

SAMARQAND VILOYATIDA TURIZM SALOHIYATINI OSHIRISHNING SINGAPUR TAJRIBASI

Karimov Anvar Aktamovich

Samarqand iqtisodiyot va servis instituti mustaqil izlanuvchisi

Tel.: +998 97 933 44 00

E-mail: 00_bek@mail.ru

Annotatsiya. Mazkur maqolada Samarqand viloyatining turizm salohiyatidan foydalanish holati Singapur tajribasi bilan qiyosiy tahlil qilingan. Tadqiqotning dolzarbligi viloyatga keluvchi xorijiy turistlar soni tez o'sayotgan bo'lsa-da, ularning o'rtacha qolish muddati qisqa va bir turistdan olinadigan daromad past darajada qolayotgani bilan asoslangan. Turistik destinatsiyaning raqobatbardoshligiga oid nazariy yondashuvlar - R. Butlarning destinatsiya hayot sikli, Kraus-Ritchi modeli va Duayer-Kim integratsiyalashgan modeli umumlashtirilgan. Tadqiqotda tizimli yondashuv, qiyosiy tahlil, benchmarking, statistik tahlil va ssenariy modellash tirish usullaridan foydalanilgan. Singapur, O'zbekiston va Samarqand viloyati turizmining asosiy ko'rsatkichlari qiyoslanib, Singapurda bir turistga to'g'ri keladigan tushum Samarqanddagidan taxminan 7 baravar yuqori ekani aniqlangan. Singapur turizm boshqaruvi modelining asosiy unsurlari - yagona vakolatli boshqaruv organi, uzoq muddatli strategik rejalashtirish, tarixiy hududlarni saqlab qolgan holda qayta jonlantirish, tadbirlar va MICE turizmi, raqamli ma'lumotlarga asoslangan boshqaruv hamda kadrlar salohiyatini rivojlantirish tizimlashtirilib, ularni Samarqand viloyatiga moslashtirish yo'nalishlari belgilangan. Turizm daromadini turistlar soni, o'rtacha qolish muddati va kunlik xarajatlarga ajratuvchi dekompozitsiya modeli asosida Samarqand viloyati uchun 2026-yilga mo'ljallangan uchta ssenariy hisob-kitobi bajarilgan. Hisob-kitoblarga ko'ra, 5 mln nafar xorijiy turist qabul qilinganda qolish muddatini 3,5 kunga yetkazish va kunlik xarajatlarni 20 foizga oshirish daromadni 1,06 mlrd AQSh dollaridan 1,9 mlrd AQSh dollarigacha oshirishi mumkin. Shuningdek, tarixiy markazga tushadigan yuklamani kamaytirish uchun turistlar oqimini viloyat tumanlari bo'yicha taqsimlash hamda Yevropa, Sharqiy Osiyo va Fors ko'rfazi davlatlari bozorlariga yo'naltirilgan maqsadli marketing zarurligi ko'rsatilgan. Tadqiqot natijasida viloyat turizm daromadini oshirishning asosiy zaxirasi turistlar sonini ko'paytirish bilan bir qatorda ularning qolish muddatini uzaytirish va bir turistga to'g'ri keladigan xarajatlarni oshirishdan iborat ekanligi asoslangan.

Kalit so'zlar: turizm salohiyati, turistik destinatsiya, Samarqand viloyati, Singapur tajribasi, destinatsiya raqobatbardoshligi, MICE turizmi, tadbirlar turizmi, qolish muddati, turizm eksporti, destinatsiya brendi.

KIRISH

Turizm bugungi kunda xizmatlar eksportining eng tez o'sayotgan yo'nalishlaridan biri bo'lib, hududlarda yangi ish o'rinlari yaratish, kichik biznes va xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirish hamda mahalliy byudjet daromadlarini oshirishning muhim manbai hisoblanadi. Biroq turistik resurslarning mavjudligi o'z-o'zidan iqtisodiy natija bermaydi: destinatsiyaning raqobatbardoshligi resurslardan qanchalik samarali foydalanilishi, boshqaruv tizimining sifati va turistga taklif

etilayotgan tajribaning yaxlitligi bilan belgilanadi [15; 16; 17].

O'zbekistonda turizm faoliyatining huquqiy asoslari "Turizm to'g'risida"gi Qonun bilan belgilangan [1]. 2022-2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasida turizm salohiyatini oshirish ustuvor vazifalardan biri sifatida qayd etilgan [2]. 2025-yil 15-maydagi PF-87-son Farmon bilan 2025-yilda 15,8 mln nafar xorijiy turist safarini tashkil etish, turizm eksportini 4 mlrd AQSh dollariga yetkazish hamda Samarqand shahrida "Ipak yo'lida turizm" tematik ofisini tashkil etish vazifalari belgilandi [3]. 2025-yil 27-dekabrda PQ-392-son qarorga ko'ra esa 2026-yilda Samarqand viloyatiga keladigan xorijiy turistlar sonini 5 mln nafargacha yetkazish maqsad qilib qo'yilgan [4].

