



XALILOV SIROJIDDIN SHERALI O'G'LI

O'ZBEKISTONDA TURIZMNI RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI



MONOGRAFIYA



**O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIY TA'LIM, FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI**

ALFRAGANUS UNIVERSITY

XALILOV SIROJIDDIN SHERALI O'G'LI

**O'ZBEKISTONDA TURIZMNI
RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI**

MONOGRAFIYA

**Toshkent – 2024
Alfraganus university nashriyoti**

UDK 338.482
KBK: 65.050

Xalilov S. O'zbekistonda turizmni rivojlantirish istiqbollari.
Monografiya – T.: “Alfraganus University” nashriyoti, 2024-y. – 125-b.

Monografiyada turizm sohasini barqaror rivojlantirish muammolari va ularning ilmiy-amaliy yechimlarini tadqiq qilish natijalari yoritilgan. Shuningdek, turizm sohasini samarali boshqarish istiqbollariga oid takliflar asoslab berilgan.

Iqtisodiyot fanlari doktori, professor M.Q. Pardayev umumiy tahriri ostida

Taqrizchilar:

F.T.Egamberdiyev – Toshkent shahridagi Alfraganus universiteti professori, i.f.d.;

A.N.Norchayev – Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti professori, i.f.d.

*Alfraganus universiteti Ilmiy-texnikaviy Kengashining
2024-yil 17-sentyabrdagi 1-son majlis qarori asosida nashrga tavsiya etilgan.*

ISBN: 978-9910-712-34-0

© “Alfraganus University” nashriyoti

Alfraganus university nashriyoti - 2024

MUNDARIJA

KIRISH.....	4
I BOB. MILLIY TURIZM TARMOG'I RAQOBAT USTUNLIKLARINI YUZAGA CHIQARISHNING METODOLOGIK JIHATLARI	6
1.1. Milliy turizm tarmog'i raqobat ustunliklarini yuzaga chiqarishning o'ziga xos xususiyatlari	6
1.2. Milliy turizm tarmog'i raqobat ustunliklarini yuzaga chiqarishning uslubiy ta'minoti	16
1.3. Turizm tarmog'i raqobat ustunliklaridan foydalanishning xorij tajribasi va undan O'zbekistonda foydalanish yo'llari	28
Birinchi bob bo'yicha xulosalar	40
II BOB. O'ZBEKISTON MILLIY TURIZM TARMOG'INI SAMARALI RIVOJLANTIRISH TENDENSIYALARI	42
2.1. O'zbekiston milliy turizm tarmog'i bozor sig'imining iqtisodiy holati	42
2.2. O'zbekiston milliy turizm tarmog'ining SMART-tahlili orqali raqobat muhitini takomillashtirish	54
2.3. Milliy turizm tarmog'ini rivojlantirishning zamonaviy tendensiyalari	66
Ikkinchi bob bo'yicha xulosalar	78
III BOB. MILLIY TURIZM TARMOG'I RAQOBAT USTUNLIKLARINI RIVOJLANTIRISH STRATEGIYALARI	80
3.1. Milliy turizm tarmog'i raqobat ustunliklarini rivojlantirishning diversifikatsiya strategiyasi	80
3.2. Milliy turizm tarmog'i raqobat ustunliklarini rivojlantirishning targeting konsepsiyasi	92
3.3. Milliy turizm tarmog'i raqobat ustunliklarini kompleks rivojlantirish bo'yicha o'rta istiqbolga mo'ljallangan amaliy chora-tadbirlarning asosiy yo'nalishlari	103
Uchinchi bob bo'yicha xulosalar	116
XULOSA	118
FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI	120

