



**Ilmiy amaliy
jurnal
№ 3 (5)
2026**

**YANGI
O'ZBEKISTON
IQTISODIYOTI**

**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLY TA‘LIM, FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI**

**MIRZO ULUG‘BEK NOMIDAGI
O‘ZBEKISTON MILLIY UNIVERSITETI**

YANGI O‘ZBEKISTON IQTISODIYOTI

**Farg‘ona davlat universiteti uchun
MAXSUS SON**

3

ISBN 978-9943-5256-3-4

Toshkent – 2026

MUNDARIJA

Abduvoxidov A.A. Moliyaviy bilim va ko‘nikmalarning iqtisodiy mazmuni hamda nazariy tamoyillari.	7
Olimova N.X. Qayta tiklanadigan energiya manbalaridan samarali foydalanishni rivojlantirish strategiyalari.	11
Эргашев А.Х. Исследование текущих тенденций и ограничений инвестиционной активности предприятий в стране.....	15
Yulchiyev A.O. Turistik destinatsiya tabiati va rivojlanish omillari: taklif va talabga asoslangan yondashuvlar.....	19
Mirzayev A.T., Ne‘matova D.A. Sanoatning bazaviy tarmoqlarini rivojlantirish mexanizmlarini takomillashtirish.....	23
Karimov Sh.X. Turizm faoliyatini boshqarish jarayoniga hududiy salohiyatning ta‘sirini baholash.....	30
O‘rinboyev D.B. Qurilish materiallari sanoati korxonalarida inqirozning shakllanish bosqichlari va diagnostik ko‘rsatkichlari tahlili.....	34
Goziyev M.Sh., Bahodirova M.R. Digital transformation of corporate governance in developing economies (case of Uzbekistan).....	44
Israilova M.V. Sanatoriya-kurort sohasida mulkchilik munosabatlarini transformatsiyalashning ayrim masalalari.....	48
Turg‘unov M.M. Milliy iqtisodiyotda oziq-ovqat sanoati rivojlanishining tarmoq xususiyatlari.....	53
Raximova K.N. Raqamli iqtisodiyot sharoitida axborot texnologiyalari va kommunikatsiyalarini rivojlantirish masalalari.....	58
Mannopova M.S. Agrar sohaning barqaror rivojlanishida meva-sabzavotchilik klasterlari: tuzilma, yo‘nalishlar va asosiy tamoyillar.....	63
Nematova Sh.E. Raqamli transformatsiya sharoitida xizmatlar sifat menejmenti va kichik biznes subyektlarining iqtisodiy barqarorligi.....	68
Rasulov U.A. Raqamli iqtisodiyot — yangi O‘zbekiston iqtisodiy islohotlarining tayanch omili.....	72
Raximov D.Sh. Sanoat ishlab chiqarishini diversifikatsiya qilish jarayonlari va qayta ishlash tarmog‘ining raqobatbardoshlikka ta‘siri.....	77
Teshabayeva O.N. Turkiya tajribasi asosida turizm infratuzilmasini rivojlantirish yo‘nalishlari.....	81
Jumakulov Z.I., Tursunaliyeva K. O‘zbekiston Respublikasi bank tizimi: holati, rivojlanish tendentsiyalari va islohotlar samarasi.....	85
Jaksimova Z.R. Ko‘lam samarasi turlari, ularning tavsifi va ko‘lam samarasi asosida samaradorlikni oshirishning nazariy modellari.....	88
Yunusov A.R. "Green economy" - the problem of teaching at universities in Central Asia using the experience of european union universities.....	92
Юнусов Ш. Роль цифровизации и искусственного интеллекта в углублении региональных экономических отношений в Центральной Азии.....	95
Xalmatjanova G.D. Klasterlarni boshqarishning samaradorligini oshirish va resurslardan optimal foydalanish.....	104
Xomidov Q.Q. O‘zbekistonda turistik majmualar faoliyatini boshqarishning nazariy jihatlari.....	109
Jo‘rayev H.Q. Oziq-ovqat sanoati korxonalarining strategik salohiyatini baholashning jarayon va tizimli yondashuvlari	114
Xakimov D.R. Oliy ta‘lim sohasida bozor munosabatlari rivojlanishining asosiy omillari.....	117
To‘xtasinova D. Xalqaro hamkorlikning eksport-import oqimlarini tartibga solishdagi roli.....	123
Xolmatov B.A. Qishloq xo‘jaligi ishlab chiqarishida tejamkorlik darajasini statistik baholash.....	127
Jumakulov Z.I., Baxromov B. O‘zbekiston davlat byudjetini shakllantirishda soliqlarning roli.....	131
To‘ychiyeva B.V. Oziq-ovqat sanoati korxonalarining barqarorligini ta‘minlashda strategik boshqaruvning ilmiy-nazariy asoslari.....	133
Abdisamatov Sh.A. Makroiqtisodiy ko‘rsatkichlar va iqtisodiy o‘shish barqarorligining asoslari hamda zamonaviy muammolari.....	141
Asraqulov A.S. Turistik xizmatlar bozorining rivojlanish xususiyatlari va turistik xizmat turlari diversifikatsiyalashuviga yondashuvlar.....	145
Rakhimova K.N., Mrs. Oubih Warda Institutional and innovative mechanisms for the development of digital tourism in Uzbekistan.....	151
Muxtorov A.A., Mirzayev A.T. Turizm sohasiga investitsiyalarni jalb etish jarayonlarini boshqarishning omilli tahlili.....	154
Usibjonova G.U., Mannopova M.S. Milliy iqtisodiyotda tadbirkorlik faoliyati va uning barqarorligini ta‘minlashning ilmiy asoslari.....	161

