

**TURIZM SOHASIDA XIZMAT KO'RSATISH SAMARADORLIGINI  
ANIQLASHNING NAZARIY-USLUBIY ASOSLARI VA ZAMONAVIY  
TAMOYILLARI.**

**Ikramova Dilnoza Abduraxmanovna**

*Sharof Rashidov nomidagi Samarqand davlat universiteti*

*Inson resurslari va mahalla taraqqiyotini*

*boshqarish instituti tayanch doktoranti, assistent*

[dilnozaikramova01@gmail.com](mailto:dilnozaikramova01@gmail.com)

**MAQOLA  
MALUMOTI**

**ANNOTATSIYA:**

**MAQOLA TARIXI:**

*Received: 15.06.2026*

*Revised: 16.06.2026*

*Accepted: 17.06.2026*

**KALIT SO'ZLAR:**

*turizm iqtisodiyoti,  
xizmat ko'rsatish  
samaradorligi, nazariy-  
uslubiy asoslar,  
barqaror turizm  
tamoyillari, ijtimoiy-  
iqtisodiy samara, sifat  
menejmenti,  
raqamlashtirish.*

*Ushbu maqolada turizm sohasida xizmat ko'rsatish samaradorligini baholash va aniqlashning nazariy-uslubiy asoslari hamda zamonaviy iqtisodiy sharoitdagi tamoyillari tadqiq etilgan. Muallif tomonidan turizm xizmatlarining o'ziga xos xususiyatlari, ularning ijtimoiy-iqtisodiy tabiati va samaradorlik ko'rsatkichlariga ta'sir etuvchi omillar tizimi tahlil qilingan. Tadqiqot davomida turizm industriyasida samaradorlikni faqat iqtisodiy mezonlar bilan emas, balki ijtimoiy, ekologik va innovatsion mezonlar uyg'unligida baholash zarurligi asoslab berilgan. Shuningdek, xizmat ko'rsatish sifatini oshirish, raqamli texnologiyalarni joriy etish va mijozlar ehtiyojlarini qondirishga yo'naltirilgan zamonaviy tamoyillar shakllantirilgan. Maqola yakunida turizm korxonalarini faoliyati samaradorligini multidissiplinar yondashuv asosida baholash metodologiyasini takomillashtirish bo'yicha ilmiy taklif va tavsiyalar ishlab chiqilgan.*

**Kirish:** Mavzuning dolzarbligi. Zamonaviy dunyo iqtisodiyotida turizm sohasi nafaqat yalpi ichki mahsulot (YAIM) hajmini oshiruvchi, balki yangi ish o'rinlari yaratuvchi, hududlar infratuzilmasini rivojlantiruvchi va xorijiy valyuta oqimini ta'minlovchi eng dinamik tarmoqlardan biri hisoblanadi. Bugungi kunda xizmat ko'rsatish industriyasining globallashuvi va raqobatning keskinlashuvi sharoitida turizm sohasida xizmatlar samaradorligini oshirish masalasi alohida ahamiyat kasb etmoqda. O'zbekiston Respublikasida ham turizm tarmog'ini iqtisodiyotning strategik drayverlaridan biriga aylantirish, ko'rsatilayotgan xizmatlar sifatini xalqaro standartlar darajasiga ko'tarish davlat siyosatining ustuvor yo'nalishlaridan biri etib belgilangan. Biroq, turizm xizmatlarining o'ziga xos tabiati — ularning nomoddiy shakli, ishlab chiqarish va iste'mol jarayonining

vaqt hamda makonda uyg'unligi — ushbu sohada samaradorlikni aniqlash va baholashning an'anaviy iqtisodiy uslubiyotlarini qayta ko'rib chiqishni taqozo etmoqda.

**Muammoning qo'yilishi.** Turizm sohasida xizmat ko'rsatish samaradorligini an'anaviy yondashuvlar asosida, ya'ni faqatgina sof foyda yoki rentabellik darajasi kabi miqdoriy ko'rsatkichlar bilan o'lchash tarmoqning haqiqiy ijtimoiy-iqtisodiy salohiyatini aks ettirmaydi. Turizm xizmati ko'p qirrali tushuncha bo'lib, uning samaradorligi bevosita iste'molchi (turist)ning qoniqish darajasi, ko'rsatilgan xizmatning sifati, raqamli texnologiyalarning joriy etilganligi hamda ekologik va ijtimoiy barqarorlik tamoyillariga qay darajada rioya qilinganligi bilan belgilanadi. Hozirgi kunda turizm xizmatlari samaradorligini aniqlashning yaxlit nazariy-uslubiy asosi va zamonaviy iqtisodiy voqeorlikka mos keladigan mukammal mezonlari tizimi yetarlicha shakllanmaganligi ushbu yo'nalishda chuqur ilmiy tadqiqotlar olib borish zaruriyatini keltirib chiqarmoqda.

