

O‘ZBEKISTONDA TURIZM SOHASI RIVOJLANISH TENDENSIYALARI

Xudaynazarova Dilorom Xayrullaevna

Muhammad al-Xorazmiy nomidagi

Toshkent axborot texnologiyalari universiteti

“AKT sohasida Iqtisodiyot” kafedrasida dotsenti, PhD.

ORCID:0009-0004-9551-6188

E-mail: dilorom2019@list.ru

Annotatsiya

Mazkur tadqiqotda O‘zbekistonda turizm sohasi rivojlanish tendensiyalari statistik va iqtisodiy jihatdan tahlil qilindi. Tadqiqot davomida turizm ko‘rsatkichlarini baholash va prognozlash uchun additiv model, SWOT hamda Delphi metodlaridan foydalanildi. Turizmning kuchli va rivojlantirishni talab qiluvchi jihatlari ekspert baholari asosida aniqlanib, mavjud imkoniyatlar va ustuvor yo‘nalishlar baholandi. Natijalar O‘zbekistonning boy tarixiy-madaniy merosi, Buyuk Ipak yo‘li hududida joylashuvi va turizm salohiyati sohaning barqaror rivojlanishiga xizmat qilayotganini ko‘rsatdi. Logistika, xizmatlar sifati va infratuzilmani takomillashtirish turizm samaradorligini oshirishga yordam berishi asoslandi. Tadqiqot yakunida turizm statistikasini rivojlantirish va hududlar raqobatbardoshligini oshirish bo‘yicha amaliy tavsiyalar ishlab chiqildi.

Kalit so‘zlar: turizm, turizm statistikasi, SWOT tahlili, Delphi metodi, turizm salohiyati, logistika, turizm xizmatlari, innovatsion rivojlanish, raqobatbardoshlik.

Аннотация

В исследовании были проанализированы тенденции развития туристической отрасли Узбекистана на основе статистических и экономических показателей. Для оценки и прогнозирования туристических процессов были использованы аддитивный метод, SWOT-анализ и метод Дельфи. На основе экспертных оценок были определены сильные стороны отрасли, направления совершенствования и перспективы дальнейшего развития. Результаты показали, что богатое историко-культурное наследие страны, расположение на Великом шелковом пути и высокий туристический потенциал способствовали устойчивому развитию отрасли. Также было обосновано, что совершенствование логистики, качества услуг и инфраструктуры способно повысить эффективность туристической деятельности. По итогам исследования были разработаны практические рекомендации по совершенствованию туристической статистики и укреплению конкурентоспособности регионов.

Ключевые слова: туризм, туристическая статистика, SWOT-анализ, метод Дельфи, туристический потенциал, логистика, туристические услуги, инновационное развитие, конкурентоспособность.

Abstract

This study analyzed the development trends of the tourism sector in Uzbekistan using statistical and economic approaches. Additive forecasting methods, SWOT analysis, and the Delphi technique were applied to evaluate tourism performance and identify development priorities. Expert assessments were used to determine sector

strengths, areas requiring improvement, and future growth opportunities. The findings showed that Uzbekistan's rich historical and cultural heritage, strategic location along the Great Silk Road, and significant tourism potential contributed positively to sustainable sector development. The study also demonstrated that improvements in logistics, service quality, and tourism infrastructure could further enhance sector efficiency and competitiveness. Based on the results, practical recommendations were formulated for improving tourism statistics, strengthening regional tourism performance, and supporting long-term sector development.

Keywords: tourism, tourism statistics, SWOT analysis, Delphi method, tourism potential, logistics, tourism services, innovative development, competitiveness.

