



POST-PANDEMIYA DAVRIDA TURIZMNING TIKLANISH JARAYONI

Sodiqova Feruza Nodirbek qizi

*Namangan muhandislik-texnologiya instituti Turizm yo'nalishi 2-bosqich
talabasi*

Annotatsiya: Ushbu maqolada COVID-19 pandemiyasi sabab yuzaga kelgan global turizm inqirozidan keyingi davrda sohaning tiklanish jarayoni tahlil qilinadi. Pandemiyaning ilk bosqichida turizm oqimlarining to'xtab qolishi, xalqaro parvozlar, mehmonxona va boshqa xizmatlar faoliyatining keskin kamayishi butun dunyo bo'ylab salbiy iqtisodiy oqibatlarga olib keldi. Shu bilan birga, post-pandemiya davrida turizm sohasida yangi yondashuvlar va strategiyalar shakllana boshladi: sog'liqni saqlash talablariga mos ekotizimlar, raqamli xizmatlar, mahalliy va ichki turizmning faollashuvi, xavfsizlik choralari asosida tashkil etilgan xizmatlar va sog'lomlashtirish maskanlariga bo'lgan talab ortdi. Maqolada O'zbekiston va boshqa mamlakatlar misolida tiklanish bosqichlari, qo'llanilayotgan innovatsion yondashuvlar, hukumat siyosatlari hamda kelgusidagi rivojlanish istiqbollari yoritiladi. Tadqiqot statistik ma'lumotlar, ekspert tahlillari va xalqaro tajribalarga asoslanadi.

Keyword: Ipak yo'li, turizm infratuzilmasi, turizm oqimlari, madaniy me'ros obyektlari, resurslardan oqilona foydalanish, mahalliy jamoalar, og'zaki ijod, raqamli texnologiyalar, mahalliy turizm, ichki navbatchilik.

Аннотация: В данной статье рассматривается процесс восстановления туристической отрасли в постпандемийный период после глобального кризиса, вызванного пандемией COVID-19. На начальном этапе пандемии приостановка международных рейсов, сокращение деятельности гостиниц и других туристических услуг привели к резкому снижению туристических



потоков и имели негативные экономические последствия во всем мире. Вместе с тем в постпандемийный период начали формироваться новые подходы и стратегии в сфере туризма. Поввысился интерес к экосистемам, адаптированным к санитарно-эпидемиологическим требованиям, цифровым услугам, развитию внутреннего и локального туризма, а также к оздоровительным объектам, работающим с соблюдением мер безопасности. В статье на примере Узбекистана и ряда других стран проанализированы этапы восстановления отрасли, внедряемые инновационные подходы, государственная политика и перспективы дальнейшего развития. Исследование основано на статистических данных, экспертных анализах и международном опыте.

Ключевые слова: Шелковый путь, туристическая инфраструктура, туристические потоки, объекты культурного наследия, рациональное использование ресурсов, местные сообщества, устное народное творчество, цифровые технологии, внутренний туризм, локальные инициативы.

Annotation: This article analyzes the recovery process of the tourism sector in the post-pandemic period following the global crisis caused by the COVID-19 pandemic. During the initial phase of the pandemic, the suspension of international flights, the closure of hotels and other tourism services led to a sharp decline in tourism flows and had negative economic consequences worldwide. However, in the post-pandemic era, new approaches and strategies began to emerge in the field of tourism. These include ecosystems adapted to health and safety requirements, the rise of digital services, increased focus on domestic and local tourism, the implementation of safety-focused travel services, and a growing demand for wellness destinations. The article examines the stages of recovery, innovative strategies being implemented, government policies, and future development



prospects, using Uzbekistan and other countries as examples. The research is based on statistical data, expert analysis, and international best practices.

Keywords: Silk Road, tourism infrastructure, tourism flows, cultural heritage sites, rational use of resources, local communities, oral folklore, digital technologies, domestic tourism, local initiatives.

