

TURIZM SANOATIDA RAQOBATBARDOSH TURISTIK DESTINATSIYANING AHAMIYATI

Nurullayeva Umida Muxammad qizi
Toshkent Davlat Sharqshunoslik universiteti

Annotatsiya. *Ushbu maqola bilan turizmدا destinatsiyaning o'рни hamda destinatsiyalarning raqobatbardoshligini oshirish bo'yicha tavsiyalar, O'zbekistondagi mashhur turistik destinatsiyalar, ularning turizm industriyasi rivojiga qo'shayotgan hissalari yoritib berilgan.*

Kalit so'zlar: *turizm, destinatsiya, raqobatbardoshlik, sanoat, sayyoh, manzil, sayohat.*

Аннотация. *В данной статье освещена роль дестинации в туризме, даны рекомендации по повышению ее конкурентоспособности, популярные туристские дестинации и их конкурентные преимущества в этой отрасли.*

Ключевые слова *туризм: дестинация, конкурентоспособность, индустрия, путешественник, место, путешествие.*

Annotation. *This article highlights the role of the destination in tourism, recommendations for increasing its competitiveness, popular tourist destinations and their competitive edge in this industry.*

Key words: *tourism, destination, competitiveness, industry, tourist, place, trip.*

KIRISH

Turizm davlatlarning iqtisodiga o'z hissasini qo'shibgina qolmasdan, balki bugungi kunga kelib ko'plab davlatlar iqtisodiyotining asosiy lokomotivi ham hisoblanadi. Shu munosabat bilan, davlatlar o'zlarining turizm salohiyatini yildan yilga yaxshilashga, mukamallashtirishga hamda yanada kengaytirishga harakat qilishadi. Bu esa o'z navbatida, davlatlar infratuzilmasi hamda jamiyat yashash sharoiti va daromadlarida o'z aksini ko'rsatadi.

Bundan tashqari, sayyohlik xizmatini ko'rsatishni muvaffaqiyatli yo'lga qo'ygan va turizm faoliyatidan mo'tadil daromad ko'radigan davlatlarning boshqa ustun jihatlari ham mavjud bo'lib, ushbu ustunliklar shaharsozlik, shahar ozodaligi, kichik va o'rta biznes sektorlarining rivojlanishda kuzatiladi.

Shuningdek, turizm salohiyati baland bo'lgan davlatlarda nafaqat iqtisodiy yuksalish balki, o'z o'rnida umuminsoniy munosabatlar ham mustahkamlanadi. Bunda, turli millat vakillarining o'zaro fikr mulohaza almashinishi, bir birining qadriyatlarini o'rganishi hamda san'at va madaniyatning yuksalishiga yo'l ochadi.

Agar turizmning tarixiga nazar solinadigan bo'lsa, unda ham asosan odamlar yangi manzillarni qidirishidan boshlagandur, yani turizm insonlar uchun o'zlari yashab turgan maskanga qaraganda har tomonlama manfaatliroq bo'lgan maskanlarga tashrif buyurishidan boshlangandur. ushbu tendensiyani zamonaviy turizmда ham kuzatishimiz mumkindur. Misol uchun, sovuq mamlakatlarda istiqomat qiluvchilarga ekzotika, issiq mamlakatlar

aktualroqdur, agarda dam olishga sayohat qilishga imkoni topilsa, albatta har doimgi atmosferadan o'zgacharogini tanlashadi. Shu sababli ham biron bir mamlakatda turizm salohiyati yuqori bo'lsa-yu uni rivojlantirishga kerakli shart sharoitlar bo'lmasa u kutilgan natijalarga erishmaydi va jahon bozorida uzining turistik jozibadorligini yo'qotadi. Kerakli shart sharoitlar deganda infrastrukturani yaxshilash, turistik segmentlarni diversifikatsiya qilish, maqsadli investitsiya qilish, zamonaviy marketing taktikalaridan unumli foydalanishni nazarda tutiladi.

Hozirgi kunda sayyohlar asosan sayohatdan oladigan potensial emotsiyalariga asoslangan holda sayyohlik obyektni tanlashadi, bundan kelib chiqqanda shuni aytish mumkinki, turistik produktning nomoddiyligini, shu sababli ham turistga unutilmas xotiralarni berib, uni qayta qayta o'ziga tortishi uchun turistik destinatsiya boshqa turistik punktlariga qaraganda raqobatbardosh bo'lishi lozim. Albatta raqobatbardoshlikni oshirishda go'zal va betakror maskandan tashqari infrastruktura, geopozitsiya, mablag', mamlakatning siyosiy ahvoli, turistik xizmatlar sifati va shu kabi boshqa muhim omillar ham muhim o'ynaydi.

