MAHALLA TURIZMI: HUDUDLAR IQTISODIYOTINI DIVERSIFIKATSIYA QILISH VA AHOLI BANDLIGINI OSHIRISH IMKONIYATLARI

O‘rinov Akmaljon Ahmadjonovich
Farg‘ona davlat universiteti, Iqtisodiyot kafedrasi dotsenti, i.f.n.
Tel: +998907877500, elektron pochta: urinov_aa@mail.ru

Qobilova Muslima Bahodirjon qizi
Turizm va mehmondo‘stlik yo‘nalishi 26.99-guruh talabasi
Tel: +998912858484, elektron pochta: gibghvunkhgu@gmail.com

Annotasiya: *Ushbu maqolada mahalla turizmining hududlar iqtisodiyotini diversifikatsiya qilish va aholi bandligini oshirishdagi o‘rni tahlil qilinadi. Mahalla turizmi mahalliy hunarmandchilik, milliy oshxona, urf-odatlar va oilaviy mehmon uylariga asoslangan turistik taklif sifatida ko‘rib chiqiladi. Tadqiqotning dolzarbligi O‘zbekistonga kelayotgan xorijiy tashrifchilar oqimining keskin o‘sishi bilan bog‘liq: 2025-yilda mamlakatga 11,7 million xorijiy fuqaro tashrif buyurgan, biroq bu oqimdan tushadigan foyda mahalla va oilalar darajasiga qanchalik yetib borishi yetarlicha o‘rganilmagan. Maqolaning maqsadi mahalla turizmining iqtisodiy va ijtimoiy imkoniyatlarini baholash hamda uni rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy yo‘nalishlarini asoslashdan iborat. Tadqiqot kameral usulda bajarildi: Milliy statistika qo‘mitasi va Turizm qo‘mitasining rasmiy ma’lumotlari hamda asosan 2018–2026-yillarda nashr etilgan jamoaviy turizm bo‘yicha xalqaro va mahalliy ilmiy manbalar kontent-tahlil, qiyosiy tahlil va oddiy statistik hisob-kitoblar yordamida o‘rganildi. Taqqoslash uchun Nepal va Gruziyadagi oilaviy mehmon uylari tajribasi ham ko‘rib chiqildi. Natijalarga ko‘ra, 2025-yilda xorijiy tashriflarning 67,3 foizi qarindoshlarni ko‘rish maqsadida amalga oshirilgan, qolgan taxminan 3,84 million tashrif esa boshqa maqsadlarga to‘g‘ri keladi; adabiyotlar tahlili jamoaviy turizm samarasi daromad, boshqaruvdagi ishtirok, madaniy haqiqiylik va xizmat sifatiga bog‘liqligini ko‘rsatdi. Muhokamada mahalla turizmi uchun hali o‘zlashtirilmagan talab segmenti mavjudligi, ammo uning ro‘yobga chiqishi litsenziyalash, malaka, moliyalashtirish va hamkorlik mexanizmlariga bog‘liqligi asoslandi. Maqola mahalla boshqaruvi, turizm tashkilotlari va tadbirkorlar uchun resurslar reestri, yagona turistik takliflar va monitoring ko‘rsatkichlari tizimini yaratish, mahalliy daromadlarning mahallada qolishini ta’minlash hamda madaniy merosni asrash bo‘yicha amaliy tavsiyalar beradi. Maqola mahalla turizmini rivojlantirishda mahalla boshqaruvi, turizm tashkilotlari va tadbirkorlar o‘rtasidagi hamkorlikning ahamiyatini alohida yoritadi. Tadqiqot dala so‘rovnomasiga asoslanmagani sababli natijalar taxminiy xarakterga ega va keyingi dala tadqiqotlari uchun ilmiy asos bo‘lib xizmat qiladi.*

Kalit so‘zlar: *mahalla, turizm, jamoa, diversifikatsiya, bandlik, tadbirkorlik, hunarmandchilik, barqarorlik, monitoring, iqtisodiyot.*

KIRISH

Turizm jahon iqtisodiyotida bandlik va daromad yaratishning muhim manbalaridan biri hisoblanadi. Xalqaro mehnat tashkiloti ma’lumotlariga ko‘ra, 2019-

yilda turizm sohasida bevosita va bilvosita 330 millionga yaqin kishi band bo‘lgan bo‘lib, bu dunyodagi har o‘ninchi ish o‘rniga tengdir. Sohadagi korxonalarning aksariyatini mikro, kichik va o‘rta biznes subyektlari tashkil etadi (Alieva va boshq., 2021). Biroq turizm rivojlanishi iqtisodiy manfaatlarning mahalliy aholi farovonligiga avtomatik ravishda aylanishini anglatmaydi. Daromadlarning taqsimlanishi, aholining tadbirkorlikdagi ishtiroki va madaniy merosning saqlanishi tanlangan turizm modeliga bog‘liq (Ashley va boshq., 2001).