Tadqiqotning maqsadi va vazifalari. Ushbu tadqiqotning asosiy maqsadi — turizm sohasida xizmat ko'rsatish samaradorligini aniqlashning nazariy-uslubiy asoslarini tizimlashtirish hamda zamonaviy iqtisodiy sharoitda xizmatlar sifatini oshirishga xizmat qiluvchi ilg'or tamoyillarni ishlab chiqishdan iborat.

Belgilangan maqsadga erishish uchun quyidagi vazifalarni hal etish ko'zda tutilgan:

1. Turizm xizmatlarining ijtimoiy-iqtisodiy tabiatini va ularning samaradorlik mezonlariga ta'sirini o'rganish;
2. Iqtisodiy adabiyotlarda turizm samaradorligini baholashga doir mavjud nazariy va uslubiy yondashuvlarni qiyosiy tahlil qilish;
3. Xizmat ko'rsatish samaradorligini baholashning miqdoriy va sifat ko'rsatkichlari uyg'unligini ta'minlovchi zamonaviy tizimni asoslash;
4. Barqarorlik, raqamlashtirish va mijozga yo'naltirilganlik kabi zamonaviy tamoyillarning turizm iqtisodiyotidagi rolini ochib berish.

Tadqiqotning obyekti va predmeti. Tadqiqotning obyekti sifatida mamlakat turizm sohasi, turistik-rekreasiya majmualari hamda xizmat ko'rsatuvchi turizm korxonalari faoliyati hisoblanadi. Tadqiqotning predmeti esa turizm sohasida xizmat ko'rsatish samaradorligini aniqlash, baholash va uni tizimli oshirish jarayonida yuzaga keladigan tashkiliy-iqtisodiy munosabatlar majmuasidir.

#### **Tadqiqot metodologiyasi:**

Ushbu tadqiqotning metodologik asosi turizm sohasida xizmat ko'rsatish samaradorligini tizimli va ko'p mezonli baholashga qaratilgan. Turizm xizmatlarining o'ziga xos tabiati — ya'ni ularning nomoddiy shakli, ishlab chiqarish va iste'mol jarayonining vaqt hamda makonda uyg'unligi, saqlanib qolinmasligi — an'anaviy iqtisodiy (faqat moliyaviy foydaga asoslangan) baholash usullarini yetarsiz deb hisoblashga asos bo'ladi. Shu sababli, tadqiqotda miqdoriy (quantitative) va sifat (qualitative) tahlillarni birlashtiruvchi kompleks metodologiya ishlab chiqildi.

Tadqiqotni tashkil etish va metodologik elementlarning uzviyligi quyidagi konseptual sxema asosida amalga oshirildi:

### **1. Axborot bazasini shakllantirish va ma'lumotlarni saralash (Data Collection)**

Tadqiqotning empirik asosi ishonchliligini ta'minlash maqsadida ma'lumotlar uchlamchi nazorat (triangulyatsiya) prinsipi bo'yicha yig'ildi:

1.1. Makroiqtisodiy statistik ma'lumotlar: O'zbekiston Respublikasi Statistika agentligi va Turizm qo'mitasining rasmiy hisobotlari (2020–2025-yillardagi turistlar oqimi, xizmatlar eksporti, YAIMdagi ulush).

1.2. Xalqaro tendensiyalar va andozalar: Butunjahon turizm tashkiloti (UN Tourism) va Butunjahon sayohat va turizm kengashi (WTTC) ekspertlik sharhlari.

1.3. Birlamchi dala tadqiqotlari (Survey Data): Respublika hududlaridagi 50 ta mehmonxona xo'jaliklari va 30 ta turoperatorlik kompaniyalari rahbarlari hamda xodimlari o'rtasida o'tkazilgan so'rovnoma (Delphi metodi) natijalari.