Tadqiqotning maqsadi

Har bir sanoatning o'ziga xos kuchli va takrorlanmas tomonlari bor bo'lib, har bir biznesning rivojlanishida talab va taklifni to'liq va mukammal javob berishi hal qiluvchi punkt sanaladi. Ma'lumki, turizm sanoati nomoddiy bo'lib bunda mahsulot bu his tuyg'u, tajriba va bilimlar hisoblanadi va aynan ularni sayyohlarga betakror qilib yetkazib berish, takrorlanmas emotsiya va xotiralar bera olish, xalq orasida mashhur, talabga javob beradigan infrastrukturali sayyohlik punktining o'zni ahamiyatli. Bulardan tashqari, xushmuomila personal, mukammal tuzilgan turpaketlar, qoniqarli turargoh, pozitiv brend bu biron bir destinatsiyaning sayyohga mos bo'lishida asosiy punktlardan biri. Shunga asoslangan holda maqolani maqsadi qilib quyidagilarni o'z ichiga oladi:

- Turizmga destinatsiyaning raqobatbardoshligi;
- O'zbekistondagi raqobatbardosh turistik destinatsiyalar va ularning o'ziga xosligi;
- O'zbekistondagi destinatsiyalar raqobatbardoshligini oshirish bo'yicha takliflar;

Mavzuning o'rganilganlik darajasi

Raqobatning ustunligi ko'plab kompaniya va indusriya vakillari tomonidan biron bir biznesning drayveri sifatida ko'p foydalanilmoqda va shu qatorda turizm ham bundan mustasno emas. Raqobatbardoshlikni turizm va destinatsiyalarni boshqarishda Porterning 1990-yildagi "Xalqlarning raqobatbardosh ustunligi" kitobidan so'ng aktiv qo'llanila boshlagan. Sanoat darajasida raqobatning ustunligi firmaning raqobatdoshiga qaraganda ko'proq iqtisodiy qiymat yaratish qobiliyatini ya'ni firma mahsuloti yoki xizmatlarini sotib olgan mijoz tomonidan qabul qilingan foyda va ushbu mahsulot yoki xizmatlarning to'liq iqtisodiy qiymati o'rtasidagi farqni tavsiflash uchun ishlatiladi (Barney 2007: 17).

Turistik destinatsiya raqobatbardoshligi asosan bozor imkoniyatlarini qayta taqsimlashda ishlatiladi (Patton, 1985).

Turistik raqobatbardoshlik doimiy o'zgarib turadigan global turizm sanoatida raqobatbardosh ustunlikka intilayotgan hukumatlar va yo'nalishlar uchun asosiy masaladir. Sayyohlik obyektlarining nisbiy raqobatbardoshligi ularning global bozorlardagi ishlashiga

ta'sir qiladi (Sedlacek va boshq., 2022). Sayyohlarni joylarga jalb qilish yanada qiyinlashgan, chunki global turizm bozorining o'sishi sekinlashdi va bozor ulushlari o'zgardi. Natijada joylarning turistik raqobatbardoshligiga ko'proq e'tibor qaratiladi. Turistlarga ajoyib tajriba berish uchun joyning kuchi yoki salohiyati turizm raqobatining markazidir (Zeng va boshq., 2022).

Sayyohlik raqobatbardoshligi masalasi global turizm sektorini boshqarish va samarali faoliyat yuritishni istagan mamlakatlar uchun juda muhim hisoblanadi sababi mamlakatning turizm sohasidagi siyosatchilar va mutahassislar aynan distinatsiyaning raqobatbardoshligiga asoslangan holda muhim qarorlar qabul qilishadi va izlanishlar olib borishadi.

Oxirgi yillarda turizm raqobat ustunligi aosiylar masala sifatida ko'p o'rganildi va jahon olimlari tomonidan bir qator tadqiqotlar olib borildi ular asosan konnotatsiya, ta'sir ko'rsatuvchi omillar, menejment, baholash usullarini o'rganib quvonarli natijalarga erishishdi ammo bu mavzu shunchalik murakkab va keng qamrovliki hozirgacha to'liq o'rganilmagan yokida yetrlicha ma'lumot topilmagan.

