



ARTICLE INFO

Received: 24th March 2024
Accepted: 30th March 2024
Online: 31th March 2024

KEYWORDS

Pilgrimage tourism, Uzbekistan, market dynamics, strategic ways, marketing analysis.

STRATEGIC PATHWAYS AND MARKET DYNAMICS: MARKETING ANALYSIS OF ZIYARAH TOURISM IN UZBEKISTAN

Husniddinova Munavvar

Tashkent State University of Economics
Faculty of International Tourism Department of Tourism
2nd year Master's student
<https://doi.org/10.5281/zenodo.10902883>

ABSTRACT

This study includes a comprehensive marketing analysis of Pilgrimage tourism in Uzbekistan, identifying strategic paths and market dynamics shaping this industry. By analyzing the motivations, preferences and experiences of tourists, as well as the marketing strategies used by stakeholders, this study sheds light on the factors driving the development of pilgrimage tourism in Uzbekistan. The study uses a mixed methods approach to comprehensively address the research objectives, mixing both qualitative and quantitative methodologies to offer a holistic view of market dynamics and strategic opportunities in this unique tourism segment.

STRATEGIK YO'LLAR VA BOZOR DINAMIKASI: O'ZBEKISTONDAGI ZIYORAT TURIZMINING MARKETING TAHLILI

Xusniddinova Munavvar Sur'at qizi

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti
Xalqaro turizm fakulteti
Turizm yo'nalishi 2-kurs magistranti
<https://doi.org/10.5281/zenodo.10902883>

ARTICLE INFO

Received: 24th March 2024
Accepted: 30th March 2024
Online: 31th March 2024

KEYWORDS

Ziyorat turizmi, O'zbekiston, bozor dinamikasi, strategik yo'llar, marketing tahlili.

ABSTRACT

Ushbu tadqiqot O'zbekistondagi Ziyorat turizmining keng qamrovli marketing tahlilini o'z ichiga oladi, ushbu sohani shakllantiruvchi strategik yo'llar va bozor dinamikasini aniqlaydi. Turistlarning motivatsiyalari, imtiyozlari va tajribalarini, shuningdek manfaatdor tomonlar tomonidan qo'llaniladigan marketing strategiyalarini tahlil qilish orqali ushbu tadqiqot O'zbekistonda ziyorat turizmining rivojlanishiga turtki bo'lgan omillarni yoritadi. Tadqiqot ushbu noyob turizm segmentidagi bozor dinamikasi va strategik imkoniyatlarning yaxlit ko'rinishini taklif qilish uchun ham sifat, ham miqdoriy metodologiyalarni aralashtirib, tadqiqot maqsadlarini kompleks hal qilish uchun aralash



Kirish

Diniy sayohatning bir turi bo'lgan ziyorat turizmi O'zbekistonning madaniy va turizm landshaftida hal qiluvchi o'rin tutadi. U har yili minglab ziyoratchilar va sayyohlarni jalb etuvchi islom tarixi va merosi bilan bog'liq muqaddas qadamjolarini ziyorat qilishni o'z ichiga oladi. Markaziy Osiyo islom madaniyatining boy gobeleniga chuqur singib ketgan bu maskanlar nafaqat ziyoratgohlar, balki muhim tarixiy va tarbiyaviy ahamiyatga ega. Ayniqsa, Samarqand, Buxoro va Xiva shaharlari o'zining qadimiy masjidleri, maqbara va madrasalari bilan islomning oltin davriga o'ziga xos tasavvur baxsh etgani bilan ziyorat turizmi markazlari sifatida alohida ajralib turadi. Turizmning bu turi O'zbekistonning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishiga, madaniy almashinuvni rivojlantirishga va uning islom merosini asrab-avaylashga katta hissa qo'shadi.