Yig'ilgan ma'lumotlar tizimli filtrlash jarayonidan o'tkazilib, uchta asosiy tahliliy blokga (Iqtisodiy, Sifat va Ijtimoiy bloklar) ajratildi.

### **2. SERVQUAL modeli asosida xizmatlar sifati tahlili (Qualitative Assessment)**

Turizmda xizmat ko'rsatish samaradorligining bosh mezon — bu iste'molchining qoniqish darajasidir. Xizmat sifatining subyektiv va nomoddiy jihatlarini o'lchash uchun xalqaro amaliyotda tan olingan SERVQUAL (Service Quality) konseptual modeli moslashtirildi.

Ushbu model an'anaviy formulaviy hisob-kitoblardan voz kechib, iste'molchining xizmatdan foydalanishdan oldingi "Kutilmalari" (Expectation) va xizmatni iste'mol qilgandan keyingi "Real taassurotlari" (Perception) o'rtasidagi tafovutni (Gap) tahlil qiladi. Baholash jarayoni quyidagi 5 ta ustuvor mezon poydevoriga qurilgan:

2.1. Moddiy ashyolar (Tangibles): Infratuzilma, mehmonxona va transport vositalarining zamonaviyligi, xodimlarning tashqi ko'rinishi, raqamli terminallarning mavjudligi.

2.2. Ishonchlilik (Reliability): Turistik xizmatlarning va'da qilingan vaqtda, aniq va xatosiz taqdim etilishi.

2.3. Tezkorlik (Responsiveness): Mijozlarga yordam berishga intilish, xizmat ko'rsatish tezligi va muammoli vaziyatlarga zudlik bilan reaksiya bildirish.

2.4. Ishonch va Kafolat (Assurance): Xodimlarning kompetensiyasi, mijozda xavfsizlik va xushmuomalalik tuyg'usini shakllantira olishi.

2.5. Empatiya (Empathy): Har bir turistga individual yondashuv, ularning maxsus (madaniy, diniy, tibbiy) ehtiyojlarini tushunish va g'amxo'rlik qilish.

### **3. Ko'p mezonli indeksli baholash iyerarxiyasi (Multi-Criteria Valuation)**

Turizm xizmatlarining samaradorligi ko'p qirrali bo'lgani bois, uni yagona o'lchov birligida (masalan, faqat pulda) ifodalash imkonsiz. Shu sababli, tadqiqotda har xil tabiatga ega ko'rsatkichlarni (tushgan daromad — so'mda, turistlar soni — kishida, qoniqish

darajasi — foizda) yagona integrallashgan indeksga keltirish uchun Ko‘p mezonli tahlil iyerarxiyasi (Analytic Hierarchy Process) qo‘llanilgan.

Jarayon murakkab matematik tenglamalar o‘rniga, quyidagi uch darajali mantiqiy piramida ko‘rinishida tashkil etildi:

3.1. Piramida cho‘qqisi (Maqsad): Turizm xizmat ko‘rsatishning umumiy ijtimoiy-iqtisodiy samaradorlik koeffitsiyentini aniqlash.

3.2. O‘rta daraja (Mezonlar): Tizimni muvozanatda ushlab turuvchi uchta ustun — Iqtisodiy samara, Sifat va Ijtimoiy ta‘sir (ish o‘rinlari yaratilishi, mahalliy aholi daromadining o‘sishi).

3.3. Piramida asosi (Indikatorlar): Har bir mezonning vazn koeffitsiyenti (salmoq darajasi) ekspertlar (Delphi metodi) tomonidan 0 dan 1 gacha bo‘lgan shkalada taqsimlanadi va ularning umumiy yig‘indisi 1 ga tenglashtiriladi. Bu esa har bir ko‘rsatkichning umumiy samaradorlikka qo‘shayotgan real hissasini xolis ko‘rib chiqish imkonini beradi.

#### **4. Ma’lumotlarni sintez qilish va tashkiliy-iqtisodiy mexanizmni loyihalash**

Metodologiyaning yakuniy bosqichida SERVQUAL modeli bergan "sifat natijalari" va iyerarxik piramida taqdim etgan "miqdoriy natijalar" o‘zaro sintez qilinadi. To‘plangan xulosalar asosida maqolaning keyingi bo‘limlarida turizm xizmatlari samaradorligini oshirishga qaratilgan yangi Tashkiliy-iqtisodiy mexanizm modeli shakllantiriladi va davlat hamda xususiy sektor uchun amaliy tavsiyalar paketi ishlab chiqiladi.

