

MINTAQAVIY TURIZM BRENDINI RIVOJLANTIRISH ORQALI XALQARO BOZORDA RAQOBATBARDOSHLIKNI OSHIRISH YO'LLARINI ASOSLAB BERISH

Qurbonova Malika Axmad qizi

i.f.f.d., dotsent v.b. Qarshi davlat universiteti

<https://doi.org/10.5281/zenodo.18276845>

Annotatsiya. Mazkur tezisda mintaqaviy turizm brendini shakllantirish va rivojlantirish orqali xalqaro bozorda raqobatbardoshlikni oshirish masalalari yoritilgan. Tadqiqotda turizm brendining iqtisodiy ahamiyati, uni rivojlantirishda marketing va raqamli texnologiyalarning o'рни tahlil qilinadi. Shuningdek, mintaqaviy turizm brendini baholash va boshqarish bo'yicha metodologik yondashuvlar asoslab berilib, amaliy taklif va tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Kalit so'zlar: mintaqaviy turizm, turizm brendi, xalqaro bozor, raqobatbardoshlik, marketing strategiyasi, raqamli texnologiyalar.

Аннотация. В данном тезисе рассматриваются вопросы повышения конкурентоспособности на международном рынке за счет формирования и развития регионального туристического бренда. В исследовании анализируется экономическая значимость туристического бренда, а также роль маркетинга и цифровых технологий в его развитии. Кроме того, обоснованы методологические подходы к оценке и управлению региональным туристическим брендом, а также разработаны практические предложения и рекомендации.

Ключевые слова: региональный туризм, туристический бренд, международный рынок, конкурентоспособность, маркетинговая стратегия, цифровые технологии.

Annotation. This thesis addresses the issues of enhancing competitiveness in the international market through the formation and development of a regional tourism brand. The study analyzes the economic significance of the tourism brand, as well as the role of marketing and digital technologies in its development. In addition, methodological approaches to the evaluation and management of the regional tourism brand are substantiated, and practical proposals and recommendations are developed.

Keywords: regional tourism, tourism brand, international market, competitiveness, marketing strategy, digital technologies.

Kirish. Globallashuv sharoitida turizm bozori keskin raqobat muhitida rivojlanmoqda. Bu jarayonda mintaqaning o'ziga xos turizm brendiga ega bo'lishi xalqaro bozorda muvaffaqiyatli faoliyat yuritishning muhim omillaridan biri hisoblanadi. Kuchli turizm brendi mintaqaning tanilish darajasini oshiradi, xorijiy turistlar oqimini ko'paytiradi hamda turizm xizmatlari eksportining barqaror o'sishini ta'minlaydi. Shu bois, mintaqaviy turizm brendini rivojlantirish orqali xalqaro bozorda raqobatbardoshlikni oshirish masalasi dolzarb ilmiy-amaliy ahamiyat kasb etadi.

Adabiyotlar sharhi. Turizm brendi va raqobatbardoshlik masalalari ko'plab xorijiy va mahalliy olimlar tomonidan tadqiq etilgan. P. Kotler va K. Keller marketing nazariyasida brendning bozordagi ustunlikni ta'minlashdagi rolini asoslab bergan [1]. D. Buhalis turizmدا brending va raqamli platformalarning xalqaro bozordagi ahamiyatini o'rgangan [2]. M. Porter raqobat ustunligi va hududiy brendlarning iqtisodiy samaradorlikka ta'sirini tahlil qilgan [3]. Mahalliy tadqiqotchilardan A. O'lmasov va D.T. Yuldashev mintaqaviy turizmni rivojlantirishda

marketing strategiyalari va brendingning ahamiyatini yoritib bergan [4]. Shunga qaramay, mintaqaviy turizm brendini rivojlantirish orqali xalqaro bozorda raqobatbardoshlikni oshirish masalalari bo'yicha kompleks yondashuvlar yetarlicha tadqiq etilmagan.

