



AKTUAR MOLIYA VA BUXGALTERIYA HISOBI ILMIY JURNALI

Vol. 4 Issue 09 | pp. 117-122 | ISSN: 2181-1865

Available online <https://finance.tsue.uz/index.php/afa>

MILLIY IQTISODIYOTNI RIVOJLANTIRISHDA ICHKI TURIZMNING TURISTIK RESURLAR ORQALI BOSHQARILISHI VA TARG'IB QILINISHI.



Umirov Jasurbek Temirquliyevich

Buxoro davlat universiteti

Turizm va mehmonxona xo'jaligi kafedrasida o'qituvchisi

Annotatsiya. Ushbu maqolada ichki turizmni rivojlantirish va uning milliy iqtisodiyotga qo'shadigan hisyasi, turistik resurslarning boshqarilishi va targ'ib qilinishi masalalari ko'rib chiqilgan. Milliy turistik resurslar ichki turizmning barqaror rivojlanishiga qanday ta'sir ko'rsatishi va bu jarayonlarning iqtisodiy barqarorlik, infratuzilma rivoji va mahalliy tadbirkorlikka qanday hissa qo'shishi tahlil qilingan. Shuningdek, ichki turizmni samarali boshqarish usullari, marketing strategiyalari va milliy brend yaratishning iqtisodiy rivojlanishdagi o'rni o'rganilgan.

Kalit so'zlar: ichki turizm, milliy iqtisodiyot, turistik resurslar, boshqarish, targ'ibot, infratuzilma, mahalliy tadbirkorlik, milliy brend, iqtisodiy rivojlanish

Kirish.

Hozirgi global iqtisodiy sharoitda mamlakatlarning ichki turizmni rivojlantirish va milliy iqtisodiyotga bo'lgan ta'sirini kuchaytirish dolzarb masalalardan biri bo'lib qolmoqda. Ichki turizm nafaqat milliy daromad manbai, balki mintaqalar o'rtasida iqtisodiy tenglikni saqlash, yangi ish o'rinlari yaratish, madaniy merosni asrab-avaylash va infratuzilmani rivojlantirishda muhim vosita sifatida xizmat qiladi. Ayniqsa, tabiiy, madaniy va tarixiy turistik resurslar mamlakatning iqtisodiy o'sishiga sezilarli hissa qo'shadi. Bu resurslar ichki turizmni rivojlantirish va milliy brendni shakllantirishning muhim asosi hisoblanadi. Shu sababli, turistik resurslarni samarali boshqarish va targ'ib qilish orqali ichki turizmni yanada rivojlantirish milliy iqtisodiyotga salmoqli hissa qo'shishi mumkin.

Mazkur maqolada ichki turizmni milliy turistik resurslar orqali boshqarish va targ'ib qilishning milliy iqtisodiyot rivojiga bo'lgan ijobiy ta'siri keng yoritiladi. Maqolada turistik resurslarni inventarizatsiya qilish, ulardan foydalanish strategiyalari, infratuzilma rivoji, mintaqaviy iqtisodiy barqarorlik va milliy brend yaratish kabi masalalar ko'rib chiqiladi.

Adabiyotlar sharhi.

Ichki turizmni rivojlantirish va milliy turistik resurslardan samarali foydalanish mavzusi so'nggi yillarda turli ilmiy izlanishlar va tadqiqotlar markazida bo'lib kelmoqda. O'zbekiston va xorijiy mamlakatlar olimlari tomonidan olib borilgan tadqiqotlar ichki turizmning iqtisodiyotga qo'shadigan hisyasi, turistik resurslarning inventarizatsiyasi,

