

## O‘ZBEKISTON “ZIYARAH TOURISM” BRENDINING XALQARO XIZMATLAR BOZORIDAGI SAMARADORLIGINI OSHIRISHDA INTEGRATSIYALASHGAN MARKETING STRATEGIYASINING O‘RNI VA AXAMIYATI

Anvar Aidjanovich Xudoyarov

O‘zbekiston xalqaro islom akademiyasi “Islom iqtisodiyoti va moliyasi, ziyorat turizmi” kafedroasi dotsenti, i.f.n. A.Qodiri 11, Toshkent, 100011. anvarxudoyarov111@gmail.com

### Annotasiy

Ilmiy ishda O‘zbekistonning xalqaro tashkilotlar va xorijiy davlatlar bilan turizm sohasida aloqalarni rivojlantirishi, mamlakatimizga turistlar oqimining kirib kelishini ko‘paytirish, turistlarga xizmat ko‘rsatish uchun barcha shart-sharoitlarni yaratish, xizmat ko‘rsatish sifati va madaniyatini oshirish, soha bo‘yicha kadrlar tayyorlash bilan bog‘liq munosabatlarni tartibga soluvchi tashkiliy-iqtisodiy jihatlari ko‘rib chiqilgan.

**Kalit so‘zlar.** Ziyorat turizmi, diversifikasiya, brend, xavfsizlik, xuquqiy-iqtisodiy baza, standart, bag‘rikenglik, marketing.

Mamlakatimizda ziyorat turizmini rivojlantirish maqsadida “Ziyarah tourism” brendi asosida raqobatbardosh milliy turistik mahsulotni yaratish va jahon turizm xizmatlari bozoriga olib chiqishda integratsiyalashgan marketing kosepsiyasining ishlab chiqilishi soxaning rivojlanishiga xizmat qiladi. Bilamizki, qadimda turli mintaqalarning o‘zaro iqtisodiy-madaniy, diniy, ijtimoiy munosabatlarida ziyorat turizmining o‘rni o‘ziga xos xususiyatlari va axamiyatiga ega bo‘lgan. Bu o‘z navbatida hududlar o‘rtasida iqtisodiy munosabatlarni xamda davlatlar o‘rtasida axborot va ma’lumotlarning almashuvini ta’minlashga xizmat qilgan.

Shu bilan bir qatorda madaniy qadriyatlarning rivojlanishida asosiy vosita vazifasini bajargan. Qit’alar va davlatlarning integratsiyalashuvi natijasida sivilizasiyalararo muloqot uchun qulay shart-sharoitlar vujudga kelgan va rivojlanib borgan. O‘zbekiston o‘zining boy madaniy va ma’naviy merosi, memoriy va tasviriy san’ati, tarixiy obidalari bilan, hamda Muhammad ibn Ismoil al-Buxoriy, Muxammad Muso Xorazmi, Abu Nasr Forobiy, Axmad al-Farg‘oniy, Abu Ali ibn Sino, Abu Rayhon Beruniy, Ahmad Yassaviy, Abu Iso at-Termiziy, Mirzo Ulug‘bek, Bahouddin Naqshband, Amir Temur, Alisher Navoiy, Bobur kabi ko‘plab dunyoga taniqli mashhur va buyuk ajdodlarimiz dunyo olimlari va sayyohlarini o‘ziga jalb etib kelmoqda. Bu o‘z navbatida xalqaro turizm bozorlaridagi o‘zimizga xos o‘rnimiz va nufuzimizni ko‘rsatadi. Olib borilgan ilmiy taxlillar natijalariga ko‘ra milliy “Ziyarah tourism” brendini jaxon sayyoxlik bozorlariga olib chiqish borasidagi masalalar yetarli darajada tadqiq etilmagan. Natijada, “Ziyarah tourism” brendini yaratish va uning asosiy tamoillarini ishlab chiqish

