

TURIZM INDUSTRIYASINI RIVOJLANTIRISH YONDASHUVLARI

Yusupova Mexribon Uktamovna

Urganch davlat universiteti

Iqtisodiyot kafedrası mustaqil izlanuvchisi, TATU Urganch filiali katta o'qituvchisi

Annotatsiya

Turizm industriyasining rivojlanishi zamonaviy iqtisodiyotning strategik yo'nalishlaridan biri bo'lib, uning ijtimoiy-iqtisodiy ahamiyati kundan-kunga ortib bormoqda. Ushbu maqolada turizm industriyasining rivojlanish zarurati, mavjud imkoniyatlari va ustuvor afzalliklari ilmiy asosda tahlil qilingan. Tadqiqotda turizmning iqtisodiyotga ta'siri, uning jamiyat va ekologiya bilan o'zaro bog'liqligi hamda barqaror rivojlanish modelini shakllantirishga qaratilgan yondashuvlar ko'rib chiqiladi. Shuningdek, turizm industriyasining jahon tajribasi tahlil qilinib, rivojlangan mamlakatlarning muvaffaqiyatli strategiyalari va ularning mahalliy sharoitga moslashtirish imkoniyatlari o'rganiladi. Maqolada ilmiy va amaliy tavsiyalar ishlab chiqilib, turizm sektorini takomillashtirish bo'yicha konseptual yondashuvlar taklif etiladi.

Kalit so'zlar: turizm, industriya, yondashuv, turizm industriyasi, mahsulot, xizmat, iqtisodiyot.

Аннотация

Развитие индустрии туризма является одним из стратегических направлений современной экономики, и его социально-экономическое значение с каждым днём возрастает. В данной статье проводится научный анализ необходимости развития туристической индустрии, существующих возможностей и ключевых преимуществ. Исследование рассматривает влияние туризма на экономику, его взаимосвязь с обществом и окружающей средой, а также подходы, направленные на формирование модели устойчивого развития. Кроме того, изучается международный опыт в сфере туризма, анализируются успешные стратегии развитых стран и оценивается их адаптация к местным условиям. На основе полученных данных разработаны научные и практические рекомендации, а также предложены концептуальные подходы к совершенствованию туристического сектора.

Ключевые слова: туризм, отрасль, подход, туристическая индустрия, продукт, услуга, экономика.

Abstract

The development of the tourism industry is one of the strategic directions of the modern economy, and its socio-economic significance is increasing day by day. This article provides a scientific analysis of the necessity for the development of the tourism industry, its existing opportunities, and its key advantages. The study examines the impact of tourism on the economy, its interconnection with society and the environment, and approaches aimed at forming a sustainable development model. Furthermore, the paper explores international experiences in tourism development by analyzing the successful strategies of developed countries and assessing their

adaptability to local conditions. Based on the findings, scientific and practical recommendations are formulated, and conceptual approaches to improving the tourism sector are proposed.

Keywords: tourism, industry, approach, tourism industry, product, service, economy.

KIRISH

Ma'lumki, har qanday iqtisodiy jarayon, bir tomondan, turli ichki bog'lanishlar va tuzilishga ega bo'lgan murakkab tizim sifatida ko'rib chiqilib, tizimli tahlil usulining poydevori hisoblanadi. Bu bir yoki bir nechta murakkab super tizimning ajralmas qismidir. Bundan tashqari, o'rganilayotgan tizim ichki aloqalar hamda uning boshqa tizimlar bilan o'zaro ta'sirini hisobga olish lozim. Bu borada tizim nazariyasi tamoyillaridan kelib chiqib, turizm o'ziga xos tizimga ega bo'lib, jamiyat, iqtisodiyot va tabiiy muhit kabi o'zaro bog'liq super tizimlar doirasida shakllanadi. Turizm tizimi tashqi muhitga nisbatan ochiq tizim bo'lib, turistik faoliyatning barqaror rivojlanishini ta'minlaydigan nisbatan mustaqil funksiyalariga ega quyi tizimlarning murakkab tuzilishiga ega bo'ladi [1]. Shu bois, turizm sektori tashqi iqtisodiy, ijtimoiy, institutsional, axborot va boshqa tizimlar bilan mujassamlashgan bo'ladi. Ular bilan o'zaro ta'sir qilish natijalari turizm tizimini doimiy ravishda dinamik muvozanatga intilishga majbur qiladi.

