

MAMLAKATIMIZ TURISTIK IMIDJINI JAHON MIQYOSIDA OSHIRISHDA “HUDUD BRENDINGI” TAHLILI, MAVJUD KAMCHILIKLAR VA YECHIMLARI

Narziqulov Elbek Farxod o'g'li

“Alfraganus” universiteti “Iqtisodiyot” kafedrasida stajyor-o'qituvchisi

*Narziqulov.E.F. Mamlakatimiz turistik imidjini jahon miqyosida oshirishda
“hudud brendingi” tahlili, mavjud kamchiliklar va yechimlari*

Ushbu maqolada mamlakatimizning turizmga oid statistik ko'rsatkichlari va bugungi kundagi turizm imkoniyatlari, turizm qo'mitasi tomonidan olib borilayotgan marketing va PR ishlari tahlili, turizmning xalqaro statistik ko'rsatkichlari mamlakatimizning turistik brendi tahlili va undagi mavjud kamchiliklar va takliflar. Mamlakatimiz xalqaro imidjini yaratishda foydalaniladigan promoushen videoroliklar tahlili, mamlakatimizga tashrif buyurayotgan sayohatchilar turlari tahlillari mavjud.

Tayanch so'z va tushunchalar: turizm, brend, statistika, tahlil, sayyoh, xalqaro imidj, marketing, PR, videorolik, hudud brendingi, turist

В этой статье рассмотрено статистические показатели туризма нашей страны и сегодняшние туристические возможности, анализ маркетинговой и PR-работы, проводимой комитетом по туризму, анализ международных статистических показателей туризма, туристического бренда нашей страны и его существующих недостатков и представлены предложения. Проведен анализ рекламных видеороликов, используемых для создания международного имиджа нашей страны, а также анализ типов путешественников, посещающих нашу страну.

Ключевые слова и понятия: туризм, бренд, статистика, анализ, турист, международный имидж, маркетинг, PR, видео, региональный брендинг, турист.

This article examines the statistical indicators of tourism in our country and today's tourism opportunities, analyzes the marketing and PR work carried out by the tourism

committee, analyzes international statistical indicators of tourism, the tourism brand of our country and its existing shortcomings, and presents proposals. An analysis of advertising videos used to create the international image of our country was carried out, as well as an analysis of the types of travelers visiting our country.

Key words and concepts: tourism, brand, statistics, analysis, tourist, international image, marketing, PR, video, regional branding, tourist

Kirish. Butun dunyo globallashuv jarayonida ishtirok etishi natijasida, mamlakatlar o'rtasida kirib-chiqish oson va to'siqlarsiz va arzonlashuvi mamlakat iqtisodiy siyosatiga qo'shimchalar va o'zgartirishlar kiritilishiga ehtiyoj keltirib chiqaryapdi. Bu kabi qo'shimcha va o'zgartirishlar mamlakatning iqtisodiy farovonligini taminlashda o'z hissasini qo'shadi. Ko'plab rivojlangan mamlakatlarning turizm salohiyatiga e'tibor bersangiz, turizmning ulushi YAIM ning katta qismini tashkil qiladi. Turizm sektori rivojlangan mamlakatlarda mamlakatning turistik salohiyatini ko'rsatish uchun turistik industriya tashkil etilgan bo'ladi, bu esa mamlakat iqtisodiyotiga katta tushum keltiradi. Agar boy tarixga, juda qadimiy madaniy-meroslariga ega mamlakatlar turizmni rivojlantirish uchun asosiy manbaga ega deb hisoblanadigan bo'lsa, unda O'zbekiston kabi mamlakatlarning turizm sektori Fransiya turizmidek bo'lishi mantiqqa tog'ri kelgan bo'lardi. Lekin hamma gap faqat mamlakatdagi turistik obyektlar va turistik muhit bor yoki yo'qligida emas, o'sha madaniyatga yer yuzidagi insonlarni qiziqitira olish, bunda bizga marketologlar va menejerlar yordam beradi. Turizm iqtisodiy tarmoq sifatida dunyoning rivojlanayotgan mamlakatlaridagi ko'plab rivojlangan mamlakatlar milliy iqtisodiyotining fundamental asosi hisoblanadi. JST ma'lumotlariga ko'ra, turizmning jahon iqtisodiyotiga qo'shgan hissasi jahon yalpi ichki mahsulotining 7,6 foizini tashkil qiladi. Butunjahon Sayohat va Turizm Kengashining (WTTC) 2023-yilda sayohat va turizmning iqtisodiy ta'siri to'g'risidagi hisoboti sayohat va turizm investitsiyalarining rag'batlantiruvchi jonlanishini, pandemiya sabab bo'lgan qiyinchiliklarni yengib o'tishini va o'sishning kuchli qaytishini ko'rsatadi. 2022 yilda Sayohat va turizm sektori jahon