KIRISH

Jahon iqtisodiyotida turizm jadal sur'atlar bilan rivojlanayotgan raqobatbardosh sohalardan biriga aylandi. "Xalqaro darajada turistlar soni 1,5 mlrd. kishiga yetdi. Turizm tushumlari 1,7 trillion AQSh dollarlik ko'rsatkichga erishib jahon eksportining 7 foizini, xizmatlar eksportining 29 foiziga tengdir"¹. Jahon eksportida turizm tushumlari kimyo sanoati va yoqilg'i energetika eksportidan keyin uchinchi o'rinni egallagan. Dunyo mamlakatlari iqtisodiyotining yetakchi tarmoqlarida turizm asosiy o'rinni egallamoqda. Buning natijasida jahonning aksariyat mamlakatlari iqtisodiyoti tarmoqlarida turizmni innovatsion rivojlanishi bugungi kunning eng muhim vazifalaridan biri bo'lib qolmoqda. Jahonning turli mamlakatlarida turizm salohiyatini oshirish, yangi xizmatlarni taklif etish, yangi turizm brendlarini yaratish, turizm sohasining raqobatbardoshligini tubdan oshirish, turizm sohasini statistik tadqiqoti hamda turizmni innovatsion rivojlanishini statistik baholash bo'yicha keng qamrovli ilmiy-amaliy tadqiqotlar olib borilmoqda. Tadqiqotlarda turizmni statistik baholash masalalar yetarlicha ochib berilmagan. Bu esa tadqiqotlarda turizm geografiyasini yanada kengaytirish, mamlakatlar iqtisodiyotida, xususan, yalpi ichki mahsulotida uning ulushini oshirish hamda turizmning rentabelli sohalardan biriga aylantirish kabi vazifalarni dolzarb qilmoqda. O'zbekistonda turizmni rivojlantirishga, uni iqtisodiyotda tutgan o'rnini baholashga va turizm statistikasini jahon xalqaro tashkilotlari va standartlari asosida yuritishga katta e'tibor berilmoqda. «Butunjahon turizm tashkiloti, shu jumladan xalqaro tajriba va standartlar turizm sohasida statistika yuritishni takomillashtirish zarur» alohida ta'kidlangan. Bu esa turistlar oqimini ko'paytirish va turizm xizmatlari eksportini kengaytirish, tarmoqda yangi ish o'rinlari yaratish asosida aholining bandlik darajasini oshirish, hamda eng asosiysi turizm statistikasini yuritishni xalqaro standartlar talabi bo'yicha tashkil etish va turizm statistik baholash uslubiyatini yaratish kabi vazifalar qo'yilmoqda. Shu jihatdan bugungi kunda bu borada ilmiy tadqiqotlarni olib borishni zaruriyatini yuzaga chiqarmoqda.

ADABIYOTLAR SHARHI

Turizmni statistik baholash va uning iqtisodiyotdagi o'rnini aniqlash bo'yicha xalqaro metodologik asoslar BMT, UNWTO va Yevrostat tomonidan ishlab chiqilgan Turizmning yordamchi hisobi (Tourism Satellite Account) konsepsiyasida yoritilgan

bo'lib, u turizmning yalpi ichki mahsulot, bandlik va xizmatlar eksportiga qo'shayotgan hissasini kompleks baholash imkonini yaratgan [1]. Turizmning ijtimoiy barqarorlik jihatlarini o'lchash masalalari esa UNWTO ekspertlari tomonidan ishlab chiqilgan yondashuvlarda takomillashtirilib, turizm rivojlanishining iqtisodiy natijalari bilan bir qatorda ijtimoiy samaradorligini ham baholash zarurligi asoslangan [2].

Turizm statistikasi bo'yicha xalqaro tavsiyalar turistik oqimlar, xarajatlar, turistik mahsulotlar va xizmatlar hisobini yuritishning yagona standartlarini shakllantirgan [3]; [5]. Aleksandrova tomonidan olib borilgan tadqiqotlarda turizm statistikasining nazariy va amaliy asoslari tizimlashtirilib, statistik tahlil usullarining turizm bozorini o'rganishdagi ahamiyati ko'rsatib berilgan [4]. Golisheva turizmni bozor mexanizmlari asosida rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy jihatlarini tadqiq etib, xizmatlar sifatini oshirish va boshqaruv samaradorligini kuchaytirish omillarini asoslagan [6].

Turizm hududlarining rivojlanish bosqichlarini ilmiy izohlashda Butler tomonidan taklif etilgan turistik hududlar evolyutsiyasi konsepsiyasi muhim nazariy ahamiyat kasb etadi [7]. Mazkur yondashuv turistik hududlarning shakllanishi, o'sishi va modernizatsiya jarayonlarini baholash imkonini beradi.