Ushbu omillarning barchasi turizm biznesining muvaffaqiyatli rivojlanishi uchun mavjud hodisalarni tahlil qilish va prognozlarni tayyorlashda tizimli yondashuvdan keng foydalanishni talab qiladi. Turizmning ta'rifi aniq bo'lib, batafsilroq mazmuni bilan ajralib turadi [2]. Biroq, uning tarkibida madaniyat alohida masala sifatida qaraladi. Chunki tor ma'noda teatrlar, muzeylar, galereyalar va konsert zallari kabi madaniy obyektlar hamda festivallar, bayramlar va shunga o'xshash madaniy tadbirlar alohida o'rganiladi.

Turizm industriyasi iqtisodiyot tarmog'i sifatida yuqori salohiyatga ega bo'lib, yalpi ichki mahsulotga qo'shgan hissasi bo'yicha boshqa tarmoqlar bilan raqobatlasha oladi [3]. Turizm industriyasi ko'pgina mamlakatlarda, ayniqsa rivojlanayotgan mamlakatlarda, mahalliy aholini ish bilan ta'minlaydi hamda mehmonxona va restoranlar bandligi, ko'ngilochar tadbirlar bilan ajralib turadi va h.k. Turizm industriyasi aholi turmush darajasini yaxshilash va mahalliy iqtisodiy o'sishni oshirishga qaratilgan muqobil turizm modellarini (ekoturizm, jamoaga asoslangan turizm, kam ta'minlangan turizm, sekin turizm, yashil turizm, meros turizmi va boshqalar) rivojlantirish orqali barqarorlik bilan chambarchas bog'liqdir [4]. Shu orqali qashshoqlikni yumshatish, tabiiy muhit va resurslar hamda yovvoyi tabiatni muhofaza qilish bilan birga turizm sanoatining ijtimoiy, iqtisodiy va ekologik maqsadlarini muvozanatlashga erishiladi.

Turizm industriyasi yuqori darajada rivojlangan ko'pgina mamlakatlarda xorijiy turistlar uchun qulay shart-sharoitlarni yaratish hamda ularga sifatli xizmat ko'rsatish orqali millionlab turistlarni barqaror jalb qilmoqda [5]. Bu esa uning ko'p tarmoqli ekanligini ko'rsatadi. Chunki turizm industriyasi mehmonxonalar va joylashtirish vositalari, transport vositalari, umumiy ovqatlanish obyektlari, ko'ngilochar obyektlar,

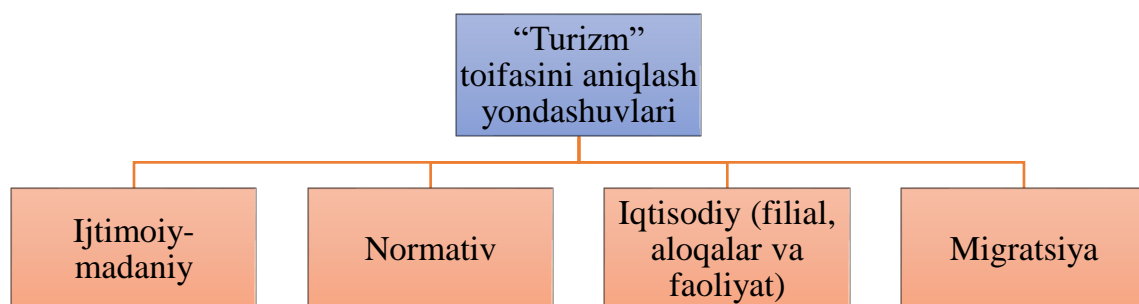
sogʻlomlashtirish hamda sportga oid maskanlar, diniy marosimlar, ishbilarmonlik tadbirlari va boshqa maqsadlarga moʻljallangan vositalarni oʻz ichiga oladi. Bundan tashqari, turizm operatorlari va agentliklari hamda turizm infratuzilmasi tashkilotlari ushbu sanoatning ajralmas qismi hisoblanadi [6].

