

HUDUDLARNING TURIZM SOHASINI RIVOJLANTIRISHDA XORIJIY TAJRIBALARDAN FOYDALANISH

Maksumov Azizxon Nodir o'g'li

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti
mustaqil tadqiqotchisi

Annotatsiya

Ushbu maqola hududlarda turizm sohasini rivojlantirish bo'yicha xorijiy tajribani tahlil qilishga bag'ishlangan bo'lib, turizmning mintaqaviy iqtisodiyot, ijtimoiy-madaniy muhit va ekologik barqarorlikka ta'siri, xorijiy davlatlarning (Ispaniya, Italiya, Malayziya va Janubiy Koreya) muvaffaqiyatli tajribalari va ularni O'zbekiston, xususan, Farg'ona vodiysi sharoitida qo'llash imkoniyatlari ko'rib chiqildi. Nazariy asoslar jahon va mahalliy olimlarning tadqiqotlariga asoslandi, shuningdek, mintaqaviy turizmni rivojlantirishning asosiy omillari tahlil qilindi. Maqolada O'zbekistonda xorijiy tajribani joriy qilishdagi muammolar, ularning yechimlari, ilmiy xulosalar va amaliy takliflar taqdim etilgan.

Kalit so'zlar: mintaqaviy iqtisodiyot, barqaror turizm, hududiy differentsiatsiya, mintaqaviy brend, turizm xizmatlari eksporti.

Аннотация

Данная статья посвящена анализу зарубежного опыта развития туризма в регионах, с акцентом на влияние туризма на региональную экономику, социально-культурную среду и экологическую устойчивость. Рассмотрены успешные практики зарубежных стран (Испания, Италия, Малайзия и Южная Корея) и возможности их применения в условиях Узбекистана, особенно в Ферганской долине. Теоретической основой исследования послужили труды отечественных и зарубежных ученых, проведён анализ ключевых факторов регионального развития туризма. В статье представлены проблемы внедрения зарубежного опыта в Узбекистане, пути их решения, научные выводы и практические рекомендации.

Ключевые слова: региональная экономика, устойчивый туризм, территориальная дифференциация, региональный бренд, экспорт туристических услуг.

Abstract

This article focuses on analyzing international practices in regional tourism development, highlighting tourism's impact on regional economies, socio-cultural environments, and ecological sustainability. It examines successful experiences from foreign countries (Spain, Italy, Malaysia, and South Korea) and their potential adaptation in Uzbekistan, particularly in the Fergana Valley context. The theoretical framework is based on global and local scholarly studies, with an analysis of key factors driving regional tourism growth. The paper also discusses challenges in

implementing international practices in Uzbekistan, their possible solutions, scientific conclusions, and practical recommendations.

Keywords: regional economy, sustainable tourism, territorial differentiation, regional branding, tourism service exports.

KIRISH

Turizm jahon iqtisodiyotida yetakchi sohalardan biri bo‘lib, mintaqaviy taraqqiyot, yangi ish o‘rinlari yaratish, madaniy merosni asrab-avaylash hamda ekologik barqarorlikni ta‘minlashda muhim o‘rin tutadi. Xorijiy davlatlarning muvaffaqiyatli tajribalari O‘zbekiston kabi turizm sohasi jadal rivojlanayotgan mamlakatlar uchun foydali yo‘nalish va samarali strategiyalarni belgilashda muhim ko‘rsatkich bo‘lib xizmat qiladi. So‘nggi yillarda O‘zbekistonda turizm sohasida barqaror o‘sish kuzatilmoqda. Masalan, 2024 yilda xorijiy turistlar soni 10,2 million nafarga yetib, 2023 yilga nisbatan 55,2 foizga oshdi. Shu bilan birga, mintaqaviy tafovutlar va infratuzilma, marketing yo‘nalishlaridagi ba‘zi kamchiliklar mamlakatning turizm salohiyatini yanada to‘liq amalga oshirish uchun yangi imkoniyatlarni ochib bermoqda. Farg‘ona vodiysi O‘zbekistonning iqtisodiy va madaniy salohiyati yuqori hududlaridan biri bo‘lib, boy tarixiy meros va tabiiy resurslarga ega. Shu sababli, maqola doirasida xorijiy tajribani chuqur o‘rganish va Farg‘ona vodiysida turizmni yanada rivojlantirish uchun amaliy tavsiyalar ishlab chiqish asosiy maqsad qilib belgilangan. Turizm mintaqaviy iqtisodiyotni diversifikatsiya qilish, ish o‘rinlari yaratish va mahalliy aholining farovonligini oshirishga katta hissa qo‘shadigan muhim omil sifatida alohida e‘tibor talab qiladi.

