

ПРИНЦИПЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА СОЦИАЛЬНЫХ УСЛУГ В УЗБЕКИСТАНЕ

Толипов М.Ш.

Профессор
кафедры «Экономика и менеджмент
промышленности»
Ташкентский государственный
технический университет

Аннотация

В статье были исследованы принципы и перспективы развития рынка социальных услуг Узбекистана с учётом возможностей социального туризма. Посредством системного, институционального, сравнительного и структурно-функционального анализа были рассмотрены адресность, доступность и экономическая эффективность услуг. Опыт европейской инициативы CALYPSO был изучен для определения подходов, соответствовавших национальным условиям. Была предложена модель взаимодействия государства, бизнеса, общества и гражданина. Были выделены направления развития цифровых платформ, электронных туристических сертификатов, социального предпринимательства и безбарьерной инфраструктуры. Для оценки результатов были систематизированы девять групп показателей. Была раскрыта предполагаемая роль предложений в расширении возможностей отдыха, снижении сезонности и поддержке региональной занятости. Были сформулированы рекомендации по повышению качества услуг и сочетанию различных источников финансирования.

Ключевые слова: рынок социальных услуг, социальный туризм, адресная помощь, цифровые платформы, социальное предпринимательство, безбарьерная инфраструктура, CALYPSO, региональная занятость.

Annotatsiya

Maqolada O'zbekistonda ijtimoiy xizmatlar bozorini rivojlantirish tamoyillari va istiqbollari ijtimoiy turizm bilan bog'liq holda o'rganildi. Tizimli, institutsional, qiyosiy va tarkibiy funksional tahlil asosida xizmatlarning manzilliligi, ochiqligi hamda iqtisodiy samaradorligi ko'rib chiqildi. Yevropaning CALYPSO tashabbusi tajribasi milliy sharoitga mos yondashuvlarni belgilash uchun tahlil qilindi. Davlat, biznes, jamiyat va fuqaro hamkorligiga asoslangan model taklif etildi. Raqamli platformalar, elektron turistik sertifikatlar, ijtimoiy tadbirkorlik va to'siqsiz infratuzilmani rivojlantirish yo'nalishlari belgilandi. Natijalarni baholash uchun to'qqiz guruh ko'rsatkichlar tizimlashtirildi. Takliflarning aholining dam olish imkoniyatlarini kengaytirish, mavsumiylikni kamaytirish va hududiy bandlikni qo'llab-quvvatlashdagi kutilayotgan ahamiyati yoritildi. Xulosalarda xizmatlar sifatini oshirish va moliyalashtirish manbalarini uyg'unlashtirishga qaratilgan tashkiliy hamda iqtisodiy tavsiyalar ishlab chiqildi.

Kalit soʻzlar: ijtimoiy xizmatlar bozori, ijtimoiy turizm, manzilli yordam, raqamli platformalar, ijtimoiy tadbirkorlik, toʻsiqsiz infratuzilma, CALYPSO, hududiy bandlik.

Abstract

The article examined principles and prospects for developing Uzbekistan's social services market through social tourism. Systemic, institutional, comparative and structural functional analyses addressed service targeting, accessibility and economic efficiency. The European CALYPSO initiative informed the consideration of approaches suited to national conditions. A model connecting government, businesses, society and citizens was proposed. Development priorities included digital platforms, electronic tourism certificates, social entrepreneurship and accessible infrastructure. Nine indicator groups were systematised for evaluating outcomes. The proposals' anticipated contributions to recreation access, reduced seasonality and regional employment were discussed. Recommendations addressed service quality, institutional cooperation and the combination of public and private financing.

Keywords: social services market, social tourism, targeted assistance, digital platforms, social entrepreneurship, accessible infrastructure, CALYPSO, regional employment.

ВВЕДЕНИЕ

В современных условиях развитие системы социальной защиты населения становится одним из важнейших направлений социально-экономической политики государства. Трансформация структуры занятости, изменение демографических процессов, рост потребности населения в социальных, медицинских, образовательных, реабилитационных и иных услугах требуют формирования гибкой и адресной системы социальной поддержки. При этом современная социальная политика постепенно выходит за рамки исключительно бюджетного финансирования пособий и компенсаций и предполагает создание полноценной инфраструктуры социальных услуг, ориентированной на удовлетворение разнообразных потребностей населения.