#### **Olingan natijalar:**

O‘tkazilgan tadqiqotlar va metodologik yondashuvlar asosida respublika turizm sohasida xizmat ko‘rsatish samaradorligining miqdoriy va sifat ko‘rsatkichlari aniqlandi.

#### **1. Makroiqtisodiy samaradorlik va multiplikativ effekt tahlili**

So‘nggi yillarda turizm sohasiga kiritilgan investitsiyalar va tashkiliy islohotlar natijasida asosiy iqtisodiy ko‘rsatkichlarda ijobiy dinamika kuzatildi. Quyidagi diagrammada turizm xizmatlari eksportining umumiy hajmi va uning yalpi ichki mahsulotdagi (YAIM) ulushi dinamikasi aks ettirilgan:

Ushbu statistik ma’lumotlar shuni ko‘rsatadiki, turizm xizmatlari hajmi barqaror o‘sib bormoqda, biroq xizmatlar tarkibida diversifikatsiyaning pastligi (asosan transport va joylashtirish xizmatlari ulushi yuqoriligi) umumiy iqtisodiy samaradorlikni cheklab qo‘ymoqda.

#### **2. SERVQUAL modeli bo‘yicha sifat tafovutlari (Gap Analysis)**

Metodologiyada belgilanganidek, 50 ta mehmonxona va 30 ta turoperatorlik korxonalarida xizmat ko‘rsatgan 500 nafar mahalliy va xorijiy turistlar o‘rtasida o‘tkazilgan so‘rovnoma natijalari SERVQUAL modeli asosida tahlil qilindi. Iste‘molchilarning kutilmalari (E) va real taassurotlari (P) o‘rtasidagi tafovutlar ( $Gap = P - E$ ) 5 ballik shkala bo‘yicha baholandi:

Tahlil mezonlari (Dimensions)	Kutilma (E)	Real taassurot (P)	Tafovut (Gap)
Moddiy ashyolar (Tangibles)	4.65	4.40	-0.25
Ishonchlilik (Reliability)	4.70	4.15	-0.55
Tezkorlik (Responsiveness)	4.55	3.90	-0.65
Ishonch va Kafolat (Assurance)	4.80	4.50	-0.30
Empatiya (Empathy)	4.60	4.10	-0.50

Radar diagrammasidan ko‘rinib turibdiki, eng katta salbiy tafovut Tezkorlik (-0.65) va Ishonchlilik (-0.55) mezonlarida kuzatilgan. Bu esa turizm korxonalarida buyurtmalarni qayta ishlash tezligi, muammoli vaziyatlarda xodimlarning operativ harakati va raqamli xizmatlarning integratsiyasi darajasi hamon past ekanligini isbotlaydi. Eng barqaror ko‘rsatkich esa xavfsizlik va mehmondo‘stlik hisoblangan Ishonch va Kafolat (-0.30) mezonidir.

### 3. Ko‘p mezonli integrallashgan samaradorlik indeksi (E\_integ)

Metodologiyani iyerarxik piramidasi asosida ekspertlar tomonidan mezonlarning salmoq vaznlari belgilandi: Iqtisodiy samara ( $w_1 = 0.4$ ), Sifat ( $w_2 = 0.4$ ) va Ijtimoiy ta‘sir ( $w_3 = 0.2$ ). Standardlashtirilgan indekslar asosida so‘nggi yillar uchun turizm xizmatlari samaradorligining integrallashgan ko‘rsatkichi hisoblab chiqildi:

Integrallashgan indeks qiymatining dinamikada o‘sib borishi (0.62 dan 0.78 gacha) sohada tashkiliy-iqtisodiy mexanizmning qisman bo‘lsa-da ijobiy ishlayotganidan dalolat beradi. Biroq, indeksning maksimal qiymatga (1.00) yetmasligiga asosiy sabab — iqtisodiy o‘shish bilan birga xizmat ko‘rsatish sifati (SERVQUAL bo‘yicha) va ijtimoiy samaradorlikning (yangi malakali ish o‘rinlari yaratilishi) hamohang rivojlanmayotganidir.

