TURISTIK DESTINATSIYALARNI BOSHQARISHNING ZAMONAVIY YONDASHUVLARI: BARQARORLIK, RAQAMLASHTIRISH VA HUDUDIY RIVOJLANISH

Muxtorov Samadjon Abdusattor O'g'li
mustaqil tadqiqotchi Samarqand iqtisodiyot va Servis instituti
samadjonmuxtorov@gmail.com
Orcid kod 0009-0000-9017-2946

Annotatsiya. Ushbu maqolada turistik destinatsiyalarni boshqarishning zamonaviy yondashuvlari, xususan, barqarorlik, raqamlashtirish, turist tajribasini boshqarish va ma'lumotlarga asoslangan qaror qabul qilish masalalari tahlil qilinadi. Jahon va O'zbekiston turizm ko'rsatkichlari asosida turistik oqimlarning o'sish tendensiyalari baholanadi. Samarqand viloyatining turistik salohiyati va mavjud infratuzilmasi tahlil qilinib, hududiy turizmni rivojlantirishning ustuvor yo'nalishlari asoslanadi. Shuningdek, turistlarning qolish muddatini uzaytirish, hududiy turistik oqimlarni diversifikatsiya qilish va raqamli monitoringni takomillashtirish bo'yicha takliflar ishlab chiqiladi.

Kalit so'zlar: turizm, turistik destinatsiya, turizmni boshqarish, barqaror rivojlanish, raqamlashtirish, turist oqimi, turist tajribasi, hududiy rivojlanish, Samarqand.

Turizm XXI asrda jahon iqtisodiyotining eng jadal rivojlanayotgan xizmat ko'rsatish tarmoqlaridan biriga aylandi. Uning iqtisodiy samaradorligi faqat turistlar soni bilan emas, balki transport, joylashtirish, ovqatlanish, savdo, madaniyat, axborot texnologiyalari va mahalliy tadbirkorlikning o'zaro integratsiyasi bilan belgilanadi. UN Tourism ma'lumotlariga ko'ra, 2024-yilda dunyo bo'yicha xalqaro turistlar soni qariyb 1,4 milliard nafarga yetib, pandemiyadan oldingi 2019-yil darajasining 99 foiziga tiklangan [1]. 2025-yilda esa xalqaro turistlar oqimi yana 4 foizga oshib, taxminan 1,52 milliard safarni tashkil etgan [2]. Bu ko'rsatkichlar turizm bozorining tiklanishdan barqaror o'sish bosqichiga o'tayotganini ko'rsatadi.

Bunday sharoitda turizmni boshqarishning asosiy vazifasi faqat turistlar oqimini ko'paytirish emas, balki undan yuqori iqtisodiy va hududiy qiymat yaratishdan iborat. Turistlarning qolish muddati, xarajatlari, hudud bo'ylab taqsimlanishi, qoniqish darajasi, takroriy tashriflari va mahalliy iqtisodiyotga qo'shayotgan hissasi boshqaruvning muhim natijalariga aylanmoqda. Shu jihatdan zamonaviy turizm boshqaruvi alohida korxonadan destinatsiyaga, oddiy statistikadan ma'lumotlarga asoslangan qaror qabul qilishga, turistlar sonidan esa turist tajribasi va iqtisodiy qiymatga yo'naltirilmoqda.

Turistik destinatsiyalarni boshqarishning zamonaviy konsepsiyalari:

Turizm mahsulotining kompleks xususiyati sababli mehmonxona, transport, tarixiy obyekt, restoran yoki gid faoliyatini alohida boshqarish destinatsiyaning umumiy raqobatbardoshligini to'liq ta'minlamaydi. Turist mazkur xizmatlarning har birini alohida emas, balki yagona sayohat tajribasi sifatida baholaydi. Shu sababli **Destination Management**, ya'ni turistik destinatsiyani boshqarish konsepsiyasi turizm siyosatining muhim yo'nalishiga aylandi. Uning mazmuni davlat organlari, xususiy biznes, mahalliy aholi, transport tashkilotlari, madaniy obyektlar va boshqa manfaatdor tomonlarning faoliyatini yagona hududiy tizimda muvofiqlashtirishdan iborat.