Для Республики Узбекистан данное направление приобретает особую значимость в связи с осуществлением последовательных реформ в сфере социальной защиты. Важным институциональным документом в этом направлении является Указ Президента Республики Узбекистан от 25 июля 2022 года № УП-175 «Об утверждении Стратегии социальной защиты населения Республики Узбекистан». Стратегия определяет комплексные направления развития системы социальной защиты до 2030 года и предусматривает формирование системы, обеспечивающей гражданам минимальный уровень социальной защиты в соответствии с рекомендациями Международной организации труда [1, 10].

Особое значение в Стратегии придаётся развитию социальных услуг на уровне махалли. Такой подход предполагает изучение конкретного социально-экономического положения семьи, определение её потребностей и формирование индивидуальных механизмов социальной поддержки. Таким

образом, социальная услуга рассматривается не только как форма материальной помощи, но и как инструмент преодоления сложной жизненной ситуации, социальной адаптации и повышения качества жизни населения [1].

Вместе с тем развитие рынка социальных услуг предполагает постепенное расширение участия негосударственного сектора. В современных условиях государство может выступать не только непосредственным поставщиком услуг, но и регулятором, заказчиком, гарантом минимальных социальных стандартов и организатором взаимодействия между государственными учреждениями, бизнесом и институтами гражданского общества.

Одним из перспективных направлений расширения рынка социальных услуг является социальный туризм. Его развитие позволяет объединить социальные и экономические функции. С одной стороны, он обеспечивает доступ к отдыху и путешествиям для групп населения, имеющих ограниченные финансовые, физические или иные возможности. С другой стороны, он стимулирует загрузку туристической инфраструктуры, развитие регионального предпринимательства и создание дополнительных рабочих мест.

Актуальность социального туризма определяется тем, что отдых и возможность путешествовать являются не только элементами потребительского поведения, но и важными факторами социальной интеграции, межпоколенческого взаимодействия и поддержания активного образа жизни. Особенно это относится к пожилым гражданам, лицам с инвалидностью, молодёжи и семьям с низким уровнем доходов.

В законодательстве Республики Узбекистан социальный туризм получил непосредственное нормативное закрепление. Закон Республики Узбекистан «О туризме» от 18 июля 2019 года № ЗРУ-549 относит социальный туризм к видам туризма и предусматривает создание условий для организации туризма и экскурсий детей, молодёжи, престарелых, лиц с инвалидностью и малообеспеченных слоёв населения [2].

Цель исследования заключается в обосновании принципов развития рынка социальных услуг в Узбекистане и определении возможностей использования социального туризма в качестве одного из инструментов повышения социальной инклюзивности и экономической активности.

Для достижения поставленной цели сформулированы следующие задачи:

- раскрыть экономическую и социальную сущность рынка социальных услуг;
- определить основные принципы его функционирования;
- исследовать институциональные основы развития социальной защиты в Узбекистане;
- изучить возможности развития социального туризма;
- проанализировать зарубежный опыт организации социального туризма;
- определить роль цифровизации, предпринимательства и государственно-частного партнёрства;

- разработать предложения по совершенствованию рынка социальных услуг в Узбекистане.

ЛИТЕРАТУРНЫЙ ОБЗОР

Теоретической основой изучения рынка социальных услуг служат международные подходы к социальной защите. Рекомендация МОТ № 202 о минимальных уровнях социальной защиты (2012) закрепляет идею базовых гарантий для всех граждан. К ним относятся доступ к основным услугам и минимальная гарантия доходов на протяжении всей жизни [9]. Этот подход положен в основу Стратегии социальной защиты населения Узбекистана. Стратегия ориентирует систему на адресность, развитие услуг на уровне махалли и цифровые инструменты учёта нуждающихся [1].

Право на отдых и путешествия как часть социальных прав отражено в Глобальном этическом кодексе туризма ЮНВТО (1999). Кодекс призывает развивать социальный туризм, в том числе для семей, молодёжи, пожилых людей и лиц с инвалидностью [11]. В научной литературе социальный туризм рассматривается как инструмент социальной политики. С. МакКейб показал, что отдых для малообеспеченных семей даёт ощутимые социальные и психологические эффекты [12]. Л. Минарт, Р. Мейтланд и Г. Миллер систематизировали определения социального туризма и выделили его модели - от поддержки участников до развития доступной инфраструктуры [13].