O'zbekistondagi ziyorat turizmi o'zining salohiyatiga qaramay, uning strategik rivojlanishi va bozor dinamikasiga to'sqinlik qiluvchi bir qator muammolarga duch kelmoqda. Bularga xalqaro sayyohlarga qaratilgan cheklangan marketing harakatlari, rivojlanmagan turizm infratuzilmasi va tashrif buyuruvchilar tajribasini oshirish bo'yicha keng qamrovli strategiyalarning yo'qligi kiradi. Bundan tashqari, mintaqadagi o'zgaruvchan geosiyosiy landshaft va iqtisodiy sanksiyalar global auditoriyani jalb qilishda qo'shimcha to'siqlarni keltirib chiqaradi. Aksincha, mazmunli sayohat tajribasi uchun global izlanishlar ortib borayotgan ma'naviy va madaniy turizmga qiziqish ortib borayotganidan foydalanish imkoniyatlari mavjud. Ushbu muammo va imkoniyatlarni hal qilish O'zbekistondagi ziyorat turizmining bozor dinamikasini va strategik rivojlanish ehtiyojlarini to'liq tushunishni talab qiladi.

Ushbu tadqiqotning asosiy maqsadi ziyorat turizmining bozor dinamikasini tahlil qilish va uni rivojlantirishning strategik yo'llarini aniqlashdan iborat. Muayyan maqsadlarga quyidagilar kiradi:

- O'zbekistondagi ziyorat turizmining joriy bozor tendentsiyalari va tashrif buyuruvchilar profilini baholash,
- ziyorat turizmining o'sishi va barqarorligiga ta'sir qiluvchi qiyinchiliklar va imkoniyatlarni baholash,
- ziyorat turizmining raqobatbardoshligi va jozibadorligini oshirish, marketing, infratuzilmani rivojlantirish va manfaatdor tomonlarni jalb qilishga qaratilgan strategik tavsiyalar berish.

Ushbu tadqiqot ziyorat turizmi bilan shug'ullanadigan turli manfaatdor tomonlar, jumladan siyosatchilar, turizm operatorlari va mahalliy hamjamiyatlar uchun muhim ahamiyatga ega. Ziyorat turizmining o'sishini rag'batlantirishga qaratilgan moslashtirilgan siyosat va investitsiya strategiyalarini ishlab chiqish haqida ma'lumot berishi mumkin.



Turistik operatorlar bozor afzalliklari va tendentsiyalari haqida tushunchaga ega bo'lib, ularga xizmat takliflari va tashrif buyuruvchilar tajribasini yaxshilash imkonini beradi. Va nihoyat, mahalliy hamjamiyatlar turizmni rivojlantirish orqali taqdim etilayotgan ijtimoiy-iqtisodiy imkoniyatlardan, masalan, ish o'rinlari yaratish, madaniyatni saqlash va jamiyatni rivojlantirishdan foydalanishadi. Umuman olganda, ushbu tadqiqot O'zbekistonda ziyorat turizmining strategik rivojlanishiga hissa qo'shib, uni jahon miqyosida diniy va madaniy turizmning yetakchi yo'nalishi sifatida joylashtirishga xizmat qiladi.

Adabiyotlar sharhi.

Ziyorat va islom turizmi tahlili:

Muqaddas islomiy qadamjolarini ziyorat qilish bilan ajralib turadigan Ziyorat turizmi diniy turizm spektrida alohida o'rin tutadi. Bu nafaqat ma'naviy sayohat, balki islom tarixi va an'analari haqida chuqur ma'lumot beruvchi madaniy-ma'rifiy tajriba hamdir. Darhaqiqat, sayohat ruhlantiradi va ma'lum sharoitlarda bilim olish va dunyo go'zalliklarini tafakkur qilish vositasi sifatida qabul qilinadi; Shuning uchun Haj (Islomning besh arkonidan biri bo'lgan Makkaga ziyorat qilish), Umra (Makka va Madinaga ziyorat qilish) va Ziyorat (boshqa diniy sabablarga ko'ra masjidlar, qabrlar, g'orlar yoki jang maydonlariga sayohatlar) katta ahamiyatga ega (Aziz, 2001) (Hamza, 2012) (Henderson, 2003) (Scott & Jafari, 2010) (Zamani-Farahani & Henderson, 2010).