KIRISH

Global iqtisodiy munosabatlar tizimida turizm jahonning yetakchi davlatlari daromadining salmoqli qismini tashkil qilmoqda. Milliy turizm tarmog'i yangi ish o'rinlarini yaratishning rag'batlantiruvchi kuchi sifatida dolzarb ijtimoiy-iqtisodiy ahamiyat kasb etadi. Butunjahon iqtisodiy kompleksida turizm tarmog'ida yaratilgan xizmatlar yoqilg'i sanoati, kimyo sanoati, oziq-ovqat hamda avtomobil sanoati eksportidan so'ng beshinchi o'rinni egallaganligi uning iqtisodiyot rivojlanish sur'atlariga sezilarli darajada ta'sir ko'rsatayotganligidan dalolat beradi. Xorijiy davlatlar o'z milliy turistik mahsulotini diversifikatsiya qilish asosida turistik xizmatlar eksporti hajmini muntazam oshirib borishga jiddiy e'tibor qarata boshladi. Turizm sohasida olib borilayotgan ilmiy-amaliy tadqiqot ishlarida ham jahon olimlari ayni masalalarning metodologik asoslari, marketing strategiyalari va investitsion boshqaruv jihatlari alohida urg'u bermoqda. Milliy turizm tarmog'ining raqobat ustunliklarini rivojlantirish yo'nalishlari va strategiyalarini takomillashtirish masalalari ham xorijiy tadqiqotchilarning ilmiy ishlarida o'z aksini topgan.

O'zbekistonda milliy turizm tarmog'ini manzilla qo'llab-quvvatlash, turizm tarmog'ida yaratilgan xizmatlarni innovatsion texnologiyalar asosida takomillashtirish, uning samaradorligini oshirishga davlat siyosatining ustuvor yo'nalishlaridan biri sifatida e'tibor qaratilmoqda. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Oliy Majlisga Murojaatnomasida 2025-yilgacha "... yurtimizga tashrif buyuradigan xorijiy sayyohlar sonini 7 million nafarga, turizm eksportidan keladigan yillik daromadni esa 2 milliard dollarga yetkazish lozimligi ..." ta'kidlandi. Belgilab berilgan ushbu amaliy vazifalarning bajarilishi milliy turizm tarmog'ini barqaror sur'atlar bilan izchil rivojlantirish, raqobat strategiyalarini amaliyotga joriy etishning muhim yo'nalishlarini ishlab chiqish maqsadida ayni masalalarga tegishli dasturlar tayyorlashga asos yaratadigan mukammal ilmiy tadqiqotlarga ehtiyoj mavjudligini ko'rsatmoqda. Shu tufayli milliy turizm tarmog'ining raqobat ustunliklarini rivojlantirish yo'nalishlari va strategiyalarini takomillashtirish algoritmini belgilab olishga bag'ishlangan mavzu dolzarb ilmiy yo'nalishlardan biri ekanligidan dalolat beradi.

Mazkur dissertatsiya tadqiqoti natijalari O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2016-yil 2-dekabrda PF-4861-son "O'zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta'minlash chora-tadbirlari to'g'risida"gi, 2018-yil 3-fevralda PF-5326-son "O'zbekiston Respublikasi turizm salohiyatini rivojlantirish uchun qulay sharoitlar yaratish bo'yicha qo'shimcha tashkiliy chora-tadbirlar to'g'risida"gi, 2019-yil

5-yanvardagi PF-5611-son "O'zbekiston Respublikasida turizmni jadal rivojlantirishga oid qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi farmonlarida, 2018-yil 6-fevralda PQ-3509-son "Kirish turizmini rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi qarorida hamda mazkur sohaga tegishli boshqa me'yoriy-huquqiy hujjatlarda belgilangan vazifalarni amalga oshirishga muayyan darajada xizmat qiladi.

Milliy turizm tarmog'ining raqobat ustunliklarini rivojlantirish yo'nalishlari va strategiyalarini takomillashtirishga yo'naltirilgan ilmiy izlanishlar jahonning yetakchi ilmiy markazlari va oliy ta'lim muassasalari, jumladan, Stanford University, Princeton University, Harvard University (AQSh), Cambridge University (Buyuk Britaniya), Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (Ispaniya), University of Munster (Germaniya), Korea Development Institute (Janubiy Koreya), Tailors University (Malayziya), Gazi University (Turkiya), G.V.Plexanov nomidagi Rossiya iqtisodiyot universiteti Toshkent filiali, Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti, Samarqand davlat universiteti, Samarqand iqtisodiyot va servis instituti, Buxoro davlat universiteti, Urganch davlat universitetida olib borilmoqda.

¹ O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Oliy Majlisga Murojaatnomasi // Xalq so'zi, 2020-yil 29-dekabr.

