



O‘ZBEKISTONDA TURISTIK XIZMATLAR MARKETINGIGA GLOBALLASHUV JARAYONINING TA’SIRI

Sultonova Yulduzxon Kamoldinovna

Qo‘qon universiteti o‘qituvchisi

sultonovayulduzxon66@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0008-7882-1796>

Annotatsiya

Mazkur maqolada O‘zbekistonda turistik xizmatlar marketingiga globallashuv jarayonining ta’siri tahlil qilingan. Unda turizm sohasida viza rejimining soddalashtirilishi, xorijiy investitsiyalarni jalb etish va elektron xizmatlar tizimining rivojlanishi yoritilgan. Shuningdek, «Buyuk Ipak yo‘li» brendi orqali O‘zbekistonning xalqaro turizm bozoridagi raqobatbardoshligi ko‘rsatib o‘tilgan. Globallashuv jarayoni milliy turizm mahsulotlarini jahon standartlariga moslashtirish va yangi turizm turlarini rivojlantirish imkonini bermoqda. Tadqiqot natijalari O‘zbekiston turizm marketingini jadal rivojlantirishda globallashuvning strategik ahamiyatini asoslab beradi.

Kalit so‘zlar: globallashuv, marketing, strategiya, Buyuk ipak yo‘li, tendensiya.

Kirish

Mamlakatimizda global tendensiyalarga mos ravish, O‘zbekiston turizmni rivojlantirish maqsadida vizasiz rejimni joriy qildi: 45 ta davlat fuqarolari uchun O‘zbekistonga kirgan kundan 30 kun muddatga vizasiz rejim, 76 ta davlat fuqarolari uchun esa viza jarayoni soddalashtirildi. Bu davlatni global sayohatchilar uchun yanada ochiq va jozibali qiladi. Elektron viza tizimi (30 kunlik, ikki martalik, konsullik yig‘imi 35–50 USD atrofida) joriy etilib, elektron viza kategoriyalari orqali amalga oshirilishi ham shu yo‘nalishda amalga oshirilmoqda.

Globalizatsiya va marketing tendensiyalari darajasi O‘zbekistonda logistika jozibadorligini, aeroportlar orqali xalqaro aviakompaniyalarni jalb qilish va transport yo‘nalishlarini raqamlilashtirish bo‘yicha ishchi guruh tashkil qilindi. Uch oy ichida yagona elektron transport portali - blokcheyn texnologiyalariga bog‘liq,



International Educators Conference

Hosted online from Toronto, Canada

Website: econfseries.com

7th September, 2025

avia, temir yo‘l avtobuslarini birlashtirgan tizimga kirish mumkin. Bu global tendensiyalarga mos holda, turizm xizmatlarini bir platforma orqali transport vositasini ishlatadi. 2-dekabrdagi farmonda turizm O‘zbekiston iqtisodiy strategik sektori deb e‘lon qilingan. Maqsad - ulkan salohiyatni jadal rivojlantirish, barqarorlikning ulkan potentsialidan samarali ishlab chiqarish, ishlab chiqarish mahsuloti va uning jahon milliy bozorlariga chiqishini ta‘minlash, boshqarish tubdan ta‘minlash va O‘zbekistonga turizmni iqtisodiy jihatdan yaxshilashdir. Bu - global miqyosdagi brend strategiyasining yana bir ajralmas qismidir.