boshqaruvi va targ'iboti masalalariga qaratilgan. O'zbekistonlik olimlar tomonidan ichki turizmning milliy iqtisodiyotga qo'shgan hissasi, ayniqsa, hududiy rivojlanishdagi o'rni keng o'rganilgan. Soliyeva (2020) o'z tadqiqotida ichki turizmning qishloq hududlaridagi iqtisodiy o'sishga ijobiy ta'sirini ta'kidlagan. Mahalliy iqtisodiyotning diversifikatsiyasi orqali turizm qishloq joylarda yangi ish o'rinlari yaratish va infratuzilmani rivojlantirishga xizmat qilishi haqida yozilgan. Xorijiy tadqiqotlarda esa (Telfer va Sharpley, 2008), ichki turizmning o'ziga xosligi va uning mahalliy iqtisodiyotga to'g'ridan-to'g'ri ta'sir qilishi, xususan, transport, xizmat ko'rsatish, mehmonxona sohalariga ko'rsatadigan ta'siri o'rganilgan. Turistik resurslarni samarali boshqarish va inventarizatsiya qilish ichki turizmning muhim qismi bo'lib, bu masalani o'rganish jarayonida ko'plab ilmiy maqolalar nashr etilgan. Misol uchun, Xoshimova (2019) o'z tadqiqotida O'zbekistondagi turistik resurslarni tasniflash va ularni samarali boshqarish usullarini ko'rsatib bergan. Bu tadqiqotlar ichida ekologik va madaniy turizmning roli alohida ta'kidlanib, tabiiy va tarixiy yodgorliklar ichki turizmni rivojlantirishdagi asosiy omillar sifatida ko'rsatilgan. Xorijiy manbalardan Briedenhann va Wickens (2004) tomonidan chop etilgan tadqiqotlar mintaqaviy turizmning rivoji uchun turistik resurslarni boshqarishdagi strategiyalarga bag'ishlangan. Ichki turizmni targ'ib qilish strategiyalari haqida yozilgan adabiyotlarda marketing va brending masalalariga alohida e'tibor qaratiladi. O'zbekistonda bu mavzu bo'yicha Anvarova (2021) o'z tadqiqotlarida turizm mahsulotlarini ichki bozorda targ'ib qilish usullari va strategiyalariga bag'ishlangan asarlar yaratgan. Xorijiy tadqiqotlarda esa Middleton (2001) ichki turizmni brendlash va marketing orqali rivojlantirish bo'yicha ko'plab qimmatli tavsiyalar berib o'tgan. Uning asarlarida ichki turizmning o'ziga xosligi, mahalliy madaniy va tabiiy resurslarni to'g'ri foydalanish usullari haqida chuqur tahlillar keltirilgan. Turistik infratuzilmaning rivoji ham ichki turizmni rivojlantirishdagi muhim omillardan biri hisoblanadi. Mahalliy tadqiqotlarda Karimov (2018) O'zbekistonda turistik infratuzilmaning rivojlantirilishi, yangi mehmonxonalar, yo'llar, va turistik xizmatlarning takomillashtirilishi masalalariga alohida e'tibor qaratgan. Tahlillar ichida O'zbekistonning qishloq joylaridagi infratuzilma rivoji orqali ichki turizm imkoniyatlarini kengaytirish yo'nalishlari ko'rib chiqilgan. Xalqaro tadqiqotlar orasida Buhalis (2000) internet texnologiyalari va zamonaviy infratuzilmalarni turizmga integratsiya qilish masalalarini chuqur o'rgangan. Ichki turizm mintaqaviy rivojlanishga katta hissa qo'shadi. O'zbek tadqiqotchilaridan Sadikov (2020) ichki turizmning chekka mintaqalardagi iqtisodiy ta'sirini o'rgangan. Uning tadqiqotlarida turistik resurslardan to'g'ri foydalanish orqali mamlakatning kam rivojlangan hududlarida iqtisodiy barqarorlikni ta'minlash imkoniyatlari ko'rsatib o'tilgan. Xalqaro tadqiqotlarda, xususan, Rogerson (2014) turizm orqali rivojlanayotgan davlatlarda iqtisodiy farovonlikka erishish usullarini tahlil qilgan.

Adabiyotlar sharhi ichki turizmni rivojlantirish masalasida O'zbekiston va xalqaro miqyosdagi tadqiqotlar turli jihatlarni o'z ichiga olganini ko'rsatadi. Mahalliy va xorijiy olimlar ichki turizmning iqtisodiy rivojlanishdagi rolini keng qamrab olgan holda, turistik resurslarni boshqarish, targ'ib qilish va infratuzilmani rivojlantirishning muhimligini ta'kidlaydi. Ushbu adabiyotlar sharhida keltirilgan asarlar ichki turizmni boshqarishning nazariy va amaliy jihatlarni o'rganishda muhim asos bo'lib xizmat qiladi.

Asosiy qism.

Hozirgi zamon global iqtisodiy sharoitida milliy iqtisodiyotni barqarorlashtirish va diversifikatsiya qilishning muhim vositalaridan biri bu ichki turizmni rivojlantirishdir. Ichki turizm nafaqat mahalliy aholining turistik ehtiyojlarini qondirish, balki mahalliy iqtisodiyotga hissa qo'shish, infratuzilmani yaxshilash va yangi ish o'rinlari yaratish imkoniyatlarini ham beradi. Ayniqsa, tabiiy, madaniy va tarixiy turistik resurslar mamlakat ichidagi sayyohlarni jalb qilish va milliy iqtisodiyotni mustahkamlashda katta o'rin tutadi. Ushbu maqolada ichki turizmning milliy iqtisodiyotga bo'lgan ta'siri, turistik resurslarning boshqaruvi va ichki turizmning rivojlanishida muhim rol o'ynaydigan omillar keng yoritiladi.