Turizm raqobatbardoshlikni shakllanishi va rivojlanishi ko'plab faktorlarga bog'liqdur. Misol uchun, Eraqi (2011) raqobatbardoshlikga ta'sir qiluvchi omillarni turli qarashlar tomonidan o'rganib chiqib, Misr kroxonalariidagi marketing usullari va sayyohlarni raqobatbardoshlikga bo'lgan munosabatlarini o'rganib chiqdi va o'z hulosalariini Misr turizmnini rivojlantirish va kengaytirishda ishlatdi.

Olimlarning ta'kidlashicha raqobatbardoshlik ko'pincha inson faktorlariga, qobiliyatning ustuvorligi, ommaviy imij marketingi va bilimga asoslanadi. Bundan tashqari ta'kidlash joizki shahar turizmida sayyohning savodxonligi, distinatsiyaning ilmiy va texnologik rivojlanishi, shahar turizmining raqobatbardoshligini oshiradi. Global turizmning o'sishi bozor ulushlarini o'zgartirib uni sekinlashtirgani turistlarni o'ziga jalb qilishni yanada murakkablashtirdi. Buning natijasida turist distinatsiyaning raqobatbardoshligiga va jozibadorligiga har doimgidanda ko'proq e'tibor qila boshladi. Sayyohlarga o'zlari ko'zlagan o'sha takrorlanmas tajribani berish uchun distinatsiyaning ustun tomonlari ko'p bo'lishi va imkoniyatlarining yetarlicha ekanligi turizm distinatsiyasi raqobatbardoshligini mustahkamlashni asosidur.

Bugungi kunga kelib bu mavzuning ko'plab dunyo olimlarining ko'plab izlanishlariga qaramasdan mening fikrimcha yetarlicha chuqur o'rganilmagan bunga sabab qilib distinatsiyaning raqobatbardoshligi atamasiga anniq formulali ta'rif berilmaganligidadur. Ko'plab tadqiqotlar asosan biron bir sayyohlik punktining qanchalik ko'p tashrif buyurilganligiga asoslana holda o'tkazilgandur va bu albatta noto'g'ri. Biz raqobatbardoshlikni bir nechta keng qamrovli faktorlarga tayangan holda baholaymiz, bularga davlat geopolitsiyasi, ekologiya, iqtisodiyoti, geosiyosati, siyosati va shu kabilar kiradi.

Agar biz raqobatbardoshlikni faqatgina tashrif buyuruvchilar soni bilan o'lcaydigan bo'lsak u mehmondo'stlikga asoslanib qolgan bo'ladi vaholanki raqobatbardoshlikni baholash murakkab jarayon. Turistik yo'nalishning raqobatbardoshligini baholash uchun bir qancha omillardan foydalanish mumkin. Bu omillarga quyidagilar kiradi:

1. Infratuzilma: Turistlarni jalb qilishda transport tarmoqlarining mavjudligi va sifati, turar joy imkoniyatlari, jamoat ob'ektlari va qulayliklar muhim ahamiyatga ega.

2. Diqqatga sazovor joylar: tabiiy, madaniy, tarixiy va rekreatsion diqqatga sazovor joylarning mavjudligi destinatsiyaning raqobatbardoshligida muhim rol o'ynaydi. Ushbu diqqatga sazovor joylarning o'ziga xosligi va xilma-xilligi destinatsiyani tashrif buyuruvchilar uchun yanada jozibador qilishi mumkin.

3. Marketing va reklama: samarali marketing strategiyalari va reklama tadbirlari xabardorlikni oshirish va turistlarni jalb qilish uchun muhim ahamiyatga ega. Bunga reklama kompaniyalari, sayohat ko'rgazmalarida ishtirok etish, ommaviy axborot vositalaridan foydalanish va sayyohlik agentliklari bilan hamkorlik kiradi.

4. Xavfsizlik: Turistlar maqsad tanlashda xavfsizlikni birinchi o'ringa qo'yadilar. Maskanning tinchligi va xavfsizligi, shuningdek, obro'si uning raqobatbardoshligiga ta'sir qilishi mumkin.

5. Turistik obyektlar va xizmatlar: Restoranlar, do'konlar, turoperatorlar va ko'ngilochar variantlar kabi keng ko'lamli xizmatlarga ega rivojlangan turizm infratuzilmasiga ega bo'lish tashrif buyuruvchilarning umumiy tajribasini yaxshilashga yordam beradi.