Turizmni boshqarishning asosiy zamonaviy konsepsiyalari

1-jadval

Konsepsiya	Boshqaruv obyekti	Asosiy maqsad	Asosiy indikator
An'anaviy boshqaruv	Turistik korxona	Foydani oshirish	Daromad, foyda

© Ushbu material Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) litsenziyasi asosida tarqatiladi.

Destinatsion boshqaruv	Hudud	Raqobatbardoshlikni oshirish	Turist oqimi, qolish muddati
Barqaror boshqaruv	Hudud va jamiyat	Iqtisodiy-ekologik muvozanat	Resurs samaradorligi
Raqamli boshqaruv	Turist va axborot oqimi	Tezkor qaror qabul qilish	Raqamli xizmatlar
Tajribaga asoslangan boshqaruv	Turist tajribasi	Qoniqish va sodiqlik	Qoniqish, takroriy tashrif
Hamkorlik boshqaruvi	Manfaatdor tomonlar	Muvofiqlashtirish	Qo'shma loyihalar

Zamonaviy yondashuvlarning asosiy farqi boshqaruv obyektining kengayishida namoyon bo'ladi. An'anaviy modelda korxonaning daromadi va foydasi asosiy natija hisoblangan bo'lsa, destinatsion modelda hududning umumiy turistik raqobatbardoshligi, barqarorlik va turist tajribasi birgalikda baholanadi. Shu sababli turistik destinatsiyani boshqarish strategik rejalashtirish, xizmatlar integratsiyasi, raqamli monitoring, turist oqimini taqsimlash va manfaatdor tomonlar o'rtasidagi hamkorlikni o'z ichiga oladi.

Global turizm tendensiyalari va boshqaruvga yangi talablar:

Xalqaro turizmning tez tiklanishi destinatsiyalar o'rtasidagi raqobatni kuchaytirmoqda. Raqamli texnologiyalar turistning sayohatni tanlashidan tortib bron qilish, to'lov, navigatsiya va xizmatlarni baholashgacha bo'lgan jarayonlarni o'zgartirdi. Shu bilan birga, ekologik va ijtimoiy barqarorlik masalalari ham turizm siyosatining muhim qismiga aylanmoqda. Turistlar oqimining haddan tashqari konsentratsiyasi tarixiy obyektlar, transport, suv va energiya resurslari hamda mahalliy aholi hayotiga bosim yaratishi mumkin.

Shu sababli zamonaviy destinatsion boshqaruvda turistlar sonini ko'paytirish bilan bir qatorda turistik yuklamani boshqarish, mavsumiylikni kamaytirish, turist oqimini hududiy taqsimlash va tabiiy-madaniy resurslardan oqilona foydalanish masalalari ham hisobga olinadi. UN Tourism tomonidan barqaror turizmni o'lchash va xalqaro taqqoslanadigan indikatorlarni ishlab chiqishga e'tiborning kuchayishi ham ushbu tendensiyaning xalqaro miqyosdagi ahamiyatini ko'rsatadi [3].

O'zbekistonda turizm so'nggi yillarda yuqori sur'atlarda rivojlanayotgan iqtisodiy yo'nalishlardan biridir. Milliy statistika qo'mitasi ma'lumotlariga ko'ra, mamlakatga turistik maqsadlarda kelgan xorijiy fuqarolar soni 2021-yildagi 1 881,3 ming safardan 2025-yilda 11 679,6 ming safargacha oshgan [4].

O'zbekistonga turistik maqsadlarda kelgan xorijiy fuqarolar dinamikasi

2-jadval

Yil	**Xorijiy turistlar, ming safar**	**Yillik o'zgarish**
2021	1 881,3	—
2022	5 232,8	+178,1 %
2023	6 626,3	+26,6 %
2024	7 957,2	+20,1 %
2025	11 679,6	+46,8 %

Manba: O'zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo'mitasi SIAT ma'lumotlari asosida muallif tomonidan tuzildi [4].

