

УДК: 338.48

PhD, Хидирова Гавҳар Рустамовна

Бухоро Давлат Университети

МИНТАҚАДА ИЧКИ ТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ КОНЦЕПТУАЛ АСОСЛАРИ

Аннотация. Мақолада Марказий Осиё минтақавий иқтисодий ҳамкорлик минтақасида ички туризмни ривожлантиришнинг концептуал асосларини иккита алоҳида стратегия - ҳажмга асосланган стратегия ва юқори қийматли стратегия орқали туризм индустрияси имкониятлардан келиб чиққан ҳолда амалга ошириш йўналишлари кўриб чиқилди. Бунда кам харажат қилиб, юқори қўшилган қийматни ўзлаштириш билан боғлиқ оммавий туризм йўналишлари ва ҳамкорлик минтақасининг ресурс имкониятлари таҳлили амалга оширилди. Саёҳат қилишнинг асосий мотивацияси бўлган туризм бозори сегментларга ажратилди ва уларнинг улуши маҳаллий, қўшни давлатлардан кирувчи ва узоқ давлатлардан таширфларлар каби уч гуруҳга ажратиб таҳлил қилинди. Бундан ташқари, ички туризмни ривожлантиришнинг концептуал асосини ишлаб чиқишда амалга оширишга лозим бўлган чора-тадбирларга таъсир қилувчи иқтисодий, сиёсий, маданий, технологик омиллар PEST-таҳлил матрицаси ишлаб чиқилди ва таҳлил натижасига кўра хулоса ва таклифлар шакллантирилди.

Калим сўзлар: туризм, ички туризм, туризм бозори, сегмент, туризмни ривожлантиришнинг концептуал асоси, туризм стратегияси, туризм хизматлари, қўшилган қиймат, иқтисодий, сиёсий, маданий, технологик, PEST.

CONCEPTUAL FUNDAMENTALS OF DOMESTIC TOURISM DEVELOPMENT IN THE CAREC REGION

Annotation. The article discusses the implementation of the conceptual framework for the development of domestic tourism in the Central Asian Regional Economic Cooperation through two separate strategies, volume-based strategy and high-value strategy, based on the potential of the tourism industry. This included an analysis of the low-cost, high-value-added areas of mass tourism and the resource potential of the partnership area. The main motivation for travel is that the tourism market is segmented and their share is analyzed by dividing it into three groups such as local, incoming from neighboring countries and visits from distant countries. In addition, the PEST-analysis matrix of economic, political, cultural, technological factors influencing the measures to be taken in the development of the conceptual framework for the development of domestic tourism was proposed and the conclusions and recommendations were formed based on the results of the analysis.

Keywords: tourism, domestic tourism, tourism market, segment, conceptual framework of tourism development, tourism strategy, tourism services, value added, economic, political, social, technological, PEST

Кириш.

Бутунжаҳон саёҳат ва туризм кенгаши (WTTC)нинг 2018 йил маълумотларига кўра, ички туризм ривожланган давлатлар иқтисодиётида саёҳат ва туризмнинг асосий ҳаракатлантирувчи кучи ҳисобланади. 2018 йилги Бутунжаҳон Саёҳат ва Туризм Кенгаши (WTTC)нинг саёҳат ва сайёҳлик харажатларининг умумий таҳлилида Бразилия туризм бозори биринчи ўринни эгаллади, унинг 94 фоиз туризм харажатлари маҳаллий сайёҳлар ҳисобидан дея ҳисоботда таъкидланди. Кейинги ўринларда юқори туризм харажатлари билан Хитой, Ҳиндистон, Аргентина ва Германия ўрин эгаллаган, уларнинг ҳар бири 87 фоиз кўрсаткични қайд этган. Япония, Мексика, Буюк Британия ва АҚШ ички туризм харажатлари 80 фоиздан юқори кўрсаткични қайд этган. Ўрта тоифада дарамодага эга аҳоли сонининг кўпайиши, сўнгги йилларда, айниқса, ривожланаётган мамлакатларда, ички туризм истеъмолчилар сарф-харажатлар миқдорининг ошиши туфайли, ички туризм кўрсаткичининг ўсишига олиб келади. Айниқса ривожланаётган мамлакатларда ички туризмнинг ривожланишини қўллаб-қувватловчи кучли далиллар мавжуд, уларнинг аксарияти халқаро туризм билан боғлиқ бўлган афзалликларга мос келади.

Масалан, давлат томонидан туризм саноатини ҳар томонлама қўллаб-қувватловчи стратегияларни ишлаб чиқиши натижасида туризм саноати ва у билан боғлиқ соҳаларни ривожлантириш учун субсидияларни ажратилиши, кам фоиз ставкали кредитларни жалб қилиниши, ҳудудларни туристик имконият даражасидан келиб чиққан ҳолда янги туризм хизматларини ишлаб чиқиш, аҳоли даромадларини оширилишида иш ҳақининг минимал миқдорини аҳолининг истеъмол саватчасидан келиб чиққан ҳолда белгиланиш меъёрларини ишлаб чиқиши, янги туризм хизмати йўналишларини қўллаб-қувватлашда стартап танловларини доимий ўтказиб бориш ҳамда инвестор ва ғоя эгаларини ўртасида кўприкларни ўрнатишга хизмат қилиш, туризм соҳасида инновацион ғоя ва технологияларни молиялаштиришда давлат-хусусий сектор шерикчилигини йўлга қўйилиши, камбағаллик даражасини камайтиришда кичик бизнесни давлат томонидан қўллаб-қувватланиши ва маблағлар ажратилиши, маданий меърос объектлар рекламасида инновацион маркетинг йўналишларидан самарали фойдаланишни йўлга қўйиш, транспорт йўллари, қатновлар логистикаси, хизмат кўрсатиш сифати юқори даражага олиб чиқиши, нархларнинг аҳоли даромадларидан келиб чиққан ҳолда белгиланиши бунда рақобат муҳитини давлат томонидан рағбатлантирилиши ва кенг йўл очиб берилиши, эски анъанавий маркетинг хизматларидан воз кечиб юқори талаб стандартларига мос рақамли маркетинг хизматларига алмаштирилиши, меҳмонхона, кафе, бар, ресторан, транспортларда узлуксиз, юқори тезликдаги интернет, Wi-фи билан таъминланиши, B2B (бизнес ва бизнес), B2C (бизнес ва истеъмолчи), B2G (бизнес ва давлат) онлайн платформаларини жорий қилиниши туризм соҳасида фаолият юритаётган хўжалик юритувчи субъектлар ва истеъмолчилар ўртасида масофавий боғланиш ва операцияларни амалга оширишда қатор енгилликлар ва афзалликларни яратилиши минтақада ички туризмни ривожлантиришнинг концептуал асосини белгилаб берувчи асосий йўналишлар деб қараш мумкин.

Ички туризмни ривожлантиришнинг концептуал асоси - бу сайёҳлар сони, бозор сегменти, уларнинг сарф-харажатлари ва ушбу харажатлар натижасида ҳосил бўлган қўшимча қийматга боғлиқ. Жаҳон иқтисодий форумининг саёҳатлар ва сайёҳлик рақобатбардошлиги индексининг рейтинги кўрсаткичи жаҳонда ўртача кўрсаткичи 3.87га тенг, Марказий Осиё минтақавий иқтисодий ҳамкорлик мамлакатлари (МОМИХ)нинг ўртача кўрсаткичи 3.66га, Покистонда 3.10, ХХРда

эса 4.88 кўрсаткич қайд этилди. Ялпи ички маҳсулотга туризм секторининг бевосита қўшган ҳиссаси жаҳонда ўртача 4,3%га, МОМИХ давлатларида энг юқори кўрсаткичга эга давлат - Грузияда 9,4% ва энг кам ялпи ички маҳсулотига тўғридан-тўғри ҳиссаси паст бўлган давлат Туркменистонда 0,1% тўғри келади. Туризмнинг ялпи ички маҳсулотга таъсири туристлар сони, уларнинг харажатлари ва ушбу харажатлар натижасида ҳосил бўлган қўшилган қиймат орқали аниқланади. Таҳлил натижалари шуни кўрсатадики, туризмда яратилган қўшилган қиймат жумладан, Покистонда юқори кўрсаткич 63,7%, Озарбайжонда ўртача 36,9% ва Ўзбекистонда 54,1% ва Хитойда тахминан 20%, Қирғизистон Республикаси 15,7% ташкил қилган.¹

Адабиётлар шарҳи.