ADABIYOTLAR SHARHI

Mashhur olim Kolin Maykl Xoll tadqiqotlarida turizm mintaqaviy nomutanosiblikni kamaytirish vositasi sifatida qaraladi. Uning ta‘kidlashicha, “turizm hududiy taqsimotdagi nomutanosiblikni bartaraf etish uchun madaniy va tabiiy resurslarni samarali boshqarishga asoslanadi”¹. Bu yondashuv mintaqaviy turizmni rivojlantirishda mahalliy resurslarning ahamiyatini alohida ta‘kidlaydi.

Shuningdek, Stiven Smit turizmning iqtisodiy multiplikator effektini tahlil qilib, uni mintaqqa iqtisodiyotiga ta‘sirini baholash uchun empirik usullarni taklif etadi. Uning fikricha, “turizm xizmatlari eksporti mintaqqa iqtisodiyotining o‘sishiga xizmat qiladi, lekin bu jarayon infratuzilma va marketing faoliyatiga bog‘liq”². Ushbu nazariy yondashuv turizmning iqtisodiy samaradorligini oshirishda zamonaviy texnologiyalar va marketing strategiyalarining muhimligini ko‘rsatadi.

Devid Uiver va Laura Louton lap barqaror turizm konsepsiyasini tahlil qilib, uni iqtisodiy, ijtimoiy va ekologik jihatlarining muvofiqlashuvi sifatida ta‘riflaydi. Ularning ta‘kidlashicha, “barqaror turizm mintaqaviy differentsiatsiyani kamaytirishda

¹ Hall C. M. *Tourism: Rethinking the Social Science of Mobility*. Pearson Education, 2005. p 45.

² Smith S. L. J. *Practical Tourism Research*. CABI. 2010. p 112.

muhim vosita bo‘lishi mumkin, lekin bu mahalliy jamoalarning faol ishtiroki va davlat siyosatiga bog‘liq”¹. Bu konsepsiya O‘zbekistonda turizmni barqaror rivojlantirish uchun muhim asos bo‘la oladi.

Shu o‘rinda hududiy differentsiatsiya va turizmning nazariy asoslariga to‘xtalib o‘tamiz. Hududiy differentsiatsiya mintaqa ichidagi iqtisodiy, ijtimoiy va infratuzilma ko‘rsatkichlarining nomutanosib rivojlanishini anglatadi. Mashhur olim Devid Xarvi bu jarayonni kapital va resurslarning nomutanosib taqsimlanishi bilan izohlaydi. Uning fikricha, “mintaqaviy nomutanosiblik iqtisodiyotning muqarrar xususiyati bo‘lib, turizm kabi sohalarida bu jarayon yanada ko‘proq namoyon bo‘ladi”². Turizm hududiy differentsiatsiya sayyohlar oqimi, infratuzilma va marketing faoliyatining hududlar bo‘yicha farqli darajasida ko‘rinadi.

Richard Batler esa turizmning rivojlanish bosqichlarini tahlil qilib, mintaqalar orasidagi farqlarni mahalliy resurslar, infratuzilma va siyosat bilan bog‘laydi. Uning ta’kidlashicha, “turizmning rivojlanishi mintaqa ichidagi infratuzilma va tabiiy-madaniy resurslarga bog‘liq bo‘lib, bu nomutanosib rivojlanishga olib keladi”³. Bu nazariya Farg‘ona vodiysidagi viloyatlari turizm rivojlanishidagi farqlarni tushuntirishda muhim ahamiyat kasb etadi.

So‘nggi yillarda turizm sohasini rivojlantirishda barqaror turizm konsepsiyasi muhim ahamiyat kasb etmoqda. Bunga jahon miqyosidagi ekologik va ijtimoiy-siyosiy jarayonlar sabab bo‘lmoqda. Ushbu masalada ilmiy izlanishlar olib borgan olim Richard Sharpli barqaror turizmni madaniy merosni muhofaza qilish, ekologik barqarorlik va mahalliy aholining iqtisodiy manfaatlarini ta’minlash orqali amalga oshiriladigan jarayon sifatida ta’riflaydi. Uning ta’kidlashicha, “barqaror turizm mintaqaviy iqtisodiyotni rivojlantirishda muhim vosita bo‘lib, mahalliy aholining faol ishtirokiga tayanadi”⁴.