Oltiboyeva M.A., Teshabayeva O.N. O‘zbekiston turizm logistikasini rivojlantirishda raqamli innovatsiyalarning roli.....	166
Ximmatova G.K., To‘xtasinova D. Xizmatlar bozorida korxonalarining raqobat ustunligini barqarorlashtirish.....	170
Oltiyeva M.A., Mirzayev A.T. Hududlar resurs salohiyatini baholash orqali potensial turistik resurslarni turistik faoliyatga kiritish imkoniyatlarini modellashtirish.....	174
Xasanova R., Teshabayeva O.N. Qishloq xo‘jaligi tarmoqlarida diversifikatsiyaning hududiy jihatlari.....	180
Zufarova G.A. Ta‘lim bitiruvchilarining ko‘nikmalari va mehnat bozori ehtiyojlari o‘rtasidagi nomuvofiqlik muammosi.....	184
Ergashev J.S. "Yashil marketing" konsepsiyasi asosida energiya tejamkor qurilish materiallari bozorini rivojlantirish	187
O‘rinov A.A. Tikuv-trikotaj mahsulotlariga talabni shakllantirish va sotishni rag‘batlantirish tizimining o‘ziga xos xususiyatlari.....	192
Uzganbayeva D.T., Mo‘ydinov A. Sut va sut mahsulotlarini qayta ishlash korxonalarida innovatsion salohiyatini iqtisodiy-matematik va faoliyatni boshqaruv mexanizmlari takomillashtirish.....	197
Саиджоновна З.Б. Ўзбекистонда саноат корхоналарига инвестиция жалб қилишнинг иқтисодий самарадорлиги.....	201
Qodirov Z.E. Fermer xo‘jaliklari faoliyatini rivojlantirishning imitatsion modellar tizimi.....	205
Ahmadaliyeva R.A., O‘rinov A.A. Qishloq xo‘jaligini modernizatsiya qilishning iqtisodiy ahamiyati.....	210
Хайдаров Х. Сугурта муносабатларида сугурта тариф ставкаларини ахамияти ва муаммолари.....	214
Махамადийев М.М. Iqtisodiy tarmoqlarda innovatsion g‘oyalar bankidan foydalanishning tahliliy asoslari..	217
Madaminov G‘.M. Harbiy xizmatchilarni moddiy rag‘batlantirishda qo‘shimcha to‘lovlar tizimining iqtisodiy va institutsional asoslari.....	222
Nazirboyev D.D. Moliyaviy siyosat va ijtimoiy barqarorlik omillari.....	227
Хасанова С.И. Ишлаб чиқариш корхоналари бошқаруви назарий асослари.....	232
Teshaboyev B.A. Econometric analysis of internal and external factors affecting the management efficiency of tourism enterprises.....	237
Mustafoyeva Z.A. Fintech texnologiyalarining moliya tizimi rivojlanishidagi o‘rni va istiqbollari.....	242
Xolmirzayev U.A., Muradova N.R. Rivojlanish strategiyalarida raqobat va hamkorlik o‘rtasidagi muvozanat: nazariy yondashuv va amaliy tahlil.....	245
Sadullayev R.P. Ekologik vaziyatni barqarorlashtirishda soliq mexanizmidan samarali foydalanish metodologiyasi: xorij tajribasi.....	249
Мурадов Б.Х., Аширов Д.Ф., Бахтиёрв Т.Д., Собиров Х.С. Қудратов М.Н. Основные факторы инновационных процессов АЭС, устойчивых источников энергии и перехода к «Зелёной» экономике.....	258
Tursunov O.B. Transport-logistika tizimini rivojlantirish orqali iqtisodiy o‘sishni ta‘minlash.....	269
Sayitbayev Sh.D. Yangi O‘zbekistonda moliyaviy barqarorlik va iqtisodiy o‘sish.....	274
Ibodulloyeva Z.S. Aligning energy systems engineering education with Uzbekistan’s renewable energy transition: rethinking curriculum reform through a policy–education lens.....	278
Salimova Z.S. Investitsiyalar va aholi daromadlari o‘rtasidagi mutanosiblikni ta‘minlashning konseptual asoslari.....	282
G‘aybullayeva Z.R., Oxunjonova K.K. Respublika tijorat banklari operatsiyalari va ularni rivojlantirish masalalari.....	286
Абдуллоев А.Ж. Ўзбекистонда маҳсулот сифатини бошқариш амалиётини давлат томонидан тартибга солиш йўналишлари.....	289
Rahimova M.I. O‘zbekistonda ayollar rahbarligidagi korxonalarining eksport faoliyati va hududiy rivojlanish tendensiyalari.....	294
Rahmatullayeva D.O. Bandlik tuzilmasining o‘zgarishi va iqtisodiy samaradorlikka ta‘siri.....	299
Valikulov Sh.Z. “O‘zbekneftgaz” AJ da investitsion faoliyatning iqtisodiy samaradorligini oshirish omillari va ularni tizimli tahlil qilish.....	305
Турабекова Г.И. Яшил иқтисодиёт ва инсониятнинг барқарор келажаги учун йўл.....	312
Tajirboyev S.O. Xalqaro investitsiyalar va kapital oqimlari.....	316
Madaminov A.M. Sanoat korxonalari faoliyatida zamonaviy boshqaruv mexanizmlaridan foydalanish istiqbollari (oziq-ovqat sanoati misolida).....	319