Минтақада ички туризмни ривожлантиришнинг концептуал асосларини ишлаб чиқишда ички туризм моҳиятини очиб бериш, маҳаллий сайёҳлар, кирувчи ва чикувчи туризмни аниқлаб олишда бирқанча туризмни ривожлантириш илмий-тадқиқот институтлари ва олимлар томонидан илмий изланишлар олиб борилган. Хусусан, Бирлашган Миллатлар Ташкилотининг Жаҳон Сайёҳлик Ташкилоти (UNWTO) томонидан 2005 йилда илгари сурилган таърифга кўра, "маҳаллий сайёҳ" ўз мамлакати ҳудудида ўн икки ойдан ошмаган муддатга саёҳат қиладиган мамлакат резиденти сифатида таништирилади. Мамлакат чикувчи меҳмонларни юборади ва кирувчи меҳмонларни қабул қиладди. Кирувчи меҳмонлар (келганлар) ҳам бир кечада туристлар, ҳам бир кунлик ташриф буюрувчиларни (экскурсиячиларни) ўз ичига олади (UNWTO, 2005) [1]. Шу нуқтаи назардан, ички туризм атамаси одам яшаган мамлакатга қилинган ташрифлар ва саёҳатлар билан белгиланади (Singh, 2020) [2]. Яна бир гуруҳ олимларнинг таърифига кўра ички туризм - бу туристлар келиб чиққан мамлакат ҳудудларини зиёрат қилишлари билан шуғулланадиган тадбирлар (Maringure ва бошқалар, 2019) [3]. Hall & Lew (2009) маълумотларига кўра, ички туризм ўз мамлакатлари ичидаги жойларга ташриф буюрадиган мамлакат ичидаги ёки иқтисодий ҳудуддаги аҳолини ўз ичига олади [4]. Резидентлар туризм маҳсулотлари ва хизматларни фақат халқаро сайёҳларга борадиган жойларга етказиб беришлари керак деган умумий фикрдан фарқли ўлароқ, Ilbrecht (2011), Larsen (2011), Urry (2002) ва Urry (2011) ҳатто бу маҳаллий аҳоли ҳам сайёҳга айланиши мумкинлигини таъкидлашган [5]. Ушбу концепциядан шуни тушунишимиз мумкинки, ўзининг минтақасида туристик фаолиятда иштирок этаётган киши - бу маҳаллий сайёҳдир. Бироқ, Kabote, Mamimine & Muranda (2017) илгари сурган фикрига кўра маҳаллий сайёҳнинг бундай эркин концепцияси ҳар кимни сайёҳга айлантиради, шунингдек, 2005 йилда UNWTO томонидан илгари сурилган туризмнинг аниқ маъносини тўлдиради [6].

COVID-19 пандемияси тарқалишидан олдин, хорижий сайёҳлар ташрифи жаҳон сайёҳлик бозоридаги улуши 75 фоизидан юқори эди (Yap & Allen, 2018) [7]. Бироқ, бу ички туризмнинг иқтисодиётдаги ролини ва ҳиссасини тан олиш билан аста-секин ўзгариб бормоқда. Бинобарин, пандемия вақтида ва пандемиядан кейинги туризм статистикаси ички туризм кўрсаткичларини кўрсатмоқда. Бугунги кунда, ички туризм стратегияси пухта ишлаб чиқилган ва амалда юқори натижаларга

¹ World Economic Forum. 2019. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019: Travel and Tourism at a Tipping Point. Geneva; WTTC. 2019. Travel and Tourism Economic Impact. London; and World Bank. World Bank Open Data (accessed 10 August 2020). For Afghanistan and Turkmenistan, data have been estimated by the consultant team under ADB. 2019. Technical Assistance for Sustainable Tourism Development in the Central Asia Regional Economic Cooperation Region.

эришган кўплаб ривожланаётган мамлакатларда туризм саноати анча барқарор деб баҳоланмоқда, чунки халқаро туризмда содир бўлган глобал молиявий инқироз ва давлатлар ўртасида чегараларнинг ёпилиши, ташқи туризмни қабул қилиш шартларининг мураккаблашуви, давлатларнинг ўзаро сиёсий алоқалари каби омилларнинг ички туризмга таъсир доираси кам деб баҳоланди (Mazhande, Basera, Chikuta, Tarfuma, Ncube & Baipai, 2020) [8].

Минтақада ички туризмнинг ривожланиши ундаги мамлакатларини яқинлаштириб, уларнинг ўзаро муносабатларини фаоллаштиришда энг ишончли ва мустаҳкам тизимдир. Хусусан, ички туризм ривожланиши деярли барча соҳаларга ижобий таъсир кўрсатиб мамлакат иқтисодиётининг динамик тарзда ўсишига олиб келади. Шунингдек, соҳага киритилаётган сармоя қисқа фурсатда ўзини оқлаши, туристик компаниялар имкониятлари кенгайиши ҳамда юқори фойда олиш мумкинлиги соҳага жалб қилинаётган инвестициялар ҳажмини оширишга хизмат қилади. Шунинг учун, кўпгина давлатлар ва тадбиркорлар ички туризмни ривожлантиришга катта эътибор бермоқдалар (Isadjanov & Gulmuratov 2020) [9].

Ички туризмни ривожлантириш янги иш ўринларини яратишга, бизнес имкониятларини кенгайтиришга, қашшоқликни камайтириш, йил давомида узлуксиз туризм бозорини таъминлашга, ҳудудий инфратузилмани ривожлантиришни рағбатлантириб ялпи ички маҳсулотга ҳисса қўшишга хизмат қилади (Makhaola & Proches, 2017) [10].

Кўп ҳолатларда, туризмни ривожлантириш ва ижобий иқтисодий таъсирни амалга оширишда кўпчилик ҳукуматлар тадбиркорларни, туризм ташкилотлари ва туристларни сайёҳликни ривожлантиришга жалб қилиш орқали эришади (Kumar va Husayn, 2014) [11]. Сайёҳлик ва ички туризм секторининг ижобий иқтисодий таъсирини, шу жумладан даромадларни кўпайтириш, иш ўринларини яратиш ва инфратузилмани ривожлантириш орқали сезиш мумкин (Жаго, 2012) [12]. Иқтисодий манфаатлардан ташқари, сайёҳликни ривожлантириш экологик мотивацияни шакллантиради, табиий ресурсларни муҳофаза қилишга ундайди ва сайёҳликнинг диққатга сазовор жойлари сифатида хизмат қиладиган маданий меъросни сақлашга хизмат қилади (Skanavis & Sakellari, 2011) [13]. Ижтимоий-маданий жиҳатдан, туризм халқаро алоқаларни мустаҳкамлашдан ташқари, жамоалар ўртасида тинчлик ва ўзаро тушунишни мустаҳкамловчи йўл сифатида танилган. Бутун ҳудуд бўйлаб валюта оқими ва хорижий сармояларни жалб қилиш воситаси сифатида ўз салоҳиятига эга (Ghimire, K. B., 2017) [14].

Одатда, минтақада ички туризмни ривожлантиришнинг концепцияси туристик мажмуанинг ишлашини ташкил этиш, юзага келадиган муаммоларни ҳал қилиш, туристик маҳсулотларнинг сифатини яхшилаш, туристик йўналишларга хизмат кўрсатишни яхшилаш ёки улардан фойдаланиш учун ҳудудда амалга оширилиши керак бўлган индивидуал тадбирлар доирасида кўриб чиқилади. Бироқ, туризм хизматларини кўрсатувчи тадбиркорлик субъектларининг самарадорлигини ошириш учун захираларни шакллантириш чора-тадбирлари эътибордан четда қолиб кетади (Hudson va Ritchi, 2002) [15].

Хизматлар ҳажмини ошириш мақсадида корхоналар ва сайёҳлик мажмуаси ҳудудларини ўзгартириш, уларга бўлган талаб таклифдан ошиб кетганда ва ташқи муҳит зарур ўзгаришларга йўл қўйса ёки бундай ўзгаришларга бўйсунса, мантикий бўлади. Бошқача қилиб айтганда, сайёҳлик субъекти ўз хизмат кўрсатиш соҳасига (таркибига) рекреаторларни жалб қилиш чораларини кўриши, иккинчидан, ташқи муҳит (шакл) томонидан ҳақиқатан ҳам сезилиши мумкин бўлган фаолиятнинг

ташкилий мотивларини ишлаб чиқиши керак. Биринчисига рекреацион хизматларнинг мавжудлиги (биринчи навбатда пул ҳисобига), иккинчисига - туристик ва рекреацион ҳудуднинг қулай имкониятларини (қонуний доирадаги салоҳиятини) ошириш орқали эришиш мумкин. Бу жараёнга интеграциясиз ташқи муҳит таъсири орқали эришиш қийин бўлиши мумкин (Sandeep B. ва бошқалар, 2020) [15].