6. Ekologik barqarorlik: Turistlar soni ortib borayotgani barqaror amaliyotlarga ustuvor ahamiyat beradigan yo'nalishlarni qidirmoqda. Atrof-muhitga e'tiborli bo'lish va barqaror tashabbuslarni amalga oshirish destinatsiyaning raqobatbardoshligini oshirishi mumkin.

7. Resurslarning yetarliligi: sayyohlik punktiga ham mamlakat ichida, ham xalqaro miqyosda borishning qulayligi va arzonligi uning raqobatbardoshligiga ta'sir qilishi mumkin. Yaxshi transport aloqalari, jumladan, aeroportlar, avtomagistral va jamoat transporti imkoniyatlari juda muhimdir.

8. Tashrif buyuruvchilar tajribasining sifati: Ijobiy va unutilmas tashrif buyuruvchilar tajribasi takroriy tashriflarni jalb qilish va og'zaki og'zaki tavsiyalarni jalb qilish uchun juda muhimdir. Bu mijozlarga xizmat ko'rsatish, mehmondo'stlik, tozalik va umumiy qoniqishni o'z ichiga oladi.

9. Narxlar raqobatbardoshligi: Belgilangan joyga tashrif buyurish narxi, shu jumladan turar joy, ovqatlanish va tadbirlar uning turistlar uchun jozibadorligiga ta'sir qilishi mumkin. Boshqa shunga o'xshash yo'nalishlarga nisbatan narx raqobatbardoshligi muhim omil hisoblanadi.

10. Fikr-mulohazalar: Onlayn sharhlar va oldingi tashrif buyuruvchilarning fikr-mulohazalari turistik yo'nalishni idrok etish va raqobatbardoshligiga ta'sir qilishda muhim rol o'ynaydi. Ijobiy sharhlar va yuqori reytinglar uning jozibadorligini oshirishi mumkin. Har bir omilni baholanayotgan manzilning o'ziga xos xususiyatlari va maqsadlari bilan bog'liq holda tahlil qilish muhimdir.

Tadqiqot natijalari:

O'zbekiston tarixan o'zining boy turizm salohiyati bilan mashhur va serqatnov maskan bo'lgan. Tarixdan ma'lumki, qadimgi Movarounnahr hozirgi zamonaviy O'zbekiston hududiga to'g'ri keladi va o'sha qadim zamonlardan boshlab ko'plab, savdogarlar, ilmi muovinar, olimlar Buyuk Ipak yo'li orqali sayohat qilishganda, albatta, qadimgi

O‘zbekistonni ham sayr qilishgan. Samarqand, Buxoro, va Xiva shaharlari eng mashhurlari bo‘lib, ular o‘zlarining takrorlanmas, hashamatli, murakkab arxitekturasi bilan mashhur jome masjidlari, madrasalari, saroylari bilan turistlarni o‘zlariga jalb qiladi. O‘z o‘rnida aytib o‘tish kerakki, Samarqandagi Registon kompleksi, Bibixonim madrasasi, Ulug‘bek rasadxonasi, Buxorodagi mashhur Buxoro arki, Chor Minor madrasasi, Masjidi Kalon, Mir Arab madrasasi, Xorazmdagi Ayoq qal‘a, Ichan qal‘a, Olloqulixon madrasalari hozirgi kunga qadar sayyohlarni dilraboday o‘ziga jalb qilib kelmoqda. O‘zbekiston nafaqat musulmon dunyosi uchun balki, boshqa din vakillari tashrif buyurishlari uchun ajoyib mamlakat hisoblanadi, ayniqsa buddistlar va yahudiylar uchun, bunga boy tariximiz guvohlik qiladi.

O‘zbekiston nafaqat o‘zining tarixi bilan balki tabiati, bunda o‘zining takrorlanmas Tian shan va Pomir tog‘ tizmalari, Nurota-Qizilqum qo‘riqxonasi va Orol dengizi o‘ziga xos turistik imkoniyatlarni ochadi va albatta o‘ziga yarasha nafaqat Ozbekistondagi balki Markaziy Osiyoda turizmni diversifikatsiya qilish orqali o‘ziga tortishi va rivojlanitirishi mumkin bo‘ladi. tabiiy turizm salohiyatidan tashqari, O‘zbekiston o‘zining turli hil festivallari va tadbirlari bilan ham ko‘pchilikda qiziqish uyg‘otadi. Albatta so‘z “Sharq Taronalari” haqida ketmoqda.