Mazkur muammolar yechimiga qaratilgan jamoaviy turizm (community-based tourism) konsepsiyasi XX asrning 80-yillarida shakllanib, dastlab qishloq aholisi uchun muqobil daromad manbai yaratish va kambag‘allikni qisqartirish vositasi sifatida qaralgan (Zielinski va boshq., 2020). Biroq amaliy tajriba bunday tashabbuslarning iqtisodiy barqarorligi ko‘plab hollarda cheklanganini ko‘rsatdi. Goodwin va Santilli (2009) tadqiqotida muvaffaqiyatli iqtisodiy natijaga erishgan loyihalar kamligi aniqlangan. Keyingi tadqiqotlarda esa natijadorlik ijtimoiy, madaniy, iqtisodiy va siyosiy shart-sharoitlarga bog‘liqligi ta’kidlangan (Zielinski va boshq., 2021).

O‘zbekistonda turizm jadal rivojlanib, 2025-yilda mamlakatga 11,7 million xorijiy fuqaro tashrif buyurgan, turizm xizmatlari eksporti esa yanvar–noyabr oylarida 4,4 milliard AQSh dollariga yetgan (Milliy statistika qo‘mitasi, 2026; Dunyo axborot agentligi, 2025). Jamoaviy turizm mamlakatda nisbatan yangi yo‘nalish bo‘lib, so‘nggi o‘n yillikda ekologik va qishloq turizmi shaklida, mahalliy aholining bevosita ishtirokida rivojlana boshlagan (Alieva va boshq., 2021).

O‘zbekiston sharoitida jamoaviy turizmni rivojlantirishning muhim ijtimoiy instituti sifatida mahalla alohida ahamiyatga ega. Chunki mahalla o‘zaro yordam, hashar va jamoaviy qaror qabul qilish an’analariga asoslangan qo‘shnichilik tashkiloti hisoblanadi. Alieva va Usmonova (2026) tadqiqotida Toshkent va Buxoro mahallalarining rasmiy institutlar bilan aholi o‘rtasidagi vositachilik roli hamda jamoaviy tashabbuslarda loyihalarni yakunlash samaradorligiga ta’siri qayd etilgan.

Shunga qaramay, mavjud tadqiqotlarda jamoaviy turizmning umumiy xususiyatlari, mahalliy hokimiyat vakillarining qarashlari (Oppokkhonov va boshq., 2024) hamda mahallalarning boshqaruvdagi roli (Alieva va Usmonova, 2026) alohida o‘rganilgan. Mahalla turizmini turistik oqim tarkibi, bandlik, daromad shakllanishi va monitoring ko‘rsatkichlari bilan yagona tahliliy tizimda bog‘lash masalalari yetarlicha tadqiq etilmagan. Bu esa mahalla turizmining iqtisodiy imkoniyatlarini ro‘yobga chiqarish shartlari va ularni baholash mezonlarini aniqlash zaruratini yuzaga keltiradi.

Mazkur maqolada mahalla turizmi mahalliy aholining kundalik hayoti, hunarmandchiligi, milliy oshxonasi, urf-odatlari va oilaviy mehmon uylariga asoslangan, iqtisodiy daromadning imkon qadar mahalla hududida qolishini ta’minlaydigan turistik faoliyat sifatida talqin etiladi.

Tadqiqotning maqsadi — rasmiy statistika va kontent-tahlil asosida tanlangan 10 ta ilmiy manbani o‘rganish orqali mahalla turizmining hududiy iqtisodiyotni diversifikatsiya qilish va aholi bandligini oshirish imkoniyatlarini besh yo‘nalishda: daromad va bandlik, mahalliy boshqaruv va ishtirok, madaniy haqiqiylik, to‘siqlar va xavflar, hamkorlik va monitoring bo‘yicha baholash hamda uni rivojlantirishga doir

amaliy takliflar va monitoring ko‘rsatkichlarini ishlab chiqishdan iborat.

Ushbu maqsadga erishish uchun mahalla turizmi va jamoaviy turizmga oid nazariy yondashuvlarni tizimlashtirish, O‘zbekistonga kelayotgan turistik oqim hajmi va tarkibini aniqlash, xalqaro hamda mahalliy tadqiqotlar natijalarini iqtisodiy, ijtimoiy, madaniy va boshqaruv yo‘nalishlarida umumlashtirish, rivojlanishga to‘sqinlik qiluvchi omillarni aniqlash hamda amaliy tavsiyalar va monitoring mezonlarini taklif etish vazifalari belgilandi.

Tadqiqot obyekti — O‘zbekistonda mahalla darajasidagi turistik faoliyat. Predmeti esa mahalla turizmining bandlik, mahalliy daromad va madaniy merosga ta’sirini shakllantiruvchi iqtisodiy-tashkiliy munosabatlardan iborat.

Tadqiqotning ishchi gipotezasiga ko‘ra, mahalla turizmining iqtisodiy samaradorligi mavjud resurslargagina emas, balki xizmatlar sifati, aholining kasbiy malakasi, mahalliy hamkorlik va monitoring mexanizmlariga ham bog‘liq. Shuningdek, xorijiy tashriflar tarkibida qarindoshlarni ko‘rish maqsadining ustunligi mahalla turistik mahsulotlarini rivojlantirish uchun hali yetarlicha o‘zlashtirilmagan talab segmenti mavjudligini ko‘rsatishi mumkin.

Tadqiqotning ilmiy yangiligi mahalla turizmini jamoaviy turizm nazariyasi va rasmiy turistik statistika bilan yagona tahliliy tizimda bog‘lash, turistik oqim tarkibidan kelib chiqib o‘zlashtirilmagan talab segmentini asoslash hamda mahalla darajasida iqtisodiy va ijtimoiy samaradorlikni baholashga mo‘ljallangan monitoring ko‘rsatkichlari tizimini taklif etishdan iborat.