Нархларни пасайтириш ва бир вақтнинг ўзида хизматлар сифатини ошириш муаммоси сайёҳлар сонининг кўпайишининг омили бўлиб, ҳар қандай сайёҳлик пунктининг рақобатбардош устунликларининг энг муҳим манбаси ҳисобланади. Бироқ, бу муаммонинг якка ўзи ёки давлат ёрдамисиз ижобий ҳал этилиши ниҳоятда қийин. Сайёҳлик кластерига бирлашиш орқали бу вазифани ҳал қилиш осонроқ бўлади. Сайёҳлик кластерини ташкил қилиниши туфайли ҳар бир интеграцион корхона учун транзакцион харажатлар камаяди ва синергетик таъсир эҳтимоли ошади, натижада нархлар пасаяди ва хизматлар сифати яхшиланади. Шу билан бирга, умумий ва ўзига хос хизмат турларини яхлит корхоналар ўртасида қайта тақсимлашга эришиш мумкин (Demunter, C. & Dimitrakopoulou, C., 2016) [16].

Тадқиқот методологияси

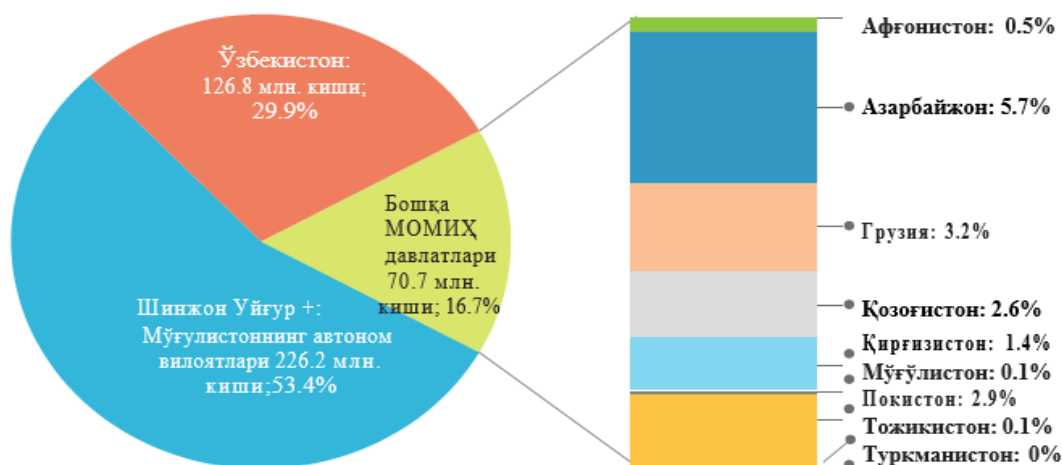
Ички туризм саноатини таҳлил қилишда тадқиқотнинг услубий асослари илмий умумлаштириш, қиёсий таҳлил, яхлит, тизимли ва вазиятли ёндашувлар усуллари билан тақдим этилган. Бундан ташқари, ички туризмни ривожлантиришнинг концептуал асосини ишлаб чиқишда таъсир қилувчи иқтисодий, сиёсий, маданий, технологик омиллар PEST-таҳлил матрицасидан фойдаланилди.

Таҳлил ва натижалар

Ички туризмни ривожлантиришнинг концептуал асосларини иккита алоҳида стратегия орқали ошириши мумкин: (i) ҳажмга асосланган стратегия (яъни, кам харажат ва қўшилган қийматни ўзлаштириш билан боғлиқ оммавий туризм) ёки (ii) юқори қийматли стратегия, яъни паст даражали жалб қилинган туризм ҳажми, лекин юқори харажатлар ва қўшилган қийматни ўзлаштириш орқали таъсир кўрсатиш. Гарчи иккала стратегиядан келиб чиқадиган таъсири бир хил бўлиши мумкин бўлсада, ижтимоий ва экологик барқарорликка таъсири бир-биридан фарқ қилади, чунки кўпроқ сайёҳлар кўпроқ ижтимоий ва экологик салбий ташқи таъсирларни келтириб чиқаради. Яхши ишлаб чиқилган сайёҳлик стратегиялари туристлар сони, ҳар бир турист учун сарф-харажатлар, қўшилган қийматни яратиш ва ижтимоий ва экологик нуқтаи назардан барқарорлик ўртасида яхши мувозанатни сақлайди.

Марказий Осиё минтақавий иқтисодий ҳамкорлик мамлакатларида ички туризм соҳаларининг глобал рақобатбардошлик даражаси анча паст. 22та МОМИХ мамлакатлари табиий ва маданий бойликларга эга бўлса-да, транспорт ва сайёҳлик хизматлари инфратузилмаси, интернет тезлиги каби бошқа муҳим жиҳатларда камчиликларга эга. Бу ўлчовларни ҳал қилиш, умумий ташрифлар ва харажатлар даражасини яхшилашда муҳим стратегик аҳамиятга эга ҳисобланади. Туристик хизматлар ассортименти ва сифатини яхшилаш ҳамда маҳаллий кичик корхоналар ва бошқа хусусий сектор манфаатдор томонларининг иштирокини ошириш орқали туризмнинг қиймат занжирини мустаҳкамлаш МОМИХ мамлакатларига туризмдан тушадиган даромадларнинг ҳажмини ошишига, ҳудудий ривожлантиришга, янги иш ўрни яратишга, аҳоли даромадлари ва турмуш тарзини яхшилаш имконини беради.

МОМИХ - бу тарих ва маданиятга бой ва миллий чегараларни кесиб ўтадиган табиий бойликларни қамраб оладиган ҳудудлар ва маршрутларга эга бўлган кўп тармоқли туризм минтақасидир. Минтақадаги пойтахтлар, бизнес, маданият, табиат ва саргузаштлар, қуёш ва пляждаги дам олиш кунлари, соғлиқни сақлаш каби турли хил туризм сегментларида ноёб тажрибаларни тақдим этишга қодир бўлган бой ва ўрганилмаган туризм ресурсларини ташкил қилади. Бу COVID-19 эпидемияси туфайли туризм соҳаси дуч келадиган муаммоларни ҳисобга олсак, тиббиёт туризмни барқарор ривожлантириш учун жуда муҳим салоҳият кўрсаткичи ҳисобланади. Тиббиёт билан боғлиқ туризм тармоқларини ривожлантириш мавсумийлик эгри чизигини текислашга ёрдам бериши мумкин. Бу эса минтақавий сайёҳлик йўналишлари ва улар билан боғлиқ бўлган кичик ва ўрта бизнес учун узлуксиз бизнес фаолиятини давом эттиришга олиб келади. Шу билан бир қаторда, минтақада ички туризмнинг ҳаракатлантирувчи куч сифатида фойдаланиш мумкин бўлади. Шундай қилиб, МОМИХ мамлакатлари сайёҳларни сегментларга ажратган ҳолда ҳар хил туризм фаолиятига жалб қиладиган, масалан, саргузашт, дин, маданият, табиат, харид қилиш, катта шаҳарлар бўйлаб 2-3 кунлик саёҳатлар, тиббиёт каби туризм турлари билан ички бозорнинг ушбу сегментини таъминлаши мумкин.



