

O'ZBEKISTONNING TURISTIK BRENDINI SHAKLLANTIRISHDA DESTINATSION MENEJMENTNING O'RNI VA AHAMIYATI

Malikova Gulshod Zavqiddin qizi

Buxoro davlat universiteti magistranti.

zuhridinmalikov.g@gmail.com

<https://doi.org/10.5281/zenodo.17492001>

Annotatsiya: Mazkur maqolada O'zbekiston Respublikasida turizm sohasi va milliy turistik brendni rivojlantirish jarayonida destinatsion menejmentning roli tahlil qilinadi. Turizm infratuzilmasi, xizmatlar sifati, marketing strategiyalari hamda hududiy turistik resurslardan samarali foydalanishda destinatsion menejmentning o'rni asoslab berilgan. Shuningdek, O'zbekistonning 2019–2025 yillarga mo'ljallangan Turizmni rivojlantirish strategiyasi doirasida olib borilayotgan islohotlar natijalari va istiqbollari ko'rib chiqiladi.

Kalit so'zlar: Turistik brend, destinatsion menejment, turizm marketingi, milliy identitet, barqaror turizm, branding, O'zbekiston turizmi.

Аннотация: В данной статье анализируется роль дестинационного менеджмента в процессе развития туристической отрасли и формирования национального туристического бренда в Республике Узбекистан. Обоснована значимость дестинационного менеджмента в эффективном использовании туристической инфраструктуры, повышении качества услуг, разработке маркетинговых стратегий и рациональном использовании региональных туристических ресурсов. Также рассмотрены результаты и перспективы проводимых реформ в рамках Стратегии развития туризма Узбекистана на 2019–2025 годы.

Ключевые слова: туристический бренд, дестинационный менеджмент, туристический маркетинг, национальная идентичность, устойчивый туризм, брендинг, туризм Узбекистана.

Annotation: This article analyzes the role of destination management in the development of the tourism sector and the formation of the national tourism brand in the Republic of Uzbekistan. The importance of destination management is justified in terms of effective use of tourism infrastructure, improving service quality, developing marketing strategies, and efficient utilization of regional tourism resources. The article also examines the outcomes and prospects of reforms carried out within the framework of the Tourism Development Strategy of Uzbekistan for 2019–2025.

Keywords: tourism brand, destination management, tourism marketing, national identity, sustainable tourism, branding, tourism in Uzbekistan.

Kirish

Globalizatsiya sharoitida mamlakatlarning iqtisodiy raqobatbardoshligini oshirishda turizm sohasi muhim o'rinni egallaydi. Bugungi kunda turizm nafaqat iqtisodiy foyda keltiruvchi tarmoq, balki mamlakatning xalqaro maydondagi imiji va brendini shakllantirishning samarali vositasiga ham aylangan. O'zbekiston o'zining boy madaniy merosi, tarixiy yodgorliklari, milliy an'analari va tabiiy manzaralari bilan jahonning eng jozibador turistik hududlari qatoriga kirish salohiyatiga ega.

O'zbekistonning turistik brendini yaratishda destinatsion menejmentning ahamiyati yuqori. Chunki destinatsion menejment nafaqat turistik mahsulotni shakllantiradi, balki uni xalqaro bozorda targ'ib etish, xizmatlar sifatini oshirish, mehmonlar oqimini boshqarish va

barqaror rivojlanishni ta'minlash bilan ham shug'ullanadi. Bu jarayon milliy identitet va madaniy merosni tijoratlashtirmasdan, aksincha, ularni qadrlash va xalqaro maydonda yanada tanitishga xizmat qiladi.

Tahlil va muhokama

O'zbekiston tarixiy-madaniy merosga boy mamlakat sifatida "Buyuk Ipak yo'li yuragi" tarzida brendlashtirilgan. Ushbu brend konsepsiyasi xalqaro maydonda tan olingan **UNWTO** tomonidan ham qo'llab-quvvatlangan [1]. Biroq brendni mustahkamlash uchun turistik hududlarni kompleks boshqarish – ya'ni *destinatsion menejment* zarur.

Destinatsion menejment quyidagilarni o'z ichiga oladi:

- Turistik mahsulot paketini shakllantirish;
- Transport-logistika tizimini takomillashtirish;
- Mehmonxona va servis xizmatlari sifatini oshirish;
- Mahalliy jamoalarni turizm jarayoniga jalb qilish;
- Marketing va PR strategiyalarini ishlab chiqish;
- Barqaror turizm amaliyotlarini joriy etish.