ADABIYOTLAR SHARHI

Jamoaviy turizm nazariyasi Murphy (1985) tomonidan turizmni mahalliy jamoalar manfaatlari bilan uyg‘un rivojlantirish yondashuvi sifatida asoslangan. Keyinchalik Mayaka va boshq. (2019) uning shakllarini tasniflash tizimini taklif etgan. Zielinski va boshq. (2020) 103 ta hududiy tadqiqot asosida jamoaviy turizm samaradorligi siyosiy boshqaruv, yer egaligi, jamoa hamjihatligi va tashqi ishtirokchilarga bog‘liqligini aniqlagan. Mualliflarning keyingi tadqiqotida (2021) 85 ta mamlakat tajribasi tahlil qilinib, jamoaviy mulkchilik va tashabbuslarga egalik qilish qaror qabul qilish mustaqilligi, ishtirokchilik boshqaruvi hamda daromadlarning adolatli taqsimlanishiga xizmat qilishi asoslangan. Biroq ushbu tadqiqotlarda mahalla kabi an’anaviy mahalliy institut alohida tahlil obyekti sifatida yetarlicha o‘rganilmagan (1-jadval).

Jamoaviy turizmning iqtisodiy samaradorligi bo‘yicha tadqiqotlar turlicha natijalarni ko‘rsatadi. Ashley va boshq. (2001) turizm daromadlarining mahalliy aholiga yetib borishi uning mahsulot va xizmatlar qiymat zanjiridagi ishtirokiga bog‘liqligini ta’kidlagan. Goodwin va Santilli (2009) esa ko‘plab jamoaviy turizm tashabbuslarining iqtisodiy barqarorligi cheklanganini, donorlar mablag‘iga qaramlik va bozorga chiqish muammolari mavjudligini aniqlagan. Aksincha, Nepal tajribasida G.C. (2025) oilaviy mehmon uylari daromadlarni oshirish va turmush manbalarini diversifikatsiya qilishga xizmat qilishini ko‘rsatgan. Kc (2021) ham Bardiya milliy bog‘i bufer zonasidagi jamoaviy mehmon uylari faoliyatining iqtisodiy imkoniyatlari va amaliy muammolarini o‘rgangan. Gruziyada Azmaiparashvili (2025) oilaviy

mehmon uylari bandlik va mahalliy mahsulotlar savdosini kengaytirishini, biroq soliq hamda xizmat sifati bilan bog‘liq muammolar mavjudligini qayd etgan. Salukvadze va Backhaus (2020) esa tog‘li hududlarda turizm bilan bog‘liq noagrar faoliyatning rivojlanishi cheklanganini aniqlagan. Ushbu tajribalar mahalla turizmini rivojlantirishda hududiy va institutsional xususiyatlarni hisobga olish zarurligini ko‘rsatadi.

Madaniy meros va turizm munosabatlarini o‘rganishda Richards (2018) madaniy turizm xalqaro tashriflarning 39 foizdan ortig‘ini tashkil etishini hamda nomoddiy meros va mahalliy jamoalarga e’tibor kuchayayotganini ta’kidlagan. UNWTO (2018) turizm va madaniyatning o‘zaro bog‘liqligini asoslagan. Gugushvili va boshq. (2019) Gruziya tajribasida mehmondo‘stlik an’analari oilaviy mehmon uylarida davom etayotganini, biroq mezbon va mehmon munosabatlarida tijoratlashuv kuchayayotganini aniqlagan. Bu esa mahalla turizmida iqtisodiy manfaatlar bilan madaniy haqiqiylikni saqlash o‘rtasidagi muvozanat muhimligini ko‘rsatadi. UNEP va UNWTO (2005) barqaror turizmni iqtisodiy, ijtimoiy va ekologik omillar uyg‘unligi asosida rivojlantirishni tavsiya etadi. O‘zbekistonda sohaning huquqiy asosini 2019-yil 18-iyuldagi O‘RQ-549-sonli «Turizm to‘g‘risida»gi Qonun tashkil etadi (O‘zbekiston Respublikasi, 2019).

O‘zbekistonda jamoaviy turizm rivojlanishini Alieva va boshq. (2021) o‘rgangan. Mualliflar 22 nafar ishtirokchi bilan o‘tkazilgan intervyular asosida litsenziyalash murakkabligi, axborot va tajriba yetishmasligi hamda resurslardan foydalanishdagi cheklovlarni aniqlagan. Shuningdek, ichki va qisqa masofali sayohatlarning rivojlanishi jamoaviy turizm uchun yangi imkoniyatlar yaratishi, daromad manbalarini esa faqat turizmga bog‘lab qo‘ymaslik zarurligi ta’kidlangan. Oppokkhonov va boshq. (2024) mahalliy hokimiyat vakillarining turizmni rivojlantirish va jamoaga mablag‘ ajratishdagi ishtirokini tadqiq etgan. Alieva va Usmonova (2026) Toshkent va Buxoroda 159 nafar ishtirokchi hamda 420 dan ortiq aloqani tahlil qilib, mahallalarning davlat, biznes va nodavlat tashkilotlar o‘rtasidagi vositachilik rolini hamda ijtimoiy kapitalning ahamiyatini asoslagan. Biroq mazkur tadqiqotlarda mahalla turizmining bevosita iqtisodiy samaradorligi yetarlicha baholanmagan.