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika agentligi ma'lumotiga ko'ra, 2025-yilda mamlakatga 11,7 mln nafar xorijiy fuqaro tashrif buyurgan bo'lib, bu 2024-yilga nisbatan 46,8 foiz ko'pdir [5]. BMT Turizm tashkiloti ma'lumotlari bo'yicha O'zbekiston 2019-yilga nisbatan turistlar oqimining o'sish sur'ati bo'yicha dunyoda oltinchi o'rinni egallagan [6]. Samarqand viloyatiga 2024-yilda 2,52 mln nafar xorijiy va 4,72 mln nafar mahalliy turist tashrif buyurgan, turizm xizmatlari eksporti 537 mln AQSh dollarini tashkil etgan [7].

Shu bilan birga, statistik ko'rsatkichlar tuzilmasi muhim muammolarni ham ko'rsatadi. Xorijiy turistlarning Samarqandda o'rta qolish muddati atigi 2-2,7 kunni tashkil etadi [7], mamlakatga kelayotgan xorijiy fuqarolarning qariyb to'rtdan uch qismi qo'shni davlatlar - Qirg'iziston, Tojikiston va Qozog'iston hissasiga to'g'ri keladi [5]. Bu holat turistlar soni tez o'sayotgan bo'lsa-da, bir turistdan olinadigan daromad va turizmning qo'shilgan qiymati hali yetarli darajada emasligini anglatadi.

Jahon tajribasida tabiiy resurslari cheklangan bo'lishiga qaramay, maqsadli davlat siyosati orqali yetakchi turistik markazga aylangan mamlakatlar orasida Singapur alohida o'rin tutadi. Maydoni 730 km² atrofidagi shahar-davlat 2025-yilda 16,9 mln xorijiy turistni qabul qilib, 32,8 mlrd Singapur dollari miqdorida rekord turizm tushumiga erishgan [10]. Singapur tajribasining Samarqand uchun ahamiyati shundaki, har ikki destinatsiya ham asosan shahar turizmiga, tarixiy-madaniy merosga va tranzit-tadbirlar salohiyatiga tayanadi.

Shu sababli Singapurning turizm boshqaruvi tajribasini tizimli o'rganish va uni Samarqand viloyati sharoitiga moslashtirish yo'nalishlarini ilmiy asoslash dolzarb hisoblanadi.

Tadqiqotning maqsadi - Singapurning turizm boshqaruvi tajribasini tizimlashtirish va uni Samarqand viloyati turizm salohiyatini oshirishga tatbiq etish yo'nalishlarini ilmiy asoslashdan iborat. Ushbu maqsadga erishish uchun quyidagi vazifalar belgilandi: destinatsiya raqobatbardoshligiga oid nazariy yondashuvlarni umumlashtirish; Singapur, O'zbekiston va Samarqand viloyati turizmining asosiy ko'rsatkichlarini qiyoslash; Singapur turizm boshqaruvi modelining unsurlarini aniqlash; turizm daromadining dekompozitsiya modeli asosida viloyat uchun ssenariy hisob-kitoblarini bajarish.

Tadqiqot obyekti sifatida Samarqand viloyatining turizm sohasi. Tadqiqot predmeti esa viloyat turizm salohiyatidan foydalanish va uni boshqarish jarayonida yuzaga keladigan iqtisodiy munosabatlar. Tadqiqotning ilmiy yangiligi Singapur

turizm boshqaruvi modeli unsurlarini Samarqand viloyati sharoitiga moslashtirish yo'nalishlarini aniqlash hamda turizm daromadini turistlar soni, qolish muddati va kunlik xarajatlarga ajratuvchi model asosida viloyat uchun ssenariy baholashni amalga oshirishdan iborat.

ADABIYOTLAR SHARHI

Turistik destinatsiyalar rivojlanishining nazariy asoslaridan biri R. Butler tomonidan taklif etilgan destinatsiya hayot sikli modelidir. Unga ko'ra destinatsiya kashf etish, jalb qilish, rivojlanish, konsolidatsiya va turg'unlik bosqichlarini bosib o'tadi, turg'unlikdan keyin esa qayta jonlanish yoki tanazzul yuz beradi [13]. Ushbu model turistlar sonining tez o'sishi o'z-o'zidan barqaror rivojlanishni kafolatlamasligini, har bir bosqichda mahsulotni yangilash zarurligini ko'rsatadi.

M. Porterning milliy raqobat ustunliklari nazariyasi omillar sharoiti, talab sharoiti, turdosh va qo'llab-quvvatlovchi tarmoqlar hamda firmalar strategiyasidan iborat "olmos" modeliga asoslanadi [14]. G. Kraus va B. Ritchi bu yondashuvni turizmga tatbiq etib, destinatsiyaning qiyosiy (meros qilib olingan resurslar) va raqobat (resurslardan samarali foydalanish) ustunliklarini farqlagan [15]. Ularning keyingi tadqiqotida destinatsiya raqobatbardoshligining konseptual modeli asosiy resurslar va attraksionlar, qo'llab-quvvatlovchi omillar, destinatsiya siyosati va boshqaruvi kabi bloklardan iborat ekani ko'rsatilgan [16].