Практический опыт Европейского союза обобщён в материалах Европейской комиссии и Европейского парламента. В публикации «Calypso means tourism for all» описаны целевые группы и механизмы инициативы CALYPSO [3]. Методическое руководство по социальному туризму предлагает инструменты для разработки национальных программ [3]. Документы Европейского парламента рассматривают реализацию инструмента CALYPSO в государствах - членах ЕС, связь социального туризма с сокращением сезонности, а также новые подходы к продвижению туризма в Европе [4], [5], [6].

Отечественные исследования в основном касаются правовых основ туризма [2], вопросов социально-экономического развития и сферы услуг [7], а также рыночных механизмов и финансовых инструментов, которые могут применяться для привлечения частных ресурсов в социальную сферу [8]. Вместе с тем вопрос о социальном туризме как части рынка социальных услуг Узбекистана изучен недостаточно. Это и определяет направленность настоящей статьи.

МЕТОДОЛОГИЯ

Методологическую основу исследования составили положения современной экономической теории, концепции социальной экономики, инклюзивного развития, социальной защиты населения и устойчивого развития. При исследовании использовались системный, институциональный, сравнительный и структурно-функциональный подходы.

Системный подход позволил рассмотреть рынок социальных услуг как совокупность взаимосвязанных субъектов. К ним относятся государственные органы, органы самоуправления граждан, коммерческие и некоммерческие организации, социальные учреждения, туристические предприятия и непосредственно получатели социальных услуг.

Институциональный подход использован для анализа нормативно-правовых механизмов регулирования социальной защиты и социального туризма в Узбекистане. Особое внимание уделено Указу Президента Республики Узбекистан № УП-175 и Закону Республики Узбекистан «О туризме» [1, 2]. При этом учитывалось, что УП-175 неоднократно актуализировался; действующая редакция содержит, в частности, изменения 2023-2026 годов [1].

Сравнительный метод применён при рассмотрении международного опыта социального туризма. В частности, изучена европейская инициатива CALYPSO. Она реализовывалась как инструмент расширения доступа к туризму для социально уязвимых групп и одновременно содействовала развитию туризма в низкий сезон. Европейская комиссия характеризовала CALYPSO как трёхлетнюю инициативу, направленную на развитие социального туризма, расширение возможностей путешествий для менее обеспеченных групп населения, а также поддержку местной экономики и занятости [3, 7].

Для систематизации результатов использован структурно-функциональный анализ. Он позволил выделить основные функции рынка социальных услуг: социальную, экономическую, интеграционную, реабилитационную, инфраструктурную и стимулирующую.

В рамках исследования также применялся принцип межсекторного взаимодействия, предполагающий объединение ресурсов государства, частного бизнеса и общественных организаций. Такой подход позволяет перейти от модели исключительно бюджетного финансирования социальных услуг к смешанной модели. В ней государственные ресурсы дополняются инвестициями частного сектора и механизмами социального предпринимательства.

АНАЛИЗ И РЕЗУЛЬТАТЫ

Проведённый анализ показывает, что современный рынок социальных услуг в Узбекистане формируется в условиях постепенного перехода от преимущественно централизованной модели социальной поддержки к более адресной и комплексной системе.

УП-175 определяет развитие социальных услуг как одно из самостоятельных направлений Стратегии социальной защиты населения. В документе предусматривается развитие социальных услуг на уровне махалли, что создаёт предпосылки для приближения социальной поддержки непосредственно к гражданину [1].

Особое значение имеет принцип адресности. Социальные услуги должны предоставляться исходя не только из принадлежности человека к определённой категории, но и из реальной оценки его социально-экономического положения и конкретных потребностей.

Важным элементом современной системы является также развитие информационной инфраструктуры. В актуальной редакции Стратегии предусматривается дальнейшее развитие единой информационной системы социальной защиты. Это создаёт возможности для более эффективного накопления, обработки и использования информации о социально уязвимых группах населения [1].

Таким образом, цифровизация социальной защиты становится не самостоятельной технологической задачей, а инструментом повышения адресности и качества предоставления социальных услуг.

В перспективе цифровые платформы могут использоваться не только для назначения социальных пособий, но и для формирования индивидуальных пакетов социальных услуг. Такие пакеты могут включать медицинскую реабилитацию, психологическую поддержку, образование, профессиональную подготовку, культурные мероприятия и социальный туризм.