Umuman, xalqaro va mahalliy tadqiqotlar jamoaviy turizmning bandlikni oshirish, daromadlarni diversifikatsiya qilish, madaniy merosni saqlash va mahalliy boshqaruvni rivojlantirish imkoniyatlarini ko‘rsatadi. Shu bilan birga, O‘zbekiston mahallalari misolida turistik oqim tarkibi, bandlik, daromad shakllanishi va monitoring ko‘rsatkichlarini yagona tahliliy tizimda birlashtiruvchi tadqiqotlar yetarli emas. Mazkur maqola ushbu ilmiy bo‘shliqni to‘ldirishga qaratilgan.

METODOLOGIYA

Tadqiqot tavsifiy-tahliliy dizaynda, kameral (desk research) usulida, ikkilamchi ma’lumotlar asosida bajarildi. Bu dizayn ikki sababga ko‘ra tanlandi: birinchidan, tadqiqot muddatida dala so‘rovnomasi o‘tkazilmadi; ikkinchidan, mahalla darajasidagi alohida turistik ko‘rsatkichlar tahlilga kiritilgan ochiq manbalarda uchramadi, shu bois mamlakat darajasidagi rasmiy statistika va ilmiy adabiyotlar yagona tahlil asosi qilib

olindi.

Ma’lumot manbalari uch guruhga ajratildi. Birinchi guruhga Milliy statistika qo‘mitasining 2025-yil yakunlari bo‘yicha xorijiy tashrifchilar to‘g‘risidagi ma’lumoti kirdi (Milliy statistika qo‘mitasi, 2026). Ikkinchi guruhga Turizm qo‘mitasi ko‘rsatkichlari (joylashtirish obyektlari, ish o‘rinlari, litsenziyalangan kompaniyalar, gidlar, xizmatlar eksporti) kirdi; qo‘mitaning birlamchi hisoboti matni topilmagani uchun ular Turizm qo‘mitasi ma’lumotlarini keltirgan Euronews (2025) va Dunyo axborot agentligi (2025) nashrlaridan olindi, 2021-yil ko‘rsatkichi esa bne IntelliNews tahliliy maqolasidan olindi (Sultanova, 2026). Uchinchi guruhga jamoaviy turizm, oilaviy mehmon uylari va mahallaga oid ilmiy nashrlar kirdi. Barcha elektron manbalarga 2026-yil noyabr oyida murojaat qilindi.

Ilmiy manbalar “community-based tourism”, “homestay”, “mahalla”, “Uzbekistan”, “Georgia”, “Nepal” kalit so‘zlari bo‘yicha ochiq ilmiy bazalar va nashrlarning rasmiy saytlari orqali qidirildi. Qidiruv natijalaridan manbalar quyidagi mezonlar bo‘yicha tanlandi: (1) asosan 2018–2026-yillarda nashr etilgan bo‘lishi, nazariy asos uchun esa klassik asarlarning kiritilishi; (2) mavzuga bevosita aloqadorlik; (3) annotatsiya yoki to‘liq matnning mavjudligi; (4) O‘zbekiston yoki oilaviy mehmon uylariga asoslangan jamoaviy turizm tajribasi bo‘lgan mamlakatlar (Nepal, Gruziya) bo‘yicha ishlar bo‘lishi. Nepal va Gruziya oilaviy mehmon uylari bo‘yicha empirik tadqiqotlar mavjudligi sababli taqqoslash mamlakatlari sifatida tanlandi.

Kontent-tahlil tanlanmasi (n = 10) 2018–2026-yillarda nashr etilgan, empirik yoki sharh xarakteridagi, xulosasi annotatsiya yoki to‘liq matnda aniq bayon qilingan manbalardan tuzildi (4-jadval). Asosan konseptual yoki xulosasi annotatsiyada aniq ko‘rsatilmagan manbalar (masalan, Mayaka va boshq., 2019; Lee va Jan, 2019; Kc, 2021) nazariy asos sifatida adabiyotlar sharhiga kiritildi, ammo kodlashga kiritilmadi.

Tahlil to‘rt bosqichda bajarildi. Birinchi bosqichda rasmiy statistik ko‘rsatkichlar jadvalga jamlandi. Ikkinchi bosqichda hisoblangan ko‘rsatkichlar topildi: boshqa maqsadlardagi tashriflar umumiy tashriflar va qarindoshlarni ko‘rish maqsadidagi tashriflar farqi sifatida; ularning ulushi 100 foizdan qarindoshlarni ko‘rish ulushini ayirish yo‘li bilan; o‘sish koeffitsienti 2025-yil va 2021-yil ko‘rsatkichlari nisbati sifatida; o‘rtacha yillik o‘sish sur’ati (2025/2021)^(1/4) − 1 formulasi bo‘yicha; 2024-yil taxminiy ko‘rsatkichi esa 2025-yil ko‘rsatkichini (1 + o‘sish foizi) ga bo‘lish yo‘li bilan. Uchinchi bosqichda tanlanmadagi manbalar xulosalari kontent-tahlil usulida beshta mavzuga kodlandi: daromad va bandlik; mahalliy boshqaruv va ishtirok; madaniy haqiqiylik; to‘siqlar va xavflar; hamkorlik va monitoring. To‘rtinchi bosqichda O‘zbekiston va taqqoslash mamlakatlari xulosalari qiyosiy tahlil qilindi.