### 4. Tashkiliy-iqtisodiy mexanizm samaradorligining tipologik xaritasi

Olingan natijalarni umumlashtirib, hududlar va korxonalar kesimida turizm xizmatlarining samaradorlik xaritasi shakllantirildi. Unga ko‘ra, tarmoq subyektlari uchta guruhga ajratildi:

1. Yuqori samaradorlikka ega subyektlar (Indeks > 0.75): Raqamli texnologiyalarni to‘liq joriy etgan, brendli mehmonxonalar va yirik turoperatorlar.
2. O‘rta samaradorlikka ega subyektlar (Indeks 0.50–0.75): Mavsumiylik omiliga kuchli bog‘langan, infratuzilmasi o‘rta darajadagi hududiy turizm obyektlari.
3. Past samaradorlikka ega subyektlar (Indeks < 0.50): Raqamli logistikadan uzilib qolgan, xodimlari malaka sertifikatiga ega bo‘lmagan oilaviy mehmon uylari va mahalliy rekreatsiya zonalari.

---

## XULOSA VA TAVSIYALAR

### Xulosalar

Ushbu tadqiqot doirasida turizm sohasida xizmat ko'rsatish samaradorligini aniqlashning nazariy-uslubiy asoslari va zamonaviy tamoyillari chuqur tahlil qilindi hamda tizimlashtirildi. Olingan statistik va empirik natijalar asosida quyidagi yakuniy xulosalarga kelindi:

1. Yondashuvni o'zgartirish zaruriyati: Turizm xizmatlarining nomoddiy va murakkab tabiati sababli, ularning samaradorligini faqatgina an'anaviy moliyaviy ko'rsatkichlar (foyda, rentabellik) orqali baholash yetarsizdir. Tizimli samaradorlik — iqtisodiy rentabellik, xizmat ko'rsatish sifati (iste'molchi qoniqishi) va ijtimoiy-ekologik barqarorlik tamoyillari uyg'unligida (sinergetik samara) namoyon bo'ladi.

2. Sifatdagi asosiy uzilishlar (Gap): SERVQUAL modeli asosida o'tkazilgan tahlillar respublikamiz turizm korxonalarida eng zaif nuqtalar Tezkorlik (-0.65) va Ishonchlilik (-0.55) mezonlari ekanligini ko'rsatdi. Bu muammo raqamli logistikaning yetishmasligi, buyurtmalarni qayta ishlashning mexanik usullari va xodimlarning operativ ko'nikmalari pastligi bilan bog'liq.

3. Nomutanosib o'sish: Ko'p mezonli integrallashgan indeks dinamikasi ( $E_{integ}$  ning 0.62 dan 0.78 gacha o'sishi) sohada miqdoriy ko'rsatkichlar (turistlar soni va umumiy tushum) o'sayotganini ko'rsatsa-da, sifat va ijtimoiy tarkibiy qismlar (malakali ish o'rinlari, hududiy infratuzilma) unga hamohang ravishda rivojlanmayotganini tasdiqladi.

### Tavsiyalar :

Turizm sohasida xizmat ko'rsatish samaradorligini tizimli oshirish va zamonaviy tashkiliy-iqtisodiy mexanizmni shakllantirish maqsadida quyidagi amaliy tavsiyalar taklif etiladi:

1. Raqamli ekotizimga o'tish va "Smart Turizm" konsepsiyasini joriy etish

SERVQUAL modelidagi "Tezkorlik" va "Ishonchlilik" muammolarini bartaraf etish uchun turizm xizmatlarini to'liq raqamlashtirish lozim. Hududlarda yagona integrallashgan "Smart Tourism Data Platform" milliy platformasini yaratish zarur. Ushbu platforma turoperatorlar, mehmonxonalar, transport tizimi va gidlar faoliyatini zanjirli bog'lab, mijozlar arizalarini real vaqt rejimida (AI yordamida) qayta ishlash va xizmat ko'rsatish vaqtini 2-3 barobarga qisqartirish imkonini beradi.

2. Xizmat sifatini standartlashtirish va "Sifat sertifikati" tizimini joriy etish

Turizm korxonalarida xizmat ko'rsatishning integrallashgan indeksini 1.00 qiymatga yaqinlashtirish uchun milliy mehmondo'stlik standartlarini xalqaro (ISO 22483:2020 kabi) andozalar bilan uyg'unlashtirish talab etiladi. Korxonalarining reyting tizimini faqat ularning hajmi yoki "yulduzlari"ga qarab emas, balki bevosita iste'molchilarning SERVQUAL modeli asosidagi qoniqish indeksiga qarab belgilaydigan tashkiliy mexanizmni yo'lga qo'yish lozim.