Mavjud ilmiy tadqiqotlar turizmning iqtisodiy rivojlanishdagi ahamiyatini keng yoritgan bo'lsa-da, O'zbekiston sharoitida turizmni statistik baholash, prognozlashtirish hamda SWOT va Delphi metodlari asosida kompleks tahlil qilish masalalari yetarli darajada o'rganilmagan. Shu sababli mazkur tadqiqot turizm rivojlanish tendensiyalarini statistik usullar asosida baholash va amaliy tavsiyalar ishlab chiqishga qaratilganligi bilan ilmiy ahamiyat kasb etadi.

METODOLOGIYA

Tadqiqotda O'zbekiston turizm sohasining rivojlanish tendensiyalarini baholash va istiqbollari aniqlash uchun statistik tahlil, additiv prognozlash, SWOT hamda Delphi metodlaridan foydalanildi. Dastlab turizmning asosiy ko'rsatkichlari, jumladan kiruvchi va chiquvchi turistlar soni, turizm tushumlari hamda turizm xarajatlari dinamikasi additiv model asosida tahlil qilindi. Mazkur model trend, mavsumiylik va tasodifiy tebranishlarni hisobga olgan holda prognoz natijalarining aniqligini ta'minladi. So'ngra turizm sohasining kuchli tomonlari, rivojlantirishni talab qiluvchi jihatlari, imkoniyatlari va tashqi omillari SWOT tahlili yordamida tizimlashtirildi. SWOT omillarini miqdoriy baholash maqsadida Delphi usuli qo'llanildi. Ekspertlar sifatida turizm sohasida 10 yildan ortiq tajribaga ega bo'lgan 30 nafar turoperator jalb qilindi. Olingan natijalar umumlashtirilib, turizm rivojlanishining ustuvor yo'nalishlari hamda amaliy tavsiyalar shakllantirildi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Turizm ko'rsatkichlarini prognozlashtirishda qo'llaniladigan navbatida ikki guruhga bo'linib, birinchi guruh o'z ichiga tahliliy metodlarini (analitik ko'rsatkichlarni, analitik tekislash, mavsumiylikni aniqlash, davr intervalini kengaytirish, sirg'anchilikni o'rganish metodlarini), ikkinchi guruhga esa qayta ishlash (additiv, multiplikativ, avtoregressiya va silliqlash) metodlarini qamrab oladi. Yuqoridagi metodlar ichida eng yaxshi metod additiv metodi bo'lib, u o'zida dinamik

qator xususiyatlarini aks ettiruvchi trend, mavsumiylik, sikllik va tasodifiy hodisalarni yig'indisi shaklida ifodalanadi. Yuqoridagi xususiyatlarini hisobga olgan holda biz tadqiqotimizda kiruvchi va chiquvchi turistlar soni, turizm tushumlari hamda turizm xarajatlari ko'rsatkichlarini additiv metodi yordamida tahlil qildik. Ma'lumki, xalqaro amaliyotda biror bir sohani kompleks tahlil qilish va bu sohaning atroflicha o'rganish uchun SWOT, Delphi, AVS va boshqa metodlardan keng foydalaniladi. SWOT metodi birinchi marta 1963-yilda Harvard universiteti professori Kennet Endryus tomonidan qo'llanilgan bo'lib, hozirda iqtisodiyot, biznes va boshqa ko'plab sohalarda keng joriy qilinib kelinmoqda. SWOT so'zi ushbu metod uchun asos bo'lgan to'rtta o'zning inglizchadagi bosh harflari jamlanmasidir, ya'ni Strengths sohaning kuchli tomonlarini, Weaknesses sohaning kuchsiz tomonlarini, Opportunities sohaning imkoniyatlarini, Threats soha uchun tahdidlarni ifodalaydi. SWOTda kuchli tomonlar tahlil qilinayotgan sohaning ijobiy ichki muhitini, kuchsiz tomonlar salbiy ichki muhitni ifodalasa, imkoniyatlar tahlil qilinayotgan sohaning ijobiy tashqi muhitini, tahdidlar salbiy tashqi muhitni ifodalaydi. Oldingi tadqiqotlardagi an'analarni biz buzdik va tadqiqot davomida O'zbekistonda turizm sohasini innovatsion rivojlanishini statistik baholash maqsadida ilk bor SWOT metodini Delphi metodi bilan birgalikda qo'llagan holda omillarni faqat keltirib o'tmasdan ularni statistik baholadik. Delphi metodi bo'yicha sohadagi eng kuchli 30 tagacha bo'lgan ekspertlardan guruh tuzildi. Guruh a'zosi bir biridan mustaqil fikr yuritishi kerak, ya'ni bir birini bilmasligi ta'minlanishi uchun har biriga elektron ravishda xat jo'natildi, ularning fikrlari tahlil qilindi va so'nggi qaror yoki xulosalarga kelindi.