O‘zbekiston olimlaridan Sh.M. Mustafoyev Farg‘ona vodiysida barqaror turizmni rivojlantirish uchun madaniy-tarixiy obyektlarni muhofaza qilish va mahalliy aholining iqtisodiy faolligini oshirish zarurligini ta’kidlaydi. Uning fikricha, “turizmning barqaror rivojlanishi mahalliy jamoalarning turizm faoliyatiga jalb qilinishiga bog‘liq”⁵.

Umuman olganda, adabiyotlar tahlili shuni ko‘rsatadiki, turizm mintaqaviy nomutanosibliklarni kamaytirish, iqtisodiy barqarorlikni ta’minlash va hududlararo tafovutlarni yumshatishda samarali vosita sifatida e’tirof etilmoqda. Bunda mahalliy

¹ Weaver D., & Lawton L. Sustainable Tourism: Theory and Practice. Elsevier. 2006. p. 23

² Harvey, D. Spaces of Global Capitalism: Towards a Theory of Uneven Geographical Development. Verso. 2006. p. 34

³ Butler R. W. The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution. Canadian Geographer, 24(1), 5-12. 1980.
<https://doi.org/10.1111/j.1541-0064.1980.tb00970.x>

⁴ Sharpley R. Tourism Development and the Environment: Beyond Sustainability? Earthscan. 2009. p. 67

⁵ Mustafoyev, Sh.M. Madaniy meros va turizm: O‘zbekiston tajribasi. Samarqand: SamDU. 2023. Samarqand davlat universiteti kutubxonasi (<https://samdu.uz>).

resurslardan oqilona foydalanish, davlat siyosati, jamoa ishtiroki hamda infratuzilma va marketing strategiyalarining uyg'unlashuvi hal qiluvchi ahamiyat kasb etadi.

METODOLOGIYA

Ushbu tadqiqotda tahliliy, taqqoslash va statistik usullardan foydalanildi. Dastlab xorijiy davlatlarning (Ispaniya, Italiya, Malayziya, Janubiy Koreya) turizm sohasidagi tajribalari o'rganildi, ularning muvaffaqiyat omillari ajratib ko'rsatildi. Keyin esa O'zbekiston, xususan Farg'ona vodiysi sharoitida ularni joriy etish imkoniyatlari baholandi. Ma'lumotlar ilmiy adabiyotlar, rasmiy hisobotlar, milliy statistika va xalqaro tashkilotlarning ochiq manbalaridan olindi. Shuningdek, mintaqaviy turizmning iqtisodiy, ijtimoiy va ekologik ko'rsatkichlari solishtirildi, chuqur tahlil qilindi hamda takliflar ishlab chiqildi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Hududlarning turizm salohiyatini oshirish bo'yicha xalqaro amaliy misollarni tahlil qilib, uning Farg'ona vodiysi uchun foydali jihatlarini olish dolzarb masala hisoblanadi. Shu nuqtai nazardan, quyida bir qator mamlakatlar tajribasi ko'rib chiqiladi.

1. Ispaniya jahon turizm bozorida yetakchi davlatlardan biri bo'lib, Kataloniya mintaqasi ushbu sohada muvaffaqiyatli misoldir. Kataloniya Barselona kabi yirik shaharlar bilan birga Kosta-Brava va Pireney tog'lari kabi tabiiy manzaralarga ega. 2023-yilda Kataloniya 18 mln. nafar xorijiy sayyohni qabul qildi, bu Ispaniyaning umumiy turistlar oqimining 21% ni tashkil etdi. Kataloniyada turizm iqtisodiyotning asosiy tarmoqlaridan biri bo'lib, mintaqa YAIMning 12% ni ta'minlaydi¹.

Muvaffaqiyat omillari:

- *Mintaqaviy brending*: Kataloniya "madaniy va tabiiy boylik markazi" sifatida xorijiy bozorlarda targ'ib qilinadi. Masalan, Gaudi arxitekturasi va Barselonaning tarixiy markazi xorijiy sayyohlar uchun asosiy diqqat sazovor maskanlardir.