orqali O'zbekistonning boy madaniy va ma'naviy merosi, memoriy va tasviriy san'ati, tarixiy obidalarini xalqaro turistik bozorlarga olib chiqishni faollashtirish zaruriyari vujudga keladi. Tadqiqot obyekti sifatida O'zbekiston ziyorat turizmi subyektlari faoliyati olingan. Milliy iqtisodiyotni global innovasion rivojlanish sharoitida O'zbekiston ziyorat turizmining tashkiliy-iqtisodiy mexanizmini takomillashtirish bilan bog'liq iqtisodiy munosabatlar majmuyi xisoblanadi. Milliy va xalqaro bozorlarda "Ziyarah tourism" brendini shakillantirish iqtisodiy aloqalarni yanada kengaytirish, savdo va investisiya soxalarida qulay sharoitlar yaratish, transport va kommunikasiya infratuzilmalarini rivojlantirish xamda ilmiy tadqiqot markazlarining xamkorligini ta'minlaydi. Shu bilan bir qatorda diniy-ma'rifiy, ijtimoiy, ta'lim va madaniyat soxalarida xalqlarning, dinlarning, millatlarning xamjixatligi va o'zaro bag'rikengligini ta'minlashga xizmat qiladi. Tadqiqotda qo'llanilgan metodologik yondashuv va usullarning maqsadga muvofiqligi, axborotlar bazasining rasmiy manbalaridan, jumladan, O'zbekiston Respublikasi statistik ma'lumotlari va Turizm va sport vazirligining hamda turistik tashkilotlar ma'lumot-lari manbalaridan olingani hamda tegishli xulosa va takliflarning amalda sinovdan o'tkazilganligi, olingan natijalarning vakolati davlat tuzilmalari tomonidan ma'qullanganligi bilan izohlanadi.

Milliy va xalqaro sayyoxlik bozorlarda shiddat bilan o'sib borayotgan raqobat sharoitida "Ziyarah tourism" brendini yaratish va integrasiyalashgan marketing konsepsiyasidan samarali foydalanish orqali xalqaro bozorlarda imedjimizni oshirishga, ulushimizni kengaytirishga erishiladi. Mamlakatimizda ziyorat turizmini rivojlantirish uchun soxaning o'ziga xos xususiyatlarini ilmiy jihatdan tahlil qilish va tadqiqotlar olib borish natijasida "Ziyarah tourism" brendini yaratish va uni xalqaro turizm bozorlariga olib chiqishda integrasiyalashgan imarketing konsepsiyasini amalga oshirish modeli ishlab chiqildi.

Mazkur modeldagi strategik maqsad milliy va xalqaro turistik asosasiyalar darajasida amalga oshirish ustivor masalalardan biri etib belgilangan. Natijada ziyorat turizmida makro, mezo va mikro darajalarida amalga oshiriladigan integrasiyalashgan marketing konsepsiyasi sayyohlik korxona va tashkilotlarning imkoniyatlarini sayyohlik mahsuloti iste'molchilari talablariga moslashtirishga yo'naltirilgan marketing tadbirlari yig'indisida o'z aksini topadi.

Maqsadga erishishda iste'molchilar talablarini qondiruvchi sayyohlik mahsulotlarini taqdim etish va realizasiya qilish istiqbolda iste'molchilar ehtiyojlarini qondirish hamda bozorda raqobatbardoshlik muhitini mustahkamlash uchun turistik korxona va tashkilotlar tomonidan iqtisodiy foydaning ortishiga qaratilgan. Biz tomondan ilgari surilayotgan integrasiyalashgan marketing konsepsiyasi mamlakatning jozibador imijini yaratish orqali "Ziyarah tourism" brendini xalqaro turizm mahsuloti istemolchilariga ijobiy fikrlarni shakllantirish, xorijiy xamkor tuoperatorlar faoliyatini qo'llab-quvvatlash, muvofiqlashtirish va tartibga solishga yo'naltirilgan marketing tadbirlarini joriy etishga qaratilgan.