Asosiy qism. Global marketing asoslariga mos ravishdagi ichki turizm ham rag‘batlantirilmoqda. “O‘zbekiston bo‘ylab sayohat qil!” har oyning haftasidagi shanba va dastur kunlari “Oila va jamoa bilan sayohatga chiqish” kunlari deb belgilandi. Bu ommabop trendlarga ko‘ra, turizmni kengroqqa, o‘z navbatida oilalarga tarqatish strategiyasidir. 2025-yilga yagona turist platformasi - band qilish, sayohat paketlari, transport va kirish chiptalarini xarid qilish imkonini beradi. 2025-yilda 15 million kishini turistni jalb etish va 4 milliard dollar eksportini amalga oshirish maqsadida maqsad qilib qo‘yilgan. 2024-yilda O‘zbekistonga 10,2 million xalqaro sayyoh kelib, 3,5 milliard AQSh dollari miqdorida daromad olib keldi - bu 2023-yil darajasidan 1,5 barobar ko‘p foyda ko‘rish. 2025-yilning birinchi choragida O‘zbekistonda turizm xizmatlarini etkazib berish \$927 million yetgan - bu iqtisodiyotdagi xizmat sektorining daromadlarini yanada oshirgan. Shu davrda eng yuqori ko‘rsatkich Tashkent (116%), Samarqand (114,0%) va Navoiyda (13,1%) kuzatilgan. Ayni paytda, post-pandemik tiklanish, dunyo miqyosida davom etsa-da, xizmat ko‘rsatish va bandlik O‘zbekiston global o‘rtacha ko‘rsatkichlarni hali to‘liq bosib o‘tgani e‘lon qilinmagan, ayniqsa, ta‘lim, ijaralar va shaxsiy foydalanish yo‘nalishida. Jami eksport xizmatlari ichida turizm xizmatlari \$3,5 milliardni tashkil etgan bu qismining iqtisodiyotga ulushi salmoqli bo‘lib, mamlakat iqtisodiy o‘sishiga bevosita ta‘sir qilmoqda. 2025-yilning birinchi choragida O‘zbekistonda turizm xizmatlarini eksporti \$927 million yetgan - bu iqtisodiyotdagi xizmat sektorining daromadlarini yanada oshirgan.

Dunyo miqyosida turizm ish bilan ta‘minlash, eksport hajmi va transport qismlariga ancha yuqori darajadagi xizmatlar mavjud. O‘zbekiston milliy turizm bozorida o‘z



International Educators Conference

Hosted online from Toronto, Canada

Website: econfseries.com

7th September, 2025

turistik mahsulotini asosan “Buyuk Ipak yo‘li” orqali targ‘ib qilmoqda. Bu kapital mamlakatning tarixiy, madaniy va me‘moriy boy merosini sayyohlar uchun global tanitish va ularni jalb etishda muhim omil bo‘ladi.

Toshkent – Samarqand – Shahrisabz – Buxoro – Urganch – Toshkent yo‘nalishi. Bu tur esa Amir Temur davri merosi, Shahrisabzdagi tarixiy obidalar va Buyuk Ipak yo‘lining markaziy qismidagi qadimiy shaharlarning uyg‘unligi bilan turistlar e‘tiborini tortadi.

Xulosa. O‘zbekistonda turistik xizmatlar marketingiga globallashtirish jarayoni kuchli ta’sir ko‘rsatmoqda. Jahon turizm bozoriga integratsiya jarayonlari mamlakatimiz turizm infratuzilmasini modernizatsiya qilish, xalqaro hamkorlikni kengaytirish va yangi turizm mahsulotlarini yaratishda muhim omil bo‘lib xizmat qilmoqda. “Buyuk Ipak yo‘li” brendi orqali O‘zbekistonning xalqaro miqyosda tanilishi turizm marketingining samaradorligini oshirmoqda. Shu bilan birga, zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalaridan foydalanish turistlar oqimini ko‘paytirishda muhim vosita sifatida namoyon bo‘lmoqda. Demak, globallashtirish jarayoni O‘zbekiston turizm sohasi raqobatbardoshligini oshirish va uni barqaror rivojlantirishga keng imkoniyatlar yaratadi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Jo‘raev A.X., To‘xtayev Sh. Xizmatlar bozori va turizm iqtisodiyoti. – Toshkent: Universitet, 2020.
2. Yulduzxon, S. (2022). Six key principles for effective teaching of mathematics: Six key principles for effective teaching of mathematics. Qo‘qon universitetining ilmiy materiallar bazasi, 1(000006).
3. Kamoldinovna, S. Y. (2024). O‘zbekistonda turizm bozorini diversifikatsiya qilishda smart mutaxassislik o‘rni. University Research Base, 529-532.
4. Sultonova, K. Y. (2023). Matematikani zamonaviy Iqtisodiyotdagi o‘rni. Interpretation and researches, 1(8).
5. Sultonova, K. Y. (2023). Matematikani zamonaviy iqtisodiyotdagi o‘rni. Interpretation and researches, 1(8)



E CONF SERIES



International Educators Conference

Hosted online from Toronto, Canada

Website: econfseries.com

7th September, 2025

6. Kamoldinovna, SY (2024). Oliy o'quv yurtlarida matematik modellashtirishning ahamiyati (turizm yo'nalishi misolida). Qo'qon universiteti ilmiy-tadqiqot bazasi, 533-535