Fikrimizcha, turizm sohasidagi eng kuchli ekspertlar bular turoperatorlar hisoblanadi. Chunki turoperatorlar avvalo reklama ishlari, turistlarni transport harakatini tashkil etish, joylashtirish, sayohatlarini tashkil etish, tur-paketlar bilan ta'minlash va boshqalar bilan bevosita shug'ullanadilar. O'zbekistonda 1200 dan ortiq turoperatorlar mavjud bo'lib, ular ichidan 30 ta ekspert quyidagi shartlar orqali tanlab olindi:

1. Turizm sohasida 10 yildan ortiq amaliy tajribaga ega bo'lgan turoperatorlar;
2. Bir yilda 1000 tadan ortiq turistlar bilan hamkorligi qilgan turoperatorlar;
3. Ichki turizm bilan shug'ullanadigan turoperatorlar bo'lishi shart.

Tanlangan ekspertlarning 11 tasi Toshkent shahrida, 4 tasi Samarqanddan, Buxorodan 3 ta, Xorazmdan 2 ta, qolgan viloyatlardan bittadan turoperatorlar tanlandi. Ularning barchasiga dissertant ishlab chiqqan ikkitadan so'rovnomalar tarqatildi. Birinchi so'rovnomalar 4 qismdan iborat bo'lib, har bir bo'limda beshtadan savol berilgan, ular ekspertlar tomonidan 5 balli tizim bilan baholanishi zarur. Birinchi so'rovnomaning birinchi bo'limi O'zbekistonda turizm sohasining kuchli tomonlariga, ya'ni turistlarni jalb qiluvchi kuchli omillarga bag'ishlangan bo'lib, unda quyidagi savollar keltirilgan:

1. O'zbekistonda tarixiy joylar mavjudligi;
2. O'zbekistonning buyuk ipak yo'lida joylashganligi;
3. Respublikadagi tinchlik;
4. O'zbekiston xalqining mehmondo'stligi;
5. Turizm xizmat ko'rsatish darajasi.

Shuni ta'kidlash zarurki, barcha bo'limlardagi savollarga javob berishda turoperatorlarning savollarni o'zlari tanlash huquqi ham berildi. So'rovnomaning ikkinchi bo'limida Respublikada turizm sohasining kuchsiz tomonlari yoritildi, uchinchi bo'limida esa turizmni rivojlantirish imkoniyatlari baholansa, oxirgi bo'limda turizm rivojlanishiga to'siq bo'lishi mumkin bo'lgan tahdidlar ballashtirildi. So'rovnoma 30ta turoperator tomonidan to'ldirilgandan so'ng yig'ib olindi va umumlashtirildi, ya'ni har bir savol uchun o'rtacha ball hisoblandi. 2.4-jadvalda keltirilgan o'rtacha ballardan ko'rinib turibdiki, turoperatorlarni fikricha,