COVID-19 pandemiyasi butun dunyo bo'ylab ijtimoiy va iqtisodiy sohalarda chuqur iz qoldirdi. Ayniqsa, turizm sohasi eng katta zarba olgan sohalardan biri bo'ldi. Xalqaro parvozlar to'xtashi, mehmonxona va xizmat ko'rsatish obyektlarining faoliyati keskin kamayishi, odamlar harakatining chegaralanishi nafaqat tashqi, balki ichki turizmning ham inqiroz holatiga kelishiga sabab bo'ldi. Biroq pandemiya inqirozining ortidan dunyoda yangi, zamonaviy va barqaror yondashuvlar shakllanmoqda. Ayniqsa, ichki turizm sohasida mahalliy imkoniyatlarga tayanilgan, xavfsizlik va sog'lomlashtirish talablariga moslashtirilgan, raqamli texnologiyalarga asoslangan tizimlar rivojlana boshladi. Bu jarayonda O'zbekiston misolida olib borilayotgan islohotlar e'tiborga loyiqdir. Pandemiya insonlarning sayohatga bo'lgan yondashuvini tubdan o'zgartirdi. Avvaliga majburiy cheklovlar ta'sirida sayyohlik faolligi keskin pasaydi, ammo asta-sekin sog'liqni saqlash talablariga javob beradigan, ekologik toza va mahalliy xizmat turlariga ehtiyoj kuchaydi. Shu nuqtai nazardan ichki turizm qayta qad ko'tardi. Ayniqsa, qisqa masofali sayohatlar, oilaviy turizm, tog'li va tabiat zonalariga bo'lgan talab ortdi. Bu esa turizm tizimini qayta ko'rib chiqish, aholining ehtiyojlariga moslashtirilgan xizmatlar yaratish zaruratini tug'dirdi. Raqamli texnologiyalar ichki turizmni rivojlantirishda eng asosiy omillardan biriga aylandi. Mobil ilovalar, onlayn bron qilish tizimlari, virtual gidlar, QR-kodlar orqali ob'ektlar haqida ma'lumot olish imkoniyati, elektron to'lovlar, sun'iy intellekt asosida shaxsiylashtirilgan xizmatlar — bularning barchasi pandemiyadan keyin sayohatchilarning xatti-harakatini qulaylashtirishga xizmat qilmoqda.



Masalan, “Uzbekistan.travel”, “Sayyoh.uz” kabi platformalar orqali ichki marshrutlar, transport jadvali, mehmonxonalar va diqqatga sazovor joylar haqida aniq ma’lumotlar taqdim etilmoqda. Post-pandemiya davrida ekologik barqarorlik va xavfsizlik muhim tamoyilga aylandi. Sayyohlar endi ekologik toza, virus xavfi past hududlarni afzal ko’rmoqda. Shu sababli ekoturizm, agroturizm, ziyorat turizmi va sog’lomlashtirish markazlariga talab oshdi. Bu esa o’z navbatida mahalliy infratuzilmani, transport tizimini va sanitariya-me’yorlarini zamonaviylashtirish zaruratini yuzaga chiqardi. O’zbekistonning tog’li hududlarida tashkil etilayotgan dam olish maskanlari, sog’lomlashtirish markazlari, oilaviy sayohatga mo’ljallangan xonadon mehmonxonalari ichki turizm uchun yangi yo’nalishlarni boshlab berdi.