Ilmiy ish tahlillari bo'yicha, turizmida integrasiyalashgan marketing konsepsiyasini o'zaro bir nechta darajada amalga oshirish ziyorat turizmi bozorida ijobiy samaraga erishishning

asosiy muhim shartlaridan biri xisoblanadi. Turizm industriyasida innovasiyalar bevosita axborotlar va axborot texnologiyalari bilan bog'liq. Jahon iqtisodiyotida axborot texnologiyalari sohasidagi yangiliklar turizm sohasini innovasion rivojlantirishning muhim omillaridan biri hisoblanadi. Turizm industriyasida zamonaviy sayyohlik biznesi bugungi kunda zamonaviy axborotlar logistikasi tizimlarini amaliyotga faol tatbiq etish bilan rivojlanish, o'sish ko'rsatkichlarini namoyon qilmoqda.

Yurtimizda turizm mahsulotlarining xorijiy iste'molchilari o'rtasida o'tkazilgan sosiologik so'rovlar natijalariga ko'ra, turizm bozorining potensial tashqi istemolchilari mamlakatimiz turizm olami va salohiyati to'g'risidagi kerakli ma'lumotlarni topishda asosan turizm agentligi va byurolari hamda do'stlarining maslahatlari yordamida qabul qilmokda. Turizm industriyasining rivojlanishida mazkur holat, o'z navbatida, ziyorat turizmi bozorida analitik-axborotlar tizimini takomillashtirish talabini keltirib chiqaradi.

Milliy turizm bozorlarida marketing axborot tizimi unumli va samarali strategik marketing qarorlarini qabul qilish uchun zarur ma'lumot va axborotlarni jamlash, tahlil qilish, tartibga solish, baholash va tegishli kanallar orqali tarqatish uchun doimiy, muntazam harakatdagi resurs va usullar kompleksidan iborat. Muntazam harakatdagi resurs va usullar kompleksining marketing axborot tizimi tuzilmasini to'rtta asosiy bo'g'inga ajratib ko'rsatish mumkin. YA'ni: ichki axborotlar tizimi; marketing axborotlarini tahlil qilish tizimi; bozor holati bo'yicha marketing kuzatuv tizimi; markaziy maxsus marketing tadqiqotlari tizimi.

Xalqaro turizm bozorlarida "Ziyarah tourism" brendini mustaxkamlashda sayyoxlik korxona va tashkilotlarda marketing axborot tizimi faoliyati soha bo'yicha tegishli boshqaruv qarorlari uchun talab etilgan jihat va hajmdagi TMM vazirligi tarkibidagi axborot va ma'lumotlar kompleksini yaratish maqsadida tegishli resurs va texnologiyalar jamlanishiga yo'naltirilgan kompleks harakatlar majmui hisoblanib, quyida ko'rsatilgan marketing axborot tizimi konsepsiyasida aks etadi.

Ziyorat turizmi bozorlarida marketing uslub va tamoyillari bo'yicha markazlashtirilgan, tizimlashtirilgan ma'lumot va axborotlardan jami xalqaro va milliy tashkilot va korxonalarni axborotlashtirish muhitini tashkil etib, barcha mavjud bo'limlar tomonidan ish samaradorligi hamda boshqaruv maqsadlarida qaror qabul qilishda foydalanilishi mumkin.

Marketing axborot tizimi turizm bozorlarida ishtirok etuvchi barcha turistik korxonalar, shu bilan birga, alohida tashkilotda barcha bo'limlarni bog'lovchi markaziy mexanizmga aylanishi, ular o'rtasida unumli, samarali axborot harakatini yo'lga qo'yishi hamda olinayotgan axborot va ma'lumotlarning ochiqqligi, to'liqligi, haqqoniyligi va o'z vaqtidaligini ta'minlaydi.

Ziyorat turizmi bozorlarida marketing axborot tizimining natijaviy mahsuloti axborot va ma'lumotlar bazasi yoki tegishli marketing hisobotlari ko'rinishidagi korxona va tashkilotning mikromuhiti, makromuhiti va ichki muhiti holatini ko'rsatib beruvchi ma'lumotlar yig'indisi hisoblanadi.