© Ushbu material Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) litsenziyasi asosida tarqatiladi.

Keltirilgan ma'lumotlardan ko'rinadiki, 2021–2025-yillarda xorijiy turistlarning turistik safarlari qariyb 6,2 barobarga oshgan. Ayniqsa 2022-yildagi 178,1 foizlik va 2025-yildagi 46,8 foizlik o'sish turizm infratuzilmasi va boshqaruv tizimiga yangi talablarni yuzaga keltirmoqda. Shu bilan birga, statistik ko'rsatkich "safar" birliklarida hisoblanishini inobatga olish zarur: bir shaxsning mamlakatga bir necha marta kirishi alohida safarlar sifatida qayd etilishi mumkin [5]. Shu sababli boshqaruv tahlilida turistlar soni, turistik safarlar va unikal tashrif buyuruvchilar tushunchalarini farqlash muhim.

Turizm xizmatlari eksportining o'sishi ham sohaning iqtisodiy ahamiyatini kuchaytirmoqda. 2025-yil yanvar–noyabr oylarida O'zbekistonda turizm xizmatlari eksporti 4,4 milliard AQSh dollariga yetgan [6]. Demak, turizm mamlakat uchun nafaqat xizmat ko'rsatish, balki eksport salohiyatiga ega bo'lgan iqtisodiy sektor sifatida ham qaralishi lozim.

Mazkur sharoitda boshqaruvning asosiy vazifalari turistlarning qolish muddatini uzaytirish, bir turistga to'g'ri keladigan xarajatni oshirish, turist oqimini hududlar bo'yicha diversifikatsiya qilish, mavsumiylikni kamaytirish, turistik markazlarda ortiqcha konsentratsiyani oldini olish va mahalliy aholining turizm daromadlaridagi ishtirokini kengaytirishdan iborat.

Samarqand O'zbekistonning asosiy xalqaro turizm markazlaridan biri bo'lib, uning tarixiy-madaniy merosi, transport imkoniyatlari, mehmonxona infratuzilmasi va xalqaro turizm brendi hududning asosiy raqobat ustunliklarini shakllantiradi. So'nggi yillarda viloyatning turizm infratuzilmasi ham sezilarli darajada kengaymoqda.

Milliy statistika ma'lumotlariga ko'ra, Samarqand viloyatida ixtisoslashtirilgan joylashtirish vositalari soni 2024-yildagi 40 birlikdan 2025-yilda 113 birlikka yetgan [7]. Shuningdek, 2025-yil yanvar–avgust oylarida viloyatda turistik agentliklar, turoperatorlar, bron qilish va boshqa tegishli xizmatlar hajmi 305 milliard so'mni tashkil etgan [8].

Samarqand viloyatida turizmni boshqarish uchun ustuvor indikatorlar

3-jadval

Yo'nalish	**Asosiy indikator**	**Boshqaruv maqsadi**
Turist oqimi	Keluvchi turistlar soni	Oqimni barqaror oshirish
Qolish muddati	O'rtacha tunash kunlari	Turistik qiymatni oshirish
Xarajat	Bir turistga xarajat	Daromadni ko'paytirish
Hududiy taqsimot	Tashriflarning hududlar bo'yicha ulushi	Turizmni diversifikatsiya qilish
Mavsumiylik	Oylar kesimidagi oqim	Yuklamani muvozanatlashtirish
Raqamlashtirish	Onlayn bron va raqamli xizmatlar	Xizmat samaradorligi
Barqarorlik	Suv, energiya, chiqindi	Ekologik yuklamani kamaytirish
Turist tajribasi	Qoniqish indeksi	Takroriy tashrifni oshirish