L. Duayer va Ch. Kim integratsiyalashgan modelida meros va yaratilgan resurslar, qo'llab-quvvatlovchi omillar, destinatsiya boshqaruvi, vaziyat sharoitlari va talab omillarining o'zaro bog'liqligi asoslangan [17]. D. Buhalis esa destinatsiya marketingida "6A" - attraksionlar, transport qulayligi, qulayliklar, tayyor turpaketlar, faoliyat turlari va yordamchi xizmatlar majmuasini ajratib, zamonaviy destinatsiyaning raqobatbardoshligi raqamli texnologiyalar va hamkorlikka bog'liqligini ta'kidlagan [18].

Singapur tajribasi xorijiy ilmiy adabiyotlarda keng yoritilgan. J. Henderson Singapurning Chinatown hududini saqlab qolish va targ'ib qilish tajribasini tahlil qilib, tarixiy hududni turistik mahsulotga aylantirishda mahalliy hayot va o'ziga xoslikni saqlash muhimligini ko'rsatgan [19]. T. Chang va hammualliflari Singapur misolida shahar meros turizmida global talab va mahalliy o'ziga xoslik o'rtasidagi muvozanat masalasini o'rgangan [20]. J. Henderson boshqa ishida Singapur va Dubayni qiyoslab, tabiiy resurslari cheklangan shaharlar destinatsiyani davlat tomonidan maqsadli rejalashtirish, infratuzilmaga investitsiya va kuchli brend orqali raqobatbardosh qilishini isbotlagan [21].

D. Getz tadbirlar turizmini destinatsiya rivojlanishining mustaqil yo'nalishi sifatida asoslab, yirik tadbirlar turistlar oqimini mavsumlar bo'yicha tekislash, destinatsiya imidjini shakllantirish va infratuzilmani rivojlantirishga xizmat qilishini ko'rsatgan [23]. G. Doksi esa turistlar oqimining haddan tashqari ortishi mahalliy aholining munosabatini "eyforiya"dan "norozilik"ka qadar o'zgartirishi mumkinligini qayd etgan [22]. Bu xulosa tarixiy markazga turistlar to'planadigan Samarqand uchun ayniqsa muhimdir.

Mahalliy ilmiy adabiyotlarda Samarqand viloyati turizmi asosan tarixiy-

madaniy resurslar, mehmonxona xo'jaligi va ziyorat turizmi nuqtayi nazaridan o'rganilgan. Xorijiy davlatlarning destinatsiya boshqaruvi modelini viloyat darajasiga moslashtirish, ayniqsa, turizm daromadini tashkil etuvchi omillarni miqdoriy baholash masalasi nisbatan kam yoritilgan. Bu holat ushbu tadqiqotning dolzarbligini belgilaydi.

Umuman olganda, adabiyotlar tahlili destinatsiya raqobatbardoshligi ikki guruh omil bilan belgilanishini ko'rsatadi: birinchisi - meros qilib olingan resurslar (tarixiy obidalar, tabiiy sharoit, geografik joylashuv), ikkinchisi - boshqaruv sifati, infratuzilma, marketing va inson kapitali kabi yaratiladigan omillar [15; 16; 17]. Samarqand birinchi guruh omillar bo'yicha noyob ustunlikka ega bo'lsa, Singapur tajribasi aynan ikkinchi guruh omillarni rivojlantirish namunasidir.

METODOLOGIYA

Tadqiqotda tizimli yondashuv, qiyosiy tahlil, benchmarking, statistik tahlil va ssenariy modellash usullaridan foydalanildi. Axborot bazasini O'zbekiston Respublikasining normativ-huquqiy hujjatlari [1-4], Statistika agentligi va rasmiy axborot manbalari ma'lumotlari [5-9], Singapur turizm kengashi (STB) va Singapur hukumati rasmiy materiallari [10-12] hamda xorijiy ilmiy nashrlar [13-23] tashkil etdi.

Tadqiqot uch bosqichda olib borildi. Birinchi bosqichda Singapur, O'zbekiston va Samarqand viloyati turizmining asosiy ko'rsatkichlari qiyoslandi. Ikkinchi bosqichda Singapur turizm boshqaruvi modelining unsurlari Kraus-Ritchi va Duayer-Kim modellari bloklari bo'yicha tizimlashtirildi va ularning Samarqand sharoitiga moslashtirish yo'nalishlari aniqlandi. Uchinchi bosqichda turizm daromadining dekompozitsiya modeli asosida viloyat uchun ssenariy hisob-kitoblari bajarildi.

