

TURIZM KLASSTERLARI ASOSIDA TOSHKENT VILOYATI HUDUDLARINING IQTISODIY DIVERSIFIKATSIYA DARAJASINI OSHIRISH MEXANIZMLARI

Xalmatjanov Farxod Maxamatjanovich

“Alfraganus University” NOTT
“Iqtisodiyot” kafedrası o‘qituvchisi

Annotatsiya

Mazkur tezisdá turizm klasterlari asosida Toshkent viloyati hududlarining iqtisodiy diversifikatsiya darajasini oshirish mexanizmlari ilmiy jihatdan asoslandi. Tadqiqotda hudud iqtisodiyotining tarkibiy o‘zgarishlari, sanoat konsentratsiyasi, rekreatsion salohiyat va turizm infratuzilmasining rivojlanish xususiyatlari kompleks tahlil qilindi. Klaster yondashuvi asosida hududiy kooperatsiyani kuchaytirish, investitsiyalarni samarali jalb etish, xizmatlar sektorini kengaytirish hamda mahalliy qiymat zanjirlarini rivojlantirish bo‘yicha mexanizmlar ishlab chiqildi. Olingan natijalar taklif etilgan model hududlar iqtisodiyotining barqaror rivojlanishini ta‘minlashga, bandlikni oshirishga, turizm xizmatlari sifatini yaxshilashga va hududlarning raqobatbardoshligini mustahkamlashga xizmat qilganini ko‘rsatdi.

Kalit so‘zlar: turizm klasteri, iqtisodiy diversifikatsiya, Toshkent viloyati, hududiy rivojlanish, rekreatsion salohiyat, investitsiyalar, raqobatbardoshlik, xizmatlar sohasi.

Аннотация

В тезисе были научно обоснованы механизмы повышения уровня экономической диверсификации территорий Ташкентской области на основе туристических кластеров. В исследовании комплексно проанализированы структурные изменения региональной экономики, концентрация промышленности, рекреационный потенциал и особенности развития туристической инфраструктуры. На основе кластерного подхода были разработаны механизмы укрепления территориальной кооперации, эффективного привлечения инвестиций, расширения сферы услуг и развития местных цепочек создания стоимости. Полученные результаты подтвердили, что предложенная модель способствовала устойчивому развитию региональной экономики, росту занятости, повышению качества туристических услуг и укреплению конкурентоспособности территорий.

Ключевые слова: туристический кластер, экономическая диверсификация, Ташкентская область, региональное развитие, рекреационный потенциал, инвестиции, конкурентоспособность, сфера услуг.

Abstract

This thesis scientifically substantiated the mechanisms for increasing the level of economic diversification in the districts of Tashkent region through the development of tourism clusters. The study comprehensively analyzed structural changes in the regional economy, industrial concentration, recreational potential, and the development of tourism infrastructure. Based on the cluster approach, mechanisms were developed to strengthen regional cooperation, attract investment efficiently,

expand the service sector, and enhance local value chains. The findings demonstrated that the proposed model contributed to sustainable regional economic development, increased employment, improved the quality of tourism services, and strengthened the competitiveness of regional economies by supporting balanced and diversified economic growth.

Keywords: tourism cluster, economic diversification, Tashkent region, regional development, recreational potential, investment, competitiveness, service sector.

KIRISH

O'zbekiston turizm bozorining kengayishi hududiy iqtisodiyotni boshqarish amaliyoti oldiga aniq vazifalarni qo'ydi. Milliy statistika qo'mitasining dastlabki ma'lumotlariga ko'ra, 2026-yilning yanvar-mart oylarida 164 mamlakatdan 2 872 502 nafar chet el fuqarosi turistik maqsadlarda mamlakatga tashrif buyurgan bo'lib, ko'rsatkich o'tgan yilning mos davriga nisbatan 770 ming nafarga ortgan[1]. 2025-yilning o'n bir oyida mamlakatga 10,7 milliondan ortiq xorijiy sayyoh kelgani va turistik xizmatlar eksportidan olingan daromad 4,4 milliard AQSh dollaridan oshgani sohaning makroiqtisodiy vazni sezilarli darajada og'irlashganidan dalolat berdi[2]. Jahon miqyosida esa 2026-yilning birinchi choragida xalqaro sayohatlar hajmi 307 million kishini tashkil etib, o'sish 2 foizni tashkil qildi[3]. Milliy o'sish sur'atining global tendensiyadan yuqoriligi hududlar uchun qo'shimcha daromad manbalarini shakllantirish imkoniyatini kengaytirdi.