I BOB. MILLIY TURIZM TARMOG'I RAQOBAT USTUNLIKLARINI YUZAGA CHIQARISHNING METODOLOGIK JIHATLARI

1.1. Milliy turizm tarmog'i raqobat ustunliklarini yuzaga chiqarishning o'ziga xos xususiyatlari

Turizm mamlakatlar iqtisodiyotining strategik sektori sifatida jadal rivojlanib kelmoqda. O'zbekiston ham o'zining tabiiy-iqlim sharoiti, mineral-xomashyo zaxirasi va tarixiy-madaniy merosi bilan turistlarni faol jalb qilishga intilmoqda. Kiruvchi va ichki turistik oqimga xizmat ko'rsatish orqali maksimal daromad topish maqsadi milliy turizm tarmog'ining raqobat ustunliklarini aniqlab olishni taqozo qiladi.

Raqobat ustunliklari, o'z navbatida, mamlakat uchun sifat va narx parametrlari nuqtai nazaridan potensial turistlarda ijobiy taassurot uyg'otishni anglatadi. Qulay iqlim sharoiti, tabiiy yodgorliklar xilma-xilligi, noyob peyzaj, arxitektura obidalar, optimal logistik sxema, moddiy va nomoddiy madaniy meros obyektlari har qanday turist uchun tashrif maskanini tanlashda hal qiluvchi ahamiyat kasb etadi. O'zbekiston iqlimining nisbatan mo'tadilligi, relef turlarining ko'pligi, salomatlikni tiklash va davolanish uchun shifobaxsh buloqlar, g'orlarning mavjudligi, flora va fauna olamining jozibadorligi, tarixiy obyektlarning saqlanib qolingani, madaniyatlararo muloqot natijasida etnografik an'analarning davom etib kelayotganligi hech bir turistni befarq qoldirmaydi. Makro-, mezo- va mikroiqtisodiy ko'lamda rivojlanish vektorlarini aniqlab olishda, raqobat pozitsiyasini yanada mustahkamlashga oid amaliy chora-tadbirlar dasturini ishlab chiqishda, milliy turizm tarmog'iga innovatsiyalarni bosqichma-bosqich tatbiq etib borishda shu kabi jihatlarni inobatga olinishi zarur. 2019-2025-yillarda O'zbekiston Respublikasida turizm sohasini rivojlantirish Konsepsiyasida masalaning ayni tomonlari o'z ifodasini topgan. Ushbu o'rta istiqbolga mo'ljallangan strategik hujjat, mohiyat e'tiboriga ko'ra, milliy turizm tarmog'i raqobat ustunliklarini yuzaga chiqarishda muhim asos vazifasini o'tamoqda.

Turizm tarmog'ining mamlakat iqtisodiyotidagi ulushini oshirib borish, turistik xizmatlarni diversifikatsiya qilish va yuqori darajali sifatini ta'minlash, turizm infratuzilmasini modernizatsiyalash hozirgi paytda dolzarbdir. O'zbekiston ulkan turistik-rekreatsion salohiyatga ega. Mamlakatda umumiy hisobda 7,4 ming moddiy madaniy meros namunalari mavjud. Ulardan jami 209 tasi esa to'rtta muzey shaharlar – Xiva, Buxoro,

Shahrisabz va Samarqand shaharlarida joylashgan. Mazkur obyektlar YUNESKO Butunjahon merosi ro'yxatiga kiritilganligi diqqatga sazovor².

Milliy turizm tarmog'ida xususiy tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlashga qaratilgan tizimli chora-tadbirlar samarasi o'laroq, O'zbekistonga kiruvchi turistik oqim oshib bormoqda, turoperatorlar, turistik agentliklar va mehmonxonalar soni yil sayin ortmoqda. Ma'lumki, joylashtirish vositalari, umumiy ovqatlanish punktlari, madaniy-ko'ngilochar markazlar, turistlarni tashishga mo'ljallangan transport turlari va magistral yo'l bo'yi infratuzilmasini kengaytirish davlat siyosatining asosiy yo'nalishlaridan biri sifatida qat'iy belgilab olingan. Bu ham milliy turizm tarmog'ining raqobat ustunliklarini yuzaga chiqarishda hal qiluvchi o'ringa ega.