Xorijiy turistlardan olinadigan turizm daromadi quyidagi multiplikativ ko'rinishda ifodalanadi:

$$TR = N \cdot L \cdot d \quad (1)$$

bu yerda TR - xorijiy turistlardan olingan turizm daromadi (eksporti), mln AQSh dollari; N - xorijiy turistlar soni, mln nafar; L - o'rtacha qolish muddati, kun; d - bir turistning o'rtacha kunlik xarajati, AQSh dollari.

Bir turistga to'g'ri keladigan daromad (R) quyidagicha aniqlanadi:

$$R = TR / N = L \cdot d \quad (2)$$

(1) formulani logarifmlab differensiallash orqali daromad o'sishining omillar bo'yicha taxminiy dekompozitsiyasi olinadi:

$$\Delta TR / TR \approx \Delta N / N + \Delta L / L + \Delta d / d \quad (3)$$

Ushbu ifoda turizm daromadi o'sishiga turistlar sonining, qolish muddatining va kunlik xarajatlarning qo'shgan hissasini alohida baholash imkonini beradi.

Model uchun boshlang'ich qiymatlar sifatida Samarqand viloyatining 2024-yil rasmiy ko'rsatkichlari olindi: N = 2,523 mln nafar, TR = 537 mln AQSh dollari, L = 2,35 kun (e'lon qilingan 2-2,7 kunlik oraliqning o'rtachasi) [7]. (2) formulaga ko'ra, R ≈ 213 AQSh dollari, d = R / L ≈ 90,6 AQSh dollarini tashkil etadi. Hisob-kitoblarda narxlar va valyuta kursi o'zgarmas deb qabul qilindi.

TAHLIL VA NATIJALAR

1-jadvalda Singapur, O'zbekiston va Samarqand viloyati turizmining asosiy ko'rsatkichlari qiyoslangan.

1-jadval

Singapur, O'zbekiston va Samarqand viloyati turizmining asosiy ko'rsatkichlari

Ko'rsatkich	Singapur	O'zbekiston	Samarqand viloyati
Xorijiy turistlar soni	16,9 mln (2025) [10]	11,7 mln (2025) [5]	2,52 mln (2024) [7]
Turizm tushumi / eksporti	32,8 mlrd Singapur dollari (2025) [10]	3,9 mlrd AQSh dollari (2026-yil yanvar-iyul) [8]	537 mln AQSh dollari (2024) [7]
Bir xorijiy turistga to'g'ri keladigan tushum	≈1 941 Singapur dollari (≈1,5 ming AQSh dollari)	≈503 AQSh dollari (2026-yil yanvar-iyul)	≈213 AQSh dollari
O'rtacha qolish muddati	-	-	2-2,7 kun [7]
Mehmonxonalar bandligi	81,9% (2025) [11]	-	-
Joylashtirish vositalari	-	7 440 ta, 202,6 ming xona (2026) [8]	642 ta, 18 ming o'rin (2024) [7]
Uzoq muddatli maqsad	2040-yilda 47-50 mlrd Singapur dollari tushum [12]	2025-yilda 15,8 mln turist, 4 mlrd AQSh dollari eksport [3]	2026-yilda 5 mln xorijiy turist [4]

1-jadval ma'lumotlari muhim tafovutni ko'rsatadi: Singapurga keluvchi xorijiy turistlar soni O'zbekistondagidan atigi 1,4 baravar ko'p bo'lsa-da, bir turistga to'g'ri keladigan tushum bo'yicha farq taxminan 3 baravarni, Samarqand viloyati bilan esa 7 baravarni tashkil etadi (Singapur dollari 1 AQSh dollari ≈ 1,3 Singapur dollari kursida qayta hisoblangan). Demak, Singapur modelining asosiy ustunligi turistlar sonida emas, balki har bir turistdan olinadigan qo'shilgan qiymatdadir.

Samarqand viloyatining mamlakat turizmidagi o'rni ham alohida e'tiborga loyiq. 2024-yilda O'zbekistonga kelgan xorijiy fuqarolar soni taxminan 8,0 mln nafarni tashkil etganini hisobga olsak [5], ularning qariyb 31 foizi Samarqand viloyatiga tashrif buyurgan. Biroq bir turistga to'g'ri keladigan 213 AQSh dollari darajasidagi tushum va 2-2,7 kunlik qolish muddati viloyat asosan bir-ikki kunlik ekskursiya marshrutining "bekati" sifatida qabul qilinayotganini ko'rsatadi.

Singapur tajribasi tahlili asosida uning turizm boshqaruvi modelining oltita asosiy unsuri ajratildi va ularning Samarqand sharoitiga moslashtirish yo'nalishlari aniqlandi (2-jadval).