Samarqand uchun muhim vazifalardan biri turistik oqimni faqat Samarqand shahri markazida jamlash emas, balki viloyatning boshqa hududlariga taqsimlashdir. Urgut, Payariq, Ishtixon, Kattaqo'rg'on, Nurobod, Qo'shrabot va boshqa hududlarda madaniy, ekologik, gastronomik, qishloq va ziyorat turizmini rivojlantirish turistlarning qolish muddatini uzaytirishi mumkin. Shu nuqtai nazardan, "Samarqand shahriga tashrif" modelidan "Samarqand viloyatida turistik sayohat" modeliga o'tish maqsadga muvofiq bo'lib, bu turist xarajatlarining hudud ichida kengroq taqsimlanishiga va mahalliy tadbirkorlarning turizm qiymat zanjiridagi ishtirokini oshirishga xizmat qiladi.

© Ushbu material Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) litsenziyasi asosida tarqatiladi.

Zamonaviy turizm boshqaruvining asosiy funksiyalari:

Zamonaviy turizm boshqaruvi rejalashtirish, tashkil etish, muvofiqlashtirish va nazorat kabi klassik funksiyalarni saqlab qolgan holda, ularni raqamli monitoring, turist tajribasi va barqarorlikni boshqarish bilan to‘ldirmoqda.

Strategik rejalashtirish destinatsiyaning uzoq muddatli maqsadlarini belgilaydi. Bunda turistlar soni bilan birga qolish muddati, turizm daromadi, infratuzilma sig‘imi, xizmatlar sifati va ekologik yuklama hisobga olinadi. Shuning uchun zamonaviy rejalashtirish "qancha turist keladi?" savolidan tashqari "qanday turist, qancha muddatga, qaysi mavsumda va hudud iqtisodiyotiga qancha qiymat yaratgan holda keladi?" degan savollarga javob berishi kerak.

Muvofiqlashtirish turizmning ko‘p subyektli tizim ekanligidan kelib chiqadi. Davlat organlari, mehmonxonalar, transport tashkilotlari, restoranlar, gidlar, turistik agentliklar, madaniy obyektlar va mahalliy aholi o‘rtasidagi hamkorlik destinatsiyaning yakuniy turistik mahsulotini shakllantiradi.

Raqamli monitoring turistlarning onlayn qidiruvlari, bronlari, transport harakati, turistik obyektlarga tashriflari va onlayn sharhlaridan foydalanib, destinatsiyaning holatini tezkor baholash imkonini beradi. Samarqand uchun turistlar oqimi, mehmonxonalar bandligi, transport yuklamasi, turistik obyektlar zichligi, mavsumiylik va turist qoniqishini birlashtiruvchi yagona "Tourism Dashboard" tizimini shakllantirish amaliy jihatdan muhim.

Turist tajribasini boshqarish esa xizmatlarning alohida sifatidan ko‘ra turistning umumiy sayohat tajribasiga e’tibor qaratadi. Aeroport yoki temiryo‘l vokzalidan yetib kelish, mehmonxonaga joylashish, tarixiy obidalarga kirish, gid, ovqatlanish, to‘lov va raqamli axborot xizmatlari birgalikda turistning destinatsiyaga bergan bahosini shakllantiradi.

Barqarorlikni boshqarish turizmning ekologik, ijtimoiy va madaniy yuklamasini nazorat qilishni nazarda tutadi. Ayniqsa tarixiy markazlarda turistlar oqimining ortishi transport, chiqindi, suv, energiya va tarixiy obyektlarning saqlanishiga bosimni kuchaytirishi mumkin. Shu sababli destinatsiyaning ekologik, infratuzilmaviy, ijtimoiy va madaniy sig‘imini muntazam baholash zarur.

Turistlar soni, mehmonxonalar soni va turizm xizmatlari hajmi kabi an’anaviy ko‘rsatkichlar zamonaviy boshqaruv uchun zarur, biroq yetarli emas. Hududiy turizm boshqaruvida oqim, vaqt, iqtisodiy natija, turist tajribasi, hududiy taqsimot va barqarorlik indikatorlarini yagona tizimda qo‘llash maqsadga muvofiq.