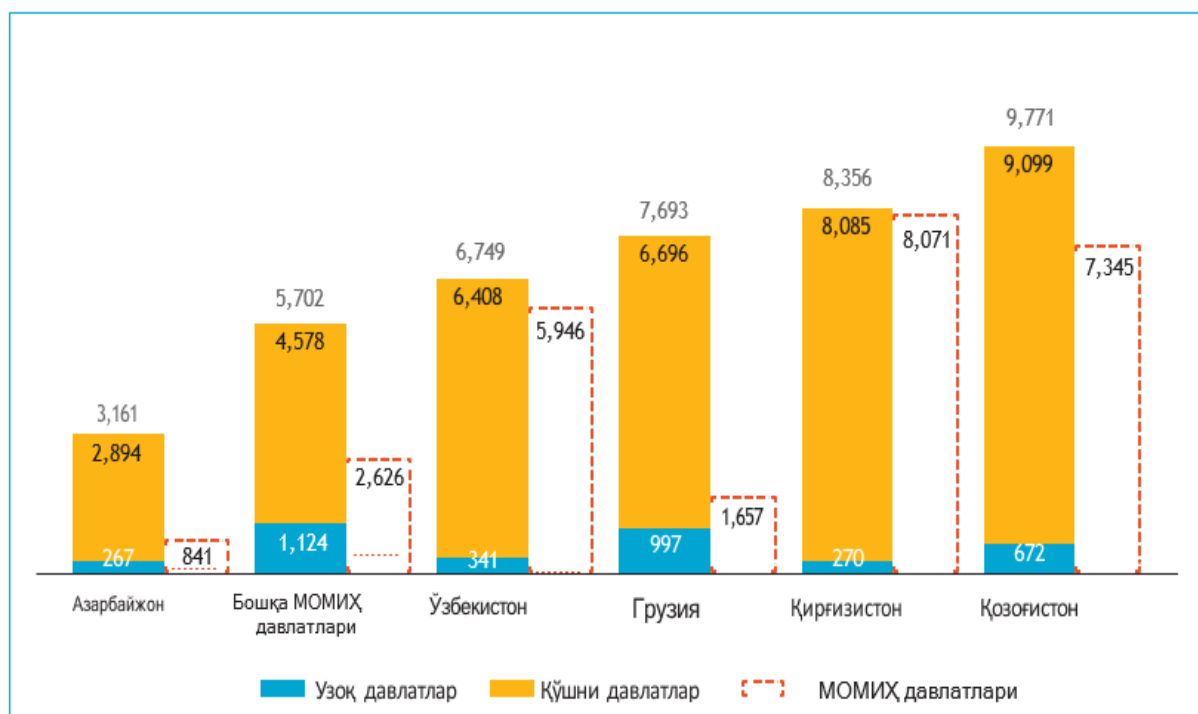
МОМИХ = Марказий Осиё Минтақавий Иқтисодий Ҳамкорлиги

1 -расм: Марказий Осиё минтақавий иқтисодий ҳамкорлик мамлакатларида маҳаллий сайёҳларнинг таҳлили, 2019 й¹

Марказий Осиё минтақавий иқтисодий ҳамкорлик минтақасидаги туризмни асосан ички туризм, сўнгра кўшни давлатлардан келган сайёҳлар ва охириги навбатда географик жиҳатдан узоқ бозорлардан келган сайёҳлар ташкил қилади. 2019 йилда минтақа 424 миллион маҳаллий сайёҳни қабул қилди, улар Ўзбекистонда 29,9% ва Хитой Халқ Республикасининг иккита вилоятида жойлашган: Мўғулистон ва Шинжон-Уйғур автоном вилояти 53,4% ни ташкил қилган. 2019 йилда Марказий

¹ Estimates from the consultant team under Asian Development Bank. 2019. Technical Assistance for Sustainable Tourism Development in the Central Asia Regional Economic Cooperation Region. Manila, based on 2019 information provided by the Bureau of Statistics of the Xinjiang Uyghur Autonomous Region; Ministry of Environment and Tourism of Mongolia; Statistical Bulletin of the Inner Mongolia Autonomous Region; the United Nations World Tourism Organization. UNWTO Statistics Database (accessed 20 June 2020); and World Bank. 2020. Global Economic Prospects. Washington, DC.

Осиё Минтақавий Иқтисодий Ҳамкорлик минтақасининг 9та давлати 70 миллион сайёҳни юборди ва 41 миллион сайёҳни қабул қилди. Минтақадаги халқаро туризм (кирувчи ва чикувчи) Россия Федерациясида юқори кўрсаткични кўрсатмоқда. Чет эллик сайёҳларнинг умумий сонининг тўртдан уч қисмидан кўпроғи Қозоғистон (23,6%), Қирғизистон Республикаси (20,2%), Грузия (18,6%) ва Ўзбекистон (16,3%) мамлакатада тўпланган. МОМИХ минтақасига умумий кирувчи сайёҳларнинг 91% кўшни давлатлардан келган, улардан умумий учдан икки қисми Марказий Осиё минтақавий иқтисодий ҳамкорлиги мамлакатларининг бошқа мамлакатларидан келади (2-расм).



2 -расм: Марказий Осиё минтақавий иқтисодий ҳамкорлиги мамлакатларига кирувчи сайёҳлар, 2019 (минг бирликда)¹

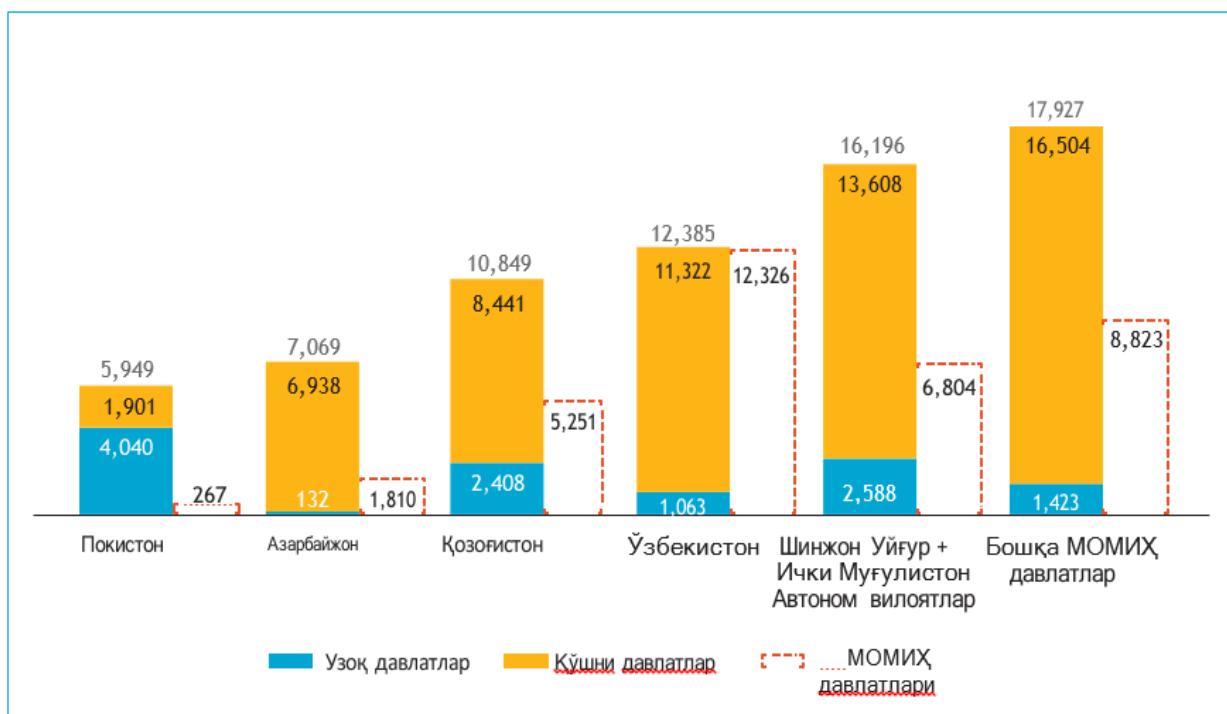
Чикувчи туризм кирувчи туризмга қараганда камроқ концентрацияли бўлса-да, МОМИХ минтақасининг тўртта мамлакатидан келган сайёҳлар умумий сонининг учдан икки қисмини ХХР (23,3%), Ўзбекистон (17,9%), Қозоғистон (15,6%) ва Озарбайжон (10,2%) ташкил этади. Ташқи сайёҳларнинг 83 фоизи кўшни давлатларга саёҳат қиладилар, уларнинг ярми Марказий Осиё минтақавий иқтисодий ҳамкорлигининг бошқа мамлакатларига борадилар (3 -расм). Бирок, мамлакатлар ўртасида сезиларли фарқлар мавжуд. Масалан, Ўзбекистондан келган деярли барча сайёҳлар Марказий Осиё минтақавий иқтисодий ҳамкорлигининг бошқа мамлакатларига саёҳат қиладилар, Покистонда эса фақатгина 4,5% туристлар МОМИХ худудида саёҳат қилади. Ташқи сайёҳлар учун бошқа асосий йўналишларга Эрон, Корея Республикаси, Россия Федерацияси ва Туркия киради.