TURISTIK DESTINATSIYA TABIATI VA RIVOJLANISH OMILLARI: TAKLIF VA TALABGA ASOSLANGAN YONDASHUVLAR

ПРИРОДА ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ И ФАКТОРЫ ЕЁ РАЗВИТИЯ: ПОДХОДЫ, ОСНОВАННЫЕ НА СПРОСЕ И ПРЕДЛОЖЕНИИ

THE NATURE OF TOURIST DESTINATION AND ITS DEVELOPMENT FACTORS: SUPPLY- AND DEMAND-BASED APPROACHES

Yulchiyev Asiljon Ortiqali o‘g‘li

Farg‘ona davlat universiteti, katta o‘qituvchisi, i.f.f.d

Annotatsiya

Turistik destinatsiya (turizm manzili) faqat sayyohlar kelib ko‘radigan joylar yoki u yerdagi alohida ko‘ngilochar xizmatlar majmui sifatida emas, balki tashrif buyuruvchining destinatsiyada bo‘lgan davrida boshdan kechiradigan barcha tajribalari yig‘indisi sifatida talqin etiladi. Destinatsiya haqidagi umumiy taassurot sayyohning qayta kelish istagi va boshqalarga tavsiya qilish qaroriga bevosita ta‘sir ko‘rsatadi.