“Sharq taronalari” xalqaro musiqa festivali nomi bilan ham mashhur bo‘lib Samarqand shahrida o‘tkaziladigan mashhur tadbirdir. “Sharq ohanglari” deb ham ataladigan ushbu festival ikki yilda bir marta Markaziy Osiyo, Yaqin Sharq va undan tashqaridagi an‘anaviy musiqalarni nishonlaydi. Festival musiqaning universal tili orqali madaniy almashinuv va tushunishni rivojlantirishga qaratilgan. U turli mamlakatlardan musiqachilar, xonandalar va raqqosalarni o‘z iste‘dodini namoyish etish va musiqiy an‘analarining go‘zalligi bilan o‘rtoqlashish uchun birlashtiradi. Festival davomida Samarqandning turli tarixiy maskanlarida, jumladan Registon maydoni, Gur-e-Amir majmuasi va Bibixonim masjidida chiqishlar bo‘lib o‘tadi. Bu joylar an‘anaviy musiqa va raqsning jo‘shqin chiqishlari uchun ajoyib fon bo‘lib xizmat qiladi.

Festival dasturida cholg‘u ansambllari, vokal solistlari va an‘anaviy raqs jamoalari kabi keng ko‘lamli chiqishlar mavjud. Tadbirda O‘zbekiston, Eron, Turkiya, Hindiston, Xitoy va boshqa ko‘plab mamlakatlardan san‘atkorlar ishtirok etib, o‘z madaniy merosini jahon sahnasida namoyish etmoqda. Festivalda asosiy spektakllar bilan bir qatorda, san‘atkorlar va tadqiqotchilarga an‘anaviy musiqa bo‘yicha fikr va tushunchalar almashish imkonini beruvchi mahorat darslari, konferensiyalar va ko‘rgazmalar ham o‘tkaziladi. Ushbu tadbirlar madaniy xilma-xillik va an‘anaviy musiqa shakllarini saqlash va targ‘ib qilishga xizmat qiladi.

“Sharq taronalari” ko‘plab xalqaro mehmonlar, musiqa ixlosmandlari va mintaqaning boy musiqiy merosi bilan tanishishga qiziquvchi olimlarni o‘ziga jalb qiladi. Festivalning ko‘p madaniyatli muhiti Samarqandning tarixiy manzarasi bilan uyg‘unlashib, uni chinakam noyob va unutilmas voqeaga aylantiradi.

O‘zbek oshxonasi o‘zining turfa ta‘mli va xilma-xil taomlari bilan mashhurdir. Ommabop taomlar qatoriga palov, kabob, manti, turli xil nonlar kiradi. O‘rta Osiyo, fors va turkiy ildizlar ta‘sirida bo‘lgan mamlakatning oshpazlik merosi xalqaro e‘tirofga sazovor bo‘lib, oziq-ovqat ishqibozlarini mahalliy lazzatlar va pishirishning an‘anaviy usullarini o‘rganishga jalb qilmoqda. Madaniy meros, tabiiy go‘zallik va yaxshilangan sayyohlik

infratuzilmasi o'zining noyob uyg'unligi bilan O'zbekiston kelgusi yillarda tobora ortib borayotgan xalqaro sayyohlarni jalb qilish uchun qulay sharoitga ega. Hukumatning turizm sohasini rivojlantirish va O'zbekistonni raqobatbardosh sayyohlik yo'nalishi sifatida targ'ib etishga qaratilayotgani turizm industriyasi istiqbollarni yanada kengaytirmoqda. Bu kabi jozitiv o'zgarishlar va hukumat tomonidan bo'lgan etibor O'zbekistonni turizm bozorida yanada raqobatbardosh bo'lishida o'z hissasini qo'shmasdan qolgan emas.