Amaliy boshqaruv nuqtai nazaridan turizm oqimini hududiy iqtisodiy natijaga aylantirish tartibi belgilab qo'yildi. Har yili 30-noyabrga qadar viloyat hokimliklari hududning turistik salohiyatini targ'ib qilish, turistik yo'nalishlarni kengaytirish, transport logistikasi va infratuzilmasini rivojlantirishni nazarda tutuvchi hududiy dasturlarni ishlab chiqishi va ularning bajarilishini ta'minlashi joriy etildi[4]. Sohaviy boshqaruvning yangilangan tartibi turizm obyektlarini joylashtirish imkoniyati yuqori bo'lgan hududlarda rejalashtirish va loyihalashtirish ishlarini tashkil etish, turizm zonalarini samarali boshqarish, obyektlarni davlat-xususiy sheriklik asosida yuritish hamda sohani bosqichma-bosqich raqamlashtirishni vakolatli organ zimmasiga yukladi[5]. Belgilangan me'yorlar klaster yondashuvini amaliy qo'llash uchun tayyor institutsional zamin yaratdi.

Toshkent viloyati iqtisodiyotining tarkibi ana shu imkoniyatlarni ishga solishning aniq yo'nalishlarini ko'rsatdi. Rasmiy hududiy statistikaga ko'ra, 2025-yilda viloyat yalpi hududiy mahsulotining 52,3 foizi sanoat va qurilish, 30,5 foizi xizmatlar, 17,2 foizi qishloq, o'rmon va baliqchilik xo'jaligi hissasiga to'g'ri keldi; aholi jon boshiga yalpi hududiy mahsulot 57 480,2 ming so'mni tashkil etdi[6]. Sanoat ishlab chiqarishi hajmining asosiy qismi Olmaliq, Chirchiq va Qibray kabi sanoat markazlarida jamlandi, ayni paytda Bo'stonliq, Parkent va Ohangaron kabi hududlarning tabiiy-rekreatsion salohiyati iqtisodiy aylanmaga to'liq jalb etilmadi. Toshkent shahriga yo'naltirilgan yirik sayyoh oqimining bir qismini viloyat hududlariga taqsimlash va uni mahalliy qiymat zanjirlariga ulash amaliy vazifa sifatida yuzaga chiqdi.

Ishning maqsadi turizm klasterlari asosida Toshkent viloyati hududlarining iqtisodiy diversifikatsiya darajasini oshirish mexanizmlarini asoslashdan iborat bo'ldi.

Maqsadga erishish uchun viloyat iqtisodiyotining tarkibiy o'zgarishlari baholandi, sanoat ishlab chiqarishining hududiy konsentratsiyasi o'lchandi, rekreatsion ixtisoslashuvga ega hududning iqtisodiy dinamikasi qiyoslandi va klaster mexanizmining bosqichlari shakllantirildi.

ADABIYOTLAR SHARHI

Klaster nazariyasining zamonaviy talqini geografik yaqinlik orqali hosil bo'ladigan unumdorlik va innovatsion afzalliklarni tushuntirish bilan bog'liq. Bir sohada o'zaro bog'langan korxonalar, yetkazib beruvchilar, universitetlar va davlat institutlarining muayyan hududda to'planishi raqobat ustunligining barqaror manbasini yaratishi, mahalliy bilim, munosabatlar va motivatsiya esa uzoqdagi raqobatchilar takrorlay olmaydigan resurs sifatida namoyon bo'lishi asoslab berildi[7]. Turizmga tatbiq etilganda ushbu mantiq qo'shimcha ma'no kasb etdi: turistik mahsulot ko'p sonli mustaqil xizmat ko'rsatuvchilar faoliyatining natijasi bo'lgani bois, uning sifati aynan hududiy kooperatsiya darajasiga bog'liq bo'ldi.