Ишбилармонлик ва учрашувлар, рағбатлантириш, конференциялар ва кўргазмали туризм халқаро миқёсда шаҳарлар ва хизмат сафарлари глобал чиқишлар

¹ Estimates from the consultant team under Asian Development Bank. 2019. Technical Assistance for Sustainable Tourism Development in the Central Asia Regional Economic Cooperation Region. Manila. based on 2019 information provided by the Bureau of Statistics of the Xinjiang Uyghur Autonomous Region; Ministry of Environment and Tourism of Mongolia; Statistical Bulletin of the Inner Mongolia Autonomous Region; the United Nations World Tourism Organization. UNWTO Statistics Database (accessed 20 June 2020); and World Bank. 2020. Global Economic Prospects. Washington, DC

умумий ҳажмининг 27,6% ни ташкил қилади. МОМИХ минтақаси стратегик жиҳатдан дунёнинг энг йирик иқтисодий ҳудудлари Европа, шимоли-шарқий Осиё ва Яқин Шарқ орасида жойлашган. МОМИХ минтақасидаги бир қанча пойтахтлар ёки йирик шаҳарлар (Олмаота, Боку, Бишкек, Хоҳхот, Исломобод, Карачи, Тошкент, Тбилиси ва Урумчи) йил бўйи шаҳарлараро туризмнинг ноёб имкониятларини ва ишбилармонлик имкониятларини таклиф қилади, бироқ глобал йиғилишларнинг 1% дан камроғи МОМИХ минтақасида бўлиб ўтади. Бу, асосан, МОМИХ мамлакатлари ва халқаро бозорлар ўртасида ҳаво алоқаси чекланганлиги, виза режимларининг мураккаблиги ва минтақага кириш талаблари билан боғлиқ. МОМИХ минтақасидаги барча мамлакат сайёҳларининг қарийб 50 фоизи тўғридан-тўғри рейсларни амалга оширади.

Кичик ва ўрта кўламли бизнес учрашувларини ташкил қилиш ва ўтказиш бўйича МОМИХ мамлакатлари рақобатлашадиган асосий сектор бўлиши мумкин, чунки бугунги кунда йирик тадбирларни, хусусан, MICE (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibition) йиғилишлари Европа, Шарқий Осиё ва Шимолий Американинг йирик пойтахтларида ўтказиш қатор қийинчиликларни туғдирмоқда. MICE - бу бизнес саёҳат саноати бўлиб, унда одатда олдиндан режалаштирилган катта гуруҳлар йиғилади. Тарғибот ва бизнесни ривожлантириш бўйича МОМИХ мамлакатлари MICE воситачиларини нишонга олишлари ва MICE ихтисослаштирилган кўргазмаларида қатнашиш имконияти мавжуд.



3 -расм: Марказий Осиё минтақавий иқтисодий ҳамкорлиги мамлакатларидан чиқувчи сайёҳлар таҳлили, 2019 (минг бирликда)¹

МОМИХ мамлакатларидаги йиғилишларни ўтказиш иложи борида ўзига хос ва локализацияланган бўлиши керак. Ишбилармонларни жалб қилиш интеллектуал

¹ Estimates from the consultant team under Asian Development Bank. 2019. Technical Assistance for Sustainable Tourism Development in the Central Asia Regional Economic Cooperation Region. Manila, based on 2019 information provided by the Bureau of Statistics of the Xinjiang Uyghur Autonomous Region; Ministry of Environment and Tourism of Mongolia; Statistical Bulletin of the Inner Mongolia Autonomous Region; the United Nations World Tourism Organization. UNWTO Statistics Database (accessed 20 June 2020); and World Bank. 2020. Global Economic Prospects. Washington, DC.

жиҳатдан пухта ўйланиб, ташриф буюрувчиларнинг диди, хоҳиш-истаклари инобатга олган ҳолда жалб қилиб, тадбирнинг мақсадини маҳаллий ҳамжамият, маданий анъаналар ва гастрономия билан боғлаши керак. MICE харидорларини жалб қилиш учун чегирмалар бериш ёки реклама ставкаларини таклиф қилиш, шаҳар инфратузилмасини яхшилаш бунинг учун 24/7 электр энергияси, юқори тезликдаги интернет ва Wi-Fi, сув таъминоти ва канализация, транспорт ва алоқа каби хизматларни яхшилаш орқали мақсадга эришиш мумкин.

МОМИХ минтақаси бўйлаб табиий бойликларнинг хилма-хиллиги ва кўплиги минтақанинг тоғ тизмалари, қирғоқ бўйи, чўллар, қўллар, дарёлар, табиий боғлар бўйлаб йил бўйи табиат ва экотуризм, саргузашт саёҳат қилиш учун имконият яратади. Минтақада табиатга асосланган туризмни ривожлантириш саёҳатчиларга маҳаллий аҳоли билан мулоқот қилиш ва ўзига хос саёҳат тажрибасини тақдим этишга имкон берадиган жамоатчиликка асосланган туристик ресурсларни сақлаш, турларга раҳбарлик қилиш, пиёда саёҳатларга йўл бошчилик қилиш, аҳоли уйларида тунаб қолишга шароитлар яратиш каби туризм ташаббусларини ўз ичига олиши керак.

2016 йилда экотуризм бозоридан келган даромад дунё миқёсида 445 миллион долларни ташкил этди ва ҳар йили қарийб 17,6 фоизга ўсмокда ва 2023 йилга келиб умумий бозорнинг 62,4 фоизини ташкил қилиши кутилмокда. COVID-19 ҳолатига қарамай, саргузаштли сайёҳлар турғун мотивацияга эга. Бундан ташқари, минтақа ўзига хос чанғи ва қишки сайёҳлик салоҳиятига эга, унинг асосий марказлари Олмаота, Боку, Бишкек, Исломобод, Тошкент ва Афғонистон шимоли, Олтой каби бошқа ноёб ҳудудлар бўйлаб шаҳар саёҳатлари билан бирлаштириш мумкин. Тоғ-чанғи сайёҳлари асосан ички бозорлардан келади ва қўшни давлатлардан келган сайёҳлар билан тўлдирилади. МОМИХ мамлакатлари маҳаллий саёҳатчиларда чанғи спорти маданиятини ривожлантиришга эътибор қаратишлари керак, шу билан бирга қўшни давлатлардан ва миллий чанғи спорти қатнашиш даражаси юқори бўлган бозорлардан харидорларни жалб қилишга интилишлари керак (масалан, Чехия, Латвия, Польша, Словакия). Бунинг учун мослаштирилган хизмат кўрсатиш стандартлари ва қўшимча хизматларга эга бўлган махсус замонавий инфратузилмага инвестициялар жалб қилиш керак бўлади.

Ипак йўли - МОМИХ минтақасидаги мамлакатларни боғлайдиган энг муҳим сайёҳлик активидир. Бу Осиё ва Европани юзлаб тарихий бинолар ва ёдгорликлар, карвонсаройлар, портлар ва шаҳарлар билан боғлайдиган, динлар, маданиятлар, ғоялар, билимлар, савдо ва бизнесни боғлайдиган дунёдаги энг узун маданий йўл тармоғи. 2018 йилда МОМИХ минтақасига ташриф буюрган 170 миллион чет эллик сайёҳлар маданиятни асосий саёҳат мотивацияси сифатида Буюк Ипак йўлининг бой тарихий меъросини таъкидладилар - бу эса жами халқаро ташрифларнинг 14,0 фоизини ташкил қилди. Бундан ташқари, МОМИХ мамлакатларининг маданий меъроси Ипак йўли меъроси ва бошқа тегишли тарихий элементлар ва шахсларни, ислом маданиятини акс эттиради. 2019 йилда ислом сайёҳлик бозори 175 миллиард долларга баҳоланди (Ҳаж ва Умра бундан мустасно), уларнинг 7 фоизи Марказий Осиёда, асосан Озарбайжон ва Ўзбекистонда жойлашган. Ташриф буюрувчиларнинг ўртача йиллик ўсиш суръати 2016 йилдан бери 8,3% ташкил қилади ва 2030 йилга бориб жаҳон сайёҳлик секторининг ўсиш суръатларидан ошиб кетиши кутилмокда. Бу эса ўз навбатида, МОМИХ мамлакатлари ўртасидаги маданий алоқаларни, минтақанинг маданий қиёфасини мустаҳкамлаш ва турли мамлакатларга ташрифларни рағбатлантириш учун янада ривожлантириш керак. Маҳаллий турмуш

тарзи ва урф-одатлари каби номоддий маданий жихатлар (масалан, миллий ошпазлик курслари, хунармандчилик ва маҳаллий аҳоли турмуш тарзи) сайёҳлар билан ўзаро муносабатларнинг ҳақиқий тажрибасини яратиш мақсадида эътиборга олиниши керак. Маҳаллий туроператорлар ва сайёҳлик агентликлари ушбу сайёҳлик сегментини ривожлантиришда муҳим аҳамиятга эга, айниқса МОМИХ мамлакатларида, кўплаб туристик жойларга етиб бориш қийин, шунинг учун маҳаллий аҳоли билан ҳамкорликни йўлга қўйиш муҳим ҳисобланади.