- *Infratuzilma*: Barselonaning El-Prat aeroporti yiliga 50 mln. yo'lovchiga xizmat ko'rsatadi, yuqori sur'atli AVE temir yo'l tarmog'i esa mintaqani Madrid va boshqa shaharlar bilan osongina bog'lash imkonini beradi.

- *Mahalliy jamoalarning ishtiroki*: Kataloniyada agroturizm va qishloq turizmi rivojlangan. Masalan, Priorat mintaqasidagi vinochilik fermer xo'jaliklari sayyohlarni jalb qilishda muhim rol o'ynaydi.

- *Raqamli texnologiyalar*: Kataloniyada raqamli gidlar va mobil ilovalar (masalan, "Visit Barcelona" ilovasi) sayyohlarga qulaylik yaratadi.

Kataloniya tajribasi Farg'ona vodiysi uchun mintaqaviy brending va infratuzilmani rivojlantirish bo'yicha muhim saboq bo'la oladi. Masalan, Farg'ona viloyatidagi Marg'ilon ipak fabrikasi va Rishton kulolchiligini xorijiy bozorlarda

¹ Turespaña 2023. Catalonia Tourism Report. <https://www.tourspain.es/en/reports>

targ'ib qilish Kataloniyaning brending strategiyasiga o'xshash usulda amalga oshirilishi mumkin.

2. Italiyaning Toskana mintaqasi madaniy-tarixiy va agroturizmning muvaffaqiyatli misoli hisoblanadi. Florensiya, Piza va Siyena kabi shaharlar bilan birga, Toskana qishloqlarida vinochilik, gastronomik turizm va tarixiy qasrlar turistlarni jalb qiladi. 2023-yilda Toskana 14 mln. sayyohni qabul qildi, bu Italiyaning umumiy sayyohlar oqimining 15% ni tashkil etdi. Toskana mintaqa YAIMning 10% ni turizm orqali ta'minlaydi¹.

Muvaffaqiyat omillari:

- *Madaniy merosni saqlash:* Toskanada YUNESKO merosi obyektlari, masalan, Florensiyaning tarixiy markazi va San-Jiminyano muhofaza qilinadi va targ'ib qilinadi. Bu obyektlar xorijiy turistlarni jalb qilishda muhim rol o'ynaydi.

- *Qishloq turizmi:* Toskanada agroturizm fermer xo'jaliklari va vino zavodlari orqali rivojlantirilgan. Masalan, Kyanti mintaqasidagi vino turizmi yiliga 2 mln. sayyohni jalb qila oladi.

- *Marketing:* Toskana xorijiy bozorlarda "madaniy va gastronomik jannat" sifatida targ'ib qilinadi. Italiyaning "Tuscany Official Tourism" portali raqamli marketingning muhim vositasi hisoblanadi.

- *Infratuzilma:* Toskanadagi temir yo'l va avtomobil yo'llari mintaqa ichidagi shaharlar va qishloqlarni mutanosib ravishda bog'lash imkoniyatiga ega.

Toskana tajribasi Farg'ona vodiysida qishloq turizmini rivojlantirish uchun muhim saboq bo'la oladi. Masalan, Namangan va Andijon viloyatlaridagi bog'dorchilik va fermer xo'jaliklari agroturizmni rivojlantirish uchun asos bo'la oladi.

3. Malayziyaning Penang shtati madaniy, gastronomik va ekologik turizmning muvaffaqiyatli misoli hisoblanadi. Jorjtaun shahri YUNESKO merosi ro'yxatiga kiritilgan bo'lib, ko'cha taomlari va madaniy yodgorliklar bilan mashhur. 2023 yilda Penang 7 mln xorijiy sayyohni qabul qildi, bu Malayziya umumiy turistlar oqimining 10% ni tashkil etdi².

Muvaffaqiyat omillari:

- *Raqamli infratuzilma:* Penangda Wi-Fi nuqtalari va raqamli gidlar keng tarqalgan. "Penang Global Tourism" portali va mobil ilovalar turistlarga qo'shimcha qulayliklar yaratadi.

- *Mahalliy tadbirkorlik:* Penangning ko'cha taomlari va mahalliy hunarmandchilik xorijiy sayyohlarni jalb qilishda muhim rol o'ynaydi. Masalan, Jorjtaunning ko'cha taomlari festivali yiliga 500 ming turistni jalb qiladi.