METODOLOGIYA

Zamonaviy mehnat bozorining dinamik rivojlanishi sharoitida mehnat unumdorligini oshirish, ish sharoitlarini takomillashtirish, mavjud muammolarni bartaraf etish hamda mehnat faoliyatidagi oʻzgarishlarga moslashish zarurati tobora ortib bormoqda. Inson salomatligi va psixologik barqarorligini saqlash, shuningdek, ijtimoiy-iqtisodiy faoliyat samaradorligini oshirish uchun jismoniy va maʼnaviy dam olish muhim omillardan biri hisoblanadi. Ushbu ehtiyojni qondirishning samarali usullaridan biri sifatida turizm va rekreatsiya faoliyati, ayniqsa, sayyohlik sayohatlari alohida ahamiyat kasb etmoqda.

Sayyohlik faoliyati insonning ruhiy va jismoniy tiklanishiga, kognitiv qobiliyatlarini rivojlantirishga hamda ijtimoiy aloqalarini mustahkamlashga xizmat qiluvchi muhim omil boʻlib, jamiyatning barqaror rivojlanishiga ham ijobiy taʼsir koʻrsatadi. Bu borada qabul qilingan meʼyoriy-hujjatlarga koʻra, turizm kishining yashash joyidan sogʻligʻi, kognitiv yoki kasbiy va ishbilarmonlik maqsadlari uchun haq toʻlanadigan faoliyat bilan shugʻullanmasdan vaqtincha chiqib ketishidir [7]. Chunki turistik sayohatlar vaqtida faol dam olish kognitiv faoliyat bilan birlashtirilib, insonning mehnat qobiliyatini tiklaydi hamda jismoniy va axloqiy salomatligini mustahkamlaydi.

Ushbu “turizm” tushunchasi asosida toifa sifatida “turizm industriyasi” tushunchasi yotadi hamda uni oʻrganishda quyidagi yondashuvlar qoʻllaniladi (1-rasm).



1-rasm. “Turizm” toifasini aniqlashga zamonaviy yondashuvlar tizimi¹

1-rasmga asosan, “turizm” toifasini aniqlashda zamonaviy yondashuvlar qoʻllaniladi. Chunki 1970-yillar boshlarida ijtimoiy va siyosiy sabablar taʼsirida turizm industriyasi shakllandi. Turizm industriyasi tushunchasi jahon iqtisodiyotida muhim ulushni egallaydi. U tabiiy muhit, iqtisodiy tizim va jamiyat rivojlanishi bilan chambarchas bogʻliq.

¹ Muallif ishlanmasi.

“Turizm industriyasi” ta’rifi turli talqinlarga ega. Ya’ni, turizm industriyasi sohalararo iqtisodiy majmua vakillari o‘rtasidagi o‘zaro munosabatlarning tartibli tizimi hisoblanadi. Uning faoliyati muayyan ehtiyojlarni qondirish orqali milliy iqtisodiyotga iqtisodiy va ijtimoiy samaralar keltira oladigan turizm mahsulotini yaratish, sotish va iste’mol qilish jarayonlarini o‘z ichiga oladi [8].