Hududlarni turistik ko'rsatkichlar bo'yicha guruhlash bo'yicha o'tkazilgan tadqiqotlar klasterlashning o'lchov jihatini rivojlantirdi. Markaziy va Sharqiy Yevropaning subregional darajadagi 54 ta hududi joylashtirish vositalari ko'rsatkichlari asosida bir necha bir jinsli guruhga ajratilib, klasterlararo farqlar barqaror rivojlanishning ijtimoiy va iqtisodiy o'lchovlari bilan izohlandi[8]. Bunday tasniflash tajribasi hududiy siyosatda bir xil chora-tadbirlarni barcha tumanlarga tatbiq etish o'rniga ixtisoslashuv profiliga mos yechimlarni tanlash zaruriyatini ko'rsatdi.

Klaster modelining institutsional va raqamli kengaytmalari alohida tadqiqot yo'nalishini tashkil etdi. Mintaqaviy turizm ekotizimini innovatsion giperklaster sifatida talqin qilgan yondashuv raqamli platformalar orqali bir necha tarmoq va hududni qamrab oluvchi ko'p yadroli tarmoq tuzilmasini shakllantirish imkoniyatini asosladi[9]. Klaster a'zoligining raqamli marketing vositalaridan foydalanish samaradorligiga ta'siri esa mehmonxona korxonalari misolida tekshirilib, kichik va o'rta korxonalar uchun klaster tarkibidagi hamkorlik marketing xarajatlarini kamaytiruvchi va bozorga chiqish imkonini kengaytiruvchi omil ekanini aniqlandi[10].

Turizmning hududlararo tengsizlikka ta'siri bo'yicha empirik natijalar klaster siyosatining iqtisodiy mantig'ini mustahkamladi. 2000-2023-yillar ma'lumotlari asosida provinsiya darajasida o'tkazilgan konvergensiya tahlili turizmning iqtisodiy o'sishga va hududiy farqlarning qisqarishiga qulay ta'sir ko'rsatishini tasdiqladi[11]. Ayni vaqtda resurslarga bog'liq hududlarda ishlab chiqarish diversifikatsiyasini o'rgangan tadqiqot ustun tarkibiy ixtisoslashuvning diversifikatsiyani cheklovchi kuchli omil ekanini ko'rsatib, turizmning o'zi avtomatik tarzda tarkibiy o'zgarishga olib kelmasligini, buning uchun institutsional salohiyat va maqsadli mexanizmlar talab etilishini qayd etdi[12].

Mavjud adabiyotlar klaster afzalliklari va turizmning hududiy effektlarini yetarlicha yoritgan bo'lsa-da, yirik metropoliya bilan chegaradosh, sanoat ixtisoslashuvi yuqori bo'lgan viloyat sharoitida turizm klasterini diversifikatsiya vositasiga aylantirish tartibi kam o'rganilgan holicha qoldi. Ushbu ish ana shu bo'shliqni Toshkent viloyati ma'lumotlari asosida to'ldirishga qaratildi.

METODOLOGIYA

Tadqiqotning axborot bazasini Toshkent viloyati statistika boshqarmasining hududlar kesimidagi rasmiy statistik ilovalari[6], Milliy statistika qo'mitasining turizm statistikasi to'plami[13] hamda turizm sohasini tartibga soluvchi me'yoriy hujjatlar[4] tashkil etdi. Tahlil davri 2010-2025-yillarni qamrab oldi, ayrim ko'rsatkichlar bo'yicha 2026-yilning birinchi yarim yilligi ma'lumotlari qo'shimcha ravishda hisobga olindi.

Hududiy konsentratsiya darajasini o'lchash uchun Herfindal-Hirshman indeksi qo'llanildi. Indeks viloyat sanoat ishlab chiqarishi hajmida har bir tuman va shaharning foizdagi ulushi kvadratlari yig'indisi sifatida hisoblandi:

$$HHI = \sum (si)^2$$

bunda si - i-hududning viloyat bo'yicha taqsimlangan hajmdagi ulushi, foizda.