Kalit so‘zlar: turistik destinatsiya, destinatsiya tajribasi, turizm taklifi, talabga asoslangan rivojlanish, taklifga asoslangan rivojlanish, infratuzilma.

Туристская дестинация (туристическое направление) рассматривается не только как место, которое посещают туристы, или совокупность отдельных развлекательных услуг, предоставляемых на данной территории, но как совокупность всех впечатлений и опыта, которые посетитель получает в период пребывания в дестинации. Общее впечатление о дестинации непосредственно влияет на намерение туриста повторно посетить её и рекомендовать другим.

Ключевые слова: туристская дестинация, опыт дестинации, туристское предложение, развитие, ориентированное на спрос, развитие, ориентированное на предложение, инфраструктура.

A tourism destination is interpreted not merely as a place visited by tourists or as a set of individual recreational services provided in a particular area, but as the totality of experiences encountered by visitors during their stay. The overall perception of a destination directly influences tourists’ intention to revisit and to recommend it to others.

Keywords: tourism destination, destination experience, tourism supply, demand-driven development, supply-driven development, infrastructure.

Turizm ko‘pincha “sayyohlar uchun nima taqdim etiladi?” degan savol bilan izohlanadi. Biroq turistik destinatsiyaning muvaffaqiyati faqat attraksionlar yoki mehmonxona xizmatlari bilan cheklanmaydi. Sayyoh destinatsiyada bo‘lganida ko‘rgan-kuzatgan, his qilgan, muloqot qilgan, xavfsizlik va qulaylikni qanday sezgan bo‘lsa — bularning barchasi uning umumiy qoniqishini belgilaydi. Natijada u bu tajribani yaqinlariga aytadi, ijtimoiy tarmoqlarda baholaydi va shu orqali destinatsiyaning bozordagi obro‘si hamda raqobatbardoshligiga ta‘sir qiladi.

Demak, destinatsiya — bu “faqat ko‘rish joylari majmui” emas, balki tajriba iqtisodiyoti nuqtayi nazaridan “to‘liq xizmat va muhit”dir. Shuning uchun destinatsiya boshqaruvi (DMO) va mahalliy hokimiyatlar turizmni rejalashtirishda “faoliyatlar + xizmatlar + infratuzilma + idrok (perception)” tizimini bir butun sifatida ko‘rishi lozim.

Sayyoh tavsiya qiladigan va qayta keladigan destinatsiya odatda quyidagi asosiy elementlar uyg‘unligiga ega bo‘ladi:

Kirish va infratuzilma. Destinatsiyaga yetib borish qulayligi, yo‘llarning ishonchligi, transport bog‘lanishlari, sanitariya, suv ta‘minoti, aloqa tarmoqlari kabi omillar sayyoh tajribasining poydevoridir. Masalan, yo‘llar yomon bo‘lsa yoki sanitariya talab darajasida bo‘lmasa, hatto eng kuchli atraksion ham salbiy taassurot bilan yakunlanishi mumkin.

Xizmatlar. Xizmatlar personal, samimiy, mehmon do‘st va “mahalliy ruh”ni aks ettiruvchi bo‘lsa, sayyohning qoniqishi oshadi. Bu yerda inson omili (xushmuomalalik, hurmat, yordamga tayyorlik) muhim. Xizmat sifati destinatsiyaning “dignity” (qadr-qimmat) va “equity” (tenglik) tamoyillarini ham ifodalaydi.

Sayyoh uchun “xavfsiz” va “hamyonbop” (affordable) bo‘lish — qayta tashrif va tavsiyaning asosiy shartlaridan. Bu nafaqat real xavfsizlik, balki sayyohning subyektiv idroki: tozalik, tartib, narxlarining adolatligi, muhitning osoyishtaligi.