Kodlash qoidasi quyidagicha bo‘ldi: manba xulosasi mavzuga faqat annotatsiya yoki to‘liq matnda aniq ifodalangan bo‘lsa kiritildi; bitta manba bir nechta mavzuga kiritilishi mumkin edi, shu sababli mavzular bo‘yicha manbalar soni yig‘indisi tanlanma hajmidan katta. Kontent-tahlil usuli tanlandi, chunki u turli mamlakatlarda va turli yondashuvlarda bajarilgan tadqiqotlar xulosalarini yagona mezonlar bo‘yicha solishtirish imkonini beradi; Zielinski va boshq. (2021) ham jamoaviy turizm bo‘yicha holatlarni shu usulda tahlil qilgan. Statistik ko‘rsatkichlar uchun tavsifiy statistika yetarli bo‘ldi, chunki tahlilga kiritilgan manbalar mahalla darajasida vaqt qatorlarini

bermadi.

Hisob-kitoblar oddiy arifmetik amallar bilan bajarildi, diagramma grafik dastur yordamida chizildi. Takrorlanuvchanlikni ta’minlash uchun barcha manbalar adabiyotlar ro‘yxatida to‘liq keltirildi, hisob-kitoblar formulalari yuqorida ko‘rsatildi, kodlash qoidasi va tanlanma tarkibi esa 3-jadvalda berildi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Natijalar quyidagi ketma-ketlikda taqdim etiladi: avval rasmiy statistik ko‘rsatkichlar (1-jadval), so‘ng ular asosida hisoblangan ko‘rsatkichlar (2-jadval va 1-rasm), keyin adabiyotlar kontent-tahlili (3-jadval). Rasmiy ma’lumotlar 2025-yilga tegishli; 2021-yil ko‘rsatkichi taqqoslash uchun keltirilgan. Mahalla darajasidagi alohida turistik ko‘rsatkichlar tahlilga kiritilgan manbalarda topilmadi.

1-jadval.

O‘zbekiston turizm sohasining rasmiy ko‘rsatkichlari [9]

Ko‘rsatkich	Qiymat	Davr va izoh
Turistik maqsadda tashrif buyurgan xorijiy fuqarolar	11,7 mln	2025-yil; 2024-yilga nisbatan +46,8% (≈3,7 mln kishi)
Xorijiy tashrifchilar (taqqoslash uchun)	1,88 mln	2021-yil
Qarindoshlarni ko‘rish maqsadidagi tashriflar	7,86 mln (67,3%)	2025-yil
Qo‘shni davlatlar fuqarolari ulushi	81,5%	2025-yil
Yangi joylashtirish obyektlari	954 ta	2025-yil; oilaviy mehmon uylari va hostellarni qamrab oladi
Turizm va aloqador sohalarda yangi ish o‘rinlari	≈16 100 ta	2025-yil
Litsenziyalangan turistik kompaniyalar	4 348 ta	2025-yil
Sertifikatlangan gidlar	4 345 nafar	2025-yil
Turizm xizmatlari eksporti	4,4 mlrd AQSh dollari	2025-yil yanvar–noyabr; +44%

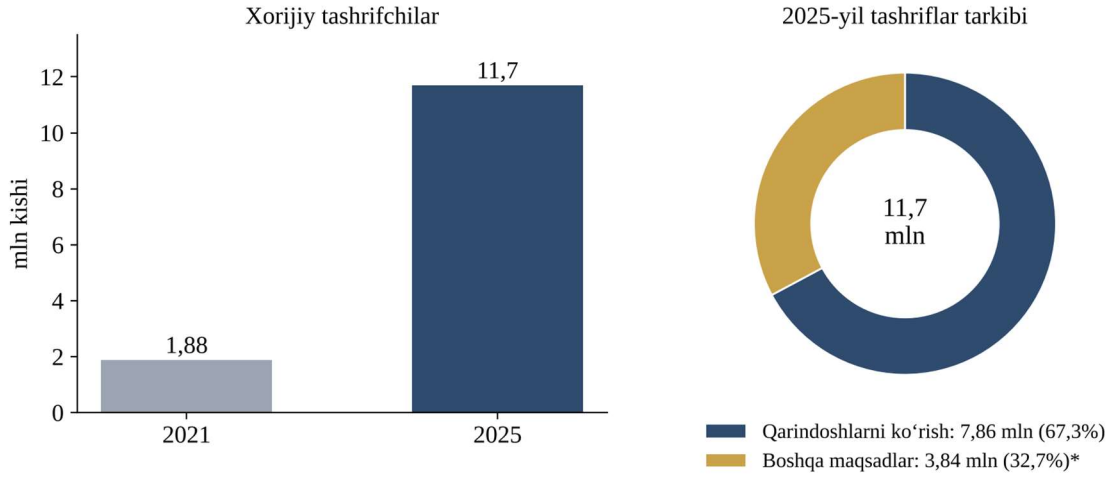
Daromad va bandlik mavzusi bo‘yicha beshta manbada xulosalar aniqlandi. Nepalning Amaltari homestay misolida uy xo‘jaliklari daromadining oshishi va turmush manbalarining diversifikatsiyasi qayd etilgan (G.C., 2025). Gruziyada oilaviy mehmon uylari ishsizlikni kamaytirishi va mahalliy mahsulotlar sotilishini kuchaytirishi bayon etilgan (Azmaiparashvili, 2025). Gruziya tog‘li hududlarida turizm bilan bog‘liq turmush manbalari o‘zgarishi to‘rt turga ajratilgan; turizm bilan bog‘liq noagrar faoliyatni rivojlantirgan aholi soni kam bo‘lgan, an’anaviy xo‘jaliklar esa ko‘pincha qishloq xo‘jaligi faoliyatini almashtirib, barcha resursini turizmga yo‘naltirgan (Salukvadze va Backhaus, 2020).