2-jadval

Singapur turizm boshqaruvi tajribasi va uni Samarqand viloyatiga moslashtirish yo'nalishlari

Model unsuri	Singapur tajribasi	Samarqand viloyati uchun moslashtirish yo'nalishi
Yagona vakolatli boshqaruv organi	Singapur turizm kengashi (STB) 1964-yildan buyon marketing, mahsulot yaratish, investitsiya jalb etish va tarmoqni rivojlantirishni yagona	Viloyat darajasida destinatsiyani boshqarish tashkiloti (DMO) tuzish, "Ipak yo'lida turizm" tematik ofisi [3] negizida davlat-xususiy sheriklik

	markazdan muvofiqlashtiradi	asosida faoliyat yuritish
Uzoq muddatli strategik rejalashtirish	"Tourism 2040" dasturi: 2040-yilgacha tushumni 47-50 mlrd Singapur dollariga yetkazish, MICE tushumini uch baravar oshirish [12]	Viloyat turizmini rivojlantirishning 2030-yilgacha bo'lgan maqsadli ko'rsatkichlarini turistlar soni bilan birga qolish muddati va tushum bo'yicha ham belgilash
Merosni saqlab qolgan holda qayta jonlantirish	Chinatown, Little India, Kampong Glam tarixiy hududlarini saqlash va ularni tirik shahar muhiti sifatida turistik mahsulotga aylantirish [19; 20]	Tarixiy markazdagi piyodalar ko'chalari [9], mahallalar va hunarmandchilik guzarlarini mahalliy aholi hayoti bilan uyg'un holda rivojlantirish
Tadbirlar va MICE turizmi	Osiyo-Tinch okeani mintaqasining 22 yil ketma-ket yetakchi uchrashuvlar shahri; Biznes tadbirlar granti, yangi MICE markazi [10]	"Boqiy shahar" turizm markazi va kongress infratuzilmasi negizida xalqaro tadbirlar kalendarini shakllantirish
Ma'lumotlarga asoslangan boshqaruv	Turizm tahliliy tarmog'i, tarmoq uchun raqamli rivojlanish rejalari, mehmonxonalarda sun'iy intellekt yechimlari [10]	Viloyat bo'yicha turistlar oqimi, qolish muddati va xarajatlarni real vaqtda kuzatuvchi yagona raqamli platforma
Investitsiya va kadrlar	Turizmni rivojlantirish jamg'armasiga besh yilda 740 mln Singapur dollari qo'shimcha mablag', TIP-iT kadrlar tayyorlash dasturi [10]	Subsidiyalarni [3] yangi mahsulot yaratishga yo'naltirish, gid, oshpaz va mehmonxona xodimlarini malakaviy sertifikatlash

2-jadvaldan ko'rinadiki, Singapur tajribasining mohiyati alohida loyihalarda emas, balki ularni yagona strategiya atrofida birlashtiruvchi boshqaruv tizimidadir. STB marketing, yangi attraksionlar yaratish, investorlar bilan ishlash va kadrlar tayyorlash vazifalarini bir vaqtda muvofiqlashtiradi. Samarqand viloyatida esa bu funksiyalar turli idoralar o'rtasida taqsimlangan bo'lib, natijada turistga yaxlit mahsulot taklif etish qiyinlashadi.

(1)-(3) formulalar asosida PQ-392-son qarorda belgilangan 2026-yilgi maqsadli ko'rsatkich - 5 mln nafar xorijiy turist [4] uchun uchta ssenariy hisoblandi (3-jadval).

3-jadval

Samarqand viloyatida xorijiy turistlardan olinadigan turizm daromadining ssenariy hisob-kitoblari

Ssenariy	Turistlar soni (N), mln nafar	Qolish muddati (L), kun	Kunlik xarajat (d), AQSh dollari	Daromad (TR), mln AQSh dollari	2024-yilga nisbatan, baravar
Bazaviy holat (2024-yil)	2,52	2,35	90,6	537	1,0
Faqat turistlar soni oshadi	5,0	2,35	90,6	1 064	2,0
Turistlar soni va qolish muddati oshadi	5,0	3,0	90,6	1 359	2,5
Singapur modeli bo'yicha kompleks o'sish	5,0	3,5	108,7	1 902	3,5

3-jadval natijalari shuni ko'rsatadiki, turistlar sonini ikki baravar oshirishning o'zi daromadni ham taxminan ikki baravar oshiradi. Agar bunga qo'shimcha ravishda qolish muddati 2,35 kundan 3 kunga uzaytirilsa, daromad 1,36 mlrd AQSh dollariga,

ya'ni bazaviy darajadan 2,5 baravar ko'pga yetadi. Uchinchi ssenariyda qolish muddati 3,5 kunga yetkazilib, kunlik xarajatlar yangi xizmatlar (kechki va tadbirlar dasturlari, gastronomiya, MICE) hisobiga 20 foizga oshirilsa, daromad 1,9 mlrd AQSh dollariga yetishi mumkin.