Ziyorat turizmi bozorlarida ma'lumot va axborotlar tizimi doirasida axborotlar harakatini nafaqat vertikal, balki gorizontol holdagi, ya'ni alohida bitta boshqaruv tuzilmasi bo'limlari o'rtasida yoki boshqarmalararo tizimli aloqalarga oid harakatlari kuzatiladi. Ziyorat turizmi bozorlarida ishtirokchilar o'rtasida axborot ayirboshlash bo'yicha munosabatlarning samarali amalga oshishi xalqaro turoperatorlar va turistik tashkilotlar o'rtasidagi hamkorlik munosabatlarini tashkil etishning asosiy harakatlantiruvchi kuchidan biri hisoblanadi.

Ziyorat turizmi bozorlarida axborot harakatlari hamda ularning tizimli oqimlari natijasi hisoblangan markaziy axborot va ma'lumotlar bazasining tuzilmaviy tavsiflarini tadqiq etish, ularni shakllantirish, istiqbolda ulardan foydalanish unumdorligini oshiradi.

O'zbekiston turizm va sport vazirligi negizida sayyohlik korxona va tashkilotlarini markazlashgan yagona axborot tizimiga birlashtiruvchi, markaziy axborot va ma'lumotlar bazasini yaratish asosida respublika sayyohlik veb-portalini yanada mukammal ko'rinishda takomillashtirish bugungi kunda dolzarb masalalardan biri hisoblanadi. Mazkur masalaning yechimi yurtimizda ziyorat turizmi sohasining samarali rivojlanishini ta'minlovchi imkoniyatlarni namoyon etadi.

Shu bilan bir qatorda "Ziyarah tourism" elkktron platformasi negizida virtual obyektlarning real makonda aks ettirish QR-code texnologiyasini takomillashtirish orqali mahsulotlarini diversifikasiya qilish, ularnig innovasion turlari bo'yicha axborotlar tizimining asosiy negizi sifatida virtual sayyohlik filiallar ofislari yaratilgan va interfaol sayyohlik axborotlar tizimi taklif etilgan.

Bugungi kunda jahon iqtisodiyotida IT tizimining reklama uzatishdagi o'rni muhim ahamiyatga ega bo'lib, istiqbolni belgilovchi yo'nalishlardan hisoblanadi. Ma'lumki, bugungi kunda Amadeus, GTravel, Sabre, World Spar Service, Anollo va boshqa yirik elektron tizimlar mamlakatimizda ish olib bormoqda. Hozirgi kunda sayyohlik industriyasi, ayniqsa, mehmonxona faoliyatida avtomatlashtirilgan axborot tizimining rezervlash, rasmiylashtirish, mijozlar to'g'risida doimiy ma'lumot, interfeys, buxgalteriya hisobi, taymsheklar va boshqa yigirmadan ortiq yo'nalishidan samarali foydalanilmoqda.

O'zbekiston islom olamida o'z tarixi bilan yuqori mavqega ega. Musulmon sayyohlarning Imom Buxoriy at-Termiziy, Moturudiy ziyoratgohlariga tashrif buyurish uchun istaklari yuqori. Shuningdek, musulmon turistik bozori yildan yilga kengayib, talab ham ortib bormoqda. Bu borada "O'zbekiston ziyorat turizmi industriyasining jahon sayyohlik bozorlari tizimga integrasiyalashuvi dunyo xalqlari, millatlari va dinlarining yaqinlashuvi bag'rikenglikni mustaxkamlaydi xamda iqtisodiy barqarorlikni ta'minlaydi." deb ta'kidlangan. Musulmon mamlakatlari turistlarini jalb qilish va halol turizmni rivojlantirish orqali katta turistik oqimni yo'lga qo'yish imkoniyatiga ega. Shuning uchun ziyorat turizmi infrastrukturasini shakllantirish, ziyoratgohlar haqida ma'lumotlar bazasini takomillashtirish hamda ziyoratchilar uchun qulay sharoitlarni yaratishda quydagi takliflarga e'tibor berish lozim bo'ladi.