Indeks qiymati 10 000 ga bo'linganda "ekvivalent hududlar soni" ko'rsatkichi olindi, u iqtisodiy faoliyatning necha teng hajmli hudud o'rtasida taqsimlanganini shartli tarzda ifodaladi. Konsentratsiyaning qo'shimcha o'lchovi sifatida uchta yetakchi hududning jamlangan ulushi hisoblandi. Hisob-kitoblar hududlar kesimida taqsimlangan hajm asosida bajarildi: 2010-yilda u 5 471,1 milliard so'mni, 2025-yilda 158 060,6 milliard so'mni tashkil etdi[6].

Rekreatsion ixtisoslashuvning iqtisodiy natijasini baholashda nisbiy qiyoslash usuli qo'llanildi: tumanning aholi jon boshiga to'g'ri keladigan investitsiya, chakana savdo va sanoat mahsuloti ko'rsatkichlari viloyat o'rtacha darajasiga nisbatan olindi. Mexanizmini shakllantirishda tarkibiy-mantiqiy modellastirish va me'yoriy hujjatlar tahlili birgalikda ishlatildi.

TAHLIL VA NATIJALAR

2010-2025-yillar oralig'ida Toshkent viloyati iqtisodiyotining tarkibi sezilarli o'zgarishlarni boshdan kechirdi. Qishloq, o'rmon va baliqchilik xo'jaligining yalpi hududiy mahsulotdagi ulushi 33,9 foizdan 17,2 foizga qisqardi, sanoat va qurilishning ulushi 31,6 foizdan 52,3 foizga ko'tarildi, xizmatlar ulushi esa 34,5 foizdan 30,5 foizga o'zgardi[6]. Sanoatlashtirish jarayoni yuqori qo'shilgan qiymat yaratdi va aholi jon boshiga yalpi hududiy mahsulotni 2 918,0 ming so'mdan 57 480,2 ming so'mgacha oshirdi, 2026-yilning birinchi yarim yilligida o'sish sur'ati 106,9 foizni tashkil etdi[6]. Ayni vaqtda savdo, yashash va ovqatlanish xizmatlarining ulushi 6,5 foizdan 10,2 foizga, 2026-yilning yanvar-iyun oylarida esa 12,5 foizga yetdi. Turizm bilan bevosita bog'liq faoliyat turlarining ulushi ortib borgani viloyat iqtisodiyotida xizmat ko'rsatish segmentining kengayish salohiyatini tasdiqladi.

Viloyat sanoat mahsuloti hajmi 2010-yildagi 5 471,2 milliard so'mdan 2025-yilda 170 294,1 milliard so'mga o'sdi[6]. O'sish jarayoni hududiy taqsimotning yanada jamlanishi bilan kechdi. Hisob-kitoblar shuni ko'rsatdiki, uchta yetakchi hududning jamlangan ulushi 49,0 foizdan 54,1 foizga ko'tarildi, Herfindal-Hirshman indeksi 1 250 birlikdan 1 571 birlikka ortdi, ekvivalent hududlar soni esa 8,0 dan 6,4 gacha kamaydi (1-jadval). Olmaliq shahri ulushining 25,7 foizdan 34,7 foizga ko'tarilishi metallurgiya sanoatining yuqori unumdorligi bilan izohlandi, biroq viloyat miqyosida iqtisodiy faollikning cheklangan sonli nuqtalarda to'planishi qolgan hududlar uchun muqobil daromad manbalarini shakllantirish vazifasini kun tartibiga chiqardi.

1-jadval
Toshkent viloyati sanoat ishlab chiqarishining hududiy taqsimoti va konsentratsiya ko'rsatkichlari¹

Hudud / ko'rsatkich	2010-yil	2025-yil	O'zgarish, foizda
Olmaliq shahri, foizda	25,7	34,7	9,0
Chirchiq shahri, foizda	10,3	11,3	1,0
Qibray tumani, foizda	10,3	8,1	-2,2
Bekobod shahri, foizda	13,1	4,8	-8,3
Bo'stonliq tumani, foizda	4,1	2,5	-1,6
Uch yetakchi hudud ulushi, foizda	49,0	54,1	5,1
Herfindal-Hirshman indeksi, birlik	1 250	1 571	321
Ekvivalent hududlar soni	8,0	6,4	-1,6