- *Ekologik turizm:* Penang milliy bog'i va tropik o'rmonlar ekologik turizm uchun muhim maskan hisoblanadi.

¹ UNWTO, 2024.

² UNWTO, 2024.

- *Innovatsiyalar*: Penang raqamli marketing va onlayn bron qilish tizimlarini faol qo‘llash orqali ko‘plab turistlarni jalb qiladi.

Penangning raqamli infratuzilma va mahalliy tadbirkorlikka asoslangan tajribasi Farg‘ona vodiysida, xususan, Namangan viloyatida raqamli gidlar va mahalliy hunarmandchilikni targ‘ib qilish uchun qo‘llanishi mumkin.

4. Janubiy Koreyaning Jeju oroli tabiiy turizm va madaniy yodgorliklarning mukammal kombinatsiyasidir. Jeju YUNESKOning Jahon merosi ro‘yxatiga kiritilgan landshaftlari va madaniy festivallari bilan mashhur. 2023 yilda Jeju 15 mln. turistni qabul qildi, bu Janubiy Koreyaning umumiy sayyohlar oqimining 20% ni tashkil etdi¹.

Muvaffaqiyat omillari:

- *Ekologik turizm*: Jeju orolidagi tabiiy manzaralar (Xallasan vulqoni, lavalig‘orlar) ekologik turizmning asosiy manbalaridir.

- *Festivallar va madaniy tadbirlar*: Jejudagi madaniy festivallar (masalan, Jeju olov festivali) yiliga millionlab turistlarni jalb qiladi.

- *Innovatsion marketing*: Janubiy Koreya “Visit Jeju” raqamli platformasi orqali xorijiy bozorlarda Jeju orolini faol targ‘ib qiladi.

- *Infratuzilma*: Jeju xalqaro aeroporti yiliga 30 mln. yo‘lovchiga xizmat ko‘rsata oladi.

Jeju orolining ekologik turizm va madaniy festivallarga asoslangan tajribasi Farg‘ona vodiysidagi tabiiy manzaralar (masalan, tog‘lari) va madaniy tadbirlarni targ‘ib qilish uchun muhim namuna bo‘lib xizmat qila oladi.

Xorijiy tajribaning muvaffaqiyatli omillarini tahlil qilish Farg‘ona vodiysida turizmni rivojlantirish uchun muhim asos bo‘lib xizmat qiladi. Tahlillar asosida quyidagi omillarni keltirib o‘tish mumkin:

Mintaqaviy brending va marketing:

Xorijiy davlatlar (Ispaniya, Italiya, Malayziya, Janubiy Koreya) mintaqaviy brending orqali o‘z mintaqalarini xorijiy bozorlarda mustahkam targ‘ib qiladi. Masalan, Kataloniyaning “Gaudi merosi” yoki Toskananing “vino va madaniyat” brendi xorijiy turistlarni jalb qilishda muhim rol o‘ynaydi.

Farg‘ona vodiysida bunday brending yetarli emas. Masalan, Marg‘ilon ipakchilik va Rishton kulolli xorijiy bozorlarda yetarlicha targ‘ib qilinmaydi.

Infratuzilma va raqamli texnologiyalar:

Xorijiy misollarda (Penang, Jeju) raqamli infratuzilma (Wi-Fi nuqtalari, mobil ilovalar) va zamonaviy transport tizimlari muhim rol o‘ynaydi. Masalan, Jeju orolidagi raqamli gidlar turistlarga real vaqtda axborot taqdim etadi.

Farg‘ona vodiysida Namangan viloyatida Wi-Fi nuqtalarining soni ortib borayotgani ijobiy holat bo‘lib, kelgusida ularning hududiy qamrovini yanada kengaytirish uchun zamin yaratilmoqda.

¹ UNWTO, 2024.

Mahalliy jamoalarning ishtiroki:

Kataloniya va Toskanada mahalliy jamoalar agroturizm va mahalliy mahsulotlarni targ'ib qilish orqali turizmga faol jalb qilingan. Bu mintaqa iqtisodiyotini diversifikatsiya qilishga xizmat qiladi.

Farg'ona vodiysida mahalliy jamoalarning turizm jarayonlariga jalb qilinish salohiyati yuqori bo'lib, bu sohada yanada keng qamrovli ishtirokni rag'batlantirish uchun qulay sharoit va imkoniyatlar mavjud. Masalan, Andijon va Namanganda fermer xo'jaliklari va hunarmandlarni turizmga jalb qilish, ularning turizm orqali barqaror daromad manbalarini yaratish bo'yicha istiqbolli yo'nalishlar belgilangan va bu borada amaliy choralar ko'rilmogda.