(3) formula bo'yicha III ssenariyda daromad o'sishi taxminan uchta omil hissasidan iborat: turistlar soni - 98 foiz, qolish muddati - 49 foiz, kunlik xarajatlar - 20 foiz (logarifmik dekompozitsiyada hissalar mos ravishda 68, 40 va 18 foiz punktni tashkil etadi). Boshqacha aytganda, qolish muddati va xarajatlarni oshirish turistlar sonini qo'shimcha ravishda taxminan 1,8 baravar ko'paytirishga teng samara beradi. Bu esa infratuzilmaga va tarixiy markazga qo'shimcha yuklama tushirmasdan daromadni oshirish imkonini beradi.

MUHOKAMA

Olingan natijalar xorijiy tadqiqotlar xulosalari bilan umuman mos keladi. Destinatsiya raqobatbardoshligi meros qilib olingan resurslardan ko'ra ko'proq ulardan foydalanish samaradorligi va boshqaruv sifatiga bog'liqligi ko'plab mualliflar tomonidan tasdiqlangan [15; 16; 17]. Samarqand meros resurslari bo'yicha Singapurdan ustun bo'lsa-da, bir turistdan olinadigan tushum bo'yicha undan bir necha baravar orqada qolmoqda. Bu esa asosiy zaxira yaratiladigan omillarda ekanini bildiradi.

Birinchidan, yagona boshqaruv markazi masalasi. Singapurda STB marketingdan tortib investitsiya va kadrlargacha bo'lgan vazifalarni muvofiqlashtiradi, uzoq muddatli "Tourism 2040" strategiyasi esa barcha ishtirokchilar uchun umumiy mo'ljal bo'lib xizmat qiladi [12]. Samarqand viloyatida destinatsiyani boshqarish tashkilotini davlat-xususiy sheriklik asosida tashkil etish, unga ma'lumotlarni yig'ish, brendni boshqarish va tadbirlar kalendarini shakllantirish vakolatlarini berish maqsadga muvofiq.

Shu bilan bog'liq holda, Singapur tajribasining yana bir muhim jihati - tarixiy hududlarni "muzey" sifatida emas, balki tirik shahar muhiti sifatida saqlab qolish. Ilmiy tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, mahalliy hayotdan ajratilgan va faqat turistlarga mo'ljallangan tarixiy hudud vaqt o'tishi bilan o'zining jozibadorligini yo'qotadi [19; 20]. Samarqandning tarixiy markazidagi 13 ta ko'chani piyodalar hududiga aylantirish rejasi [9] aynan shu tamoyil asosida, ya'ni mahalliy aholi, hunarmandlar va kichik biznes ishtirokida amalga oshirilishi maqsadga muvofiq.

Ikkinchidan, qolish muddatini uzaytirish. Singapur kechki shahar hayoti, tadbirlar, gastronomiya va oilaviy attraksionlarni rivojlantirish orqali turistni bir necha kun ushlab qolishga erishgan. Samarqandda esa turistlar asosan kunduzgi ekskursiyalar bilan cheklanmoqda. Viloyatning Urgut, Nurobod va boshqa tumanlaridagi tog' va ziyorat turizmi zonalarini [4], turizm qishloqlarini [7] hamda kechki dasturlarni tarixiy markaz bilan yagona marshrutga birlashtirish qolish muddatini uzaytirishning real yo'lidir.

Uchinchidan, tadbirlar va MICE turizmi. D. Getz ta'kidlaganidek, yirik tadbirlar mavsumiylilikni kamaytiradi va destinatsiya imidjini mustahkamlaydi [23]. Samarqand so'nggi yillarda ShHT sammiti, BMT Turizm tashkiloti Bosh assambleyasi va

YUNESKO Bosh konferensiyasining 43-sessiyasi kabi yirik tadbirlarni qabul qildi [7]. Ushbu tajribani tizimli ravishda davom ettirish, ya'ni har yili o'tkaziladigan xalqaro kongress va festivallar kalendarini shakllantirish, biznes-turistlarning yuqori xarajatlari hisobiga kunlik xarajatlarni oshirishga xizmat qiladi.

To'rtinchidan, tarixiy markazga tushadigan yuklama masalasi. G. Doksining xulosalariga ko'ra, turistlar oqimining nazoratsiz o'sishi mahalliy aholining noroziligiga olib kelishi mumkin [22], R. Butler modeli esa bu holat destinatsiyaning turg'unlik bosqichiga o'tishini tezlashtirishini ko'rsatadi [13]. Shu sababli 2026-yilda xorijiy turistlar sonini 5 mln nafarga yetkazish maqsadi [4] turistlar oqimini viloyat tumanlari bo'yicha taqsimlash va mahalliy aholining turizmdan oladigan foydasini oshirish choralari bilan birga amalga oshirilishi lozim.