Shuningdek, milliy turizm tarmog'i raqobat ustunliklarining bosqichma-bosqich rivojlantirilishi mamlakat hududlari ichki salohiyatini qo'llab-quvvatlashga olib keladi, ya'ni:

- hududlararo rivojlanishdagi tafovutlar qisman tugatiladi hamda iqtisodiy indikatorlarda muvozanatga erishiladi;

- hududlarning ishlab chiqarish va bozor infratuzilmasi jadal rivojlanadi;

- dolzarb ijtimoiy masalalar hal etiladi, xususan, mavjud ish o'rinlari barqarorlashadi va yangi vakansiyalar ochiladi;

- hududiy iqtisodiy kompleks diversifikatsiya qilinadi va qo'shimcha daromad manbalari aniqlanadi;

- mahalliy aholining real daromadlari ortadi va turmush sifati ko'tariladi;

- hududga tashqi manbalardan investitsiya oqimi kirib kelishi imkoniyatlari kengayadi;

- hududning jozibali destinatsiya sifatidagi imiji shakllanadi.

Masalaning shu kabi jihatlarga e'tibor qaratgan holda ta'kidlash joizki, kiruvchi va ichki turistik oqim yirik turistik attraksiya markazlarida to'planib qolmoqda. Poytaxt Toshkent, Samarqand, Buxoro va Xiva shaharlariga turistik yuklama hajmi nomutanosib ravishda oshib bormoqda. Buning obyektiv sabablari bor, albatta. Biroq mamlakatning boshqa hududlarining ham turistik salohiyatini ishga solish zarurati mavjud. Hududlar infratuzilmasining holati xorijiy va mahalliy turistlarga sifatli xizmat ko'rsatishda muhim o'rin tutadi. Qulay transport bog'lamalari, sanitariya-gigiena punktlari, to'laqonli hordiq chiqarish uchun sharoitlarning yaratilganligi shular sirasiga mansub. Tabiiy-iqlim sharoiti ba'zi janubiy va shimoliy hududlarda turizmning mavsumiylik muammosini keltirib chiqaradi. Natijada turistlarga xizmat ko'rsatuvchi personal tarkibi malakali

² O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 5 yanvarda qabul qilingan "O'zbekiston Respublikasida turizmni jadal rivojlantirishga oid qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi Farmoni // lex.uz – O'zbekiston Respublikasi qonunchilik ma'lumotlari milliy bazasi.

xodimlar bilan to'ldirilmasdan qolib ketadi. Jahonda siyosiy vaziyatning beqarorligi ayrim davlatlardan kiruvchi turistik oqimning muntazamligiga ta'sir ko'rsatadi. Kiruvchi turistik oqim geografiyasining diversifikatsiyalanganligi hudud iqtisodiyotiga qo'shimcha o'sish manbalarini yaratadi. Turizm parallel ravishda tashqi manbalardan investitsiya oqimining vujudga kelishiga turtki beradi. Investitsion resurslar esa yangi turistik obyektlar ishga tushishini ta'minlaydi.

O'zbekistonga kiruvchi turistik oqimning ortishida bir nechta omillar hal qiluvchi o'rin egallaydi. Viza rejimining soddalashtirilganligi, milliy turizm salohiyatini targ'ib qilish choralarining izchil amalga oshirilayotganligi bunga yaqqol dalildir. Elektron kirish vizalarini rasmiylashtirishning avtomatlashgan tizimi ishga tushirildi, qator davlatlar fuqarolariga tranzit turist sifatida viza tartibi bekor qilindi, turistik klassdagi transport vositalari soni ko'paydi.

Bir so'z bilan aytganda, milliy turizm tarmog'ini rivojlantirish uchun huquqiy baza yaratildi. Institutsional islohotlar samarasi sifatida turizm infratuzilmasi modernizatsiya qilinmoqda va milliy turizm brendi tashqi bozorlarda faol targ'ib etilmoqda. Targeting yondashuvi orqali O'zbekistonga asosiy turistik oqimni ta'minlovchi davlatlar bilan ikki tomonlama hamkorlik aloqalari kengaydi. Milliy turizm tarmog'ida mahalliy tadbirkorlarning ishbilarmonlik faolligini rag'batlantirish yuzasidan manzilli choralar ko'rildi. Mahalliy turoperatorlarning startap-loyihalari turizmni rivojlantirishga mo'ljallangan byudjetdan tashqari jamg'arma mablag'lari hisobidan moliyalashtirildi. Hududlarda turizmning yondosh infratuzilmasi – umumiy ovqatlanish shoxobchalari, transport bog'lamalari, turistik namoyish obyektlari barpo etildi.