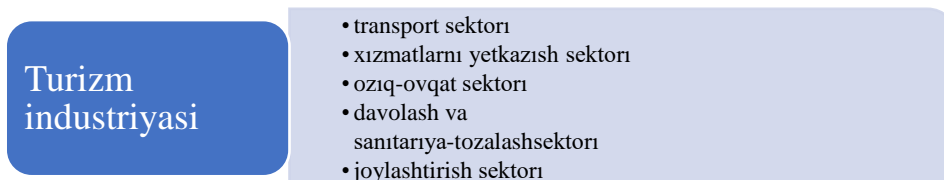
TAHLIL VA NATIJALAR

Turizm industriyasi turistik tovarlar ishlab chiqaradigan va turistik xizmatlar ko‘rsatadigan ishlab chiqarish, transport hamda savdo korxonalarini majmuasini o‘z ichiga oladi. Turizm industriyasining yangi negizlarga o‘tishi va ommaviy tashkil etilgan turizmning rivojlanishi xalqaro turizmni tashkil etish shakllarida ma’lum o‘zgarishlarga olib keldi. Ammo iqtisodiy va huquqiy mustaqillikka ega bo‘lmagan, sayyohlik xizmatlarini taklif qiluvchi sayyohlik agentliklari soni oshdi. Ulgurji sayyohlik kompaniyalari inklyuziv turlar shaklida sayohat xizmatlarini taklif qiluvchi turoperatorlarga aylandi. Transport, savdo, sug‘urta kompaniyalari va banklar kapitaliga asoslangan yirik korporatsiyalar paydo bo‘ldi.

Shulardan kelib chiqib, “turizm industriyasi” tushunchasining eng muhim belgilari quyidagi unsurlar bilan belgilanadi:

- turizm industriyasi mamlakat milliy iqtisodiyotining muhim qismi hisoblanadi;
- xo‘jalik majmuasining boshqa tarmoqlari bilan chambarchas bog‘langan bo‘ladi;
- turli turizm subyektlarining mavjudligi bilan belgilanadi;
- turizm subyektlari va hududlar imkoniyatlari o‘rtasidagi yaqin aloqalarni ta’minlaydi;
- ishlab chiqarish va noishlab chiqarish faoliyatining o‘zaro kombinatsiyasini tashkil etadi;
- turizmning moddiy-texnik bazasini yaratishni ta’minlashga imkon beradi;
- mutaxassislarni tayyorlashga imkon yaratadi;
- turizm mahsulotlarini ishlab chiqarish, reklama qilish, sotish va iste’mol qilishga asoslanadi;
- turistlarni qabul qilish, ularga xizmat ko‘rsatish va tashishni belgilaydi;
- ayrim geografik hududlarning xususiyatlarini o‘rganish, ularda turizm faoliyatini yaxshilash va rivojlantirishga qaratiladi.

Shu bilan birga, turizm industriyasi tarmoq sifatida turli tarkibiy qismlarga ega bo‘ladi (2-rasm).



2-rasm. Turizm industriyasi tarkibi va tuzilishi¹

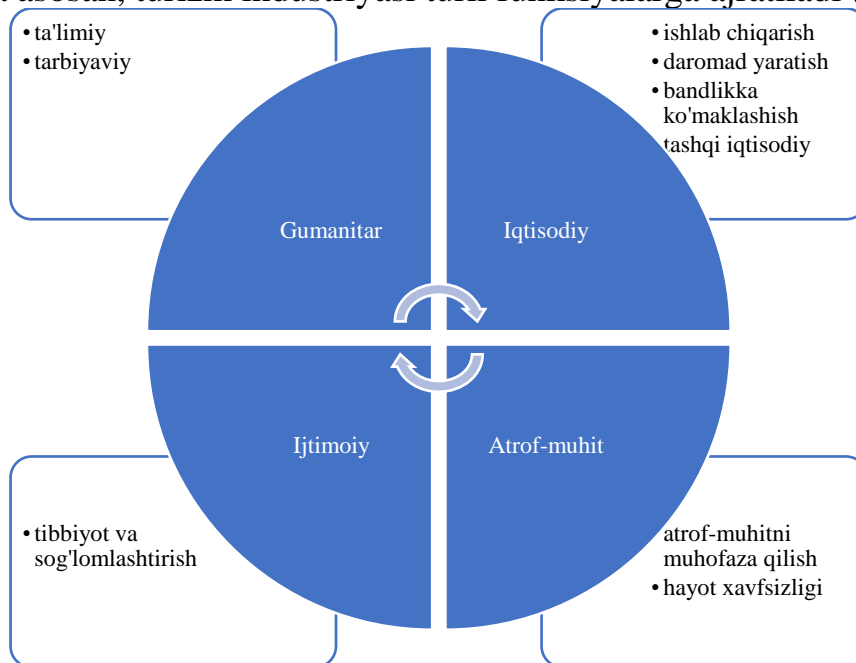
¹ Muallif ishlanmasi.