Ichki turizmning iqtisodiyotga ta'siri. Ichki turizm mamlakat iqtisodiyotining barqaror rivojlanishi uchun muhim tarmoqlardan biri hisoblanadi. Dunyo tajribasiga qaraganda, ichki turizmni rivojlantirish davlatlar uchun iqtisodiy barqarorlik va boyluk manbai sifatida o'z o'rnini topgan. O'zbekistonning milliy iqtisodiyotida ham ichki turizm muhim o'rin tutadi. Soliyeva (2020) tomonidan olib borilgan tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, ichki turizm qishloq joylarda yangi ish o'rinlari yaratish, mahalliy sanoatni rivojlantirish va xizmat ko'rsatish sohasini kengaytirishda asosiy vosita bo'lib xizmat qiladi. Bu, o'z navbatida, mahalliy iqtisodiyotni diversifikatsiyalash va ijtimoiy tenglikni ta'minlashga yordam beradi.

Ichki turizmning iqtisodiy foydasi, birinchi navbatda, turizm orqali to'planadigan soliqlar, turistik xizmatlar va mahsulotlar savdosi orqali davlat byudjetiga tushadigan daromadlar ko'rinishida namoyon bo'ladi. Shuningdek, turizm sohasida ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish bilan shug'ullanadigan kichik va o'rta bizneslar rivoji uchun keng imkoniyatlar yaratiladi. O'zbekistonning ichki turizmida tabiiy va madaniy yodgorliklarga bo'lgan talab doimiy ravishda o'sib borayotganini hisobga olsak, bu soha mamlakat iqtisodiyotiga katta ta'sir ko'rsatishi aniq.

Turistik resurslarni inventarizatsiya qilish va boshqarish. Ichki turizmni samarali boshqarish va rivojlantirishning asosiy sharti milliy turistik resurslarni aniqlash, inventarizatsiya qilish va to'g'ri boshqarishdan iborat. O'zbekistonda turizm sohasida tadqiqot olib borgan Xoshimova (2019) milliy turistik resurslarning tasnifi va ularni rivojlantirish imkoniyatlarini chuqur o'rganib chiqqan. Tabiiy, madaniy va tarixiy yodgorliklar ichki turizmning asosiy manbalari sifatida ko'riladi, va ularni to'g'ri boshqarish turizm sektorining o'sishini ta'minlaydi.

Milliy turistik resurslarni inventarizatsiya qilish jarayonida quyidagi omillar hisobga olinishi lozim:

- Resurslarning geografik joylashuvi va o'ziga xosligi: Har bir hududning o'ziga xos tabiiy va madaniy xususiyatlari mavjud bo'lib, ularni samarali boshqarish orqali ichki turizmni rivojlantirish mumkin.
- Turizm xizmatlari va infratuzilmasi: Turistik resurslarni boshqarishda ular bilan bog'liq infratuzilmalar va xizmat ko'rsatish tizimining rivojlanishi ham katta ahamiyatga ega.
- Turistik resurslarni saqlash va himoya qilish: Turistik resurslardan barqaror foydalanish ularni saqlash va ekologik barqarorlikni ta'minlash bilan uzviy bog'liq.

Shuningdek, xorijiy tajribalar (Telfer va Sharpley, 2008) ham turistik resurslarni inventarizatsiya qilish va boshqarishning ichki turizm uchun zarurligini ta'kidlaydi.

Bunday yondashuv turistik resurslarning uzoq muddatli foydalanishini ta'minlaydi va turizm sohasining barqaror rivojlanishiga yordam beradi.