Социальный туризм представляет собой особое направление туристической деятельности, в котором экономические цели сочетаются с задачами обеспечения социальной доступности отдыха и путешествий.

В международной практике концепция социального туризма развивалась как часть более широкой идеи «туризма для всех» [11, 13]. При этом социальный туризм ориентируется на группы населения, которые по финансовым, возрастным, физическим или другим причинам сталкиваются с ограничениями доступа к туристическим услугам.

Для Узбекистана развитие данного направления имеет особое значение, поскольку законодательство уже предусматривает социальный туризм как отдельный вид туризма. Закон «О туризме» относит к основным направлениям государственной политики создание условий для внутреннего туризма, включая организацию туризма и экскурсий для детей, молодёжи, престарелых, лиц с инвалидностью и малообеспеченных слоёв населения [2].

Следовательно, социальный туризм целесообразно рассматривать не только как разновидность туристической деятельности, но и как элемент более широкой системы социальных услуг.

Его экономическая значимость состоит в возможности формирования дополнительного спроса на услуги гостиниц, санаториев, транспортных организаций, объектов общественного питания, культурно-развлекательных учреждений и экскурсионных компаний.

Особенно перспективным является использование социального туризма для сокращения сезонности туристического рынка. Европейский опыт показывает, что программы социального туризма могут стимулировать поездки в периоды низкого туристического сезона. Это способствует более равномерной загрузке туристической инфраструктуры и поддержанию занятости [6].

Одним из наиболее известных примеров институционального развития социального туризма является европейская инициатива CALYPSO - Tourism for All.

Программа была направлена на расширение возможностей отдыха для социально уязвимых групп населения. В числе целевых групп рассматривались молодёжь с ограниченными возможностями, люди старше 65 лет и пенсионеры с ограниченными финансовыми возможностями, семьи с низкими доходами и лица с инвалидностью [3].

Инициатива имела одновременно социальное и экономическое содержание. Предоставление возможностей путешествий социально уязвимым группам сопровождалось развитием туристического спроса в низкий сезон. Это создавало дополнительные возможности для предприятий туристической отрасли.

В официальных материалах Европейского союза CALYPSO также рассматривается в контексте развития партнёрства между государственным и частным секторами, социальными организациями и предприятиями туристической индустрии [3], [5].

Следовательно, данный опыт представляет интерес для Узбекистана не столько с точки зрения прямого копирования отдельных механизмов, сколько в качестве основы для разработки национальной модели социального туризма. Потенциальные эффекты такой модели для разных групп участников обобщены в таблице 1.

Таблица 1

Потенциальные социально-экономические эффекты социального туризма¹

Направление	Социальный эффект	Экономический эффект
Пожилые граждане	Повышение социальной активности и интеграции	Рост спроса на санаторно-курортные услуги
Лица с инвалидностью	Расширение доступности отдыха и путешествий	Развитие безбарьерной инфраструктуры
Молодёжь	Социальная и культурная интеграция	Формирование дополнительного туристического спроса
Семьи с низкими доходами	Расширение доступа к отдыху	Рост внутреннего туристического потребления
Региональное население	Расширение социальных возможностей	Развитие малого бизнеса и занятости
Туристические предприятия	Расширение доступной клиентской базы	Снижение сезонности
Государство	Повышение социальной эффективности	Косвенный рост экономической активности

Результаты исследования позволяют утверждать, что развитие рынка социальных услуг целесообразно осуществлять на основе сочетания социальной направленности и экономической эффективности.

В традиционном представлении социальные услуги часто рассматриваются исключительно как сфера государственных расходов. Однако современный подход предполагает более широкую интерпретацию. Социальные услуги

¹ Источник: разработано автором.

способны формировать экономический спрос, поддерживать занятость, стимулировать развитие предпринимательства и способствовать созданию новых рынков.

Особенно наглядно это проявляется в социальном туризме. Государственная поддержка части стоимости туристической путёвки потенциально создаёт дополнительный спрос на услуги гостиниц, санаториев, транспортных компаний и туристических операторов. В результате государственные расходы могут иметь мультипликативный эффект для смежных отраслей.

Вместе с тем необходимо разграничивать социальную помощь и социальную услугу. Социальная помощь преимущественно направлена на компенсацию недостатка доходов или ресурсов. Социальная услуга предполагает удовлетворение конкретной потребности человека и может способствовать повышению его способности самостоятельно преодолевать сложную жизненную ситуацию.