Ekologik va barqaror turizm:

Jeju oroli va Penang ekologik turizmni rivojlantirishda muvaffaqiyatga erishgan. Bu mintaqalarda tabiiy resurslar muhofaza qilinadi va sayyohlar uchun ekologik turlar tashkil etiladi.

Farg'ona vodiysida ekologik turizmni rivojlantirish bo'yicha katta imkoniyatlar mavjud bo'lib, bu sohada amalga oshirilayotgan tashabbuslar yangi istiqbolli yo'nalishlarni belgilab beradi.

Farg'ona vodiysi O'zbekistonning turizm salohiyati yuqori mintaqasi bo'lib, tarixiy-madaniy resurslar (Rishton kulolliqi, Marg'ilon ipakchilik, Xudoyorxon saroyi) va tabiiy manzaralarga (Shohimardon) ega. Mavjud imkoniyatlardan kelib chiqqan holda, xorijiy tajribani ushbu mintaqa sharoitida qo'llashning bir qator yo'nalishlarini keltirish mumkin:

Mintaqaviy brending (Ispaniya tajribasi):

Farg'ona vodiysini "Ipak yo'li madaniyati" yoki "tarixiy hunarmandchilik markazi" sifatida xorijiy bozorlarda targ'ib qilish mumkin. Masalan, Marg'ilon ipak fabrikasi va Rishton kulolliqini xorijiy sayyohlar uchun brend sifatida ko'tarish zarur. Kataloniyadagi kabi raqamli marketing platformalari (masalan, "Visit Fergana Valley" portali) yaratilishi mumkin.

Qishloq turizmi (Italiya tajribasi):

Namangan va Andijon viloyatlarida agroturizmni rivojlantirish uchun mahalliy fermer xo'jaliklari va bog'dorchilik bilan shug'ullanuvchi jamoalarga grantlar taqdim etish lozim. Masalan, Toskanadagi vinochilik fermer xo'jaliklariga o'xshash, Namangandagi uzumzorlar va Andijondagi meva bog'lari agroturizm uchun asos bo'lishi mumkin.

Raqamli infratuzilma (Malayziya tajribasi):

Namangan viloyatida Wi-Fi nuqtalari soni yuqori (341 nuqta, 2024), lekin ularning qishloq joylarda taqsimlanishini yaxshilash va Penang kabi raqamli gidlarni joriy qilish zarur. Masalan, Farg'ona vodiysi uchun mobil ilova yaratilib, tarixiy obyektlar, yo'l ko'rsatkichlar va xizmatlar haqida real vaqtda ma'lumot taqdim etilishi mumkin.

Ekologik turizm va festivallar (Janubiy Koreya tajribasi):

Fargʻona vodiysidagi tabiiy manzaralar ekologik turizmni rivojlantirish uchun muhim salohiyatga ega. Jeju orolidagi kabi madaniy festivallar (masalan, “Ipak va kulollik festivali”) tashkil qilinishi mumkin. Bu turistlar oqimini oshirishga xizmat qiladi.

Xorijiy tajriba (Ispaniya, Italiya, Malayziya, Janubiy Koreya) tahlili mintaqaviy turizmni rivojlantirishda bir qator muhim xulosalarni chiqarish imkonini beradi:

- *Mintaqaviy brending* mintaqani xorijiy bozorlarda faol targʻib qilishda asosiy rol oʻynaydi. Kataloniya va Toskana tajribasi Fargʻona vodiysida ipakchilik va kulollik kabi madaniy merosni brend sifatida targʻib qilish imkoniyatlarini koʻrsatadi.

- *Infratuzilma va raqamli texnologiyalar* turistlar uchun qulaylik yaratishda muhim ahamiyatga ega. Penang va Jeju tajribasi raqamli gidlar va Wi-Fi nuqtalarining ahamiyatini koʻrsatib beradi.

- *Mahalliy jamoalarning ishtiroki* mintaqa iqtisodiyotini diversifikatsiya qilish va ijtimoiy-iqtisodiy ahvolni yaxshilashda muhim omildir. Toskanadagi agroturizm tajribasi Namangan va Andijonda qishloq turizmni rivojlantirish uchun muhim oʻrnak boʻla oladi.