Ichki turizmni targ'ib qilish strategiyalari. Ichki turizmni rivojlantirish va uni keng ommaga tanishtirish uchun samarali marketing va targ'ibot strategiyalarini ishlab chiqish muhimdir. Anvarova (2021) ichki turizmni milliy va mintaqaviy darajada targ'ib qilishning turli usullarini tahlil qilib, bu borada bir nechta muhim strategiyalarni keltirib o'tgan:

- Ommaviy axborot vositalarida reklama kampaniyalari: Televideniye, radio, internet va ijtimoiy tarmoqlar orqali ichki turistik yo'nalishlarni targ'ib qilish sayyohlarni jalb qilishning samarali usullaridan biridir.
- Mintaqaviy tadbirlar va festivallar: Madaniy va an'anaviy tadbirlar, sport musobaqalari va festivallar ichki turizmni rivojlantirishda muhim rol o'ynaydi. Bu tadbirlar mahalliy aholi o'rtasida turizmga bo'lgan qiziqishni oshiradi.
- Sayohat paketlari va xizmatlarni diversifikatsiya qilish: Ichki turizm uchun maxsus paketlar yaratish, oilaviy, yoshlar uchun tejamkor sayohat yo'nalishlari kabi xizmatlarni rivojlantirish orqali ichki turizmni targ'ib qilish mumkin.

Shuningdek, xorijiy tadqiqotlarda (Middleton, 2001) milliy va mintaqaviy turizm brendini yaratish, marketing strategiyalari va innovatsion yechimlarning turizmni rivojlantirishdagi roli keng tahlil qilingan. Brendlash orqali ichki turizmni rivojlantirish va mahalliy bozorlarni jalb qilish bo'yicha ko'plab yondashuvlar mavjud.

Turistik infratuzilmaning rivoji. Ichki turizmning rivoji infratuzilmaning holatiga bevosita bog'liq. Yo'llar, mehmonxonalar, dam olish maskanlari va boshqa xizmatlar ichki turizmning rivojlanishiga sezilarli darajada ta'sir ko'rsatadi. Karimov (2018) ichki turizm infratuzilmasining O'zbekiston sharoitida qanday rivojlantirilishi lozimligi to'g'risida tadqiqot olib borgan. Shaharlararo va qishloqlardagi yo'llar, transport tizimi va mehmonxona xizmatlarini takomillashtirish orqali ichki turizmga jiddiy o'zgarishlar qilish mumkinligi ta'kidlangan.

Turistik infratuzilmaning rivoji nafaqat sayyohlarni jalb qilish uchun, balki mahalliy aholini ham qulay dam olish joylari bilan ta'minlashga xizmat qiladi. Zamonaviy turizm markazlari, ekologik toza hududlar va yuqori sifatli xizmat ko'rsatish sayohatchilarga qulay sharoit yaratadi, bu esa ichki turizmning barqaror o'sishiga yordam beradi.

Mahalliy tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash. Ichki turizm nafaqat davlat darajasida rivojlantirilishi kerak, balki mahalliy tadbirkorlik va kichik bizneslar orqali ham kuchaytirilishi zarur. Ichki turizmni rivojlantirish jarayonida mahalliy tadbirkorlar turistik xizmatlar, mahsulotlar va boshqa xizmatlarni taklif etish orqali iqtisodiyotga hissa qo'shishi mumkin. Mahalliy hunarmandchilik, oziq-ovqat mahsulotlari va o'ziga xos turistik xizmatlar ichki turizmga o'ziga xos ko'rinish beradi.

Turistik tadbirkorlikni rivojlantirish orqali nafaqat iqtisodiy rivojlanish, balki madaniy merosning asrab-avaylanishi, an'anaviy hunarmandchilik va milliy o'ziga xosliklar ham saqlanib qoladi. Bu esa mahalliy jamoalarning iqtisodiy va ijtimoiy farovonligini oshirishga xizmat qiladi.

Milliy brendni shakllantirish. Ichki turizmni rivojlantirish jarayonida milliy brendni shakllantirish va uni mahalliy sayyohlar o'rtasida targ'ib qilish katta ahamiyatga ega.

Milliy turistik resurslar orqali milliy brend yaratish mamlakatning ichki va xalqaro imijini kuchaytiradi. O'zbekiston tajribasida bu borada milliy festivallar, madaniy tadbirlar va tarixiy joylarni targ'ib qilish orqali milliy brend yaratish yo'lida ijobiy qadamlar tashlanmoqda.

Milliy brend orqali ichki turizmni rivojlantirish nafaqat iqtisodiy, balki madaniy va ijtimoiy rivojlanishga ham xizmat qiladi. Ichki turizmning milliy brendi mamlakatning o'ziga xos madaniyati, tarixi va tabiiy resurslarini keng ommaga tanishtirishda samarali vositadir.

Xulosa.