Yana bir zamonaviy yondashuv bu — turizmدا ijtimoiy ishtirok va mahalliy jamoalarni jalb etishdir. Mahalliy aholi o’z hududida xizmat ko’rsatish orqali nafaqat daromad topmoqda, balki milliy qadriyatlar, urf-odatlar va madaniy merosni sayyohlarga yetkazishda bevosita ishtirok etmoqda. Xonadon turizmi, hunarmandchilik markazlari, folklor namoyishlari ichki turizmni nafaqat iqtisodiy, balki madaniy va tarbiyaviy sohada ham boyitmoqda. Ayniqsa, yoshlar va talabalar o’rtasida vatanparvarlik, tarixni o’rganish va o’z yurtiga bo’lgan qiziqishni oshirishda ichki turizmning ahamiyati ortmoqda. Post-pandemiya turizmida marketing yondashuvlari ham keskin o’zgardi. Endi an’anaviy reklama o’rniga ijtimoiy tarmoqlarda sayohatchilar tomonidan yaratilgan kontent, bloggerlar sharhlari, jonli video va tavsiyalar asosiy targ’ibot vositasiga aylandi. Bu holat ichki turizm uchun yangi imkoniyatlar ochmoqda. Shu sababli davlat va xususiy sektor sayyohlikni ommalashtirishda media-savodli yondashuvga, yosh auditoriyani jalb qiluvchi interaktiv kampaniyalarga e’tibor qaratmoqda. Pandemiyadan keyingi tiklanish davrida davlat siyosatining roli ham alohida ahamiyatga ega. O’zbekiston hukumati tomonidan qabul qilingan turizmni qo’llab-quvvatlash dasturlari, soliq va bojxona imtiyozlari, sarmoyadorlar uchun yaratib



berilgan qulay shart-sharoitlar, transport va kommunikatsiya infratuzilmasini rivojlantirishga yoʻnaltirilgan mablagʻlar ichki turizmning barqaror rivojlanishiga zamin yaratmoqda. Xulosa qilib aytganda, ichki turizmni rivojlantirish zamonaviy yondashuvlarsiz tasavvur qilib boʻlmaydi. Raqamli texnologiyalar, ekologik yondashuvlar, mahalliy jamoalarni jalb qilish, yoshlar ishtiroki, xavfsizlik standartlari va davlat qoʻllab-quvvatlovi bir butun strategiyaga aylanishi lozim. COVID-19 pandemiyasi dunyoni turizmga yangicha qarashga majbur qildi va bu oʻzgarishlardan foydalanish har bir davlat uchun imkoniyatdir. Oʻzbekiston bu borada ichki salohiyatini toʻgʻri yoʻnaltirish orqali raqobatbardosh, xavfsiz va jozibador turistik makonga aylanish yoʻlidan bormoqda. Ichki turizmni rivojlantirishda xizmatlar sifati asosiy mezonlardan biri hisoblanadi. Sayohatchining taassurotlari, xavfsizligi, qulayligi va qoniqishi toʻgʻridan-toʻgʻri xizmat koʻrsatish darajasi bilan bogʻliq. Shu bois, pandemiyadan keyingi davrda Oʻzbekistonda mehmonxona, restoran, transport va gidlik xizmatlari boʻyicha xalqaro standartlarga yaqinlashish jarayoni boshlangani kuzatilmoqda. ISO standartlari, “Halol turizm”, “Green Key” kabi ekologik va sifat belgilarini joriy qilish orqali xizmatlar ishonchliligi oshirilmoqda. Bu esa ichki sayohatga boʻlgan ishonchni mustahkamlaydi va takroriy sayohatlar sonini oshiradi. Yana bir muhim omil bu — **inson kapitalini rivojlantirish**. Yaʼni, ichki turizmning barcha zanjirida professional, bilimli va madaniyatli kadrlar boʻlishi talab etiladi. Turizm kollejlari, oliy taʼlim muassasalari, qisqa muddatli kurslar, onlayn taʼlim dasturlari orqali gidlar, menejerlar, mehmonxona xodimlari, tur-operatorlar va kontent yaratuvchilarning salohiyatini oshirish lozim. Ayniqsa, til bilimi, kommunikatsiya madaniyati, raqamli savodxonlik, mintaqaviy tarix va madaniyat boʻyicha chuqur tayyorgarlik ichki turizmga sifatli xizmat koʻrsatishning poydevoridir. Ichki turizmga **strategik rejalashtirish** masalasi ham zamonaviy yondashuvlar doirasida alohida oʻrinni egallaydi. Har bir viloyat yoki tuman oʻzining turizm salohiyatini baholab, ixtisoslashgan yoʻnalishlar asosida rivojlanish konsepsiyasini