Diniy turizm bozori dinamikasi:

Bozor dinamikasini tushunish iste'molchi xatti-harakatlarini tahlil qilishni va talabni prognozlashni o'z ichiga oladi. Ma'lumotni qazib olish texnikasi turizm sanoatidagi iste'molchilarning xatti-harakatlarini tahlil qilish uchun ishonchli usulni taklif qiladi, bu manfaatdor tomonlarga turistlar o'rtasidagi naqsh va imtiyozlarni aniqlash imkonini beradi (Raorane & Kulkarni, 2011). Bundan tashqari, meta-tahlil orqali ta'kidlanganidek, turizmning bandlik ta'siri turizm rivojlanishi va ish o'rinlari yaratish o'rtasidagi ijobiy bog'liqlikdan dalolat beradi va O'zbekistonda Ziyorat turizmini rivojlantirishning iqtisodiy foydasini ta'kidlaydi (Georgios, 2022).

Diniy turizm sharoitida iste'molchining xatti-harakati:

Ma'lumotni qazib olish usullarini qo'llash diniy turizm kontekstida iste'molchilarning psixologik va xarid qilish xatti-harakatlarini ochib beradi. Ushbu tushunchalar marketing strategiyalarini ishlab chiqish va Ziyorat turizmida tashrif buyuruvchilar tajribasini oshirish uchun juda muhimdir (Raorane & Kulkarni, 2011).

Turizm industriyasidagi talabni prognozlash:

Turizmga bo'lgan talabni bashorat qilish strategik rejalashtirish va resurslarni taqsimlash uchun zarurdir. Ansambl chuqur o'rganish yondashuvi turizmga bo'lgan talabni to'g'ri prognoz qilish imkoniyatlarini namoyish etadi, bu O'zbekistonning Ziyorat turizm sektorida tashrif buyuruvchilar tendentsiyalarini bashorat qilishda qo'llanilishi mumkin (Sun et al., 2022).

Metodologiya

Biz tadqiqotda mavzu bo'yicha ko'p qirrali tushunchaga ega bo'lish uchun ham sifat, ham miqdoriy metodologiyalarni aralashtirib, tadqiqot maqsadlarini kompleks hal qilish uchun aralash usullar yondashuvini qo'lladik. Ushbu yondashuv Ziyorat turizmi kontekstida turistik demografiya, imtiyozlar, motivatsiyalar, qoniqish darajalari va manfaatdor tomonlarning



marketing strategiyalarini chuqur o'rganishga imkon berdi. Turli ma'lumotlar manbalari va analitik istiqbollarni birlashtirgan holda, tadqiqot dizayni ziyorat turizmini rivojlantirishda bozor dinamikasi va strategik yo'llar o'rtasidagi murakkab o'zaro ta'sirni nozik tahlil qilishga yordam berdi.

Ma'lumotlarni yig'ish usullari

Dala kuzatuvlari

Dala kuzatuvlari O'zbekistondagi turli Ziyorat оцндрфквфпш o'tkazilgan ushbu tadqiqotda asosiy ma'lumotlarni yig'ish usuli bo'ldi. Ushbu kuzatishlar turistlarning xatti-harakatlari, madaniy va diniy muhit bilan o'zaro ta'siri va ushbu ob'ektlarda turizmni boshqarishning operatsion jihatlari to'g'risida bevosita tushunchalarni to'plash uchun tizimli ravishda rejalashtirilgan va amalga oshirilgan. Tadqiqot guruhi batafsil, vaziyatga oid ma'lumotlarni, shuningdek, ziyorat turizm tajribasining kengroq atmosfera va tajribaviy sifatlarini qo'lga kiritish imkonini beruvchi tuzilgan va tuzilmagan kuzatish usullaridan foydalangan. Kuzatish ma'lumotlari sinchkovlik bilan qayd etilgan, kontekstual tafsilotlar bilan izohlangan va keyingi tahlil qilish uchun kataloglashtirilgan bo'lib, O'zbekistondagi haqiqiy turistik tajribani aks ettiruvchi boy sifatli ma'lumotlar to'plamini ta'minladi.