yalpi ichki mahsulotiga 7,6% hissa qo'shdi; 2021 yilga nisbatan 22% ga o'sish va 2019 yil darajasidan atigi 23% pastligini ko'rsatdi va 2022-yilda 22 million yangi ish o'rni paydo bo'ldi, bu 2021-yilga nisbatan 7,9 foizga o'sishni va 2019-yilga nisbatan atigi 11,4 foizni tashkil etganini ko'rsatdi¹. O'zbekturizm qo'mitasi oxirgi statistik ma'lumotlariga ko'ra O'zbekistonga 2022 yil 5 232 780 kishi tashrif buyurgan, bu ko'rsatkich 2021 yilga nisbatan 3 351 446 ga ko'p va 2019 yilga nisbatan 1 515 732 kishiga kam. Tashrif buyurganlar soni bo'yicha birinchi uchlikda Qozog'iston, Qirg'iziston va Tojikiston. 2023-yilning yanvar-iyun oylarida O'zbekistonga 3,1 milliondan ortiq xorijiy fuqarolar turizm maqsadida tashrif buyurdi². 2019-yilda dunyo bo'yicha 2.280.131.088 kishi xalqaro sayohat qilib 1,549,620 mln dollar harajat qilgan. 2019-yilning oxirida boshlangan covid-19 pandemiyasi xalqaro turizmga kuchli ta'sir qildi, pandemiya natijasida jahon turizmi 2020,2021,2022 yillarda umumiy 2,6 mlrd turistni yo'qotdi va shu 3 yil ichida 2,6 trln dollar zarar ko'rdi³.

Ilmiy muammoning qo'yilishi. Bugungi globallashtirilgan hayotimizda nafaqat mamlakatlar, balki shaharlar raqobatga kirishyapdi. Hudud brendingini yaratish dolzarb mavuga aylandi. Muvaffaqiyatli hudud brendingi mamlakatga turistik oqimni, investitsiya oqimini oshirib mamlakat infratuzilmasiga hissa qo'shadi va bu o'z o'rnida YAIM ni oshirib, ishsizlikni kamayishiga sabab bo'ladi. So'nggi kunlarda mamlakatimizdagi turizm salohiyatini oshirishga, mamlakat imidjini yaratishga hukumatimiz tomonidan ko'plab keng miqyosdagi ishlar amalga oshirilyapdi, bunga yaqqol misol pq-238-son-O'zbekiston Respublikasi Prezidentining qarorida⁴ yurtimizdagi turizm hajmini oshirishni ko'zda tutgan. Hudud brendingini yaratish asrlar davomida ko'plab olimlarning diqqat markazidagi global masala bo'lib kelgan. B.Beyker, N.Morgan, A.Pritchard, B. Karmen., L. Styuart R. J., S. Balakrishnan., Melodena, F.Kotler, D.Xayder, I. Reyn, K. Dinni, L. Tsay, V. Gartner, A. Munar, F. Joao kabi olimlar hudud brendingi bo'yicha ko'plab izlanishlar olib borishgan¹. Yurtimizda turizm sohasini rivojlantirish bilan bog'liq muammolarini tadqiq qilish bilan I.S.Tuxliev, M.K.Pardaev, T.Abdullaeva, M.T.Alieva, X.M.Mamatkulov, R.Haitbaev, D.X.Aslanova,

A.Toksanov, A.S.Soliev, B.Ruzmetov, B.Sh.Safarov, M.Alimova, A.N.Xalikulov, N.Muminov kabi iqtisodchi olimlar shug'ullanmoqdalar².

¹Б .Бейкер. (2007). Брендинг дестинаций для малых городов. Издательство-иллюстрированный; Н .Морган., А .Притчард. (2004). Брендинг дестинации: создание уникального предложения дестинации. Издательство- Рутледж; Б .Кармен., Л .Стюарт Р. Дж. (2005). Брендинг дестинаций: идеи и практики организаций по управлению дестинациями. Журнал туристических исследований. 43. 328-338; С.Балакришнан., Мелодена. (2009). Стратегический брендинг дестинаций: основа. Европейский журнал маркетинга. 43. 611-629; Ф.Жоао. (2011). Дестинационные бренды: Управление репутацией места (3-е издание). Брендинг территорий и публичная дипломатия. 7. 10.1057/пб.2011.25; Ф.Котлер ., Д.Хайдер .,И.Рейн. (2002). Маркетинговые места и пространства. Издательство –Фри пресс; К .Динни. (2010). Брендинг города: теория и примеры. Издательство- Пэлгрейв Макмиллан; Л.Цай, У. Гартнер, А.Мунар.(2009).Туристический брендинг: сообщества в действии (Соединение теории и практики туризма, 1). Издательство-Эмералд