Қуёшли ва пляжли ҳудудларда дам олиш, ҳордиқ чиқариш - бу дунёдаги сайёҳлик бозорининг энг йирик сегменти бўлиб, 2019 йилда 818 миллион халқаро чиқувчи саёҳатни ёки глобал халқаро саёҳатларнинг 56 фоизини ташкил қилди. Бу бозор жуда рақобатбардош ва нархларга нисбатан эгилувчан саналади. Бу сегментдаги мақсад ва имкониятлар ўз мижозларини йўқотмаслик, стратегик жойлашув ва фарқлашга эришиш учун ўз маҳсулотларини доимий равишда янгилаб туриши керак. Бу сегментдаги талаб юқори бўлиб, хизмат сифатини юқори бўлишини ҳамда нархларни ҳамёнбоп бўлишини талаб қилади.

Соғлиқни сақлаш туризми глобал соғломлаштириш саноатининг 14,8 фоизини ташкил қилади ва 2015 йилдан 2017 йилгача тиббиёт туризм 6,5 фоизга ўсди. 2017 йилда соғломлаштириш туристик саёҳатлари сони 830 миллионни ташкил этиб, бутун дунё бўйлаб 639 миллиард доллар даромад келтирди. МОМИХ минтақаси тиббиёт туризмида рақобатбардош бўлиши учун соғлиқни сақлашнинг ноанъанавий инновацион йўналишларига йўналтирилган хизматларни ишлаб чиқиш мақсадга мувофиқ бўлади. МОМИХ минтақаси ўзининг тоза ҳаво ва очиқ жойларга бой бўлган жой сифатида тарғиб қилиш имкониятига эга, айниқса, бугунги кунда аҳолининг кўплиги ва ҳавонинг ифлосланишидан азият чекаётган мамлакатларни жалб қилиш имконияти мавжуд. МОМИХ минтақасини хавфсиз ва соғлом муҳитга эга бўлган жой сифатида тарғиб қилиш учун турар жой ва транспорт воситаларида қатъий гигиеник стандартлар қўлланилиши керак. Бу айниқса пандемиядан кейинги даврда муҳим бўлади. Эксклюзив хизматлар яратилиши, кадрлар ўқитилиши ва бизнес ва саргузашт каби бошқа мақсадлар учун минтақага келган сайёҳлар учун қўшимча таклифни ишлаб чиқиш учун имкониятлардан унумли фойдаланиш керак.

Марказий Осиё минтақавий иқтисодий ҳамкорлиги мамлакатларида саёҳат мотивацияси маҳаллий сайёҳлар, қўшни давлатлардан келган сайёҳлар ва узоқ мамлакатлардан келган сайёҳлар ўртасида тубдан фарқ қилади. Маҳаллий сайёҳлар ва қўшни давлатлардан келган сайёҳлар асосан иш мақсадларида ва дўстлари ва қариндошларини зиёрат қилиш учун саёҳат қиладилар, узоқ мамлакатлардан келган сайёҳлар эса маданият ва меърос, табиат ва саргузаштлар ва тижорат билан шуғулланадилар (1 -жадвал).

1 –жадвал

Марказий Осиё минтақавий иқтисодий ҳамкорлиги мамлакатларига саёҳат қилишнинг асосий мотивацияси, 2019 (%да)¹

Туризм бозори сегменти	Маҳаллий сайёҳлар	Қўшни давлатлардан кирувчи сайёҳлар	Узоқ давлатлардан ташрифлар
Бизнес ва учрашувлар, конференциялар ва кўргазмалар	20.94	23.52	16.63
Дўстлар ва қариндошларникига ташриф	20.01	20.85	7.40
Табиат, спорт ва саргузашт	13.10	16.17	26.95
Маданият ва меърос объектларига ташриф	13.63	15.82	32.80
Дам олиш учун қуёшли ва пляжли ҳудудларга ташриф	17.01	14.88	7.91
Шаҳар инфраструктурасига саёҳат	15.31	8.76	8.31

Марказий Осиё минтақавий иқтисодий ҳамкорлиги мамлакатларининг барча аъзоси туризм тармоқларини ривожлантиришга йўналтирилган миллий ички ва ташқи туризмни ривожлантириш сайёҳлик стратегияси ва тактикасини ишлаб чиқади ва туризм фаолиятини шу йўналишда бошқаришга эришади. Ушбу ташкилотга аъзо мамлакатларнинг ички туризм стратегиясида баён қилинган мақсад ва вазифалар барқарорликка, табиий ва маданий бойликларни асраб-авайлашга, туризм соҳасида жаҳон бозорида рақобатбардошликка эришишга ва туризм соҳасида янги инновацион лойиҳаларни тарғиб қилишга ва хизматлар сифатини яхшилашга эътиборни кучайтириш каби умумий хусусиятларга эга. Уларнинг асосий мақсади-иқтисодий ўсишни рағбатлантириш, иш ўринларини яратиш ва фуқароларнинг ҳаёт сифатини яхшилашга қаратилган. Марказий Осиё минтақавий иқтисодий ҳамкорлиги мамлакатларининг ички туризмни ривожлантириш стратегияларини ишлаб чиқишда қуйидаги устуворликларга алоҳида эътибор қаратилса мақсадга мувофиқ:

(а) молиявий, иқтисодий-ижтимоий, сиёсий, экологик вазиятдан келиб чиққан ҳолда аниқ статистик кўрсаткичлардан фойдаланган ҳолда прогнозлаштириш, режалаштириш ва бошқариш, атроф-муҳитга зарар етказмаган ҳолатда ва ижтимоий муҳофаза қилишни ўз зиммасига олиш орқали туристик активларнинг барқарор ривожлантириш;

(б) туризмнинг институционал тузилмалари ва бошқарувини такомиллаштириш;

(д) мавсумийлик таъсирини камайитиришда туризм хизматлари диверсификация тадбирларини амалга ошириш механизмларини амалиётга қўллаш;

¹ Tour operator's survey under Asian Development Bank. 2019. Technical Assistance for Sustainable Tourism Development in the Central Asia Regional Economic Cooperation Region. Manila.

(е) туризмда логистика хизматларини яхшилаш бунда ҳаво, сув ва куруклик алоқа каналлари орқали ташиш ва хизмат кўрсатиш сифатини ошириш ҳамда мижозлар учун қулайлик яратиш;

(ф) туризмнинг самарали брендини нуфузини ошириш ва халқаро бозорларда илгари суриш;

(ж) қишлоқ ва шаҳар инфратузилмасини яхшилаш орқали туристик хизматлар сифат кўрсаткичларини халқаро стандартларга олиб чиқишга эришиш;

(к) туризм секторини рақамлаштириш, ИТ технологияларини жорий қилиш; ва

(л) хусусий сектор инвестицияларини жалб қилиш ва давлат-хусусий шерикликни ривожлантириш.