2-rasmga asosan, turizm industriyasi tarkibi turistik mahsulotni yaratish, sotish va iste'mol qilish bilan o'zaro bog'langan xo'jalik yurituvchi subyektlarni o'z ichiga oladi. Turistik mahsulot nomoddiylik, xizmatning shakllanish manbasidan ajralmasligi, o'zgaruvchanligi, egalik huquqining yo'qligi, saqlanmasligi va ratsionning qiyinligi kabi xususiyatlar bilan tavsiflanadi.

Turistik mahsulot moddiy shaklga ega bo'lmay, shaxsning jismoniy va ma'naviy salohiyatiga aylanadi. Turizm sohasidagi har bir subyekt o'zining o'ziga xosligi bilan ajralib turadi. Turizm xizmatlariga tashqi va ichki omillar ta'sir qiladi. Shu bois, rekreatsiya tashkilotlari turizm xizmatlarini ko'rsatishda ijtimoiy standartlarga rioya qilishlari kerak.

Bu borada turizm mahsuloti mulk obyekti bo'la olmaydi. Ko'rsatilgan turistik xizmatdan istalgan natija olinsagina saqlanmaydi va tugallanadi. Shuningdek, turistik xizmat ko'rsatish subyektiv ahamiyatga ega bo'lib, intizom darajasi, ishtirokchilarning jamiyat va turistik xizmatlarni ko'rsatish bozori talablariga javob berishga intilishi va xohishiga bog'liq bo'ladi [9].

Shunga asosan, turizm industriyasi turli funksiyalarga ajratiladi (3-rasm).



3-rasm. Turizm industriyasining mavjud funksiyalari¹

3-rasmga asosan, turizm industriyasi funksiyalari gumanitar, iqtisodiy, atrof-muhit va ijtimoiy kabi to'rt xil shaklda bo'lib, sohani kompleks rivojlantirishga asoslanadi. Natijada, turizm sohasining jadal rivojlanishi tufayli yangi ish o'rinlari yaratiladi, mahsulotlar eksporti oshadi va jahon bozorida iqtisodiy o'sish sur'atlari kuzatiladi.

Turizm industriyasining rivojlanishiga demografik, tabiiy-geografik va ijtimoiy-iqtisodiy omillar ta'sir ko'rsatadi. Shuningdek, tarixiy, diniy, siyosiy va huquqiy, madaniy, logistika, arxitektura va ekologik omillar ham ushbu jarayonda muhim o'rin tutadi.