Xulosa va takliflar

Yuqorida berib o'tilgan ma'lumotlardan shuni hulosa qilish mumkinki O'zbekistonning dunyo miqyosida turistik salohiyatini oshirishga ega bo'lgan salohiyati bor bo'lib, quyida O'zbekistonning turizmdagi imkoniyatlarini maksimallashtirish va uning raqobatbardoshligini oshirish bo'yicha fikr va mulohazalarni keltirib o'tish joiz:

O'zbekiston o'zining sayyohlik yo'nalishlari raqobatbardoshligini oshirishning bir necha yo'li mavjud:

1. Marketing va reklama: Mamlakatning marketing va reklama strategiyalarini takomillashtirish mashhurlikni oshirishga va xalqaro sayyohlarni ko'proq jalb qilishga yordam beradi. Noyob madaniy meros, tabiiy go'zallik va turli turistik diqqatga sazovor joylarni ta'kidlaydigan keng qamrovli marketing kampaniyasini ishlab chiqish ham samarali bo'lishi mumkin. Bu raqamli marketing, reklama kampaniyalari, xalqaro sayohat yarmarkalarida ishtirok etish va xorijiy sayyohlik agentliklari bilan hamkorlikni o'z ichiga olishi mumkin.

2. Infratuzilmani rivojlantirish: infratuzilmani rivojlantirishga investitsiyalarni davom ettirish, butun mamlakat bo'ylab foydalanish imkoniyati va ulanishni yaxshilash uchun muhim ahamiyatga egadir. Bu aeroportlarni modernizatsiya qilish, yo'l tarmoqlarini yaxshilash, jamoat transporti tizimini kengaytirish, turar joy va turizm ob'ektlari sifatini oshirishni o'z ichiga olishi mumkin. Umumiy infratuzilmani yaxshilash sayyohlarning O'zbekiston bo'ylab harakatlanishi va uning turli yo'nalishlari bilan tanishishini osonlashtiradi.

3. Turistik xizmatlar va ob'ektlar: turistik xizmatlar va ob'ektlar sifatini oshirish tashrif buyuruvchilar uchun ijobiy tajribani ta'minlash uchun juda muhimdir. Bu turar joyning yuqori standartlarini ta'minlash, ovqatlanishning keng tanlovini taklif qilish, bilimli ekskursavod va gidlar bilan ta'minlash va mijozlarga xizmat ko'rsatishni yaxshilashni o'z ichiga oladi. Bundan tashqari, barqaror turizm amaliyotlari va atrof-muhitga zarar etkazuvchi tashabbuslarni ilgari surish ekologik ongli sayohatchilarni jalb qilishi mumkin.

4. Kerakli ko'nikmalarni rivojlantirish: Turizm sohasida faoliyat yuritadigan shaxslar uchun trening va malaka oshirish dasturlariga sarmoya kiritish tashrif buyuruvchilarning umumiy tajribasini sezilarli darajada oshirishi mumkin. Uzluksiz ta'lim va kasbiy o'sish ishchi kuchining bilimli, ko'p tillarni bilishi va yuqori sifatli xizmatlarni taqdim eta olishini ta'minlaydi. Bu tillarni o'rgatish, mehmondo'stlik bo'yicha treninglar va turizmni boshqarish bo'yicha maxsus kurslarni o'z ichiga olishi mumkin.

5. Turistik mahsulotlarni diversifikatsiya qilish: Turistlarni kengroq jalb qilish uchun O'zbekiston o'zining turistik mahsulotlarini diversifikatsiya qilishga e'tibor qaratishi muhimdur. Bu sarguzasht turizmi, ekoturizm, madaniy turizm va pazandachilik turizmi kabi

turizm segmentlarini rivojlantirishni o'z ichiga oladi. Bundan tashqari, turistlar orasida kamroq mashhurlikga erishgan yo'nalishlarni targ'ib qilgan holda va uyda qolib va madaniyatimizga sho'ng'ish imkonini beruvchi dasturlar kabi noyob tajribalarni yaratish tashrif buyuruvchilarga ko'proq imkoniyatlarni taqdim etadi va ularni mashhur sayyohlik markazlaridan tashqarida kashf etishga undaydi

6. Hamkorlik va korporatsiyalar: Boshqa davlatlar, sayyohlik tashkilotlari va xalqaro aviakompaniyalar bilan hamkorlik aloqalarini o'rnatish O'zbekistonga sayyohlar oqimini oshirishga yordam beradi. Bu qo'shma marketing kampaniyalarini, sayyohlik agentliklari va aviakompaniyalarni rag'batlantirish dasturlarini va transchegaraviy turizm yo'nalishlarini yaratish uchun qo'shni davlatlar bilan strategik hamkorlikni o'z ichiga olishi mumkin.