O'zbekiston Respublikasida 2019–2025 yillarga mo'ljallangan Turizmni rivojlantirish strategiyasi aynan mazkur yo'nalishlarga asoslangan bo'lib, unda turizm destinatsiyalarini boshqarish uchun hududiy Turizm kengashlari tashkil etilgan [2, p. 12].

Turistik brend yaratishda madaniy merosning o'rni

O'zbekistonning asosiy turistik brendi – bu uning tarixiy shaharlari: **Samarqand, Buxoro, Xiva** va **Shahrisabz**, UNESCOning Butunjahon merosi ro'yxatiga kiritilgan [3, p. 89]. Bu shaharlarda destinatsion menejment amaliyoti quyidagi yo'nalishlarda amalga oshirilmoqda:

- Turistik marshrutlarni optimallashtirish;
- Madaniy ob'ektlarda servis xizmatlari sifatini oshirish;
- Festival va madaniy tadbirlar sonini ko'paytirish.

Masalan, "Sharq taronalari" (Samarqand) va "Ipak va ziravorlar festivali" (Buxoro) tadbirlari O'zbekistonni musiqiy va madaniy sayohat markazi sifatida targ'ib qiladi [4, p. 44].

Marketing strategiyalari va raqamli brending

Oxirgi yillarda O'zbekiston turizm marketingida raqamli platformalarga e'tibor kuchaydi. Xususan:

- *Uzbekistan.travel* portali ishga tushirildi;
- "Uzbekistan – A Journey to the Heart of the Silk Road" brend filmi taqdim etildi (2019);
- Blogerlar va xalqaro media turlar kengaytirildi [5, p. 21].

Bu chora-tadbirlar 2017–2023 yillarda O'zbekistonga tashrif buyurgan sayyohlar sonini **2,5 martadan ko'proq oshishiga** xizmat qildi [6].

Barqaror turizm va mahalliy hamjamiyatlar

Destinatsion menejmentning asosiy vazifalaridan biri – mahalliy aholining iqtisodiy manfaatdorligini oshirishdir. O'zbekistonda mehmon uylari (guest house), oilaviy homestay va hunarmandchilik markazlari soni sekin-asta ko'payib bormoqda. Bu esa turizmning ijtimoiy barqarorligini ta'minlaydi [7].

Xulosa

O'zbekistonning turistik brendini shakllantirish jarayonida destinatsion menejment hal qiluvchi ahamiyatga ega omildir. U turizm infratuzilmasi va xizmatlar sifatini oshirish, madaniy merosni saqlab qolgan holda uni xalqaro maydonda targ'ib qilish, raqamli marketing

strategiyalarini kuchaytirish va mahalliy jamoalarni turizm jarayoniga jalb etish imkonini beradi. Kelgusida brend strategiyasining samaradorligi destinatsiyalarni kompleks boshqarish, davlat-xususiy sheriklikni kengaytirish hamda barqaror turizm tamoyillariga amal qilish bilan ta'minlanadi.

Adabiyotlar, References, Литературы:

1. UNWTO. *Tourism and Cultural Heritage Report*. Madrid: UNWTO Publishing, 2020, p. 53.
2. O'zbekiston Respublikasi Turizmni rivojlantirish qo'mitasi. *2019–2025 yillarga mo'ljallangan Turizm strategiyasi*. Toshkent, 2019, p. 12–18.
3. UNESCO. *World Heritage List – Uzbekistan Sites*. Paris, UNESCO Publishing, 2021, p. 87–94.
4. Khodjayev B. *Cultural Tourism Events in Uzbekistan*. Journal of Central Asian Studies, 2021, №4, p. 41–46.
5. Ministry of Tourism of Uzbekistan. *Uzbekistan Digital Tourism Report*. Tashkent, 2022, p. 19–27.
6. O'zbekiston Respublikasi Statistika agentligi. *Turizm bo'yicha yillik hisobot*. Toshkent, 2023, p. 33.
7. Normurodov A. *Barqaror turizm va mahalliy iqtisodiyot*. "Iqtisod va Jamiyat" jurnali, 2022, №6, p. 58–64.
8. Kotler P., Bowen J., Makens J. *Marketing for Hospitality and Tourism*. Pearson, 2017, p. 102–108.
9. Richards G. *Cultural Tourism: Global and Local Perspectives*. Routledge, 2020, p. 131.
10. Timothy D. *Destination Management Principles*. Routledge, 2019, p. 45–56.