2-jadval.

Rasmiy ko‘rsatkichlar asosida hisoblangan ko‘rsatkichlar [9]

Hisoblangan ko‘rsatkich	Hisoblash	Natija
Boshqa maqsadlardagi tashriflar	11,7 − 7,86	3,84 mln
Boshqa maqsadlardagi tashriflar ulushi	100 − 67,3	32,7%
Qarindoshlarni ko‘rish va boshqa	7,86 ÷ 3,84	2,05

maqsadlar nisbati		
O‘sish koeffitsienti (2025/2021)	11,7 ÷ 1,88	6,22 baravar
O‘rtacha yillik o‘sish sur’ati	(11,7 ÷ 1,88)^(1/4) − 1	57,9%
2024-yil tashriflari (taxminiy)	11,7 ÷ 1,468	≈7,97 mln



1-rasm. Xorijiy tashrifchilar soni (2021 va 2025) va 2025-yil tashriflari tarkibi [9]

Mahalliy boshqaruv va ishtirok mavzusi to‘rtta manbada aniqlandi. Alieva va Usmonova Toshkentda 93 ta, Buxoroda 66 ta ishtirokchini xaritalagan; Toshkentda ko‘p markazli, institutlar bilan bog‘langan tarmoq, Buxoroda esa kichikroq va zichroq tarmoq qayd etilgan, birgalikdagi tashabbuslarda muvaffaqiyat 78–82 foizni tashkil etgan, faqat shahar hokimiyati bajargan loyihalarda esa pastroq bo‘lgan. Alieva va boshq. 2021-yil ma’lumotiga ko‘ra, AOTP 1998-yilda tashkil etilgan va aholining qaror qabul qilishdagi ishtirokini ta’minlashni maqsad qilgan. Oppokkhonov va boshq. to‘rtta tadqiqot vazifasi belgilagan, ularning barchasi hokimiyat vakillarining qarashlariga tegishli.

Madaniy haqiqiylik mavzusi uchta manbada aniqlandi. Gruziya tog‘li hududlarida mehmondo‘stlikning yangi shakllari va mehmon–mezbon munosabatlarining tijoratlashuvi qayd etilgan. UNWTO ma’lumotiga ko‘ra, madaniy turizm xalqaro tashriflarning 39 foizdan ko‘pini tashkil etadi. Nepal homestay misolida madaniy merosni saqlash imkoniyati tilga olingan.

3-jadval.

Adabiyotlar kontent-tahlili: mavzular bo‘yicha manbalar

Mavzu	Manbalar soni (n = 10)	Manbalar
Daromad va bandlik	5	G.C. (2025); Azmaiparashvili (2025); Salukvadze va Backhaus (2020); Zielinski va boshq. (2020); Alieva va boshq. (2021)
Mahalliy boshqaruv va ishtirok	4	Alieva va Usmonova (2026); Oppokkhonov va boshq. (2024); Zielinski va boshq. (2021); Alieva va boshq. (2021)
Madaniy haqiqiylik	3	Gugushvili va boshq. (2019); Richards (2018); G.C. (2025)

To‘siqlar va xavflar	5	Alieva va boshq. (2021); Azmaiparashvili (2025); Zielinski va boshq. (2020); G.C. (2025); Salukvadze va Backhaus (2020)
Hamkorlik va monitoring	2	Alieva va boshq. (2021); Alieva va Usmonova (2026)

To‘siqlar va xavflar mavzusi beshta manbada aniqlandi. O‘zbekistonda suhbatdosh oilalar resurslarga kirish qiyinligi, qashshoqlik, rivojlantirish bo‘yicha axborot yetishmasligi, litsenziya olish jarayonining murakkabligi va soha bo‘yicha tajriba yetishmasligini muammo sifatida atagan; birinchi bosqich suhbatlari 2019–2020-yillarda 22 ishtirokchi bilan, takroriy suhbatlar 2021-yilda 14 ishtirokchi bilan o‘tkazilgan. Gruziyada soliq muammolari va xizmat sifati qayd etilgan; Nepalda mashg‘ulotlar va targ‘ibotga ehtiyoj ko‘rsatilgan; 103 ta hududiy tadqiqotda tashabbuslarning ko‘pchiligi kutilgan natijani bermagani aytilgan.

Hamkorlik va monitoring mavzusi ikkita manbada aniqlandi: O‘zbekistonda muvofiqlashtirish, narxlash, mashg‘ulotlar va umumiy talablarga ehtiyoj, shuningdek, dasturlarning uzoq muddatli ta’siri baholanmagani qayd etilgan; mahallalar ishtirokidagi birgalikdagi tashabbuslar yuqori muvaffaqiyat ko‘rsatkichi bilan bog‘langan.