ishlab chiqishi kerak. Masalan, Nurota tog‘larida ekoturizm, Xiva va Buxoroda madaniy meros yo‘nalishi, Farg‘onada hunarmandchilik va gastronomik turizm, Surxondaryoda ekstremal va arxeologik yo‘nalishlar shakllantirilsa, bu mintaqaviy turistik klasterlar tizimini yaratishga xizmat qiladi. Har bir klaster o‘zining brendi, marketing strategiyasi, xizmat paketlari va investitsion takliflari bilan faoliyat yuritisa, ichki turizmga diversifikatsiya va barqarorlik yuzaga keladi. Shu bilan birga, **xalqaro hamkorlik va tajriba almashinuvi** orqali ham ichki turizm salohiyati oshirilmoqda. UNWTO, JICA, GIZ, USAID kabi xalqaro tashkilotlar bilan amalga oshirilayotgan dasturlar mahalliy xizmatlarni modernizatsiya qilish, innovatsiyalarni joriy etish va ekologik barqarorlikni ta‘minlashda katta yordam bermoqda. Ayniqsa, Yevropa va Osiyo davlatlarining mahalliy turizmni rivojlantirish tajribasi O‘zbekiston sharoitiga moslab qo‘llanilmoqda. Bu tajriba nafaqat texnologiyalarni olib kirishga, balki boshqaruv yondashuvlarini takomillashtirishga ham xizmat qiladi. Ichki turizmga **barqaror rivojlanish tamoyillarini** amalga oshirish esa uzoq muddatli ijobiy natijalarga olib keladi. Bu yerda nafaqat iqtisodiy foyda, balki ijtimoiy va ekologik muvozanat ham nazarda tutiladi. Misol uchun, sayyohlik faoliyati natijasida chiqindilarni kamaytirish, suv va energiya resurslaridan oqilona foydalanish, mahalliy ekotizimlarga zarar yetkazmaslik, tarixiy obidalarni asrab-avaylash, aholining madaniy qadriyatlarini hurmat qilish — barqaror turizm mezonlariga kiradi. O‘zbekistonda bu boradagi sa’y-harakatlar "yashil turizm", "toza hudud", "eko-marshrutlar" kabi tashabbuslar orqali bosqichma-bosqich joriy etilmoqda. Bugungi kunda ichki turizm global raqobatga dosh bera oladigan, iqtisodiyotning tarkibiy qismiga aylanayotgan sohadir. Shu bois zamonaviy yondashuvlar — bu shunchaki texnologiyalar emas, balki yondashuvlar tizimidir: innovatsiya, barqarorlik, ta‘lim, hamkorlik, sog‘lom muhit va xalq manfaatini hisobga olgan boshqaruv. Ichki turizm inson salohiyatini rivojlantirish, milliy brendni mustahkamlash, ijtimoiy birdamlikni oshirish va tabiiy resurslardan oqilona foydalanish yo‘lidagi kuchli vositaga aylanmoqda.