Beshinchidan, bozorlar tarkibi. Mamlakatga kelayotgan xorijiy fuqarolarning qariyb 74 foizi qo'shni davlatlar hissasiga to'g'ri keladi [5], ularning katta qismi qarindoshlarni ko'rish, savdo yoki tranzit maqsadida tashrif buyuradi. Singapur esa xarajati yuqori uzoq masofali bozorlar va biznes-turistlarga maqsadli yo'naltirilgan marketing olib boradi [10; 11]. Samarqand uchun ham Yevropa, Sharqiy Osiyo va Fors ko'rfazi davlatlari bozorlariga yo'naltirilgan maqsadli marketing strategiyasi zarur.

Tadqiqotning cheklovi shundaki, u asosan ikkilamchi ma'lumotlarga tayanadi, Samarqand viloyati bo'yicha esa kunlik xarajatlar bevosita kuzatilmay, eksport hajmi va qolish muddati asosida hisoblangan. Taklif etilgan modelni turistlar o'rtasida o'tkaziladigan dala so'rovnomalari va bank to'lov ma'lumotlari asosida aniqlashtirish keyingi tadqiqotlarning vazifasi hisoblanadi.

XULOSA

Tadqiqot natijalari Samarqand viloyati turizm salohiyatidan foydalanish samaradorligini oshirishda Singapur tajribasining amaliy ahamiyati yuqori ekanini ko'rsatdi. Tadqiqot asosida quyidagi xulosalarga kelindi:

Samarqand viloyati mamlakatga keluvchi xorijiy turistlarning qariyb uchdan bir qismini qabul qilsa-da, bir turistga to'g'ri keladigan tushum (≈ 213 AQSh dollari) va o'rtacha qolish muddati (2-2,7 kun) past darajada qolmoqda.

Singapur modelining asosiy ustunligi turistlar sonida emas, balki yagona boshqaruv, uzoq muddatli strategiya, merosni qayta jonlantirish, tadbirlar va ma'lumotlarga asoslangan boshqaruv hisobiga har bir turistdan yuqori qo'shilgan qiymat olishdadir.

Ssenariy hisob-kitoblariga ko'ra, 2026-yilda 5 mln nafar xorijiy turist qabul qilinganda qolish muddatini 3,5 kunga yetkazish va kunlik xarajatlarni 20 foizga oshirish turizm daromadini 1,06 mlrd AQSh dollaridan 1,9 mlrd AQSh dollarigacha oshirish imkonini beradi.

Tadqiqot natijalariga ko'ra, Samarqand viloyatining turizm salohiyatini oshirish uchun quyidagi yo'nalishlarga ustuvor ahamiyat berish maqsadga muvofiq: birinchidan, Singapur turizm kengashi tajribasi asosida viloyat destinatsiyasini boshqarish tashkilotini davlat-xususiy sheriklik asosida tashkil etish; ikkinchidan, viloyat turizmini rivojlantirish maqsadli ko'rsatkichlariga turistlar soni bilan bir qatorda o'rtacha qolish muddati va bir turistga to'g'ri keladigan tushum

ko'rsatkichlarini kiritish; uchinchi, tarixiy markazni mahalliy aholi va hunarmandlar ishtirokida tirik shahar muhiti sifatida qayta jonlantirish; to'rtinchi, "Boqiy shahar" turizm markazi infratuzilmasi negizida yillik xalqaro tadbirlar va MICE kalendarini shakllantirish; beshinchi, tarixiy markazni Urgut, Nurobod va boshqa tumanlardagi tog', ziyorat va qishloq turizmi zonalarini bilan ko'p kunlik marshrutlarga birlashtirish; oltinchi, turistlar oqimi, qolish muddati va xarajatlarni real vaqtda kuzatuvchi viloyat turizm raqamli platformasini yaratish hamda soha kadrlarini malakaviy sertifikatlash tizimini joriy etish.