1-jadval
O'zbekistonda turizm sohasini rivojlanishining SWOT tahlili¹

O'zbekistonda turizm sohasining kuchli tomonlari		
1	O'zbekistonda tarixiy joylar mavjudligi	5.2
2	O'zbekistonning buyuk ipak yo'lida joylashganligi	4.4
3	Respublikadagi tinchlik	3.5
4	O'zbekiston xalqining mehmondo'stligi	3.0
5	Turizmda xizmat ko'rsatish darajasi	2.5
O'zbekistonda turizm sohasining kuchsiz tomonlari		
1	Logistika holati	5.0
2	Transport, joylashtiruv tashkilotlari, turizm obyektlari orasidagi hamkorlik	4.0
3	Turizmda mavsumiylikni mavjudligi	3.8
4	Turistlarga xizmat ko'rsatuvchi obyektlarda moddiy-texnika bazasining holati	3.1
5	Rekreasion dam olish joylarining mavjudligi va holati	3.1
O'zbekistonda turizm sohasini rivojlantirishdagi mavjud imkoniyatlar		
1	Xalqaro turistik kompaniyalari, mehmonxonalar, aviakompaniyalar bilan hamkorlik	5.0
2	Tashqi reklama muhiti va viza rejimining holati	4.0
3	Turizm sohasidagi kuchli mutaxassislarni faoliyati	4.0
4	Turistik xizmatlar narxlarining raqobatdoshligi	3.5
5	Turizm turlarini ko'paytirish	3.3
O'zbekistonda turizm sohasini rivojlanishidagi tahdidlar		
1	Infrastrukturaning innovatsion rivojlanishdan to'xtab qolishi	5.0
2	Soliq sohasidagi islohotlar darajasi	4.0
3	Jahonda turizmning jadal rivojlanayotganligi	3.0
4	Qo'shni davlatlar bilan o'zaro hamkorlik darajasi	2.0
5	O'zbekistonda turistlar bilan bog'liq turli xil salbiy va noxush holatlar mavjudligi	1.0

O'zbekistonda turizmni eng kuchli tomonlari ichida yuqori ball tarixiy joylarning mavjudligiga berilgan. Ikkinchi o'rinda, Respublikaning Buyuk Ipak yo'lga joylashganligi, uchinchi va to'rtinchi o'rinlarda esa Respublikadagi tinchlik va o'zbek xalqining mehmondo'stligi, xizmat ko'rsatish darajasi oxirgi o'rinni egallaydi. Yuqorida ta'kidlaganimizdek biz taklif qilgan savollar bilan turoperatorlar bergan javoblari to'liq mos kelmaydi. Ushbu holatni biz qo'llab quvvatlaymiz, chunki

¹ Muallif ishlanmasi

turoperatorlar katta amaliyotchi, ular har kuni bu savollarga duch keladi. Shuning uchun ularni javoblari qabul qildik va umumlashtirdik(1-jadval).

1-jadvalda keltirilgan ma'lumotlarni guvohlik berishicha, O'zbekistonda turizmni eng kuchsiz tomoni logistika holati ekan, turizmni rivojlantirish imkoniyatlari ham yuqori ballarga ega bo'ldi. O'zbekistonda turizmni rivojlanishiga ta'sir qiluvchi ichki omillardan salbiy ta'sir qiluvchilar ustun turadi, tashqi omillarda esa teskarisi, ya'ni tegishli ravishda 4,0 va 2,8 ball. Bu holatni o'zgartirish uchun, bizni fikrimizcha, birinchi navbatda logistika siyosatini o'zgartirish zarur, ya'ni turli aviakompaniyalarni O'zbekistonga kirib kelishini ta'minlash talab etiladi. Ushbu fikrimizni tasdig'i sifatida O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 19-iyun PQ-4755-sonli "Turizm sohasini sanitariya-epidemiologik xavfsizlikning kuchaytirilgan rejimi talablariga qat'iy rioya qilgan holda rivojlantirishga doir qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi Qarorini¹ keltirish mumkin. Ushbu farmonda:

1. Xorijiy aviakompaniyalar ularning tegishli hujjatlarini

tekshirish natijalariga ko'ra Xalqaro fuqaro aviatsiyasi tashkilotining (IKAO) uchish xavfsizligi va aviatsiya xavfsizligi bo'yicha standartlariga muvofiq bo'lishi sharti bilan havo qatnovi to'g'risidagi hukumatlararo bitimning mavjudligidan qat'i nazar "Ochiq osmon" rejimi joriy etilgan xalqaro aeroportlarga doimiy qatnovlarni amalga oshira oladi.