В этом контексте социальный туризм может выполнять одновременно несколько функций: рекреационную, оздоровительную, культурно-познавательную, интеграционную и экономическую.

Особое значение социальный туризм приобретает для пожилого населения. Участие данной категории населения в туристических и культурных мероприятиях может способствовать расширению социальных контактов, поддержанию физической активности и уменьшению социальной изоляции [12]. Однако утверждения о непосредственном снижении расходов на медицинские услуги требуют подтверждения специальными эмпирическими исследованиями и не должны рассматриваться как универсальный экономический эффект.

Для Узбекистана целесообразно сформировать модель социального туризма, основанную на принципе «государство - бизнес - общество - гражданин».

Важным условием реализации такой модели является развитие государственно-частного партнёрства. Законодательство о туризме уже предусматривает развитие государственно-частного партнёрства и создание благоприятных условий для инвестирования в туристическую сферу [2]. На практике это может означать, что государство обеспечивает частичное финансирование или компенсацию стоимости услуги для определённых категорий населения, а частный сектор предоставляет туристические, гостиничные, транспортные и рекреационные услуги.

При этом государственная поддержка должна быть адресной и прозрачной. Это обеспечивает эффективное использование бюджетных ресурсов.

На основе проведённого исследования можно предложить следующие направления совершенствования рынка социальных услуг в Узбекистане.

Первое направление - формирование цифрового рынка социальных услуг. Необходимо обеспечить интеграцию информационных ресурсов социальной

защиты, туристической отрасли и организаций, предоставляющих социальные услуги.

Второе направление - развитие социальных туристических сертификатов. Для определённых категорий населения может быть разработан механизм электронного сертификата, позволяющего частично оплачивать туристические, санаторно-курортные и рекреационные услуги.

Третье направление - развитие социального предпринимательства. Предприятия, создающие услуги для лиц с инвалидностью, пожилых людей, детей и семей с низкими доходами, могут рассматриваться как отдельный сегмент рынка социальных услуг.

Четвёртое направление - создание доступной туристической инфраструктуры. Особое внимание следует уделять безбарьерному доступу к гостиницам, санаториям, транспортной инфраструктуре, культурным объектам и туристическим маршрутам.

Пятое направление - развитие межсекторного партнёрства. К реализации программ социального туризма могут привлекаться органы государственной власти, туристические предприятия, санатории, гостиницы, транспортные организации, профсоюзы, ННО и благотворительные фонды.

Шестое направление - стимулирование туризма в низкий сезон. Социальные туристические программы могут использоваться для увеличения загрузки гостиниц, санаториев и домов отдыха в периоды снижения туристического спроса. Европейская практика CALYPSO демонстрирует возможность сочетания социальной доступности и задачи снижения сезонности туристического рынка [6].

Таблица 2

Предлагаемая система показателей оценки развития социальных услуг¹

Группа показателей	Основные индикаторы
Доступность	Количество получателей услуг; территориальный охват
Адресность	Доля услуг, предоставленных целевым группам
Качество	Удовлетворённость получателей; количество жалоб
Экономическая эффективность	Затраты на одного получателя; дополнительный оборот предприятий
Инклюзивность	Количество объектов с безбарьерной инфраструктурой
Цифровизация	Доля услуг, доступных через цифровые платформы
Занятость	Количество созданных рабочих мест
Туризм	Количество социальных туристических поездок; загрузка объектов в низкий сезон
Социальная интеграция	Участие получателей в культурных, туристических и общественных мероприятиях

Седьмое направление - внедрение системы оценки социально-экономической эффективности. Для каждого социального проекта

¹ Источник: разработано автором.

целесообразно рассчитывать не только количество получателей услуг, но и показатели удовлетворённости, занятости, социальной интеграции, экономического оборота и эффективности бюджетных расходов. Предлагаемая система показателей приведена в таблице 2.

ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Проведённое исследование показывает, что развитие рынка социальных услуг в Узбекистане должно рассматриваться как важная составляющая современной социально-экономической политики государства. Реализация Стратегии социальной защиты населения, утверждённой Указом Президента Республики Узбекистан № УП-175, создаёт институциональные предпосылки для дальнейшего повышения адресности, доступности и качества социальных услуг [1].