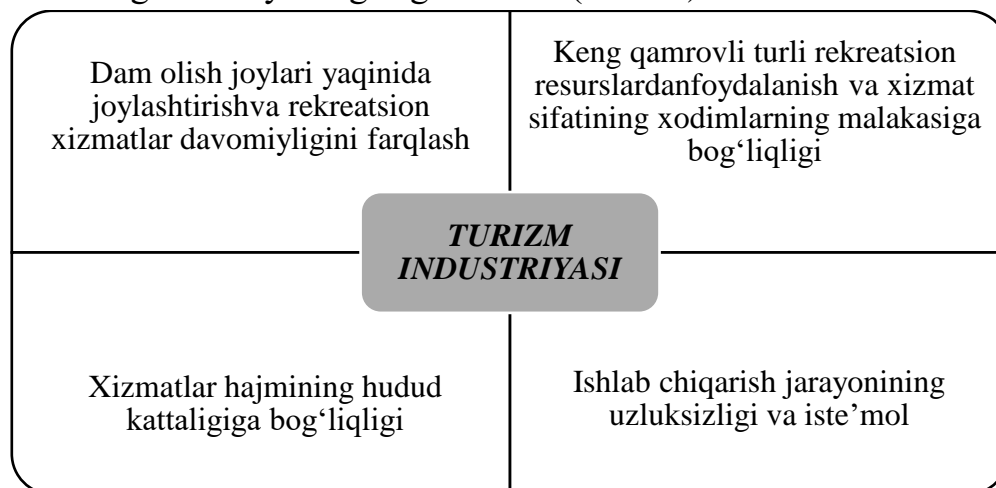
¹ Muallif ishlanmasi

Bundan tashqari, zamonaviy axborot texnologiyalaridan keng foydalanish, turizm sohasida axborot jamiyatini shakllantirish tamoyillarini davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlashning samarasizligi, tashkiliy va iqtisodiy jihatdan yetarli darajada ta‘minlanmaganligi, huquqiy ta‘minot hamda moliyaviy qo‘llab-quvvatlash choralari kabi masalalar ham turizm industriyasiga xos muammolar qatoriga kiradi.

Turizm xizmatlarini ko‘rsatishda ishtirok etishga qiziqish, odatda, barcha qulay shart-sharoitlar mavjud bo‘lgan hududlarga qaratiladi. Ular hududning haqiqiy rekreatsion yaroqliligini belgilaydi, qadriyatlar tizimi va ustuvorliklar tartibini o‘zgartiradi hamda turistik xizmatlar ko‘rsatishning yangi mezonlari va standartlarini joriy qiladi.

Turizm sohasida eng muhim rol ni sayyohlik xizmatlarini ko‘rsatish bo‘yicha o‘z sifat standartlariga ega bo‘lgan va mijozlarga har tomonlama xizmat ko‘rsatadigan yetakchi transmilliy kompaniyalar egallaydi. Bu borada kichik va o‘rta biznes bilan shug‘ullanadigan ba‘zi kompaniyalar ham turistik xizmatlarni taqdim etadi. Ularning tarkibiga mehmondo‘stlik kompaniyalari va sayyohlik agentliklari kiradi. Mehmonxona biznesidagi transmilliy kompaniyalar aviakompaniyalar, yirik turoperatorlar, moliyaviy hamda tijorat bilan bog‘liq tuzilmalar bilan integratsiyalashgan holda faoliyat yuritadi. Jahon sayyohlik bozoridagi kuchli tuzilmalar ushbu mehmonxona biznesi bilan bog‘liq havo transporti kompaniyalari hisoblanadi.

Transmilliylashuv natijasida milliy turizm bozorlarining hududiy tabaqalanishi va qutblanishi kuchaydi [10]. Shunga asosan, turizm industriyasi quyidagi yo‘nalishlardagi xususiyatlarga ega bo‘ladi (4-rasm).



4-rasm. Turizm industriyasining ustuvor xususiyatlari¹

4-rasmga asosan, turizm industriyasi milliy iqtisodiyot tarmoq vakillari o‘rtasidagi o‘zaro manfaatli hamkorlikni o‘zida mujassam etadi. Bu esa mijozlarning o‘sib borayotgan ehtiyojlarini qondirish uchun mavjud resurslarni turistik mahsulot ishlab chiqishga yo‘naltirish orqali ijobiy natijaga erishishni nazarda tutadi.

¹ Muallif ishlanmasi.

Chunki turizm industriyasining maqsadi hududlarni iqtisodiy rivojlantirish, tinchlik va farovonlikni ta'minlash, inson huquqlarini hurmat qilish hamda rivojlanayotgan mamlakatlar manfaatlariga rioya etishdan iborat bo'ladi.