Turizmni rivojlantirish amaliyotida ikki asosiy yo‘l ajratiladi: Taklifga asoslangan rivojlanish. Bu yondashuvda destinatsiya avvalo mavjud resurslar va turistik mahsulotlarni (tabiat, iqlim, tarix, madaniyat, landshaft, an‘analar) aniqlaydi va ular uchun mos bozor topadi. Buning uchun:

- mavjud takliflar bo‘yicha aniq ma‘lumotlar bazasi,
- bozor segmentatsiyasi,
- qaysi segment qaysi resursga qiziqishini chuqur bilish zarur.

Taklifga asoslangan yondashuvning xavfi shundaki, bozor ehtiyoji hisobga olinmasa, qurilgan obyektlar “oq fil” (white elephants) — ya‘ni foyda bermaydigan, “stranded development”ga aylanishi mumkin. Talabga asoslangan rivojlanish. Bu model avval maqsadli bozorlarni tanlaydi (masalan: oilaviy turizm, eco-turizm, ziyorat turizmi, MICE, gastro-turizm), so‘ng ana shu segmentlar talab qiladigan mahsulot va xizmatlar ishlab chiqiladi. Bu yondashuvda bozor segmentatsiyasi — markaziy mexanizm: kim keladi, nimani xohlaydi, qancha to‘laydi, qaysi mavsumda keladi, qaysi kanallardan axborot oladi va h.k.

Yuqoridagi tahlildan ko‘rinadiki, destinatsiya rivoji “alohida loyiha”lar orqali emas, balki tizimli yondashuv orqali muvaffaqiyatli bo‘ladi. Taklif va talab o‘rtasidagi muvozanat buzilsa, destinatsiya barqaror bo‘la olmaydi. Shuning uchun rejalashtirishda quyidagi tamoyillar muhim (1-jadval):

Izchillik (consistent): xizmat va tajriba standartlari bir xil bo‘lishi.

Tanlov (choices): turli segmentlar uchun turli paketlar.

Xavfsizlik va hamyonboplik (safe & affordable): real va idrok darajasida.

Mahalliy g‘urur va mehmondo‘stlik (pride, welcoming): inson omili.

Izchillik — destinatsiya brendi va va‘da qilingan qiymatning (value proposition) turli aloqa nuqtalarida bir xil tasdiqlanishidir. Turist tajribasi “parchalangan” bo‘lsa (masalan, onlayn bron qilish yaxshi, lekin joyida xizmat sust; yoki transport qulay, lekin gigiyena talabga javob bermaydi), umumiy qoniqish pasayadi. Izchillikni ta‘minlash ilmiy nuqtayi nazardan xizmat sifati boshqaruvi va tajriba dizayni konsepsiyalariga tayanadi. Izchillikni ta‘minlash mexanizmlari: destinatsiya bo‘yicha minimal servis standartlari (tozalik, xavfsizlik, navigatsiya, axborot)ni ishlab chiqish;

“customer journey” xaritasi orqali turistning barcha bosqichdagi ehtiyojini aniqlash (kelish–joylashish–harakatlanish–dam olish–ketish);

monitoring va audit: mehmon fikrlari (review) tahlili, “mystery guest”, NPS/CSI kabi ko‘rsatkichlar; xizmat ko‘rsatuvchilar uchun o‘qitish va sertifikatlash: til, etikett, konfliktlarni boshqarish, raqamli ko‘nikmalar.

Tanlov tamoyili destinatsiya taklifining diversifikatsiyasi va bozor segmentatsiyasiga asoslanadi. Turistlar bir xil motivatsiyaga ega emas: kimdir madaniy meros, kimdir gastronomiya, kimdir ekstremal turizm yoki oilaviy dam olishni afzal ko‘radi. Shu sababli “bitta universal mahsulot” modeli samarasiz bo‘lib, segmentlar kesimida moslashtirilgan paketlar barqaror talab yaratadi.