Ikkilamchi ma'lumotlarni tahlil qilish

Birlamchi ma'lumotlarni to'plashdan tashqari, tadqiqot natijalarini boyitish uchun ikkilamchi ma'lumotlar tahlilidan keng foydalanildi. Bunda O'zbekistondagi ziyorat turizmiga oid mavjud adabiyotlar, hukumat hisobotlari, turizm statistikasi va raqamli kontentlar to'liq tekshirildi. Ikkilamchi ma'lumotlar manbalari tadqiqot uchun qimmatli kontekstni taqdim etdi, tarixiy tushunchalar, trend tahlillari va asosiy tadqiqot natijalarini baholash mumkin bo'lgan taqqoslash ma'lumotlarini taqdim etdi. Ikkilamchi ma'lumotlarni har tomonlama ko'rib chiqish va sintez qilish joriy bilimlar bazasidagi kamchiliklarni aniqlashga, tadqiqot savollarini shakllantirishga va tadqiqotni diniy va madaniy turizm bo'yicha kengroq akademik va amaliy nutq doirasida joylashtirishga yordam berdi.

Analitik usullar

Statistik tahlil

Tadqiqotning miqdoriy tarkibiy qismlari uchun statistik tahlil dala kuzatuvlari va ikkilamchi manbalardan olingan ma'lumotlarni ochishda hal qiluvchi rol o'ynadi. Turistlarning demografiyasi, afzalliklari va qoniqish darajasini aniqlash uchun tavsiflovchi statistik ma'lumotlardan foydalanilgan, bu esa o'rganilayotgan aholining aniq soni ko'rinishini ta'minlaydi. O'zgaruvchilar o'rtasidagi munosabatlarni o'rganish va turistlarning qoniqishi va afzalliklariga muayyan omillarning ta'sirini baholash uchun regressiya tahlili va gipoteza testini o'z ichiga olgan inferensial statistik ma'lumotlardan foydalanilgan. Ushbu qat'iy statistik tekshiruv empirik topilmalar miqdoriy dalillarga asoslanganligini, tadqiqot xulosalarining ishonchliligini va chuqurligini ta'minladi.

Tematik tahlil

Dala kuzatuvlari va ikkilamchi ma'lumotlarni tahlil qilish orqali to'plangan sifatli ma'lumotlar tematik tahlildan o'tkazildi, bu usul ma'lumotlar ichidagi naqshlarni (mavzularni) aniqlash, tahlil qilish va hisobot berishga mo'ljallangan. Bu ma'lumotlarni kodlash, mavzularni ishlab chiqish va tadqiqot maqsadlaridan kelib chiqqan holda topilmalarni sharhlashning puxta jarayonini o'z ichiga oldi. Tematik tahlil sayyohlarning nozik tajribalari, idroklari va



xulq-atvoriga, shuningdek, manfaatdor tomonlarning strategik yondashuvlariga chuqur kirib borish imkonini berdi, ziyorat turizmidagi asosiy motivatsiyalar, umidlar va qoniqishni belgilovchi omillarni ochib berdi. Mavzuga oid tushunchalarni statistik ma'lumotlar bilan birlashtirish O'zbekistondagi ziyorat turizmini tavsiflovchi bozor dinamikasi va strategik yo'llarni yaxlit tushunishga yordam berdi.