Bo'stonliq tumani viloyatning eng yirik tabiiy-rekreatsion hududi sifatida klaster yondashuvining amaliy samarasini baholash uchun qulay obyekt bo'ldi. Tuman sanoat ishlab chiqarishi bo'yicha viloyatning o'rtacha darajasidan ortda qolgan holda investitsiya va iste'mol bozori ko'rsatkichlari bo'yicha o'rtacha darajadan yuqoriga chiqdi (2-jadval). 2010-yilda tumanda aholi jon boshiga o'zlashtirilgan investitsiyalar viloyat o'rtachasining 37,4 foizini tashkil etgan bo'lsa, 2021-yilga kelib ushbu nisbat 119,1 foizga yetdi; chakana savdo aylanmasi bo'yicha nisbat 75,0 foizdan 107,4 foizga ko'tarildi[6]. Sanoat mahsuloti bo'yicha nisbat 41,6 foizdan 40,9 foizga o'zgarib, deyarli barqaror qoldi. Ko'rsatkichlarning bunday joylashuvi rekreatsion faoliyatning kapital jalb qilish va mahalliy iste'mol bozorini kengaytirish orqali hududiy diversifikatsiyani ta'minlash imkoniyatini ko'rsatdi.

2-jadval
Bo'stonliq tumani ko'rsatkichlarining viloyat o'rtacha darajasiga nisbati (aholi jon boshiga, ming so'm)²

Ko'rsatkich	Yil	Bo'stonliq	Viloyat	Nisbat, foizda
Asosiy kapitalga investitsiyalar	2010	231,4	618,2	37,4
Asosiy kapitalga investitsiyalar	2021	11 485,3	9 644,5	119,1
Chakana savdo tovar aylanmasi	2010	661,0	881,9	75,0
Chakana savdo tovar aylanmasi	2021	9 448,2	8 798,3	107,4
Sanoat mahsuloti	2010	212,6	510,6	41,6
Sanoat mahsuloti	2025	22 206,6	54 327,2	40,9

Nisbat tumanning viloyat o'rtacha darajasiga foizda ifodalangan qiymatidir.

Tahlil natijalari asosida beshta bosqichdan iborat mexanizm shakllantirildi. Birinchi bosqichda hududning tabiiy-rekreatsion va madaniy resurslari hududiy turizm dasturi hamda turizm zonalari to'g'risidagi qarorlar bilan bog'lanadi; ushbu bog'lanish resurslarni loyihaviy shaklga keltirish va investitsiya uchun tayyorlash vazifasini bajaradi[4]. Ikkinchi bosqichda klaster o'zagi tuziladi: koordinatsiyani ta'minlovchi klaster operatori, davlat-xususiy sheriklik asosidagi obyekt boshqaruvi va investitsiya

¹ Toshkent viloyati statistika boshqarmasining hududlar kesimidagi statistik ilovalari asosida muallif hisob-kitobi[6].

² Manba: Toshkent viloyati statistika boshqarmasi ma'lumotlari asosida muallif hisob-kitobi[6].

loyihalari portfeli birlashtiriladi[5]. Uchinchi bosqichda qiymat zanjirining mahalliy bo'g'inlari - joylashtirish va ovqatlanish xizmatlari, transport-logistika, agro-oziq-ovqat ta'minoti, hunarmandchilik hamda raqamli marketing va bron platformasi - o'zaro ulanadi. To'rtinchi bosqich klaster ichidagi kooperatsiya, kadrlar tayyorlash, xizmat standartlarini joriy etish va mahalliy ta'minot ulushini oshirish orqali qo'shilgan qiymatning hududda qolish darajasini ko'taradi. Beshinchi bosqich natijalarni qayd etadi va monitoring orqali klaster o'zagiga qayta aloqa beradi.

Mexanizmni harakatga keltiruvchi moliyaviy va tashkiliy vositalar amaldagi huquqiy bazada mavjud: Turizmni qo'llab-quvvatlash jamg'armasi mablag'lari hisobidan infratuzilma xarajatlarining bir qismini qoplash tartibi va to'siqsiz turizm infratuzilmasini rivojlantirish bo'yicha manzilli dasturlar hududiy loyihalar uchun ishonchli moliyalashtirish manbasi bo'lib xizmat qildi[15]. Raqamli bo'g'in a'zolarining marketing xarajatlarini birlashtirib, kichik korxonalar uchun bozorga chiqish to'sig'ini pasaytirdi[10], klaster ichidagi kooperatsiya esa qo'shni tumanlarni yagona marshrut doirasida birlashtirib, ko'p yadroli tuzilmani shakllantirish imkonini berdi[9].