Tanlovni kengaytirish mexanizmlari: bozorni segmentatsiya qilish (demografik, psixografik, motivatsion, xarajat darajasi, safar maqsadi);

har bir segment uchun turistik paketlar: “economy”, “standard”, “premium”; “weekend”, “7-day cultural”, “eco-trail”, “family-friendly”; mavsumiylikni kamaytirish uchun “tematik

mahsulotlar” (qishki festival, bahorgi flora marshrutlari, gastronomik haftalik); xizmatlar integratsiyasi: transport + joylashtirish + gid + muzey + ovqatlanish = “tayyor qiymat”.

Xavfsizlik destinatsiya raqobatbardoshligining “bazaviy sharti” bo‘lib, turist qarorida hal qiluvchi omil hisoblanadi. Bu yerda ikki qatlam mavjud:

1-jadval

Turistik destinatsiyani rivojlantirish tamoyillari [1]

Tamoyil	Mazmuni	Amalga oshirish mexanizmlari
Izchillik (Consistency)	Destinatsiya brendi va turistga berilgan qiymat va’dasi barcha aloqa nuqtalarida bir xil bo‘lishi kerak. Agar xizmatlar sifati turli bosqichlarda farq qilsa (masalan, onlayn bron qilish qulay, ammo joyida xizmat past darajada), turistning umumiy qoniqish darajasi pasayadi.	Minimal servis standartlarini ishlab chiqish (tozalik, xavfsizlik, navigatsiya, axborot); “customer journey” xaritasini tuzish (kelish–joylashish–harakatlanish–dam olish–ketish); monitoring va audit (mehmon sharhlari, “mystery guest”, NPS/CSI ko‘rsatkichlari); xizmat ko‘rsatuvchilarni o‘qitish va sertifikatlash (til, etikett, raqamli ko‘nikmalar).
Tanlov (Choices)	Turistlarning ehtiyojlari va motivatsiyalari turlicha bo‘lganligi sababli destinatsiya takliflari diversifikatsiya qilinishi kerak. Turli segmentlar uchun moslashtirilgan paketlar yaratilsa, talab barqaror bo‘ladi.	Bozor segmentatsiyasi (demografik, psixografik, motivatsion); turistik paketlar yaratish (“economy”, “standard”, “premium”, “weekend”, “family-friendly”, “eco-tour”); mavsumiylikni kamaytirish uchun tematik mahsulotlar (festival, gastronomik tur, ekologik marshrut); xizmatlar integratsiyasi (transport + joylashtirish + gid + muzey + ovqatlanish).
Xavfsizlik va hamyonboplik (Safe & Affordable)	Turist qaror qabul qilish jarayonida xavfsizlik asosiy omil hisoblanadi. Bu ikki darajada namoyon bo‘ladi: real xavfsizlik va turist tomonidan idrok qilinadigan xavfsizlik. Shu bilan birga xizmatlar narxi turist uchun hamyonbop bo‘lishi ham muhim.	Jamoat xavfsizligi choralarini kuchaytirish (nazorat, favqulodda xizmatlar); sanitariya va transport xavfsizligini ta’minlash; turistlar uchun aniq axborot tizimlari (navigatsiya, til xizmatlari); narx shaffofligi va turli byudjet paketlari yaratish.
Mahalliy g‘urur va mehmondo‘stlik (Pride & Welcoming)	Destinatsiya muvaffaqiyatida inson omili muhim rol o‘ynaydi. Mahalliy aholining o‘z hududi, madaniyati va turistik resurslariga nisbatan ijobiy munosabati turist tajribasini boyitadi.	Mahalliy hamjamiyatni turizm jarayoniga jalb qilish; mahalliy madaniyat va an’analarni targ‘ib qilish; xizmat ko‘rsatish xodimlarini kommunikatsiya va mehmondo‘stlik bo‘yicha tayyorlash; mahalliy tadbirkorlik va hunarmandchilikni rivojlantirish.

Real xavfsizlik: jinoiy holat, favqulodda vaziyatlarga tayyorgarlik, sanitariya, transport xavfsizligi, tibbiy yordam.