Oqim indikatorlariga turistlar soni va turistik safarlar, vaqt indikatorlariga o‘rtacha qolish muddati va mavsumiylik, iqtisodiy indikatorlarga bir turistga to‘g‘ri keladigan xarajat va turizm xizmatlari eksporti, tajriba indikatorlariga qoniqish va takroriy tashriflar, hududiy indikatorlarga turistlarning shahar va tumanlar bo‘yicha taqsimoti, barqarorlik indikatorlariga esa suv, energiya, chiqindi va transport yuklamasi kiradi.

Mazkur tizim turistlar sonining o‘sishi bilan turizmning haqiqiy iqtisodiy samaradorligini farqlash imkonini beradi. Masalan, turistlar sonining 20 foizga oshishi bilan bir vaqtda o‘rtacha qolish muddati 3 kundan 2 kungacha qisqarsa, turizmning iqtisodiy qiymati kutilgan darajada oshmasligi mumkin. Aksincha, turistlar soni 10 foizga oshib, qolish muddati 2 kundan 3,5 kungacha uzaysa, hududiy iqtisodiy samaradorlik yuqoriroq bo‘lishi ehtimoli katta. Shuning uchun **turistlar soni yakuniy maqsad emas, balki boshqa sifat va iqtisodiy indikatorlar bilan birgalikda boshqariladigan natija ko‘rsatkichi** sifatida qaralishi lozim.

Samarqand viloyati uchun ustuvor boshqaruv yo‘nalishlari:

© Ushbu material Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) litsenziyasi asosida tarqatiladi.

Hududiy diversifikatsiya — Samarqand shahri asosiy markaz bo‘lib qolgan holda, Urgut (hunarmandchilik, tog‘ turizmi), Payariq (ziyorat), Kattaqo‘rg‘on (tarixiy-madaniy) va boshqa tumanlardagi ekologik hamda qishloq turizmi resurslarini yagona marshrutlarga birlashtirish.

Qolish muddatini uzaytirish — 1–2 kunlik sayohatlarni 4–5 kunlik hududiy marshrutlarga aylantirish orqali transport, mehmonxona, ovqatlanish va boshqa xizmatlarga xarajatlarni oshirish hamda daromadlarni viloyat bo‘ylab taqsimlash.

Mavsumiylikni kamaytirish — gastronomik, ziyorat, konferensiya, sog‘lomlashtirish va madaniy tadbirlarni yil davomida tashkil etish.

Raqamli infratuzilma — yagona platformada obyektlar, transport, mehmonxonalar, gidlar, tadbirlar va elektron to‘lovlarni integratsiya qilish.

Mahalliy aholini jalb qilish — oilaviy mehmon uylari, hunarmandlar, fermerlar va mahalliy gastronomiya ulushini oshirish orqali daromadlarni kengroq taqsimlash.

Zichlikni boshqarish — tarixiy markazlarda monitoring olib borish, muqobil yo‘nalishlar taklif etish va kirishni vaqt bo‘yicha tartibga solish.

Tadqiqot natijalari zamonaviy turizm boshqaruvi an’anaviy korxona boshqaruvidan kompleks destinatsion boshqaruvga o‘tayotganini ko‘rsatadi. Xalqaro turizmning 2024-yilda qariyb 1,4 milliard, 2025-yilda esa 1,52 milliard safarga yetishi hamda O‘zbekistonda xorijiy turistlarning turistik safarlari 2021–2025-yillarda 1,88 milliondan 11,68 milliongacha oshishi turizm boshqaruvini yangi bosqichga olib chiqishni talab etmoqda.