Ushbu xilma-xil, ammo bir-birini to'ldiruvchi usullarni qo'llash orqali tadqiqot ishonchli empirik dalillar va O'zbekistondagi sayyohlik tajribasi va bozor dinamikasini chuqur sifatli tushunish bilan ta'minlangan ziyorat turizmini har tomonlama va chuqur tahlil qilishni taklif etadi. Ushbu uslubiy yondashuv nafaqat turizm marketingi bo'yicha akademik nutqni boyitibgina qolmay, balki ziyorat turizmining strategik yo'llari va bozor dinamikasini o'rganish va ulardan foydalanishni maqsad qilgan manfaatdor tomonlar uchun amaliy tushunchalar beradi.

Natijalar

Turistlarning demografiyasi, imtiyozlari, motivatsiyalari va qoniqish darajasi tahlili

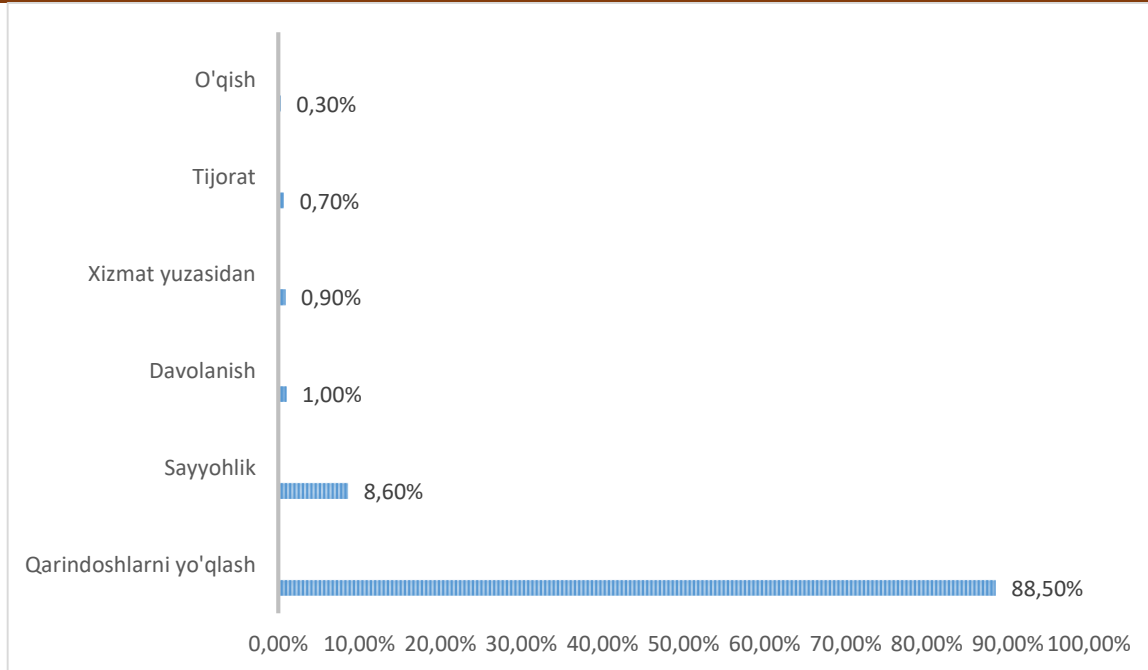
Tadqiqot ziyorat maqsadidagi sayyohlarning turli yosh guruhlari, millatlar va diniy kelib chiqishini o'z ichiga olgan turli demografik profilini aniqladi. 2022-yilda mamlakatimizga kelgan turistlarning 49,6 foizini, ya'ni 2 593 400 nafarini 31 yoshdan 55 yoshgacha bo'lgan kishilar tashkil qilgan (*Sayyohlarning Kelishi*, 25.03.2024.), bu diniy va tarixiy turizmga qiziqish ko'rsatayotgan yosh va o'rta yoshdagi demografik guruhlardan dalolat beradi. Millati bo'yicha ko'pchilik Markaziy Osiyo davlatlaridan, keyin esa Yevropa va Yaqin Sharqdan tashrif buyurganlar bo'lib, mintaqaviy qiziqish kuchli, ammo xalqaro e'tiroz ortib borayotganidan dalolat beradi.