3. Hududiy turizm klasterlari va Davlat-xususiy sheriklik (DXSh) modelini kengaytirish

Mavsumiylik omilini kamaytirish va ijtimoiy samaradorlikni oshirish uchun chekka hududlarda kichik va o'rta tadbirkorlik subyektlarini (oilaviy mehmon uylari, hunarmandlar, agroturizm xo'jaliklari) yirik turistik markazlar bilan zanjirli bog'lovchi Klastorlar tashkiliy modelini joriy etish zarur. Davlat xususiy sektorga infratuzilma (yo'l, energiya, internet) yaratib berishi evaziga, xususiy sektor mahalliy aholi uchun barqaror va yuqori daromadli ish o'rinlari yaratish majburiyatini olishi (DXSh tizimi orqali) mexanizmi qonunchilik darajasida mustahkamlanishi lozim.

#### 4. Kadrlar kompetensiyasini oshirish va "Uzluksiz inkubatsiya" tizimi

Xizmat samaradorligining "Empatiya" va "Ishonch" mezonlarini yaxshilash maqsadida, turizm sohasidagi oliy va professional ta'lim muassasalarini bevosita ishlab chiqarish (Dual ta'lim tizimi) bilan integratsiya qilish kerak. Har bir yirik turistik hududda xizmat ko'rsatish personalini uchun doimiy ishlovchi "Malaka oshirish va inkubatsiya markazlari"ni tashkil etish, xodimlarning mijozlar bilan ishlash psixologiyasi va raqamli savodxonlik ko'nikmalarini tizimli rivojlantirish lozim.

### Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

#### 1. Xalqaro me'yoriy va statistik manbalar:

1.1. World Tourism Organization (UN Tourism). (2024). International Tourism Highlights, 2024 Edition. Madrid: UN Tourism. URL: <https://www.unwto.org/publications>

1.2. World Travel & Tourism Council (WTTC). (2025). Travel & Tourism Economic Impact Research 2025. London: WTTC.

1.3. O'zbekiston Respublikasi Statistika agentligi. (2025). O'zbekiston Respublikasida xizmatlar sohasi: statistik to'plam. Toshkent.

#### 2. Xalqaro ilmiy adabiyotlar va tadqiqotlar (Scopus va Web of Science):

2.1. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40. (SERVQUAL modelining fundamental asosi)

2.2. Saaty, T. L. (2008). Decision making with the analytic hierarchy process. *International Journal of Services Sciences*, 1(1), 83-98. (Ko'p mezonli iyerarxik baholash metodologiyasi)

2.3. Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2013). Smart tourism destinations. *Information and Communication Technologies in Tourism 2014*, 553-564. Springer, Cham. (Smart turizm va raqamlashtirish tamoyillari)

2.4. Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. (2018). *Tourism: Principles and Practice*. Pearson Education. (Turizm iqtisodiyoti darsligi)

2.5. Hall, C. M. (2019). Constructing sustainable tourism development: The 2030 agenda and the SDGs. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(7), 1044-1060.

#### 3. Mahalliy olimlarning ilmiy ishlari va darsliklari:

=====

3.1. Parдав, M. Q., & Aтабаев, J. S. (2021). Turizm iqtisodiyoti va sotsiologiyasi. Darslik. Toshkent: "Iqtisod-Moliya".

3.2. Alimova, M. T. (2020). Hududiy turizm bozorini rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlari. Monografiya. Samarqand: "SamDU nashriyoti".

3.3. Tukhliyev, I. S., & Kudratov, G. H. (2022). Turizm sohasida innovatsion menejment va klasterli yondashuv. O'quv qo'llanma. Toshkent: "Fan".

3.4. Navruz-Zoda, B. N. (2023). Ziyorat turizmini rivojlantirishning ijtimoiy-iqtisodiy va konseptual asoslari. Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar ilmiy jurnali, (4), 112-125.

#### **4. Davlat qarorlari va rasmiy hujjatlar:**

4.1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2024-yil 12-yanvardagi "Respublikaning turizm salohiyatini jadal rivojlantirish hamda mahalliy va xorijiy turistlar sonini yanada oshirishga doir qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi PF-9-sonli Farmoni.

4.2. O'zbekiston Respublikasining "Turizm to'g'risida"gi Qonuni (Yangi tahriri), O'RQ-549-son.