O‘zbekiston sharoitida turistlar oqimining o‘sishi bilan bir qatorda turizm xizmatlari eksportining 2025-yil yanvar–noyabr oylarida 4,4 milliard AQSh dollariga yetgani turizmning iqtisodiy ahamiyati kuchayayotganini ko‘rsatadi. Samarqand viloyatida ixtisoslashtirilgan joylashtirish vositalarining 40 tadan 113 tagacha ko‘payishi va turistik agentliklar, turoperatorlar hamda bron qilish xizmatlari hajmining 305 milliard so‘mga yetishi hududning turistik salohiyati bilan birga boshqaruv tizimiga bo‘lgan talab ham oshayotganini anglatadi.

Shu asosda zamonaviy turizm boshqaruvining strategik rejalashtirish, destinatsion muvofiqlashtirish, raqamli monitoring, turist tajribasini boshqarish, barqarorlik va ma’lumotlarga asoslangan qaror qabul qilish funksiyalarini birlashtiruvchi kompleks modelini qo‘llash maqsadga muvofiq. Samarqand viloyatida esa turist oqimini viloyat hududlari bo‘yicha diversifikatsiya qilish, qolish muddatini uzaytirish, mavsumiylikni kamaytirish, raqamli monitoring tizimini joriy etish va mahalliy aholini turizm qiymat zanjiriga kengroq jalb qilish ustuvor vazifalar sifatida belgilanadi.

IZOHLAR

[1] UN Tourism. *World Tourism Barometer, January 2025.* 2024-yilda xalqaro turistlar soni qariyb 1,4 milliard nafarga yetgani qayd etilgan.

[2] UN Tourism. *World Tourism Barometer, January 2026.* 2025-yilda xalqaro turistlar oqimi 4 foizga o‘sib, taxminan 1,52 milliard safarni tashkil etgani qayd etilgan.

[3] UN Tourism. *Tourism Statistics.* Barqaror turizmni o‘lchash va xalqaro taqqoslanadigan indikatorlarni shakllantirish bo‘yicha materiallar.

[4] O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi, SIAT. "O‘zbekiston Respublikasiga kirib kelgan xorijiy fuqarolarning turistik safarlari soni", 2021–2025-yillar.

[5] O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi. *O‘zbekiston Respublikasining ijtimoiy-iqtisodiy holati, 2025-yil yakunlari.* Turistik safarlarni statistik hisobga olish metodologiyasi.

© Ushbu material Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) litsenziyasi asosida tarqatiladi.

[6] O'zbekiston Respublikasi Turizm qo'mitasi. 2025-yil yanvar–noyabr oylarida O'zbekistonda turizm xizmatlari eksporti bo'yicha ma'lumotlar.
[7] O'zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo'mitasi, SIAT. "Ixtisoslashtirilgan joylashtirish vositalari soni", Samarqand viloyati, 2024–2025-yillar.
[8] O'zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo'mitasi. Samarqand viloyatida turistik agentliklar, turoperatorlar, bron qilish va boshqa tegishli xizmatlar hajmi, 2025-yil yanvar–avgust.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. UN Tourism. *World Tourism Barometer*. Madrid: UN Tourism, 2025–2026.
2. UN Tourism. *International Tourism Highlights*. Madrid: UN Tourism.
3. World Tourism Organization. *Tourism Statistics: International Recommendations for Tourism Statistics*. Madrid.
4. O'zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo'mitasi. *O'zbekiston Respublikasining ijtimoiy-iqtisodiy holati*. Toshkent, 2025–2026.
5. O'zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo'mitasi. *SIAT — Statistika axborot tizimi*. Turizm statistikasi ma'lumotlar bazasi.
6. O'zbekiston Respublikasi Turizm qo'mitasi. O'zbekiston turizm sektorining rivojlanish ko'rsatkichlari.
7. O'zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo'mitasi. *O'zbekistonda turizm*. Statistik ma'lumotlar to'plami.
8. Samarqand viloyati hokimligi. Samarqand viloyatida turizmni rivojlantirish bo'yicha rasmiy materiallar.

© Ushbu material Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) litsenziyasi asosida tarqatiladi.