Ushbu strategiyalarni amalga oshirish orqali O'zbekiston o'zining sayyohlik yo'nalishlari raqobatbardoshligini oshirishi va o'zini Markaziy Osiyodagi yetakchi yo'nalish sifatida ko'rsatishi mumkin.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. Portnering 1990 yildagi "Xalqlarning raqobatbardosh ustunligi
2. Eraqi M. I. (2011). Co-creation and the new marketing mix as an innovative approach for enhancing tourism industry competitiveness in Egypt. *Int. J. Serv. Oper. Manag.* 8:76. 10.1504/IJSOM.2011.037441 [CrossRef (<https://doi.org/10.1504/IJSOM.2011.037441>)] [Google Scholar (https://scholar.google.com/scholar_lookup?journal=Int.+J.+Serv.+Oper.+Manag.&title=Co-creation+and+the+new+marketing+mix+as+an+innovative+approach+for+enhancing+tourism+industry+competitiveness+in+Egypt.&author=M.+I.+Eraqi&volume=8&issue=76&publication_year=2011&pmid=35009967&doi=10.1504/IJSOM.2011.037441&)]
3. Zeng L., Li R. Y. M., Nuttapong J., Sun J., Mao Y. (2022). Economic development and mountain tourism research from 2010 to 2020: bibliometric analysis and science mapping approach. *Sustainability* 14:562. 10.3390/su14010562 [CrossRef (<https://doi.org/10.3390/su14010562>)] [Google Scholar (https://scholar.google.com/scholar_lookup?journal=Sustainability&title=Economic+development+and+mountain+tourism+research+from+2010+to+2020:+bibliometric+analysis+and+science+mapping+approach.&author=L.+Zeng&author=R.+Y.+M.+Li&author=J.+Nuttapong&author=J.+Sun&author=Y.+Mao&volume=14&issue=562&publication_year=2022&doi=10.3390/su14010562&)]
4. Patton S. G. (1985). Tourism and local economic development: factory outlets and the reading SMSA. *Growth Change* 16 64–73. 10.1111/j.1468-2257.1985.tb00758.x [CrossRef (<https://doi.org/10.1111/j.1468-2257.1985.tb00758.x>)] [Google Scholar (https://scholar.google.com/scholar_lookup?journal=Growth+Change&title=Tourism+and+local+economic+development:+factory+outlets+and+the+reading+SMSA.&author=S.+G.+Patton&volume=16&publication_year=1985&pages=64-73&doi=10.1111/j.1468-2257.1985.tb00758.x&)]

5. Zeng L., Li R. Y. M., Nuttapong J., Sun J., Mao Y. (2022). Economic development and mountain tourism research from 2010 to 2020: bibliometric analysis and science mapping approach. *Sustainability* 14:562. 10.3390/su14010562 [CrossRef (<https://doi.org/10.3390/su14010562>)] [Google Scholar (https://scholar.google.com/scholar_lookup?journal=Sustainability&title=Economic+development+and+mountain+tourism+research+from+2010+to+2020:+bibliometric+analysis+and+science+mapping+approach.&author=L.+Zeng&author=R.+Y.+M.+Li&author=J.+Nuttapong&author=J.+Sun&author=Y.+Mao&volume=14&issue=562&publication_year=2022&doi=10.3390/su14010562&)]
6. Sedlacek S., Zekan B., Weismayer C., Gunter U., Schuh B. (2022). Regional sustainability and tourism carrying capacities. *J. Clean. Prod.* 339:130624. 10.1016/j.jclepro.2022.130624 [CrossRef (<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.130624>)] [Google Scholar (https://scholar.google.com/scholar_lookup?journal=J.+Clean.+Prod.&title=Regional+sustainability+and+tourism+carrying+capacities.&author=S.+Sedlacek&author=B.+Zekan&author=C.+Weismayer&author=U.+Gunter&author=B.+Schuh&volume=339&issue=130624&publication_year=2022&doi=10.1016/j.jclepro.2022.130624&)]
7. “O‘zbekistonning turistik salohiyati” <https://t.me/c/1843696421/270>
8. Sharq taronalari – Vikipediya https://uz.wikipedia.org/wiki/Sharq_taronalari
9. LEX.UZ <https://lex.uz> › docs/ PQ-135-сон 26.04.2023. RESPUBLIKANING TURIZM SALOHIYATINI JADAL RIVOJLANTIRISH HAMDA MAHALLIY VA XORIJIY TURISTLAR SONINI YANADA OSHIRISHGA DOIR QO‘SHIMCHA CHORATADBIRLAR TO‘G‘RISIDA