2—жадвал

Ички туризмни ривожлантиришнинг концептуал асосини ишлаб чиқишда амалга оширилиши лозим бўлган чора-тадбирларга таъсир қилувчи иқтисодий, сиёсий, маданий, технологик омиллар PEST-таҳлил матрицаси¹

Р (сиёсий)	Е (иқтисодий)
-ҳукумат барқарорлиги;	- инфляция даражаси;
-импорт қилинадиган маҳсулотларга эмбарго қўйиш;	- ялпи ҳудудий маҳсулот;
- туризм саноатида давлат назорати;	- аҳолининг ихтиёрий даромадлари даражаси;
-қонунчиликдаги ўзгаришлар (солиқ қонунчилигидаги ўзгартиришлар ва ҳ.к);	- ҳудудларда аҳолининг турмуш даражаси;
-меъёрий-ҳукукий базаси (туризм фаолияти билан боғлиқ бўлган барча қонун ва қонун ости ҳужжатларга йил давомида киритилган ўзгартиришлар сони)	- аҳолининг харид қобилияти;
-туризм саноатини бошқариш тузилмасини такомиллашганлиги;	-туризм соҳасига қўшимча инвестицияларни жалб қилиниши;
-туристик фаолиятни тартибга солиш механизмларини ишлаб чиқилганлиги;	-давлат-хусусий шериклик механизмларини ишлаб чиқилганлиги;
-туристик корхоналарнинг интеграцион уюшмаларини ташкил қилинганлик даражаси;	-туризмда импорт ўрнини босиш стратегиясини амалга оширилганлиги;
-нотижорат ва давлат секторини қўллаб-қувватлаш механизмини амалда ишлаш даражаси;	-иқтисодиёт ва туризмда тўлов балансини оптималлаштирилганлиги;
-туристик минтақавий қонунчиликни такомиллаштирилганлиги;	-эркин валюта айирбошлаш даражаси;
-минтақадаги коррупция ва жиноятчилик ҳодисалар даражаси.	-ички туризмнинг жозибадорлигини оширишда йил давомида амалга оширилган ишлар ҳажми;
	-туроператорларга субсидиялар ва солиқ имтиёзлари берилиши;
	-ички туризмдан олинадиган солиқ тушумининг ошиш даражаси;
	-мультипликатор ҳисобиغا инвестициялар самарадорлигини ошириш ҳажми;
	-ички туризм соҳасида хусусий инвесторларни жалб қилиш даражаси.
S (ижтимоий-маданий)	Т (технологик)
-аҳолининг сони ва ёши ва жинси таркиби;	-интернет-технологиялар ва мобил гаджетларни жорий етиш ва улардан фойдаланиш даражаси;

¹ Тадқиқотчи ишланмаси.

-саломатлик, таълим даражаси, ижтимоий фаоллик;	-саноатнинг технологик жиҳозланиши соҳасидаги норматив-ҳуқуқий базани ишлаб чиқиш;
-маҳсулот ва хизматларни илгари суришнинг самарали усуллари сифатида ижтимоий медиа каналларининг аҳамиятини ошириш даражаси;	-инновацион технологияларнинг қўлланилиш даражаси ва тарқалиш имкониятлари;
-сифат ёрлиғи кўрсаткичининг мавжудлиги;	-веб-сайтларда яратилган платформалар орқали минтақа ҳақида ижобий жамоатчилик фикрини шакллантириш ва доимий таҳлилини амалга ошириш механизмининг мавжудлиги;
-ҳудудларда туризм бозорини брендлаш ва ташқи қиёфасини ошириш ҳаракатларини амалага ошириш даражаси;	-онлайн сотиб олиш ва сотиш тизимини йўлга қўйилганлиги;
-туризм соҳасида ҳудудлараро интеграцион ҳамкорликни ривожлантириш даражаси;	-туризм объекти тўғрисидаги маълумотларни онлайн олиш имкониятининг мавжудлиги;
-туризм хизматлари бўйича “Миллий рейтинг” тизими йўлга қўйилганлиги;	- геолокация тизимининг ишлаш даражаси;
-хизмат кўрсатиш сифати ва хавфсизлигининг тегишли жаҳон стандарти даражасида эканлиги;	-Wi-Fi тизимида уланганлиги ва интернетнинг ишлаш тезлиги сифат даражаси;
-аҳолининг ҳаёт кечириш даражаси;	- туризм ҳудудларини бир-бири билан боғлашда ички рейсларнинг мавжудлиги;
-вилоятнинг туризм кўргазмалари ва ярмаркаларини ташқил қилиниши;	- транспорт тизимининг сифат кўрсаткичи.
-минтақавий сайёҳлик маҳсулотларини жойлаштириш ва тарғиб қилиш;	
-хизмат кўрсатишнинг янги шакллари ва стандартларини ишлаб чиқилганлиги.	

Марказий Осиё минтақавий иқтисодий ҳамкорлиги мамлакатлари сайёҳлик соҳаларини ривожлантириш учун етарлича ресурсларга эга, аммо бу омилнинг ўзи туризмни ривожлантириш учун етарли ҳисобланмайди. Бу ерда яна бир муҳим масала ётади, яъни туризм ресурсларидан оқилона фойдаланган ҳолда яратилган таклифни ташқи истеъмолчилар талабини жалб қилиш орқали қондириш усули. Туризм соҳасини ривожлантиришга эришишда ҳар бир мамлакатнинг ҳамкорлик алоқаларини кучайтириш орқали сезиларли даражада таъсир кучини ошириш мумкин. Бу борада виза ва трансчегаравий келишувлар бўйича ҳамкорлик мамлакатлар ўртасида саёҳат қилишни осонлаштиради, сайёҳлар ва товарларнинг чегаралар орқали ўтишини яхшилайти ва ҳар бир мамлакат учун ўзаро манфаатларни оширади. Туристлик таълим ва ўқитиш тизимлари ва туристик хизматларнинг амалдаги стандартларини уйғунлаштириш, керакли микдордаги малакали кадрларни ишлаб чиқаришга ёрдам беради ва минтақавий бозорда талаб-таклиф камчиликларини бартараф этишга ёрдам беради. Биргаликда ишлаб чиқилган туризм бозори тадқиқотлари, умумий статистик тизимлар ва биргаликдаги маркетинг тадбирлари ташриф буюрувчиларнинг эҳтиёжларини яхшироқ тушунишга ва хизматларни янада мослаштиришга олиб келиши мумкин, бу эса минтақада туризм оқимининг ошишига олиб келади.

Умуман олганда, сайёҳлик бўйича минтақавий ҳамкорлик кўламини кенгайтириш, харажатларни камайтириш ва ресурсларни оптималлаштириш учун катта имкониятлар беради ва бу йил давомида рақобатбардош туризм йўналишларнинг ривожланишига ёрдам беради. Туризмдан даромад олишнинг бундай минтақавий ёндашувини қабул қилиш, айниқса, COVID-19 пандемиясининг мамлакатларнинг туризм соҳаларига салбий таъсири ва тикланиш жараёнида зарур бўлган катта ресурслар ва инвестицияларни ҳисобга олган ҳолда жуда муҳим.

Хулоса ва таклифлар.

Ички туризмни ривожлантириш концепцияси асосида туризмнинг кенг қамровли ва самарали дастурларини ишлаб чиқиш ҳамда минтақада сайёҳлик соҳасидаги ҳамкорликни рағбатлантиришда қуйидаги асосий тамойиллар асос бўлади, деб ҳисоблаймиз:

Биринчидан, миқдордан сифатга устунлик бериш. Анъанага кўра, мамлакатларнинг сайёҳлик стратегияси ва ҳаракатлари иқтисодий ўсишни тезлаштириш учун ташриф буюрувчилар сонини кўпайтиришга қаратилган. Бироқ, сайёҳларнинг катта оқими, айниқса, зарур инфратузилма ва уни самарали бошқариш учун имкониятларга эга бўлмаган мамлакатларга оғир юк бўлиши мумкин. Бу ижтимоий ва атроф-муҳитга салбий таъсир кўрсатиши ва ташриф буюрувчилар учун салбий тасаввурга олиб келиши мумкин. Шундай қилиб, ташриф буюрувчиларни жалб қилиш учун минтақада туристик активларни ривожлантириш ва ривожланаётган туризм ҳудудларининг ижтимоий, маданий ва экологик қадриятларини сақлаш ўртасида тўғри мувозанатни таъминлаш масаласи диққат билан кўриб чиқиши лозим. Туристик хизматлар кўрсатиш сифатини яхшилаш учун мамлакатнинг туризм дастурлари ва лойиҳаларини ишлаб чиқишда амалиётда қўлланилиб ижобий амалий натижага эришилган дастурлардан фойдаланиш ҳамда интеграциялашуви жараёнининг ҳар бир босқичини кузатиш, таҳлил қилиш, хато камчиликларини тузатиш борасидаги салоҳиятни ва хабардорликни ошириш ушбу мақсадга эришишнинг асосий босқичи ҳисобланади.