MUHOKAMA

Tadqiqot natijalari mahalla turizmining iqtisodiy samaradorligi mavjud resurslargagina emas, balki xizmat sifati, aholining kasbiy malakasi, mahalliy hamkorlik va monitoring mexanizmlariga ham bog‘liqligini ko‘rsatdi. Bu xulosa Goodwin va Santilli (2009), Zielinski va boshq. (2020, 2021) tadqiqotlari bilan mos keladi. Alieva va boshq. (2021) tomonidan O‘zbekistonda aniqlangan litsenziyalash murakkabligi, axborot va tajriba yetishmasligi ham ushbu omillarning ahamiyatini tasdiqlaydi.

O‘zbekiston tajribasi Nepal va Gruziya tadqiqotlari bilan o‘xshash jihatlarga ega. Xususan, oilaviy mehmon uylari daromadlarni diversifikatsiya qilish va bandlikni kengaytirish imkonini beradi (G.C., 2025; Azmaiparashvili, 2025). Biroq xizmat sifati, malaka va targ‘ibot bilan bog‘liq muammolar saqlanib qolmoqda. Salukvadze va Backhaus (2020) hamda Alieva va boshq. (2021) xulosalari mahalla turizmini yagona daromad manbai emas, balki mavjud xo‘jalik faoliyatini to‘ldiruvchi qo‘shimcha iqtisodiy yo‘nalish sifatida rivojlantirish maqsadga muvofiqligini ko‘rsatadi. O‘zbekistonning muhim institutsional xususiyati esa mahallaning jamoaviy qaror qabul qilish va o‘zaro yordamga asoslangan an’analaridir (Alieva va Usmonova, 2026).

Turistik xizmatlar eksportining o‘sishi mahalla darajasidagi daromadlar oshganini bevosita anglatmaydi. Ashley va boshq. (2001) ta’kidlaganidek, iqtisodiy manfaatlarning mahalliy aholiga yetib borishi uning turistik mahsulotlar qiymat zanjiridagi ishtirokiga bog‘liq. Shu sababli mahalliy yetkazib beruvchilardan xaridlar ulushi, turizm bilan bog‘liq bandlik, daromad darajasi va ish o‘rinlarining mavsumiyligi muhim baholash mezonlari hisoblanadi.

Madaniy turizmning xalqaro tashriflardagi ulushi 39 foizdan ortiqligi (Richards, 2018) mahalla turizmining madaniy resurslarga asoslangan mahsulotlarini

rivojlantirish imkoniyatini ko‘rsatadi. Biroq madaniy merosning tijoratlashuvi xavfi (Gugushvili va boshq., 2019) an’analarni asrash va turistik faoliyatga oid qarorlarni mahalliy aholi bilan kelishish mexanizmlarini talab qiladi. Gruziyadagi «Good Host» sifat belgisi tajribasi (Azmaiparashvili, 2025) xizmat sifatini baholash va mezbonlarni rag‘batlantirishda qo‘llanishi mumkin.

Mahalla turizmining barqaror rivojlanishida mahalliy boshqaruv va institutsional hamkorlik ham muhim o‘rin tutadi. Alieva va Usmonova (2026) aniqlagan jamoaviy tashabbuslarning natijadorligi mahalla darajasidagi muvofiqlashtirish imkoniyatlarini ko‘rsatadi. Zielinski va boshq. (2021) ta’kidlagan jamoaviy mulkchilik va qaror qabul qilish mustaqilligi esa daromad taqsimoti hamda boshqaruv jarayonlarining shaffofligini ta’minlash zarurligini asoslaydi. Shu bois aholi, mahalla boshqaruvi va turizm tashkilotlari o‘rtasida aniq vazifa va mas’uliyat taqsimoti shakllantirilishi lozim.

Tadqiqot natijalari asosida mahalla turizmini rivojlantirishda mahalliy turistik resurslar reyestrini shakllantirish, hunarmandchilik, milliy taomlar va mahalla sayrlarini yagona turistik mahsulotga birlashtirish, aholining kasbiy malakasi va raqamli targ‘ibot ko‘nikmalarini oshirish hamda oilaviy turistik paketlarni ishlab chiqish maqsadga muvofiq. Shuningdek, tadbirkorlar soni, turizm sohasidagi bandlik, mahalliy xaridlar ulushi, turistlar qoniqishi va madaniy merosni saqlash ko‘rsatkichlari asosida monitoring tizimini joriy etish zarur.

XULOSA

Tadqiqot mahalla turizmi hududlarning iqtisodiy diversifikatsiyasi va aholi bandligiga hissa qo‘shishi mumkin bo‘lgan yo‘nalish ekanini, biroq bu imkoniyat avtomatik ravishda ro‘yobga chiqmasligini ko‘rsatdi. Tadqiqot savoliga yakuniy javob quyidagicha: mahalla turizmining samarasi resurslar mavjudligiga emas, xizmat sifati, aholi malakasi, mahalliy hamkorlik va monitoring tizimiga bog‘liq. Turistik oqim tarkibida qarindoshlarni ko‘rish maqsadining ustunligi mahalla mahsulotlari uchun hali o‘zlashtirilmagan talab segmenti mavjudligini ko‘rsatadi, ammo bu xulosa dala ma’lumotlari bilan tasdiqlanishi kerak.