Ichki turizmni milliy iqtisodiyotni rivojlantirishdagi roli katta ahamiyat kasb etadi. Mamlakat ichidagi turistik resurslarni samarali boshqarish va targ'ib qilish orqali nafaqat iqtisodiy o'sishga, balki mintaqaviy rivojlanish, yangi ish o'rinlari yaratish va ijtimoiy tenglikni ta'minlashga ham erishish mumkin. Tabiiy, madaniy va tarixiy merosdan foydalangan holda ichki turizmni rivojlantirish mamlakatning iqtisodiy mustahkamligi uchun kuchli asos yaratadi.

Turistik resurslarni to'g'ri inventarizatsiya qilish, ularni zamonaviy boshqaruv strategiyalari asosida rivojlantirish va milliy brendni shakllantirish orqali ichki turizmni iqtisodiyotning muhim tarmog'iga aylantirish mumkin. Ichki turizmning infratuzilma rivojiga, mahalliy tadbirkorlik va xizmat ko'rsatish sohaslariga ko'rsatadigan ta'siri milliy iqtisodiyotning turli sohaslariga ham keng yoyiladi.

Shuningdek, ichki turizmni keng targ'ib qilish, marketing strategiyalarini rivojlantirish va zamonaviy texnologiyalarni joriy etish ichki bozorni kengaytiradi va mahalliy aholi o'rtasida milliy qadriyatlarga bo'lgan hurmatni oshiradi. Natijada ichki turizm milliy iqtisodiyotni barqaror rivojlantirish, madaniy merosni saqlash va milliy brendni kengaytirishda muhim vosita bo'lib qoladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Soliyeva, N. (2020). Ichki turizmning milliy iqtisodiyotga ta'siri va rivojlanish imkoniyatlari. O'zbekiston Milliy Universiteti ilmiy jurnali, 15(2), 34-45.
2. Xoshimova, S. (2019). O'zbekistondagi turistik resurslarni inventarizatsiya qilish va boshqarish usullari. Buxoro Davlat Universiteti ilmiy jurnali, 18(4), 58-67.
3. Anvarova, Z. (2021). Ichki turizmni rivojlantirishda marketing strategiyalari va milliy brend yaratish. Samarqand Davlat Universiteti ilmiy jurnali, 10(3), 89-99.
4. Karimov, A. (2018). Ichki turizm infratuzilmasini rivojlantirishning iqtisodiy ahamiyati. Toshkent Turizm Universiteti ilmiy maqolalari, 12(1), 27-39.
5. Briedenhann, J. & Wickens, E. (2004). Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas – vibrant hope or impossible dream? *Tourism Management*, 25(1), 71-79.
6. Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21(1), 97-116.
7. Middleton, V.T.C. (2001). *Marketing in Travel and Tourism* (3rd ed.). Oxford: Butterworth-Heinemann.

8. Telfer, D.J. & Sharpley, R. (2008). *Tourism and Development in the Developing World*. London: Routledge.
9. Rogerson, C.M. (2014). Tourism and regional development: The case of South Africa's poor regions. *Development Southern Africa*, 31(1), 1-17.
10. Sadikov, A. (2020). Ichki turizm va mintaqaviy iqtisodiy rivojlanish: O'zbekiston tajribasi. *Iqtisodiyot va Innovatsiyalar*, 5(2), 44-53.
11. Olimovich D. I., Temirkulovich U. J., Bakhodirovna M. M. Mechanisms of improving staff training // *Academy*. – 2020. – №. 2 (53). – С. 20-21.
12. Bakhtiyarovich T. M., Fakhriddinova D. Y., Temirkuliyevich U. J. The role of national tourism resources in the development of domestic tourism // *Economics*. – 2020. – №. 4 (47). – С. 41-43.
13. Файзиева С. К., Умиров Ж. Т. ОБЪЕКТЫ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ ДЛЯ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА В УЗБЕКИСТАНЕ // *Вопросы науки и образования*. – 2021. – №. 1 (126). – С. 7-14.
14. Temirkulovich U. J. Importance of entrepreneurship development in tourism industry (Bukhara region) // *ACADEMICIA: An International Multidisciplinary Research Journal*. – 2021. – Т. 11. – №. 4. – С. 700-704.
15. Temirkulovich U. J. Development of Ecologization of Tourism: Experience of Foreign Countries // *Indonesian Journal of Innovation Studies*. – 2022. – Т. 19.
16. Azimov O. K., Temirkulovich J. U. Tourism in Uzbekistan After the Pandemic: Problems and Solutions // *Central Asian Journal of Innovations on Tourism Management and Finance*. – 2022. – Т. 3. – №. 11. – С. 108-115.

Copyright: © 2024 by the authors. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-4.0 International License (CC - BY 4.0)