Milliy turizm tarmog'ining raqobat ustunliklarini yuzaga chiqarishning o'ziga xos xususiyatlari shundan iboratki, bu jarayon turli hokimiyat tuzilmalari, tadbirkorlar, muvofiqlashtiruvchi organlar sa'y-harakatlarini maqsadli konsentratsiyalashni talab qiladi. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi, O'zbekiston Respublikasi Turizm qo'mitasi, uning hududiy boshqarmalari va markaziy apparat bo'ysunuvidagi organlar, yirik turistik brend egalari – turoperatorlar, lyuks klassdagi mehmonxonalar, restoranlar, mahalliy ijro hokimiyati – viloyatlar hokimliklarining hududiy turizmni rivojlantirish kengashlari tomonidan ko'rilayotgan amaliy chora-tadbirlar uch zveno (qatlam) doirasida koordinatsiyani taqozo qiladi. Bu milliy turizm tarmog'ida davlat siyosatini bir xilda talqin qilish va belgilangan istiqbolli choralarning manzilli bo'lishini ta'minlab beradi. Makro-, mezo- va mikroiqtisodiy birliklar faoliyati yagona missiya ijrosiga yo'naltiriladi hamda pirovard natijada sinergetik samaraga erishiladi (1.1-rasm).

Milliy turizm tarmog'ida istiqbolli vazifalarga erishish bo'yida

1.1-rasm

<u>Makroiqtisodiy ko'lamda:</u>	<u>Mezoiqtisodiy ko'lamda:</u>	<u>Mikroiqtisodiy ko'lamda:</u>
- asosiy rivojlanish parametrlari va missiya belgilanadi;	- hududiy turistik resurslardan samarali foydalanish dasturlari ishlab chiqiladi;	- aniq mezonlar asosida daromadli bozor segmenti aniqlab olinadi;
- turistik faoliyat subyektlarini qo'llab-quvvatlashning qonuniy dastaklari yaratiladi.	- qonunchilik hujjatlarining hududiy ijrosi ta'minlanadi.	- ichki va tashqi bozorda raqobat pozitsiyasi egallanadi.

1.1-rasm. Milliy turizm tarmog'ida istiqbolli vazifalarni hal etishning pog'onali modeli³

Milliy turizm tarmog'ida uch zveno (qatlam)dan iborat tashkiliy tuzilmalar faoliyati o'zaro taktik muvofiqlikda amal qilishi zarur. Har bir qatlam o'z zimmasiga yuklatilgan vazifalar bajarilishida javobgarlik nuqtalarini belgilab oladi. Bularning barchasi milliy turizm tarmog'ining raqobat ustunliklarini kuchli impuls bilan rivojlantirishga zamin hozirlaydi. Makroiqtisodiy ko'lamdagi javobgarlik nuqtalari uchun O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi, O'zbekiston Respublikasi Turizm qo'mitasi, mezoiqtisodiy ko'lamda mahalliy ijro ma'muriyati, mikroiqtisodiy ko'lamda xizmatlar bozorida tavakkalchilikni bo'yniga olgan holda faoliyat yuritib kelayotgan turoperatorlar, turistik agentliklar, mehmonxonalar mas'ul sanaladi. Istiqbolli vazifalarni hal etishning pog'onali modelida har bir tarkibiy tashkil etuvchi o'z vakolatlari doirasida taktik choralar ko'rish orqali milliy turizm tarmog'ining raqobat ustunliklari yuzaga chiqishiga hissa qo'shadi.

Ta'kidlash lozimki, mustaqil iqtisodiy fenomen sifatida raqobat ustunligi mutlaq va nisbiy o'lchovlarga ega kategoriya sanaladi. Bu kategoriya turizm tarmog'ida ham yaqqol namoyon bo'ladi. Mutlaq raqobat ustunligi noyob resurslarga egalik bilan belgilanadi. Nisbiy raqobat ustunligi esa qiyosiy tahlillar natijasida aniqlab olinadi. O'zbekiston milliy turizm tarmog'ining mutlaq raqobat ustunligi geografik joylashuvi (lokatsiya), tabiiy-iqlim sharoiti, moddiy va nomoddiy madaniy meros, tarixiy sivilizatsiya qoldiqlarida o'z aksini topgan. Xuddi shunday, O'zbekiston

³ Muallif tadqiqotlari asosida ishlab chiqilgan.

milliy turizm tarmog'ining nisbiy raqobat ustunliklari qiyosiy tahlil amalga oshirilayotgan davlat yoki alohida turistik destinatsiya salohiyatiga solishtirish natijasida yuzaga chiqadi. Nisbiy raqobat ustunliklarini aniqlash maqsadida amalga oshiriluvchi qiyosiy tahlil bir nechta tamoyillarga tayanadi.