Sayyohlik motivlari ma'naviy va madaniy izlanishlarda chuqur ildiz otgan, respondentlarning 70% dan ortig'i tashrif buyurishning asosiy sababi sifatida qarindoshlarni yo'qlashni ko'rsatgan. Sayyohlarning ko'pchilik qismi Markaziy Osiyo davlatlaridan bo'lganini hisobga olsak ular albatta O'zbekistonning ziyorat obyektlariga katta qiziqish bildiradilar. Kichikroq, ammo e'tiborga molik bir qismi O'zbekistonning boy madaniy merosini o'rganish haqida gapirdi. Faoliyatdagi afzalliklar ma'lum diniy joylarni ziyorat qilish va an'anaviy marosimlarda qatnashishdan tortib, mahalliy madaniyat va oshxonani o'rganishgacha bo'lgan.

1-rasm

2020-yilda O'zbekistonga kelgan sayyohlarning sayohat maqsadlari¹

¹ <https://stat.uz/uz/matbuot-markazi/qo-mita-yangiliklar/6333-turistik-maqsadlarda-kelgan-chet-el-fuqarolarining-asosiy-safar-maqsadlarini-bilasizmi>



Qoniqish darajasi odatda yuqori bo'lib, sayyohlarning taxminan 85% tashrifidan qoniqish bildirgan, mahalliy aholining mehmondo'stligi, madaniy tajribalarning boyligi va diniy joylarga kirish qulayligini ta'kidlagan. Shu bilan birga, yaxshilanishi kerak bo'lgan sohalar, jumladan, yaxshi infratuzilma va ko'p tillarda mavjud bo'lgan qo'shimcha ma'lumotlarga ehtiyoj borligi ham qayd etildi.

Turistlarning xulq-atvori va kutishlarining asosiy tendentsiyalari

Sayohatni rejalashtirish va joylarda navigatsiya qilish uchun raqamli manbalarga bo'lgan ishonchning ortib borayotgani diqqatga sazovor tendentsiya bo'ldi, sayyohlarning 60% dan ortig'i tashrif buyurishdan oldin ziyorat obyektlari haqida ma'lumot olish uchun onlayn platformalardan foydalangan. Kutishlar chinakam tajribalar atrofida, qiziqarli madaniy tadbirlar va o'zbek an'alarini aks ettiruvchi turar joy, bilimdon mahalliy aholi tomonidan ekskursiyalarga bo'lgan talab yuqori bo'lgan,

Manfaatdor tomonlarning marketing strategiyalari, muammolari va imkoniyatlari bo'yicha intervyularidan olingan ma'lumotlar

Manfaatdor tomonlar, jumladan, turoperatorlar, mahalliy hokimiyat organlari va mehmondo'stlik provayderlari bilan o'tkazilgan suhbatlar ziyorat turizmining foydalanilmagan salohiyati bo'yicha kelishuvni aniqladi. Ijtimoiy media va maqsadli onlayn reklamaga e'tibor qaratgan holda raqamli marketing strategiyalari tobora ko'proq qabul qilinayotgan bo'lsa-da, manfaatdor tomonlar ziyorat tajribasining ma'naviy va madaniy chuqurligini onlayn tarzda to'g'ri tasvirlash muammosini ta'kidladilar.

Ziyorat sayohatlarini O'zbekistonning boshqa madaniy va tabiiy diqqatga sazovor joylari bilan uyg'unlashtirgan kompleks turistik paketlarni ishlab chiqish imkoniyatlari belgilandi. Manfaatdor tomonlar, shuningdek, xalqaro standartlarga javob beradigan infratuzilma va xizmatlarni yaxshilash muhimligini, shu tariqa kengroq turistik demografiyani jalb qilishning asosiy muammolaridan birini hal qilish muhimligini ta'kidladilar.