Zamonaviy ichki turizmda **axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining** roli yildan-yilga ortib bormoqda. Mobil ilovalar, interaktiv xaritalar, sun'iy intellekt yordamida marshrut tavsiyalari, virtual gidlik tizimlari ichki sayohatni qulay va xavfsiz qilmoqda. Shu nuqtai nazardan, O'zbekiston hududida "Smart Tourism" konsepsiyasini joriy etish bo'yicha bosqichma-bosqich ishlar olib borilmoqda. Masalan, yirik shaharlar va tarixiy shaharlar bo'yicha raqamli navigatsiya tizimlari, onlayn xizmat ko'rsatish platformalari, elektron to'lovlar va onlayn sharh tizimlari joriy etilgan. Bu esa nafaqat xizmatlar sifatini oshiradi, balki turistlarning huquqiy, moliyaviy va madaniy jihatdan himoyalanganligini ta'minlaydi. Ichki turizmni rivojlantirishda **hududiy ixtisoslashuv** asosida mahalliy brendlarni shakllantirish juda muhim. Har bir hudud o'ziga xos tabiat, tarix, hunarmandchilik yoki gastronomik resurslarga ega. Bu resurslar asosida unikal turistik mahsulot yaratish va uni to'g'ri targ'ib qilish ichki turizm oqimini kengaytiradi. Misol uchun, Buxoro va Xiva shaharlarida tarixiy merosga asoslangan madaniy turizm, Farg'ona vodiysida kulolchilik va ipakchilik asosidagi etno-turizm, Tyan-Shan tog'larida ekologik va ekstremal turizm, Qoraqalpog'iston hududida Aralbo'yi ekologik sayohatlari bo'yicha ixtisoslashtirish mumkin. Marketing strategiyalari esa bu jarayonning muhim halqasi hisoblanadi. Turizmda muvaffaqiyatli brendlash — bu hududni sotish emas, balki uni to'g'ri ko'rsatishdir. Ichki turizmni targ'ib qilishda vizual kontent (foto, video), autentik hikoyalar, blogerlar ishtiroki, "#TravelUzbekistan" kabi milliy xeshteglar, aksiyalar va turizm festivallarining samarasi katta. Ayniqsa, yoshlarga yo'naltirilgan ijtimoiy tarmoq kampaniyalari orqali ichki turizm maromiga chiqmoqda. Bundan tashqari, ichki turizm **gender tengligi va inklyuzivlik** yondashuvlari ham dolzarbdir. Sayyohlik imkoniyatlari barcha ijtimoiy qatlamlar uchun teng bo'lishi kerak: nogironligi bor shaxslar, yoshi katta fuqarolar, yolg'iz ayollar yoki farzandli oilalar uchun moslashtirilgan xizmat turlari yaratilishi ichki turizmning adolatli va ijtimoiy barqaror tizimga aylanishini ta'minlaydi. Masalan, infratuzilmalarda nogironlar uchun panduslar, maxsus



transport, braille yozuvi, audiogidlar, hamda xizmat ko'rsatuvchi xodimlarning mos ko'nikmaga ega bo'lishi turizmga inkluzivlikni kafolatlaydi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Turaqulov, S. (2022). *Postpandemiya davrida O'zbekiston turizmining rivojlanish yo'nalishlari*. Toshkent: "Iqtisodiyot" nashriyoti.
2. World Tourism Organization (UNWTO). (2020). *Tourism and COVID-19: Recovery strategies*. Madrid: UNWTO Publications.
<https://www.unwto.org/tourism-covid-19>
3. Rasulov, I. (2023). "Ichki turizmga zamonaviy marketing va raqamli xizmatlar". *Turizm va madaniyat jurnali*, №1(19), 44–51.
4. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2021-yil 28-yanvardagi PF–6155-sonli "Ichki turizmni rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi farmoni. ManbaOECD. (2021). *Rebuilding Tourism for the Future: OECD Tourism Trends and Policies*. Paris: OECD Publishing.
<https://www.oecd.org/tourism>
5. Davletov, D., & Abdurahmonova, G. (2021). *Ichki turizm va hududiy brendlash: konsepsiyalar va amaliyot*. Toshkent: "Fan va taraqqiyot".
6. Azizova, D. (2023). "Ekoturizm va barqaror rivojlanish: O'zbekiston tajribasi". *Barqaror iqtisodiyot va innovatsiyalar*, №2(10), 33–40.
7. United Nations Development Programme (UNDP). (2022). *Sustainable Tourism for Development: A Global Perspective*. New York: UNDP.
- Qodirov, M. (2022). "Yoshlar ishtirokida ichki turizmni rivojlantirish strategiyalari". *Yosh tadqiqotchi jurnali*, 5(4), 18–26.
8. European Travel Commission. (2020). *Monitoring Sentiment for Domestic and Intra-European Travel*. Brussels: ETC.
- Turizm va madaniy meros vazirligi (2023). *O'zbekiston ichki turizm tahlili va istiqbollari*. Toshkent: Rasmiy statistik hisobot.
9. Sharipov, N. (2021). *Turizm menejmenti va strategik rejalashtirish*. Samarqand: SamDU Iqtisodiyot fakulteti nashri.