2. 2021-yil 1-yanvardan 2023-yil 31-dekabrga qadar mehmonxonaga belgilangan tartibda berilgan toifa saqlangan taqdirda tegishli yil yakuniga ko'ra joylashtirish vositasining toifasi uchun undirilgan turistik (mehmonxona) yig'im summasining 50 foizi joylashtirish vositalariga qaytariladi.

3. 2020-yil 31-dekabrga qadar «Uzbekistan. Safe travel GUARANTEED» («O'zbekiston. Xavfsiz sayohat KAFOLATLANGAN») tizimining xavfsiz obyektlari reyestriga kiritilgan, turizm va yondosh infratuzilma obyektlarining bino va inshootlarida sanitariya-epidemiologiya xizmati tashkilotlari tomonidan dezinfeksiya, dezinseksiya, deratizatsiya hamda yuqumli kasalliklar paydo bo'lishining oldini olish va darajasini pasaytirishga qaratilgan epidemiyaga qarshi kurashish profilaktik tadbirlarini amalga oshirishga yo'naltirilgan xo'jalik subyektlarining xarajatlari O'zbekiston Respublikasi Davlat byudjetidan ajratiladigan mablag'lar hisobidan qoplanadi va boshqalarga ruxsat berildi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Tadqiqot natijalari O'zbekistonda turizm oqimlarining geografik tarkibi nisbatan tor ekanligini ko'rsatdi. Xususan, mamlakatga kiruvchi va undan chiquvchi turistlarning qariyb 90 foizi qo'shni davlatlar hissasiga to'g'ri keladi. Shu bilan birga, turistlarning asosiy qismi, ya'ni 80 foizga yaqini qisqa muddatli safarlar bilan, asosan qarindosh va yaqinlarini ziyorat qilish maqsadida harakatlanadi. Yosh tarkibi bo'yicha 40-55 yoshdagi turistlar eng katta ulushni tashkil etadi. Ulardan keyingi o'rinlarda 18-

¹ O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 19-iyun PQ-4755-sonli "Turizm sohasini sanitariya-epidemiologik xavfsizlikning kuchaytirilgan rejimi talablariga qat'iy rioya qilgan holda rivojlantirishga doir qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi Qarori <https://lex.uz/docs/-4862987?ONDATE=20.01.2024>

40 yoshdagi turistlar, 55 yoshdan yuqori yosh guruhlari hamda 18 yoshgacha boʻlgan shaxslar joylashgan.

SWOT tahlil natijalariga koʻra, Oʻzbekiston turizm sohasining asosiy ustunliklari mamlakat hududida boy tarixiy-madaniy meros obyektlarining mavjudligi hamda Buyuk Ipak yoʻli chorrahasida joylashganligi bilan izohlanadi. Shu bilan birga, logistika tizimining yetarli darajada rivojlanmaganligi va ayrim rekreatsion hududlarning infratuzilmaviy holati sohaning zaif tomonlari sifatida namoyon boʻlmoqda. Imkoniyatlar orasida xalqaro turistik kompaniyalar, mehmonxona tarmoqlari va aviakompaniyalar bilan hamkorlikni kengaytirish muhim ahamiyat kasb etsa, turizm infratuzilmasining innovatsion rivojlanish surʼatlarining sustligi asosiy tahdid sifatida baholandi.

Delphi metodi asosida shakllantirilgan T-ABC modeli natijalari Samarqand, Buxoro va Xorazm viloyatlarida turizm jozibadorligi, turizm xizmatlari sifati hamda tashqi omillar boʻyicha yuqori koʻrsatkichlar qayd etilganligini koʻrsatdi. Aksincha, Jizzax, Andijon va Sirdaryo viloyatlarida ushbu indikatorlar boʻyicha nisbatan past natijalar kuzatildi.

Korrelatsion-regression tahlil natijalariga koʻra, mehmonxonalarda tunab qolgan turistlar soniga eng kuchli taʼsir koʻrsatuvchi omil tashqi omillar hisoblanadi. Ikkinchi darajadagi taʼsir turizm jozibadorligi omiliga toʻgʻri kelsa, turizm xizmatlari omilining taʼsiri nisbatan pastroq ekanligi aniqlandi.