Kutilayotgan natijalar ikki yo'nalishda o'lchandi. Birinchisi tarkibiy o'lchov bo'lib, nosanoat faoliyatlarining ulushi ortishi hisobiga Herfindal-Hirshman indeksining pasayishi va ekvivalent hududlar sonining ko'payishini nazarda tutdi. Ikkinchisi ijtimoiy-iqtisodiy o'lchov bo'lib, bandlik, kichik biznes faolligi va aholi daromadlarining o'sishini qamrab oldi; viloyatda kichik biznesning yalpi hududiy mahsulotdagi ulushi 2024-yilda 53,9 foizni, bandlikdagi ulushi 71,1 foizni tashkil etgani ushbu segmentning yuqori qabul qiluvchanligini ko'rsatdi[6]. Turizmning hududlararo farqlarni qisqartirishdagi ijobiy roli bo'yicha xalqaro empirik dalillar kutilayotgan natijalarni mustahkamladi[11]. Ustun tarkibiy ixtisoslashuv sharoitida diversifikatsiya faqat maqsadli institutsional yordam bilan yuzaga chiqishi haqidagi xulosa esa klaster operatori va monitoring bosqichining mexanizmdagi markaziy o'rnini belgiladi[12]. 2025-yilda mamlakat bo'yicha 11,7 millionga yaqin xorijiy sayyoh qayd etilgani va 2026-yilning birinchi choragida oqimning 37 foizga o'sgani mexanizmni ishga tushirish uchun talab tomonidan yetarli asos yaratdi[14].

XULOSA VA TAKLIFLAR

O'tkazilgan tahlil Toshkent viloyati iqtisodiyotining sanoat ixtisoslashuvi asosida jadal o'sganini, ayni paytda ishlab chiqarish faolligining hududiy taqsimoti yanada jamlanganini ko'rsatdi: uch yetakchi hududning ulushi 49,0 foizdan 54,1 foizga, Herfindal-Hirshman indeksi 1 250 birlikdan 1 571 birlikka ko'tarildi. Rekreatsion ixtisoslashuvga ega Bo'stonliq tumani misolida turizm bilan bog'liq faoliyatning investitsiya jalb etish va iste'mol bozorini kengaytirish salohiyati aniqlandi. Turizm klasteri hududiy diversifikatsiyaning amaliy vositasi sifatida asoslandi va uning besh bosqichli tuzilishi ishlab chiqildi.

Olingan natijalar asosida quyidagi takliflar shakllantirildi:

1. Viloyatning yillik turizm dasturi tarkibida Chorvoq-Bo'stonliq, Parkent-Ohangaron va Chinoz-Yangiyo'l yo'nalishlari bo'yicha uchta hududiy turizm

klasterini rasmiy maqomga ega loyiha sifatida shakllantirish maqsadga muvofiq bo'ladi.

2. Har bir klaster uchun koordinatsion vazifani bajaruvchi operator tuzilmasi belgilanib, unga investitsiya loyihalari portfelini yuritish, xizmat standartlarini joriy etish va a'zolar o'rtasidagi shartnomaviy munosabatlarni tartibga solish vakolati berilishi lozim.

3. Klaster obyektlarini davlat-xususiy sheriklik asosida qurish va boshqarish amaliyotini kengaytirish, moliyalashtirishda Turizmni qo'llab-quvvatlash jamg'armasi imkoniyatlaridan foydalanish tavsiya etiladi.

4. Mahalliy qo'shilgan qiymat ulushini oshirish uchun klaster tarkibidagi joylashtirish va ovqatlanish obyektlarini viloyatning agro-oziq-ovqat korxonalari hamda hunarmandchilik subyektlari bilan uzoq muddatli ta'minot shartnomalari orqali bog'lash zarur.