Idrok (perception) xavfsizligi: turistning o‘zini xavfsiz his qilishi, axborotning aniqligi, yo‘l-yo‘riq, til to‘siqlarining kamaytirilishi.

Destinatsiya tajribasida “inson omili” ko‘pincha infratuzilmadan ham kuchliroq ta’sir qiladi. Mahalliy g‘urur — bu hudud aholisining o‘z madaniyati, qadriyati va turistik resurslariga nisbatan

ijobiy identifikatsiyasi bo‘lib, mehmondo‘stlik esa shu identifikatsiyaning xizmat jarayonidagi amaliy ko‘rinishidir. Agar mahalliy hamjamiyat turizmdan manfaat ko‘rsa va o‘zini jarayonning subyekti deb bilsa, turizm barqaror va ijtimoiy qabul qilingan bo‘ladi.

Mazkur maqolada turistik destinatsiya tushunchasi an’anaviy “ko‘rish joylari” yoki alohida xizmatlar majmui sifatidagi talqindan kengroq — tashrif davomida shakllanadigan kompleks tajriba (destination experience) sifatida asoslab berildi. Tahlil natijalari shuni ko‘rsatadiki, destinatsiyaning bozordagi raqobatbardoshligi va barqarorligi, avvalo, sayyohning umumiy qoniqishiga ta’sir qiluvchi omillar — infratuzilma qulayligi, xizmat sifati, xavfsizlik darajasi, narxning adolatligi hamda mahalliy hamjamiyatning turizm jarayonidagi ishtiroki bilan chambarchas bog‘liqdir.

Shuningdek, maqolada destinatsiyani rejalashtirish va boshqarishda muhim bo‘lgan to‘rtta tamoyil (1-jadval) ilmiy jihatdan asoslandi. Birinchidan, izchillik (consistency) tamoyili destinatsiya brendi va qiymat va‘dasining turli aloqa nuqtalarida (bron qilish, transport, joylashtirish, xizmat, ketish) bir xil tasdiqlanishini talab qiladi. Bu borada minimal servis standartlari, “customer journey” xaritasi, audit va NPS/CSI kabi ko‘rsatkichlar asosida monitoring tizimlari muhim vosita ekanligi ko‘rsatildi. Ikkinchidan, tanlov (choices) tamoyili segmentatsiyaga tayangan holda turli paketlar va mahsulotlar yaratish orqali talabni barqarorlashtirish, mavsumiylikni yumshatish va daromadlarni diversifikatsiyalash imkonini beradi. Uchinchidan, xavfsizlik va hamyonboplik (safe & affordable) destinatsiyaning “bazaviy ishonch” omili bo‘lib, u real xavfsizlik bilan bir qatorda sayyoh idroki darajasida ham ta’minlanishi lozim; narx shaffofligi va qiymat–narx muvozanati esa qoniqish va tavsia qilish niyatini kuchaytiradi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Hall, C. M., & Page, S. J. (1999). *The Geography of Tourism and Recreation*.
2. Yulchiyev, A. (2023). Turizm sohasida xizmatlar sifatining mohiyati va uni baholash uslubiyotining nazariy jihatlari. *Science and innovation in the education system*, 2(8), 64- 69.
3. Yulchiyev, A. (2026). Mehmonxona sanoatida mijozlarning qoniqishi va xizmatlar sifatini oshirishda raqamli xizmatning ta’siri. *Xorazm ma’mun akademiyasi axborotnomasi*, 2026-2/2
4. Yulchiyev, A. (2025). Turizmda xizmatlar sifati: funksional va texnik komponentlarning integratsiyasi, “Raqamli iqtisodiyot” Ilmiy elektron jurnali, 13-son, 2025-yil
5. Yulchiyev, A. (2025). Turistik xizmatlar sifatini va samaradorligini boshqarishda davlatning institutsional asoslari tarkibidagi elementlarning optimal me’yorlarini belgilash yo‘llari, “Raqamli iqtisodiyot” Ilmiy elektron jurnali, 13-son, 2025-yil.