Ziyorat sayyohlarini jalb qilishda raqamli marketingning roli



Raqamli marketing, ayniqsa, ijtimoiy media platformalari, SEO strategiyalari va kontent marketingidan foydalanish orqali ziyorat turizmini targ'ib qilishda muhim vosita sifatida paydo bo'ldi. Ziyorat maskanlari va tajribalarini aks ettiruvchi video va fotosuratlar kabi vizual kontentning samaradorligi potentsial sayyohlarni jalb qilish va O'zbekiston diniy merosining o'ziga xos jozibadorligini yetkaza olishi alohida ta'kidlandi.

Manfaatdor tomonlar o'rtasidagi hamkorlik va sheriklik

Tadqiqot turli manfaatdor tomonlar, jumladan, davlat organlari, mahalliy hamjamiyat, sayyohlik operatorlari va xalqaro turizm agentliklari o'rtasidagi hamkorlik va sheriklikning muhimligini ta'kidlaydi. Bunday hamkorliklar yaxlit marketing strategiyalarini ishlab chiqish, turizm infratuzilmasini yaxshilash va ziyorat turizmining barqaror rivojlanishini ta'minlashda muhim ahamiyat kasb etdi.

Bozor dinamikasining O'zbekistonda ziyorat turizmini rivojlantirish va targ'ib qilishga ta'siri

Jahon sayyohlik tendentsiyalari, mahalliy iqtisodiy sharoitlar va geosiyosiy omillar ta'sirida bo'lgan bozor dinamikasi ziyorat turizmining rivojlanishi va targ'ib qilinishiga sezilarli ta'sir ko'rsatdi. Ma'naviy va madaniy turizmga bo'lgan global qiziqishning ortib borayotgani bozorning qulay dinamikasini taqdim etadi, shu bilan birga viza qoidalari va mintaqaviy barqarorlik kabi muammolar ziyorat turizmining to'liq imkoniyatlarini ochish uchun hal qilinishi kerak bo'lgan muammolar bo'lib qolmoqda.

Ziyorat turizm bozorining raqobat tahlili

O'zbekistondagi Ziyorat turizm bozorining raqobatbardosh manzarasi mahalliy va mintaqaviy ishtirokchilar o'rtasidagi hamkorlik va raqobat bilan ajralib turadi. O'zbekiston boshqa joylarda uchramaydigan noyob ziyorat tajribalarini taqdim etsa-da, islomiy meros ob'ektlariga ega qo'shni davlatlar ham diniy sayyohlar e'tiborini tortish uchun kurashmoqda. Bunday raqobat muhiti O'zbekiston o'z takliflarini yuqori sifatli xizmatlar, noyob tajriba va samarali marketing strategiyalari orqali farqlash zarurligini ta'kidlaydi.

Xulosa

O'zbekistondagi Ziyorat turizmining ushbu keng qamrovli marketing tahlili turizm industriyasining noyob sektoriga ta'sir ko'rsatuvchi strategik yo'llar va bozor dinamikasini yoritib berdi.

Bizning topilmalarimiz ma'naviy, madaniy va shaxsiy izlanishlar uchun motivatsiyaga asoslangan yosh va o'rta yoshdagi demografik guruhlar orasida ziyorat turizmiga katta qiziqish borligini ta'kidlaydi. Sayyohlar tomonidan bildirilgan yuqori qoniqish darajasi asl tajribalar, mahalliy mehmondo'stlik va diniy va tarixiy joylarga kirishning muhimligini ta'kidlaydi, shuningdek, infratuzilma va ko'p tilli ma'lumotlar bilan ta'minlash kabi yaxshilanishi kerak bo'lgan sohalarga ishora qiladi.

Manfaatdor tomonlar uchun strategik ta'sirlar aniq. Ziyorat turizmiga ortib borayotgan qiziqishni kuchaytirish va mavjud muammolarni hal qilish uchun ko'p qirrali yondashuv talab etiladi. Asosiy strategiyalar qatoriga, xususan, ijtimoiy media va vizual hikoyalar orqali raqamli marketing sa'y-harakatlarini kuchaytirish, diniy, madaniy va tabiiy tajribalar uyg'unligini taklif qiluvchi keng qamrovli turizm paketlarini ishlab chiqish, xalqaro standartlarga javob beradigan infratuzilma va xizmat ko'rsatish sifatini yaxshilash kiradi.