Shunga asosan, turizm industriyasi qanchalik yaxshi rivojlangan bo'lsa, mamlakat turistik sayohat uchun shunchalik mashhur bo'ladi. Shu bois, alohida mintaqalarda turizm industriyasini jozibador qiladigan omillar turlicha tasniflanadi (1-jadval).

1-jadval.

Turizm industriyasida mamlakatlar jozibadorligini oshiruvchi omillar¹

Mintaqadagi eng mashhur davlatlar	Jozibadorlikni oshiradigan omillar
Janubiy Amerika mintaqasi (Braziliya va boshqalar)	<ul style="list-style-type: none"> - Amazonda ekoturlarning rivojlanishi; - ekzotik tabiat; - Yevropa mintaqasi poytaxtlarining zamonaviy arxitekturasi va dizayni
Yevropa hududi (Fransiya, Angliya, Germaniya, Finlyandiya va Shvetsiya)	<ul style="list-style-type: none"> - tarixiy va madaniy diqqatga sazovor joylarning yuqori konsentratsiyasi; - soddalashtirilgan viza rejimi; - xizmat ko'rsatishning yuqori darajasi
O'rta yer dengizi mintaqasi (Kipr, Isroil va boshqalar)	<ul style="list-style-type: none"> - qulay soliq tizimi; - zamonaviy bank tarmog'i; - yaxshi tashkil etilgan telekommunikatsiya tuzilmasi; - ziyorat turizmining rivojlanishi; - sog'liqni saqlash markazlarining keng doiradagi mavjudligi; - to'rt dengiz bo'ylab sayohat; - rivojlangan turizm infratuzilmasi; - xizmat ko'rsatishning yuqori darajasi; - qulay iqlim; - turistik mavsumning uzoq davom etishi
Osiyo mintaqasi (Birlashgan Arab Amirliklari va boshqalar)	<ul style="list-style-type: none"> - xizmat ko'rsatishning yuqori darajasi; - minimal soliqlar va "TAX FREE" tizimi amaliyoti; - ekzotik tabiat va madaniyat; - siyosiy barqarorlik

1-jadvalga asosan, turizmning dolzarbligi va ommaboplik ko'lami korxonalar faoliyatining ustuvor yo'nalishiga aylanish imkonini beradi. Bu borada Misr, Gretsiya va Turkiya kabi mamlakatlarda turizm sanoati va turizm korxonalari faoliyati davlat milliy daromadining katta qismini ta'minlaydi.

¹ Muallif ishlanmasi.

Shu bois, Yevropada sayyohlar uchun doimiy ravishda eng katta qiziqish uyg'otadigan yetakchi davlatlar Fransiya, Germaniya, Finlyandiya va Shvetsiya hisoblanadi. Osiyo qismida esa xizmat ko'rsatishning yuqori darajasi, minimal soliqlar va "TAX FREE" tizimining keng tarqalganligi, ekzotik tabiati va madaniyati tufayli eng katta turistik oqimlar Birlashgan Arab Amirliklari hissasiga to'g'ri keladi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Fikrimizcha, turizm industriyasi murakkab ichki tuzilmaga ega bo'lib, uning tarkibiy qismlari o'ziga xos faoliyat iyerarxiyasiga, turli tashqi va ko'p darajali ichki aloqalarga hamda turistik mahsulotlarni iste'mol qilish va mijozlarga xizmat ko'rsatish usullariga ega bo'ladi. Shunga asosan, turizm industriyasi tarkibining unsurlari va tarkibiy qismlari o'rtasida vertikal, gorizontal va kesishuvchi munosabatlar shakllanadi. Turistik iste'molni tashkil etishda faol ishtirok etuvchi turli tarmoqlar korxonalarini o'rtasida gorizontal aloqalar mavjud.

Bu borada institutsional-tashkiliy tizim tarkibiga turizm xizmatlari bozorlaridagi bozor subyektlarining davlat, mahalliy, tijorat va notijorat manfaatlarini huquqiy hamda iqtisodiy tashkiliy muvofiqlashtirish orqali davlat turizm siyosatini amalga oshiruvchi muassasalar kiradi.