Qo‘yilgan vazifalar bajarildi: tushunchalar tizimlashtirildi, turistik oqim hajmi va tarkibi aniqlandi, adabiyotlar xulosalari beshta mavzu bo‘yicha guruhlandi, to‘siqlar aniqlandi va amaliy yo‘nalishlar taklif etildi.

Ishning amaliy ahamiyati shundan iboratki, taklif etilgan yo‘nalishlar mahalla boshqaruvi, turizm tashkilotlari va oilaviy tadbirkorlarga mahalla turizmini bosqichma-bosqich rejalashtirish va natijasini o‘lchash imkonini beradi; bunda daromadning mahallada qolishi, bandlik sifati va madaniy merosning saqlanishi baholashning asosiy mezonlari bo‘ladi.

Ishning hissasi shundan iboratki, mahalla turizmi jamoaviy turizm adabiyoti va rasmiy statistika bilan yagona tizimda bog‘landi hamda mahalla darajasida baholash uchun ko‘rsatkichlar tizimi taklif etildi. Amaliy jihatdan mahalla boshqaruvi, turizm tashkilotlari va tadbirkorlarga resurslar reestrini yuritish, yagona turistik takliflar shakllantirish, aholini o‘qitish, oilaviy paketlar ishlab chiqish va natijalarni muntazam monitoring qilish tavsiya etiladi. Natijalar mahalla turizmini bosqichma-bosqich joriy

etish, avvalo resurslar reestri va oilaviy paketlar kabi tashkiliy choralardan boshlash maqsadga muvofiqligini ko‘rsatadi.

Kelgusi tadqiqotlar tanlangan mahallalarda dala so‘rovnomasi va chuqur intervyular o‘tkazish, turistlarning mahalla mahsulotlariga qiziqishi va xarajatini o‘lchash hamda mahalla turizmining mahalliy iqtisodiyotdagi multiplikator ta’sirini baholashga qaratilishi lozim.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO’YXATI:

1. Alieva, D., & Usmonova, G. (2026). Community-led governance for sustainable tourism in emerging destinations. *International Conference on Tourism Research, 9*(1). https://doi.org/10.34190/ictr.9.1.4423
2. Alieva, D., Usmonova, G., & Aktamov, S. (2021). Effects of Covid-19 pandemic on application of community-based tourism as a type of social intervention. *Espacios Transnacionales, 8*(16), 72–80.
3. Ashley, C., Roe, D., & Goodwin, H. (2001). *Pro-poor tourism strategies: Making tourism work for the poor. A review of experience*. Overseas Development Institute.
4. Azmaiparashvili, M. (2025). Challenges and development prospects of small and family hotel business in the regions of Georgia. *Black Sea Region at the Crossroads of Civilizations, 3*(I), 800–805. https://doi.org/10.61671/bsrcc.v3iI.10408
5. Euronews. (2025, December 19). UNWTO: Uzbekistan ranks among world’s fastest-growing tourism destinations in 2025. https://euronews.com/travel/2025/12/19/unwto-uzbekistan-ranks-among-worlds-fastest-growing-tourism-destinations-in-2025
6. G.C., R. (2025). The contribution of homestay tourism to the socio-economic well-being of rural Nepalese communities. *Nepalese Journal of Hospitality and Tourism Management, 6*(2), 121–127. https://doi.org/10.3126/njhtm.v6i2.85617
7. Goodwin, H., & Santilli, R. (2009). *Community-based tourism: A success?* (ICRT Occasional Paper No. 11). International Centre for Responsible Tourism.
8. Gugushvili, T., Salukvadze, G., & Salukvadze, J. (2019). Has traditional Georgian hospitality been sustained under tourism development? Evidence from the high-mountain regions of Georgia. *Mountain Research and Development, 39*(4). https://doi.org/10.1659/MRD-JOURNAL-D-19-00011.1
9. Milliy statistika qo‘mitasi. (2026). *2025-yilda O‘zbekistonga tashrif buyurgan xorijiy turistlar to‘g‘risida ma’lumot*. https://stat.uz/oz/19-news/committee-news/66311-11-7-
10. Murphy, P. E. (1985). *Tourism: A community approach*. Methuen.
11. Oppokkhonov, N., Amonboev, M., Matyakubov, U., Chuponov, S., & Ermetova, I. (2024). Evaluating local community and government authority engagement in developing the tourism business in Uzbekistan. *BIO Web of Conferences, 82*, 06012. https://doi.org/10.1051/bioconf/20248206012
12. O‘zbekiston Respublikasi. (2019, 18-iyul). *Turizm to‘g‘risida: O‘RQ-549-son Qonun*.
13. Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management, 36*, 12–21. https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.005

14. Sultanova, M. (2026, March 10). Uzbekistan’s foreign arrivals jump sixfold from 1.9mn in 2021 to 11.7mn in 2025. *bne IntelliNews*. https://www.intellinews.com/uzbekistan-s-foreign-arrivals-jump-sixfold-from-1-9mn-in-2021-to-11-7mn-in-2025-430648/

15. Zielinski, S., Jeong, Y., & Milanés, C. B. (2021). Factors that influence community-based tourism (CBT) in developing and developed countries. *Tourism Geographies, 23*(5–6), 1040–1072. https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1786156