Umuman olganda, Samarqand turizmini rivojlantirish konsepsiyasi "turistlar sonini ko'paytirish"dan "har bir turist uchun yaxlit, ko'p kunlik va yuqori qo'shilgan qiymatli tajriba yaratish"ga tomon o'zgarishi lozim. Taklif etilgan chora-tadbirlarni amalga oshirish viloyat turizmining raqobatbardoshligini oshirish va belgilangan maqsadli ko'rsatkichlarga erishishga xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. O'zbekiston Respublikasining "Turizm to'g'risida"gi Qonuni. 18.07.2019-y., O'RQ-549-son [Elektron resurs] // Qonunchilik ma'lumotlari milliy bazasi. - URL: <https://lex.uz>
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "2022-2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida"gi PF-60-son Farmoni. 28.01.2022-y. [Elektron resurs]. - URL: <https://lex.uz>
3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "2025-2026-yillarda sayyohlar oqimini keskin ko'paytirish va turistik xizmatlar ko'lamini jadal kengaytirish orqali turizmning iqtisodiyotdagi o'rni va ahamiyatini oshirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PF-87-son Farmoni. 15.05.2025-y. [Elektron resurs]. - URL: <https://lex.uz/docs/-7531559>
4. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Samarqand viloyatini ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishga qaratilgan chora-tadbirlarni yanada jadallashtirish to'g'risida"gi PQ-392-son qarori. 27.12.2025-y. [Elektron resurs]. - URL: <https://lex.uz/uz/docs/-7960469>
5. 2025-yilda O'zbekistonga 11,7 million nafar turist kelgan [Elektron resurs] // O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika agentligi. - 16.01.2026. - URL: <https://stat.uz/uz/matbuot-markazi/qo-mita-yangiliklar/66309-2025-jilda-zbekistonga-11-7-million-nafar-turist-kelgan-2> (murojaat sanasi: 06.10.2026).
6. O'zbekiston dunyoda sayyohlar oqimi eng tez o'sayotgan mamlakatlar qatoriga kirdi [Elektron resurs] // Gazeta.uz. - 17.12.2025. - URL: <https://www.gazeta.uz/oz/2025/12/17/tourism/> (murojaat sanasi: 06.10.2026).
7. 2025 yil Samarqand turizmi uchun yangi davr bo'ladi [Elektron resurs] // UzA. - 30.01.2025. - URL: https://uza.uz/oz/posts/2025-yil-samarqand-turizmi-uchun-yangi-davr-boladi_683221 (murojaat sanasi: 06.10.2026).
8. O'zbekistonga yetti oyda qariyb 7,8 mln xorijiy sayyoh keldi [Elektron resurs] // Sputnik O'zbekiston. - 12.08.2026. - URL: <https://oz.sputniknews.uz/20260812/uzbekistan-turizm-korsatkichlar-59643662.html> (murojaat sanasi: 06.10.2026).
9. Samarqand viloyatini rivojlantirish rejalari ko'rib chiqildi [Elektron resurs] //

- Anhor.uz. - 2025. - URL: <https://anhor.uz/uzl/news/samarqand-viloyatini-rivojlantirish-rejalari/> (murojaat sanasi: 06.10.2026).
10. Speech by Minister-in-charge of Trade Relations Grace Fu at Tourism Industry Conference 2026 [Electronic resource] // Ministry of Trade and Industry Singapore. - 08.05.2026. - URL: <https://www.mti.gov.sg/newsroom/speech-by-minister-in-charge-of-trade-relations-grace-fu-at-tourism-industry-conference-2026/> (accessed: 06.10.2026).
11. Visitor arrivals to Singapore increase as tourism receipts grow [Electronic resource] // TTG Asia. - 03.02.2026. - URL: <https://www.ttgasia.com/2026/02/03/visitor-arrivals-to-singapore-increase-as-tourism-receipts-grow/> (accessed: 06.10.2026).
12. Tourism 2040 [Electronic resource] // Singapore Tourism Board. - URL: <https://www.stb.gov.sg/about-stb/what-we-do/tourism-2040/> (accessed: 06.10.2026).
13. Butler R.W. The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources [Text]: scientific article // Canadian Geographer. - 1980. - Vol. 24, No. 1. - P. 5-12.
14. Porter M.E. The Competitive Advantage of Nations [Text]: monograph. - New York: Free Press, 1990. - 855 p.
15. Crouch G.I., Ritchie J.R.B. Tourism, competitiveness, and societal prosperity [Text]: scientific article // Journal of Business Research. - 1999. - Vol. 44, No. 3. - P. 137-152.
16. Ritchie J.R.B., Crouch G.I. The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective [Text]: monograph. - Wallingford: CABI Publishing, 2003. - 272 p.
17. Dwyer L., Kim C. Destination competitiveness: determinants and indicators [Text]: scientific article // Current Issues in Tourism. - 2003. - Vol. 6, No. 5. - P. 369-414.
18. Buhalis D. Marketing the competitive destination of the future [Text]: scientific article // Tourism Management. - 2000. - Vol. 21, No. 1. - P. 97-116.
19. Henderson J.C. Attracting tourists to Singapore's Chinatown: a case study in conservation and promotion [Text]: scientific article // Tourism Management. - 2000. - Vol. 21, No. 5. - P. 525-534.
20. Chang T.C., Milne S., Fallon D., Pohlmann C. Urban heritage tourism: the global-local nexus [Text]: scientific article // Annals of Tourism Research. - 1996. - Vol. 23, No. 2. - P. 284-305.
21. Henderson J.C. Destination development: Singapore and Dubai compared [Text]: scientific article // Journal of Travel & Tourism Marketing. - 2006. - Vol. 20, No. 3-4. - P. 33-45.
22. Doxey G.V. A causation theory of visitor-resident irritants: methodology and research inferences [Text] // The Impact of Tourism: Sixth Annual Conference Proceedings of the Travel Research Association. - San Diego, 1975. - P. 195-198.
23. Getz D. Event tourism: definition, evolution, and research [Text]: scientific article // Tourism Management. - 2008. - Vol. 29, No. 3. - P. 403-428.