Иккинчидан, глобал тенденцияларга мослашиш ва чидамлилиқни кучайтириш. Давлат миқёсидаги туризм стратегияси ишлаб чиқишда миллий ва ҳудудий туристик имкониятларни ҳамда ички ва ташқи бозор талаб сегментларини таҳлил қилган ҳолда ишлаб чиқиш орқали қатор устуворликларга эришилади. Хусусан, мамлакатнинг сайёҳлик маҳсулотларининг ўзига хослигини рағбатлантиришга, минтақавий синергия яратишга, ресурсларни оптималлаштиришга, шу билан бир қаторда глобал тенденцияларга самарали жавоб бериш ва мослашишга ёрдам беради. Бу борада давлат томонидан минтақалар ва узоқ бозорлар бўйлаб сайёҳларнинг муаммосиз ва хавфсиз оқимини таъминлайдиган хавфсиз саёҳат йўлакларини яратиш бўйича мамлакатлар ўртасидаги ҳамкорликни кучайтиришга, соғлиқни сақлаш ва хавфсизлик бўйича умумий сайёҳлик протоколлари ва стандартларини ишлаб чиқишга, туристик манфаатдор томонларнинг салоҳиятини оширишга, хусусий секторнинг иштироки ва етакчилик ролини оширишга асосий эътибор қаратилиши лозим деб ҳисоблаймиз. Туризмни ривожлантириш ташаббуслари ва туризмни рағбатлантириш бўйича биргаликдаги ташаббусларни амалга ошириш мамлакатларнинг туризм секторларининг барқарорлигини мустаҳкамлашнинг асосий элементлари ҳисобланади.

Учинчидан, ҳудудий номуносивбликларни камайтириш. Давлатнинг сайёҳлик концепциясини ишлаб чиқишда шаҳарларда ҳам, қишлоқларда ҳам туризмнинг барқарор ўсишига кўмаклашиш ва маҳаллий ҳамжамиятларнинг гуллаб-

яшнаши учун имкониятлар яратиш орқали минтақавий тенгсизликдаги камчиликларни бартараф этишга ёрдам бериш чора-тадбирлари аниқ акс эттирилиши ва бу бўйича йўл харитаси ишлаб чиқилиши лозим. Хусусий секторда кичик ва ўрта бизнесда, хусусан, аёллар ва ёшлар учун иш ўринлари яратиш ва даромад олиш имкониятлари орқали гендер тенглигини рағбатлантирувчи механизм жорий қилиш мақсадга мувофиқ бўлади.

Тўртинчидан, маҳсулотларни диверсификация қилиш орқали мавсумли туризмни тарғиб қилиш. Ўз манбаларига асосланиб, туризм бозори сегменти турли хил сайёҳлик сегментлари ва тажрибаларини, шу жумладан саргузаштли туризм, экотуризм, маданий туризм, архитектура меъроси сайёҳлиги, диний туризм, кўнгилочар туризм, бизнес ва шаҳарлараро туризмни ўз ичига олиши мумкин. Туризм стратегиясини ишлаб чиқишда мавсумийлик муаммосини ҳал қилиш ва минтақадаги корхоналар учун йил давомида имкониятлар яратиш мақсадида турли мамлакатлар бўйлаб туристик маҳсулотлар ва тажрибаларни бирлаштирган минтақавий туризм кластерлар ишлаб чиқилса мақсадга мувофиқ бўлади.

Бешинчидан, туризм тармоғини ривожлантириш учун яхлит ва босқичма-босқич ёндашувни қабул қилиш. Ички туризмни ривожлантириш концепцияси янги туризм йўналишларни ишлаб чиқишга, минтақавий сайёҳлик кластерларининг барқарор ва етарли даражада ўсишини таъминлаш учун туристик йўналишлар тармоғини кенгайтириш ва сайёҳлик маршрутлари ўртасидаги алоқаларни босқичма-босқич мустаҳкамлашга, хавфсиз саёҳат коридорлари ва сайёҳлик кластерларини ишлаб чиқишга қаратилади. Бундан кўзланган асосий мақсад энг юқори даромад келтирадиган бозорларни жалб қилиш орқали катта минтақавий фойда келтириш бўлади. Ички туризм тармоғини ривожлантириш учун яхлит ва босқичма-босқич ривожлантиришда, туризм соҳасининг ўзаро боғлиқлигини ҳисобга олган ҳолда, манфаатдор томонларнинг кенг доираси, жумладан, давлат идоралари, хусусий сектор, илмий тадқиқот институтлари ва фуқаролик жамияти ўртасида яқин мувофиқлаштириш орқали эришиш мумкин.

Адабиётлар:

1. World Tourism Organization (2005), UNWTO Tourism Highlights, 2005 Edition, UNWTO, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284411900>
2. Apar Singh. (2020). The Diffusion of E-marketing in Tourism Businesses of Ethiopia: An Empirical Investigation of Organisational E-readiness Perspectives. European Journal of Tourism Hospitality and Recreation. Volume 10(1):1-13
3. Mapingure, Engelina, M. Saayman, (2019). Motivations of Domestic tourists: the case of Zimbabwe. African Journal of Hospitality Tourism and Leisure. Volume 8 (2)
4. Hall, C. M. & Lew, A. A. (2009). Understanding and managing tourism impacts: An integrated approach. London. Routledge.
5. Ibrecht, M. M. (2011). 'When you're here, you're family': culinary tourism and the olive garden restaurant. Tourist Studies, 11 (2), 99-113. Urry, J. & Larsen, J. (2011). The tourist gaze 3.0. Sage. Urry, J. (2002). The tourist gaze, Sage.
6. Kabote, F., Mamimine, P. W. & Muranda, Z. (2017). Domestic tourism for sustainable development in developing countries. African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure. Volume 6 (2).
7. Yap, G. C. & Allen, D. (2018). Investigating other leading indicators influencing Australian domestic tourism demand. Mathematics and Computers in Simulation, 81 (7), 1365–1374.

8. Mazhande, P., Basera, V., Chikuta, O., Tapfuma, M., Ncube, F. & Baipai, R. (2020). Perceptions and practice of tipping amongst domestic tourists in Zimbabwe. *Journal of Gastronomy Hospitality and Travel*, 3 (1), 101-111.
9. Isadjanov Abduvali and Gulmuratov Ilyos, (2020) "Tourism Development In Uzbekistan: Current Trends And National Priorities," *The Light of Islam*: Vol. 2020: Iss. 1, Article 27.
10. Makhaola, L. J. & Proches, C. N. G. (2017). The significance of domestic tourism in Durban, South Africa. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 6 (4), 1-15.
11. Kumar. J. & Hussain, K. (2014). Evaluating Tourism's Economic Effects: Comparison of Different Approaches. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 144, 360-365.
12. Jago, L. (2012). *The Value of Business Events*. Sydney. Tourism & Business Events International.
13. Skanavis, C. & Sakellari, M. (2011). International tourism, domestic tourism and environmental change: environmental education can find the balance. *Tourismos*, 6 (1).
14. Ghimire, K. B. (2017). *The native tourist: Mass tourism within developing countries*. London. Routledge.
15. Hudson, S. & Ritchie, B. (2002). Understanding the domestic market using cluster analysis: A case study of the marketing efforts of Travel Alberta. *Journal of Vacation Marketing*, 8 (3), 263–276.
16. Sandeep B., Suryakiran Sh., Bijita Sh., Reeja B., Reeja B., Shubhashree B., (2020) *Domestic Tourism in Nepal: Issues and Challenges*. *Tourism Review International* Volume 24(1)
17. Demunter, C. & Dimitrakopoulou, C. (2016). Domestic tourism. *Statistics in focus*, 49, 2016.
18. World Travel and Tourism Council (WTTC). (2018). *Domestic Tourism: Importance and Economic Impact*. London. WTTC.
19. World Travel & Tourism Council (WTTC), *Travel & Tourism Economic Impact 2019* World. <https://www.slovenia.info/uploads/dokumenti/raziskave/raziskave/world2019.pdf>
20. World Economic Forum. 2019. *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019: Travel and Tourism at a Tipping Point*. Geneva; WTTC. 2019.
21. *Travel and Tourism Economic Impact*. London; and World Bank. World Bank Open Data (accessed 10 August 2020). For Afghanistan and Turkmenistan, data have been estimated by the consultant team under ADB. 2019. *Technical Assistance for Sustainable Tourism Development in the Central Asia Regional Economic Cooperation Region*.
22. Estimates from the consultant team under Asian Development Bank. 2019. *Technical Assistance for Sustainable Tourism Development in the Central Asia Regional Economic Cooperation Region*. Manila. based on 2019 information provided by the Bureau of Statistics of the Xinjiang Uyghur Autonomous Region; Ministry of Environment and Tourism of Mongolia; Statistical Bulletin of the Inner Mongolia Autonomous Region; the United Nations World Tourism Organization. UNWTO Statistics Database (accessed 20 June 2020); and World Bank. 2020. *Global Economic Prospects*. Washington, DC.