1. Hozirgi vaqtda xizmatlar bozori jadal sur'atlar bilan rivojlanmoqda, uning jug'rofiy maydoni kengaymoqda. Demografik vaziyatga ko'ra yaqin o'n yil ichida dunyo musulmon aholisi tez sur'atlar bilan o'smoqda. Bu o'z navbatida ziyorat turizmiga bo'lgan talabni ortib borishiga sabab bo'ladi.

2.O'zbekistonning jahon savdo tashkilotiga kirish jarayonini faollashtirish maqsadida ziyorat turizmi mahsulotlari va xizmatlarini, shu jumladan Markaziy Osiyo, Yaqin Sharq va boshqa mintaqalar bozorlariga eksport qilishga alohida e'tibor qaratish talab etiladi.

3.Buning uchun halol mahsulotlarining milliy sertifikatlash tizimini rivojlantirish, halol standartlari bo'yicha xalqaro sertifikatlashtirish tizimini o'rganish, normativ-huquqiy bazani yaratish va ishlab chiqish, tashkiliy va iqtisodiy chora-tadbirlarni amalga oshirish lozim bo'ladi.

4.Shuningdek, ziyorat turizmi sohasida O'zbekistonning ulkan salohiyati xalqaro jamoatchilikni qiziqtirayotganini, bu orqali yurtimizga turistlar oqimini yanada oshirish imkoniyatlari mavjudligini inobatga olgan holda, mazkur sohadagi qonunchilik bazasini yaratishga hamda zaruriy infratuzilmani barpo etishga yo'naltirilgan tashkiliy-iqtisodiy mexanizmni takomillashtirish maqsadga muvofiq bo'ladi.

5.Turli din vakillari, millatlar va xalqlarning urf-odatlar va an'analarini inobatga olgan xolda tegishli servis xizmatlarini tashkil etish, innovasion takliflar yaratish talab etiladi.

### **Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati**

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti SH.M.Mirziyoyevning 2016 yil 2 dekabrda PF-4861-sonli «O'zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta'minlash chora-tadbirlari to'g'risida» gi Farmoni. O'zbekiston Respublikasi qonun hujjatlari to'plami, 2016 y.

2. "O'zbekiston Respublikasini turizmni jadal rivojlantirishga oid qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida" PF-5611, 05.01.2019y.

3. 2019-2025 yillarda O'zbekiston Respublikasida turizm sohasini rivojlantirish Konsepsiyasi. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 5 yanvardagi PF-5611-sonli Farmoniga ilova.

4.Eshtoyev A.A..(2019.)"Globallashuv sharoitida turizm industriyasini rivojlantirishning marketing strategiyasi" (O'zbekiston Respublikasi turizm tarmog'i misolida) Avtoreferat.Samarqand

5. Xudoyarov A.A.( 2020).Turizm va mehmonxona industriyasi asoslari. O'quv qo'llanma. – Toshkent: Complars Print,

6. Tuxliyev N., Abdullayeva T.( 2008.) Osnovi bezopasnosti v turizme.T.: Gos.nauch.izd-vo O'zbekiston milliy ensiklopediyasi, (367 s.)

7. Мазин К.А.(2009. ) Паломничество и религиозный туризм: сравнение сквозь призму тысячелетий // Современніе проблемі сервиса и туризма.(№ 4. – С. 8-24.)

8. Xudoyarov A.A. Abdurasulov B.( 2019.) Ziyorat turizmida logistika. O‘quv qo‘llanma. – T.: MUMTOZ SOZ,
- 9 .Xudoyarov A A.( , 2020.)O‘zbekistonda ziyorat turizmining rivojlanish xususiyatlari va tendensiyalari. Monografiy.T- Complers Print
10. <https://uzbektourism.uz/uz/newsnews/>
10. <http://uza.uz/oz/tourism/zbekistonda-ziyerat-turizmi-2018-yilga-nazar-27-12-2018>
11. <https://uzbektourism.uz/cyrl/newnews/view?id=992>