- *Ekologik turizm* tabiiy resurslarni muhofaza qilish va barqaror rivojlanishni taʼminlashda muhim rol oʻynaydi. Jeju oroli tajribasi Fargʻona vodiysidagi tabiiy manzaralarni targʻib qilish imkoniyatlarini koʻrsatadi.

Fargʻona vodiysida xorijiy tajribani joriy qilish jarayoni infratuzilma, marketing va kadrlar tayyorlash borasidagi imkoniyatlarni yanada kengaytirishga asoslangan.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Olib borilgan tahlillar hamda oʻrganilgan adabiyotlar asosida quyidagi taklif va tavsiyalar ishlab chiqildi:

Fargʻona vodiysini “Ipak yoʻli madaniyati va hunarmandchilik markazi” sifatida xorijiy bozorlarda targʻib qilish uchun raqamli marketing platformasi (masalan, “Visit Fergana Valley”) yaratish.

Namangan va Andijonda agroturizmni rivojlantirish uchun mahalliy fermer xoʻjaliklari va bogʻdorchilik bilan shugʻullanuvchi jamoalarga grantlar ajratish va ular uchun treninglar tashkil etish. Toskanadagi vinochilik tajribasi asosida uzumzorlar va meva bogʻlarini targʻib qilish.

Penang va Jeju tajribasiga asoslanib, Fargʻona vodiysida Wi-Fi nuqtalarini qishloq joylarda kengaytirish va raqamli gidlar (mobil ilovalar) joriy qilish.

Fargʻona vodiysida ekologik turlar tashkil qilish, shuningdek, “Ipak va kulolchilik festivali” kabi madaniy tadbirlarni joriy qilish.

Italiya va Malayziya tajribasiga asoslanib, turizm sohasida professional gidlar va xizmat koʻrsatuvchilar tayyorlash uchun xorijiy ekspertlar jalb qilingan oʻquv dasturlarini joriy qilish.

Turizm xizmatlari eksporti va turistlar oqimi bo'yicha aniq statistik ma'lumotlar to'plash tizimini yaxshilash va boshqalar.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Hall C. M. *Tourism: Rethinking the Social Science of Mobility*. Pearson Education, 2005.
2. Smith S. L. J. *Practical Tourism Research*. CABI. 2010.
3. Harvey D. *Spaces of Global Capitalism: Towards a Theory of Uneven Geographical Development*. Verso. 2006.
4. Butler R. W. The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution. *Canadian Geographer*, 24(1), 5-12. 1980. <https://doi.org/10.1111/j.1541-0064.1980.tb00970.x>
5. Weaver D., & Lawton L. *Sustainable Tourism: Theory and Practice*. Elsevier. 2006.
6. Sharpley R. *Tourism Development and the Environment: Beyond Sustainability?* Earthscan. 2009.
7. Xudoyqulov X.X. O'zbekistonda turizmni rivojlantirishning iqtisodiy asoslari. Toshkent: Iqtisodiyot va moliya. 2022. O'zbekiston Milliy kutubxonasi (<https://www.natlib.uz>).
8. Mustafoyev Sh.M. Madaniy meros va turizm: O'zbekiston tajribasi. Samarqand: SamDU. 2023. Samarqand davlat universiteti kutubxonasi (<https://samdu.uz>).
9. World Tourism Organization (2024). *UNWTO Tourism Highlights*. Madrid: UNWTO. <https://www.unwto.org/publication/unwto-tourism-highlights-2024>
10. Turespaña 2023. Catalonia Tourism Report. <https://www.tourspain.es/en/reports>
11. Tosun C. Limits to Community Participation in the Tourism Development Process. *Tourism Management*, 2000. 21(6), 613-633. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(00\)00009-1](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(00)00009-1)



Marketing

ilmiy, amaliy va ommabop jurnali

Muharrir: Xakimov Ziyodulla Axmadovich
Ingliz tili muharriri: Tursunov Boburjon Ortiqmirzayevich
Rus tili muharriri: Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li
Musahhah: Karimova Shirin Zoxid qizi
Sahifalovchi va dizaynerlar: Sadikov Shoxrux Shuxratovich
Abidjonov Nodirbek Odijon o'g'li

2025-yil, iyun, 6-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. ГОСТ 7.56-2002** " Seriyali nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlataro standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**