Birinchidan, qiyosiy o'rganilayotgan davlatlar o'z salohiyati, resurs imkoniyatlari nuqtai nazaridan monogen (bir-biriga maksimal darajada o'xshash) xususiyatga ega bo'lishi lozim.

Ikkinchidan, kiruvchi va ichki turistik oqimni jalb qilishda o'xshash turistik yo'nalishlar taklif etilayotgan bo'lishi zarur. Masalan, ziyorat turizmi, ekologik turizm, tarixiy-madaniy turizm, MICE turizmi singari.

Uchinchidan, turistlar guruhiga xizmat ko'rsatuvchi personal kasbiy malakasida keskin farqlanishlar kuzatilmassligi talab etiladi. Mana shu tamoyillarga tayanilgan holda amalga oshiriluvchi qiyosiy tahlilgina obyektiv xulosalar chiqarishga asos bo'ladi. Qolgan hollarda qiyosiy tahlil natijalari noxolis bo'lish ehtimoli yuqori.

Mamlakat akademik doira vakillari, davlat fuqarolik xizmatchilari, xususiy sektor menejerlar korpusining asosiy diqqati O'zbekiston milliy turizm tarmog'i mutlaq raqobat ustunliklaridan ratsional foydalanish yo'llarini izlab topishga yo'naltirilishi maqsadga muvofiq. Bu mavjud turistik resurs bazasini to'laqonli ishga solishga zamin yaratadi. Milliy turizm tarmog'ining nisbiy raqobat ustunliklari, o'z o'rnida, solishtirish uchun tanlab olingan alohida davlat yoki turistik destinatsiya misolida ko'rib chiqiladi. Iqtisodiy tadqiqotlarga bag'ishlangan ilmiy monografiyalar, dissertatsiyalar, maqolalar, tezislarda raqobat ustunligi obyekti sifatida ko'p jihatdan xo'jalik yurituvchi subyekt o'rganiladi. Vaholanki, mustaqil iqtisodiy fenomen o'laroq raqobat ustunligi kategoriyasi to'rt darajada ko'rilishi zarur:

- alohida olingan tovar yoki xizmat turining raqobat ustunliklari;
- muayyan xo'jalik yurituvchi subyekt faoliyatining raqobat ustunliklari;
- aniq bir ma'muriy hudud yoki turistik destinatsiya raqobat ustunliklari;
- milliy turizm tarmog'ining raqobat ustunliklari.

Alohida olingan tovar yoki xizmat turining raqobat ustunliklari fizik-kimyoviy xossalari, moddiy-ashyoviy atributlar, texnik parametrlar doirasida tahlil qilinadi. Bundan tashqari, alohida olingan tovar yoki xizmat turiga belgilangan sotuv narxi ham raqobat kurashida hal qiluvchi ahamiyatga ega bo'ladi. Muayyan xo'jalik yurituvchi subyekt faoliyati raqobat ustunliklarining tahlil predmetini yollanma xodimlar kasbiy malakasi, moddiy-texnik bazaning zamonaviyligi va yuqori unumdorligi, reklama kampaniyasining muvaffaqiyati va ta'sirchanligi kabilar tashkil etadi. Turizm

tarmog'ida ish olib borayotgan turoperatorlar, turistik agentliklar va mehmonxonalar marketolog mutaxassisleri xizmatlar bozori ishtirokchisi bo'lgan kompaniya kelajagini belgilab beradi. Shunday ekan, tanlangan bozor segmentida o'z pozitsiyasini mustahkamlashni, bozor ulushi va mijozlar bazasini kengaytirib borishni ko'zlagan turistik kompaniya ta'sischilari yuqori malakali marketologlar korpusini shakllantirib olishdan doim manfaatdor bo'ladi. Turizm marketologlari iqtisodiy tahlillar, bozor tadqiqotlarini o'tkazish orqali istiqbolli rivojlanishning aniq strategiyalarini ishlab chiqishadi, potensial raqobatchilar tijorat faoliyatini monitoring qilib borishadi.