Shunday ekan, turizm industriyasining rivojlanishi quyidagi ustuvor yo'nalishlarga ega bo'ladi:

- O'zbekiston, jumladan uning viloyat va shaharlarining ijobiy imijini yaratish va jozibador qilish;
- mamlakat byudjetiga soliq tushumlarini ko'paytirish va aholini ish bilan ta'minlashga imkon yaratish;
- aholining bilim va madaniy darajasini oshirishga ko'maklashish.

Xulosa shuki, turizm industriyasining funksional va iqtisodiy quyi tizimi transport, mehmondo'stlik, dam olish va boshqa xizmatlarni ko'rsatish uchun moddiy ishlab chiqarish hamda noishlab chiqarish tarmoqlari tuzilmalari o'rtasidagi funksional va integral aloqalar orqali shakllanadi. Bu esa turistlar ehtiyojlarini yuqori sifat darajasida qondirishni ta'minlaydi.

Bu borada hududiy-iqtisodiy quyi tizim mintaqaning turistik, ijtimoiy-demografik va iqtisodiy salohiyatidan samarali foydalanishga asoslanadi hamda resurs bazasini doimiy ravishda diversifikatsiya qilishni ta'minlaydi. Natijada, turistik xizmatlar turlarini va imkoniyatlarini kengaytirish turistik resurslarni faol, jozibador, qimmatli, funksional hamda ekologik-iqtisodiy yondashuvlar asosida tasniflash imkonini beradi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Основы туризма: учебник. / коллектив авторов; под ред. Е.Л. Писарев. — М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. — с. 117.
2. Antonín Vaishar, Milada S'tastna, Jana Zapletalova. *From industry to cultural tourism: Structural transformation of the second-order city. Case Brno. // Cities*, 158, 2025. 105685. — p. 1–10.
3. Организация туристской деятельности [Электронный ресурс]:

электронное учебное издание. Учебное пособие. / И.С. Кусов, Р.Р. Тимиргалеева, Н.В. Шабалина, Е.С. Каширина, С.В. Поспелова, И.В. Журавлева, И.Ю. Гришин, Е.А. Лукьяненко, Э.Р. Кутыева, А.Д. Никанорова (под общ. ред. Р.Р. Тимиргалеевой). — Майкоп: ЭЛИТ, 2021. — с. 18.

4. Clara Inés Pardo Martínez, Alexander Cotte Poveda. *Efficiency and sustainability of the tourism industry in Latin America. // Regional Sustainability*, 2024, 5(4), 100178. — pp. 1–14.

5. Amonboyev M., Xalilov S.Sh. *Turizm sohasini samarali rivojlantirishda asosiy imkoniyatlarning ilmiy tahlili va nazariy talqini. // "Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar" ilmiy-elektron jurnali*, № 5, sentyabr-oktyabr, 2021. — 350 b.

6. Tuxliyev I.S., Hayitboyev R., Safarov B.Sh., Tursunova G.R. *Turizm asoslari. Darslik*. — Т.: Fan va texnologiya, 2014. — 151 b.

7. Алексеева Т.І. *Міжнародні організації: Навч. посіб.* Харківський національний економічний ун-т. — Х.: ХНЕУ, 2016. — 200 с.

8. Пінчук Н.С. *Інформаційні системи і технології в маркетингу*. — К., 2005. — 352 с.

9. Сокол Т.Г. *Основи туристичної діяльності: Підручник за ред. В.Ф. Орлова*. — К.: Грамота, 2015. — 264 с.

10. Бабарицька В.К. *Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійно-термінологічні основи, сервісне забезпечення турпродукту: Навч. посіб.* 2014. — 288 с.



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, fevral, 2-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: [@marketinjournlbot](https://t.me/marketinjournlbot)
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**. ГOCT 7.56-2002 " Seriyali nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlataro standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**