Tadqiqot metodologiyasi. Mazkur tadqiqot turizm sohalarida mavjud muammolar va imkoniyatlarni aniqlash, tahlil qilish hamda ularning o'zaro bog'liqligini baholashga qaratilgan. Tadqiqot jarayonida diqqatga sazovor joylar, transport, joylashtirish, ovqat va ichimliklar hamda sayohat agentliklari sektorlari alohida yo'nalishlar sifatida o'rganildi. Tadqiqot metodologiyasi sifat jihatdan kompleks yondashuv asosida ishlab chiqilib, tadqiqot obyekti sifatida turizm sanoatining asosiy tarkibiy qismlari tanlandi. Tadqiqot predmeti esa ushbu sohalarida uchraydigan muammolar va rivojlanish imkoniyatlari, shuningdek ularning turizmning barqaror rivojlanishiga ta'siri hisoblanadi.



1-rasm. Turizm sektorlarida muammolar va imkoniyatlarning taqqoslama tahlili.

Rasmda turizm sohalarining asosiy yo'nalishlari va ularga xos muammolar hamda imkoniyatlar tizimli tarzda aks ettirilgan. Tadqiqot metodologiyasi nuqtayi nazaridan mazkur rasm turizm sohasini kompleks yondashuv asosida o'rganishga xizmat qiladi. Rasm markazida turizm sohalarini joylashtirilib, uning atrofida diqqatga sazovor joylar, transport, joylashtirish, ovqat va ichimliklar hamda sayohat agentliklari ko'rsatilgan. Bu holat tadqiqotda tizimli yondashuv qo'llanilganini bildiradi, ya'ni har bir soha alohida tahlil qilinib, ularning o'zaro bog'liqligi saqlangan. Rasmda har bir soha bo'yicha muammolar va imkoniyatlar ajratib ko'rsatilgan. Bu esa tahlil va taqqoslash metodlari asosida ijobiy va salbiy omillar aniqlanganini ko'rsatadi. Shuningdek, bir xil muammolar va imkoniyatlarning bir nechta sohalarida takrorlanishi umumiy tendensiyalarni aniqlash imkonini beradi. Ranglar va belgilar orqali

berilgan ma'lumotlar vizual tahlil metodidan foydalanilganini ko'rsatadi. Bu yondashuv murakkab ma'lumotlarni soddalashtirib, ularni tez va aniq tahlil qilishga yordam beradi. Umuman olganda, rasmda keltirilgan ma'lumotlar turizm sohalaridagi muammolar va imkoniyatlarni aniqlash, ularni taqqoslash va umumlashtirishga xizmat qiluvchi samarali metodologik asos bo'lib hisoblanadi.

Xulosa va takliflar. Tadqiqot natijalari mintaqaviy turizm brendini shakllantirish va rivojlantirish xalqaro bozorda raqobatbardoshlikni oshirishda muhim ahamiyatga ega ekanligini ko'rsatdi. Turizmning asosiy sektorlarida mavjud muammolar va imkoniyatlar o'zaro bog'liq bo'lib, ularni tizimli va kompleks yondashuv asosida boshqarish zarur. Shu munosabat bilan mintaqaning o'ziga xos xususiyatlariga asoslangan yagona turizm brend strategiyasini ishlab chiqish, raqamli marketing va onlayn platformalar orqali brendni xalqaro bozorda faol targ'ib qilish, turizm sektorlarida o'zaro hamkorlik va integratsiyani kuchaytirish hamda turizm brendining samaradorligini baholash va monitoring qilish tizimini joriy etish maqsadga muvofiqdir.

List Of Literature:

1. Kotler P., Keller K. *Marketing Management*, 15-chi nashr, Pearson, 2015.
2. Buhalis D. *Marketing the Competitive Destination of the Future. Tourism Management*, 2000.
3. Porter M. *The Competitive Advantage of Nations*, Free Press, 1990.
4. Qurbonova M.A., A new methodology for developing green tourism exports using digital technologies, — "Yashil iqtisodiyot va taraqqiyot" jurnali, № 3-son 2025.
5. Qurbonova M.A., Turizm xizmatlari eksporti va yashil iqtisodiyotning nazariy-metodologik asoslari, — "Yashil iqtisodiyot va taraqqiyot" jurnali, № 10-son 2025.