Aynan turoperatorlik kompaniyasi misolida raqobat ustunliklarini yuzaga chiqarish nafaqat ichki va tashqi ta'sir omillarini baholashga, balki xuddi shu turoperatorlik kompaniyasi tomonidan bozorga taqdim etilayotgan turistik mahsulot hayotiylik davri (sikli)ga chambarchas bog'liq. Turoperatorlik kompaniyasi personal tarkibi, jumladan, marketologlar korpusi tomonidan ishlab chiqiluvchi hamda operatsion jarayonlarda foydalaniluvchi taktik chora-tadbirlar turistik mahsulot o'z hayotiylik davrining qaysi bosqichida ekanligiga bog'liq. Milliy turizm tarmog'ida turoperatorlik kompaniyasiga tegishli moddiy, moliyaviy va mehnat resurslari cheklanganligi sharoitida ko'rilayotgan har bir taktik chora yoki tijorat amali puxta rejalangan bo'lishi taqozo qilinadi. Turoperatorlik kompaniyasi marketologlar korpusi bozor tadqiqotlariga tayangan holda u yoki bu sohada rivojlanishning ustuvor yo'nalishlarini belgilab beradi.

Milliy turizm tarmog'ida turoperatorlik kompaniyasi tomonidan taqdim etilayotgan turistik mahsulot o'z hayotiylik davrining jami to'rtta fazasini boshdan kechiradi. Har bir faza turistik mahsulotni tanlangan bozor segmentida ilgari surish bo'yicha o'ziga xos yondashuvga ega. Milliy turizm tarmog'ida turoperatorlik kompaniyasi tomonidan taqdim etilayotgan turistik mahsulot hayotiylik davrining birinchi fazasi dastlabki shartnomalar imzolanishi va asosiy xizmat turlari komplektatsiyasi bilan tavsiflanadi. Turoperatorlik kompaniyasi tanlagan strategik missiya va rivojlanish vektorlari negizida ishlab chiqilgan marketing konsepsiyasi turistik mahsulot ichki tuzilmasi, targ'ibot tadbirlari mazmunini belgilab beradi. Mos ravishda, ikkinchi faza daromad hajmining ortishi, turoperatorlik kompaniyasi faoliyatining pozitsiyalanganligi bilan ajralib turadi (1.1-jadval).

3. Foydalanilgan boshqa adabiyotlar

1. Ro'ziyev S. O'zbekiston madaniy turizm bozori va uning istiqbollari: Iqt.fan.nom. diss. avtoref. -Toshkent, 2009.
2. Ibadullayev N. Turistik resurslardan foydalanish samarador-ligini oshirish imkoniyatlari (Samarqand viloyati misolida): Iqt.fan.nom. diss. avtoref. -Samarqand, 2010.
3. 2018-yilda O'zbekiston Respublikasida turizm va dam olish rivojlanishining asosiy ko'rsatkichlari // O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasi. – Toshkent, 2019.
4. Travel & tourism global economic impact & issues 2018 // World travel & tourism council, United Kingdom, 2019.
5. www.lex.uz – O'zbekiston Respublikasi qonunchilik hujjatlari milliy bazasi.
6. www.wto.org – Butunjahon turizm tashkiloti rasmiy sayti.
7. www.uzbektourism.uz – O'zbekiston Respublikasi Turizm qo'mitasi rasmiy sayti.

ALFRAGANUS UNIVERSITY

XALILOV SIROJIDDIN SHERALI O'G'LI

O'ZBEKISTONDA TURIZMNI RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI

MONOGRAFIYA

**«ALFRAGANUS UNIVERSITY»
NODAVLAT OLIY TA'LIM TASHKILOTI**

**Manzil: Toshkent shahar, Yunusobod tumani,
Qoraqamish ko'chasi, 2A-uy.**

**Bosishga ruxsat etildi 17.09.2024-yil.
Bichimi 60x84 ¹/₁₆. Ofset qog'ozi.
“Times New Roman” garnituras.
Hisob-nashr tabog'i. 7,8. Adadi 50 dona.
Buyurtma № 65. Bahosi kelishilgan narxda.**

**“DAVR MAXSIMUM MEDIA”
МЧЖ матбаа корхонасида чоп этилди.
Корхона манзили: Тошкент шаҳар
Олмазор тумани Шифокорлар шаҳарчаси, 15 уй.**