Современный рынок социальных услуг не должен ограничиваться предоставлением денежных пособий и материальной помощи. Его развитие предполагает формирование комплексной системы услуг, способствующей социальной адаптации, занятости, реабилитации, культурной интеграции и повышению качества жизни населения.

Особое место в этой системе может занимать социальный туризм. Наличие его нормативного закрепления в законодательстве Республики Узбекистан создаёт правовую основу для дальнейшего развития соответствующего сегмента туристического рынка [2].

Международный опыт, в частности европейская инициатива CALYPSO, показывает возможность одновременного решения социальных и экономических задач посредством развития доступного туризма. Поддержка путешествий социально уязвимых групп может сочетаться с развитием регионального туризма, повышением загрузки туристической инфраструктуры в низкий сезон и поддержкой занятости [3-5].

Для Узбекистана перспективным представляется формирование модели, основанной на взаимодействии государства, бизнеса, институтов гражданского общества и населения. При этом государство может обеспечивать нормативное регулирование, социальные гарантии и адресную поддержку, а частный сектор - создавать конкурентоспособные социальные продукты и инвестировать в инфраструктуру.

Важнейшим фактором дальнейшего развития является цифровизация. Создание единого цифрового пространства социальных услуг способно повысить адресность государственной поддержки, сократить административные издержки и предоставить гражданам более широкий выбор социальных услуг.

На основе исследования предлагается:

1) интегрировать информационные ресурсы социальной защиты, туристической отрасли и поставщиков социальных услуг в единую цифровую платформу;

- 2) ввести электронные социальные туристические сертификаты для частичной оплаты туристических и санаторно-курортных услуг отдельными категориями населения;
- 3) выделить социальное предпринимательство как отдельный сегмент рынка социальных услуг и поддерживать его;
- 4) развивать безбарьерную туристическую инфраструктуру;
- 5) реализовывать программы социального туризма на основе межсекторного партнёрства, в том числе в низкий сезон;
- 6) оценивать социальные проекты по системе показателей из девяти групп (табл. 2).

Таким образом, развитие рынка социальных услуг в Узбекистане целесообразно осуществлять на основе сочетания социальной справедливости, экономической эффективности, цифровизации, инклюзивности и государственно-частного партнёрства. Социальный туризм в данном контексте может рассматриваться как одно из перспективных направлений, соединяющих социальную защиту населения с развитием внутреннего туризма, региональной экономики, предпринимательства и занятости.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Указ Президента Республики Узбекистан от 25 июля 2022 г. № УП-175 «Об утверждении Стратегии социальной защиты населения Республики Узбекистан» // Национальная база данных законодательства <https://lex.uz/ru/docs/6130271>
2. Закон Республики Узбекистан от 18 июля 2019 г. № ЗРУ-549 «О туризме». Принят Законодательной палатой 16 апреля 2019 г., одобрен Сенатом 21 июня 2019 г. <https://lex.uz/docs/4428101>
3. European Commission. Calypso means tourism for all. - Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2011.
4. European Commission. Methodological Guide in Social Tourism. - European Union, 2019.
5. European Parliament. Implementation of the Calypso instrument (social tourism) in EU Member States // Official Journal of the European Union.
6. European Parliament. Report on new challenges and concepts for the promotion of tourism in Europe. - 2015.
7. European Parliament. Calypso - Tourism for All: social tourism and tourism in the low season.
8. Xusainov R., Tillayev B., Sayfutdinova N.F. // Global Economic Review: Journal of Economics, Policy, and Business Development. - 2025. - Vol. 01, Issue 04 (April). - ISSN 2980-5287. - URL: ecomindspress.com.
9. Толипов М.Ш. Финансовые рынки: учебное пособие.
10. International Labour Organization. Social Protection Floors Recommendation, 2012 (No. 202). - Geneva: ILO, 2012.
11. World Tourism Organization (UNWTO). Global Code of Ethics for Tourism. - Madrid: UNWTO, 1999.

12. McCabe S. Who needs a holiday? Evaluating social tourism // *Annals of Tourism Research*. - 2009. - Vol. 36, No. 4. - P. 667-688.

13. Minnaert L., Maitland R., Miller G. What is social tourism? // *Current Issues in Tourism*. - 2011. - Vol. 14, No. 5. - P. 403-415.



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, sentabr, 9-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 362/5 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**