Ziyorat turizmining barqaror rivojlanishida davlat organlari, mahalliy hamjamiyatlar, turizm operatorlari va xalqaro agentliklar o'rtasidagi sheriklik va hamkorlikning o'rni muhim ekani ta'kidlandi. Bunday hamkorlikdagi sa'y-harakatlar marketing strategiyalarini muvofiqlashtirish, turizm infratuzilmasini yaxshilash hamda O'zbekistonda Ziyorat turizmini rivojlantirishga yaxlit va barqaror yondashuvni ta'minlashga yordam beradi.

Olingan ma'lumotlarga qaramay, ushbu tadqiqot o'z-o'zidan xabar qilingan ma'lumotlarga tayanish va Ziyorat turizmiga alohida e'tibor qaratish kabi cheklovlarni tan oladi, bu esa topilmalarning umumlashtirilishini cheklashi mumkin. Kelgusi tadqiqotlar strategik aralashuvlarning uzoq muddatli ta'sirini va olingan tushunchalarning diniy va madaniy turizmning boshqa shakllariga qo'llanilishini o'rganib, ushbu o'lchovlarni yanada chuqurroq o'rganishga qaratilgan bo'lishi kerak.

Xulosa qilib aytadigan bo'lsak, O'zbekistonda Ziyorat turizmi o'sish va rivojlanish uchun ajoyib imkoniyat yaratadi. Aniqlangan muammolarni hal qilish va tahlillarimizda ta'kidlangan imkoniyatlardan foydalanish orqali manfaatdor tomonlar nafaqat Ziyorat turizmining jozibadorligini oshirishi, balki O'zbekistonning kengroq iqtisodiy va madaniy hayotiyiligiga ham hissa qo'shishi mumkin. Ushbu tadqiqotda bayon etilgan strategik yo'llar manfaatdor tomonlarga murakkab bozor dinamikasini yo'lga qo'yish va Ziyorat turizmining barqaror o'sishini ta'minlash, sayyohlar tajribasini boyitish hamda mahalliy hamjamiyat va milliy iqtisodiyotga foyda keltirish uchun yo'l xaritasini taklif etadi.

References:

1. Aziz, H. (2001). The journey: an overview of tourism and travel in the Arab/Islamic context. *Tourism and the Less Developed World: Issues and Case Studies*, 151–159.
2. Georgios, G. (2022). Preliminary Results on the Employment Effect of Tourism. A meta-analysis. *ArXiv Preprint ArXiv:2206.00174*.
3. Hamza, I. M. (2012). Islamic tourism: Exploring perceptions & possibilities in Egypt. *African Journal of Business and Economic Research*, 7(1), 85–98.
4. Henderson, J. C. (2003). Managing tourism and Islam in peninsular Malaysia. *Tourism Management*, 24(4), 447–456.
5. Raorane, A., & Kulkarni, R. V. (2011). Data mining techniques: A source for consumer behavior analysis. *ArXiv Preprint ArXiv:1109.1202*.
6. *Sayyohlarning kelishi*. (n.d.). <https://uzbekistan.travel/uz/sayyohlarning-kelishi/>
7. Scott, N., & Jafari, J. (2010). *Tourism in the Muslim world*. Emerald Group Publishing Limited.
8. Sun, S., Li, Y., Guo, J., & Wang, S. (2022). Tourism demand forecasting: An ensemble deep learning approach. *Tourism Economics*, 28(8), 2021–2049.
9. Zamani-Farahani, H., & Henderson, J. C. (2010). Islamic tourism and managing tourism development in Islamic societies: the cases of Iran and Saudi Arabia. *International Journal of Tourism Research*, 12(1), 79–89.