5. Klaster a'zolari uchun yagona raqamli marketing va bron platformasini yo'lga qo'yish kichik korxonalarning bozorga chiqish xarajatlarini kamaytiradi va turistik oqimni hududlar bo'yicha tekis taqsimlashga xizmat qiladi.

6. Klaster samaradorligini baholashda Herfindal-Hirshman indeksi, aholi jon boshiga xizmatlar hajmi va turizm bilan bog'liq bandlik ko'rsatkichlaridan iborat monitoring to'plamini joriy etish, natijalarni hududiy statistika tizimida muntazam nashr qilish maqsadga muvofiq hisoblanadi[13].

Taklif etilgan mexanizm sanoat asosini saqlagan holda viloyat iqtisodiyotiga qo'shimcha xizmat qatlamini qo'shish va bandlikning barqaror manbalarini kengaytirish imkonini beradi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. O'zbekiston Respublikasi Hukumat portali. Turizm va madaniyat. URL: https://gov.uz/oz/activity_page/tourism

2. Gazeta.uz. O'zbekiston dunyoda sayyohlar oqimi eng tez o'sayotgan mamlakatlar qatoriga kirdi. 17.12.2025. URL: <https://www.gazeta.uz/oz/2025/12/17/tourism/>

3. UN Tourism. World Tourism Barometer Data. URL: <https://www.untourism.int/un-tourism-world-tourism-barometer-data>

4. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2025-yil 15-maydagi PF-87-son "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 Farmoni. URL: <https://lex.uz/docs/-7531559>

5. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2026-yil 16-may 105-son "O'zbekiston Respublikasi Turizm qo'mitasi faoliyatini tashkil etish chora-tadbirlari to'g'risida" Qarori URL: <https://lex.uz/uz/docs/-8086307>

6. Toshkent viloyati statistika boshqarmasi. Rasmiy statistika. URL: <https://www.toshvilstat.uz/uz/>

7. Porter M.E. Clusters and the New Economics of Competition. Harvard Business Review, 1998, Vol. 76, No. 6, pp. 77-90. URL: <https://hbr.org/1998/11/clusters-and-the-new-economics-of-competition>

8. Regional Tourism Clustering Based on the Three Ps of the Sustainability Services Marketing Matrix. Sustainability, 2019, Vol. 11, No. 2, 400. URL: <https://www.mdpi.com/2071-1050/11/2/400>
9. Regional Tourism Ecosystem as a Tool for Sustainable Development during the Economic Crisis. Sustainability, 2024, Vol. 16, No. 2, 884. URL: <https://www.mdpi.com/2071-1050/16/2/884>
10. The Value of Cluster Association for Digital Marketing in Tourism Regional Development. Sustainability, 2020, Vol. 12, No. 23, 9887. URL: <https://www.mdpi.com/2071-1050/12/23/9887>
11. Tourism as a Catalyst for Reducing Regional Disparities: An Empirical Study of the Economic Convergence Effect of Tourism. Sustainability, 2026, Vol. 18, No. 3, 1289. URL: <https://www.mdpi.com/2071-1050/18/3/1289>
12. Productive Diversification and Sustainable Regional Development in Resource-Dependent Regions. Sustainability, 2026, Vol. 18, No. 13, 6700. URL: <https://www.mdpi.com/2071-1050/18/13/6700>
13. O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi. O‘zbekistonda turizm: statistik to‘plam. URL: <https://stat.uz/uz/matbuot-markazi/qo-mita-yangiliklar/10018-o-zbekistonda-turizm-statistik-to-plami-6>
14. O‘zbekiston Respublikasi Turizm qo‘mitasi. O‘zbekiston dunyoda sayyohlar oqimi eng tez o‘sayotgan mamlakatlar qatorida. URL: <https://gov.uz/oz/uzbektourism/news/view/175790>
15. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2024-yil 12-yanvardagi PQ-20-son “O‘zbekiston Respublikasida to‘siqsiz turizm infratuzilmasini rivojlantirish va uni rag‘batlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi Qarori URL: <https://lex.uz/docs/-6759699>



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, iyul, 7-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: [@marketinjournalbot](https://t.me/@marketinjournalbot)

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" davlatlaro standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**