Yuqoridagi natijalardan kelib chiqib, quyidagi takliflarni ilgari surish maqsadga muvofiq:

- turizm oqimlari geografiyasini diversifikatsiya qilish orqali uzoq xorijiy mamlakatlardan turistlarni jalb etish choralari kuchaytirish;
- transport-logistika infratuzilmasini modernizatsiya qilish va hududlararo transport bogʻliqligini yaxshilash;
- rekreatsion va ekologik turizm obyektlarini rivojlantirishga investitsiyalar hajmini oshirish;
- xalqaro mehmonxona tarmoqlari, aviakompaniyalar va turoperatorlar bilan strategik hamkorlikni kengaytirish;
- turizm infratuzilmasida innovatsion texnologiyalar va raqamli platformalarni joriy etishni jadallashtirish;
- turizm salohiyati nisbatan past boʻlgan hududlarda maqsadli rivojlantirish dasturlarini amalga oshirish;
- hududiy turizm brendlarini shakllantirish va marketing faoliyatini kuchaytirish orqali ichki hamda tashqi turizm bozorlarida raqobatbardoshlikni oshirish.

Mazkur chora-tadbirlarning amalga oshirilishi Oʻzbekiston turizm sohasining barqaror rivojlanishini taʼminlash, hududlar oʻrtasidagi tafovutlarni kamaytirish va mamlakatning xalqaro turizm bozoridagi mavqeyini mustahkamlashga xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR ROʻYXATI

1. Вспомогательный счет туризма: рекомендуемая методологическая основа, 2008 год. - Нью-Йорк: ООН, Всемирная туристская организация (ЮНВТО), Евростат, 2010. - 10 с. ISBN 978-92-1-461023-6.

2. Measuring the Social Dimension of the Sustainability of Tourism: Findings of the MST Sub-group on the Social Dimension / Cesare Costantino. - Madrid: UNWTO Committee on Statistics, Nineteenth Meeting, 26-27 February 2019.

3. Международные рекомендации по статистике туризма, 2008 год. - Мадрид; Нью-Йорк: ООН, 2010. - 140 с.

4. Александрова А.Ю. Статистика туризма. - М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. - 464 с.

5. Международные рекомендации по статистике туризма, 2008 год: Руководство по составлению статистики. - Мадрид; Нью-Йорк: ООН, 2016. - 160 с.

6. Голышева Е.В. Совершенствование организации и механизма развития туризма в рыночных условиях: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.13. - Ташкент, 2012. - 156 с.

7. Butler R.W. The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution // The Canadian Geographer. - 1980. - Vol. 24, No. 1. - P. 5-12.



Marketing

ilmiy, amaliy va ommabop jurnali

Muharrir:

Ingliz tili muharriri:

Rus tili muharriri:

Musahhih:

Sahifalovchi va dizaynerlar:

Xakimov Ziyodulla Axmadovich

Tursunov Boburjon Ortiqmirzayevich

Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li

Karimova Shirin Zoxid qizi

Sadikov Shoxrux Shuxratovich

Abidjonov Nodirbek Odijon o'g'li

2026-yil, may, 5-son

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar mas'ul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelavermasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

Mazkur jurnalda maqolalar chop etish uchun quyidagi havolalarga murojaat qilish mumkin. Ilmiy maqola, ommabop maqola, reklama, hikoya va boshqa ilmiy-ijodiy materiallar yuborishingiz mumkin.

Materiallar va reklamalar pullik asosda chop etiladi.

Elektron pochta:

info@marketingjournal.uz

Bot:

[@marketingjournalbot](https://t.me/@marketingjournalbot)

Tel.:

+998977838464, +998939266610

Jurnalning rasmiy sayti: <https://marketingjournal.uz>

Marketing jurnali O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi **Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining 2024-yil 04-oktabrdagi 332/5 sonli qarori** bilan milliy ilmiy nashrlar ro'yxatiga kiritilgan



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali 2024-yil 15-martdan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan **C-5669517** reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan. **Litsenziya raqami: №240874**



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnalining xalqaro darajasi: **9710**. GOCT 7.56-2002 "Seriya nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlataro standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**