovchi strategik tarmoqlardan biri sifatida rivojlantirish bo'yicha kompleks chora-tadbirlar bosqichma-bosqich amalga oshirilmoqda.

Viza rejimining liberallashtirilishi, chet el fuqarolarini ro'yxatga olish tartibining soddalashtirilishi, turizm tarmog'ini rivojlantirish uchun imtiyoz va preferensiyalar berilishi milliy turizm salohiyatini ichki va tashqi bozorlarda samarali targ'ib qilish imkonini berdi.

Shu bilan birga, o'tkazilgan tahlillar turizm tarmog'ini tartibga soluvchi normativ-huquqiy asosning nomukammalligi, alohida turizm xizmatlarini ko'rsatish qoidalarining, shuningdek chet el fuqarolarining toifalari, bo'lish muddatlari va maqsadlari bo'yicha dunyo amaliyotida keng qo'llaniladigan alohida viza rejimlarining mavjud emasligini ko'rsatmoqda.

Shuningdek, joylashtirish vositalari va infratuzilma obyektlarining, ayniqsa turizm mavsumida yetishmasligi, turli transportlarda yo'lovchilarni tashish tizimining yetarli darajada muvofiqlashtirilmaganligi, shuningdek, turistlarni mavjud turizm salohiyati to'g'risidagi ma'lumotlar bilan ta'minlashni tashkillashtirish darajasining pastligi, ichki turizmni, mamlakat hududlaridagi madaniy meros obyektlarining va ziyoratning o'ziga xosliklarini targ'ib qilish bo'yicha marketing kampaniyalarining samarasizligi turizmni jadal rivojlantirishga salbiy ta'sir qilmoqda.

Hozirgi kunda, dunyo mamlakatlarida xalqaro turizmning rivojlanishida turistik korxonalarning ijtimoiy-iqtisodiy ahamiyatini oshirishga juda katta e'tibor berilmoqda. Dunyodagi to'rtta ustuvor sohalardan biriga aylangan turizm sohasiga ham imkon qadar aholining keng qatlamini faol hissa qo'chishlarini, ya'ni ularni turli xil turistik xizmatlarni tashkil qilishda keng miqyosda ishtirok etishlarini va buning