² Aliyeva M. T., Mirzayev M. A., Turizm asoslari. O'quv qo'llanma.-T.: O'zbekiston faylasuflar nashriyoti. 2011.; Boltabayev M. R. Tuxliyev I. S. Safarov B. Sh. Abduxamidov S. A. "Turizm: Nazariya va amaliyot"//Monografiya – Toshkent:"Barkamol fayz media" nashriyoti, 2018.— 190 s.; Bekmurodov A.Sh., Karrieva Ya.K., Ne'matov I.U., Nabiev D.H., Kattaev, N.T. Xorijiy investitsiyalar. O'quv qo'llanma. –T.:Iqtisodiyot, 2010.-166 b.; Комилова Н.А., Усманова Л.И. Развитие туризма Узбекистана: проблемы и реалии. SamISI, O'zbekiston: turizm, iqtisodiyot va ekologiya. Ilmiy to'plam. – Samarqand, 2019, - 26-30 betlar.; Муминов Н.Г. Перспективы развития государственного управления в сфере туризма в Узбекистане // Экономика и финансы (Узбекистан), 2022 г, №5, С.2-10.; Muminov Nozim Gaffarovich. Systematization of factors affecting the development of tourism. "Учинчи ренессансни шакллантиришнинг ижтимоий-иқтисодий муаммолари"

мавзусидаги халқаро илмий-амалий конференция материаллари. - Т.: «IlmZiyo-Zakovat» нашриёти, 2022. – Б.393-395.

Ko'plab aslida katta turistik salohiyatga ega mamlakatlar o'z salohiyatidan to'la foydalana olishmaydi, chunki mamlakatning jahon miqyosida turistik imidji ga yaxshi e'tibor berilmagan, bunda marketologlarni va marketingni o'rni juda katta. O'zbekiston yaqin 6 yilda turizmga katta e'tibor berishni boshladi va asosiy e'tiborni infratuzilmaga qaratdi, va qisqa muddatda ijobiy o'zgarishlar sodir bo'ldi, lekin mamlakat tarixiy obidalari va umuman buyuk tarixi orqali yanada ko'proq turistlarni jalb qilishi mumkin aslida. Tarixiy obida va buyuk tarix faqatgina turistik mahsulotning bir qismi, lekin shu turistik mahsulotni dunyoga tanitish va turistlar oqimini oshirish asosiy muammolardan biri bo'lib qolmoqda. Statistika ma'lumotlariga ko'ra 2023-yil 1-yanvar holatiga respublikamizda 1 088 ta mehmonxona faoliyat ko'rsatmoqda, shundan 1 yulduzli – 231 ta, 2 yulduzli – 36 ta, 3 yulduzli – 120 ta, 4 yulduzli – 24 ta, 5 yulduzli – 5 ta, toifaga ega bo'lmaganlar – 672 ta. O'zbekiston Respublikasida 2022-yil 1-yanvar holatiga turistik faoliyatni amalga oshirgan firma va tashkilotlar soni 288 tani tashkil etgan, ulardan 61,8% Toshkent shahrida joylashgan¹. Yuqoridagi statistik ma'umotlarni turizmi rivojlangan mamlakatlarga solishtirganimizda O'zbekistonda puxta o'ylangan marketing siyosati, raqobatbardosh narxlar, malakali, xilma-xil mahsulot portfeli orqali sayyohlarni jalb qilishi va turistlarning yangi ehtiyojlarini hisobga olgan holda o'z investitsion ustuvorliklarini shakllantirishi kerakligi ayon bo'ldi. Bunday sharoitda turistik hududlarning raqobatbardoshligi va brendingi muammolari tobora ko'proq mutaxassislar e'tiborini tortmoqda va ilmiy tadqiqot ob'ektiga aylanib bormoqda. Ushbu maqolaning maqsadi mintaqada turizm va brending muammolarini tahlil qilish va hududiy brending kontseptsiyasi asosida turistik mintaqani targ'ib qilish bo'yicha yondashuvlarni ishlab chiqishdan iborat

Tadqiqotning obyekti. Mamlakatimizdagi tashqi turizmni rivojlantirish uchun olib borilayotgan marketing islohotlari, turistlar uchun yaratilayotgan qulayliklar, PR reklamalar, Promotion uchun tayyorlangan videoroliklar, infratuzilma.

Tadqiqotning empirik manbaini yurtimizdagi turizmni rivojlantirish va mamlakatimiz xalqaro imidjini ko'tarish uchun amalga oshirilayotgan chora-tadbirlar va statistik ma'lumotlar tahlili tashkil etdi.

Asosiy tahlil va natijalar. Yurtimizda 2022-yil holatiga 27 ta o'liy ta'lim tashkilotida va 8 ta kollejda turizm sohasi uchun mutahassislar tayyorlanmoqda¹. 2020-yidagi pandemiyadan oldingi 2 yilni taqqoslaydigan bo'lsak,

1-Jadval. 2018 va 2019- yillardagi tashkil etilgan turistik obyektlar²

Amalga oshirilgan ishlar	2018	2019
mehmon turar-joy vositalari	142	914
Wifi zona	192	230
Turizm axborot markazi	29	33
O'rnatilgan ko'rsatkichlar yo'l	373	416

O'zbekturizm qo'mitasining 2023-yil yanvar-dekabr oraligidagi mamlakatimizga tashriflar soni bo'yicha e'lon qilgan statistik ma'lumotidan shu ma'lum bo'ldiki, qo'shni davlatlardan Tojikistondan eng ko'p sayyoh tashrif buyurgan – 1 969 652, yon qo'shni bo'lmagan davlatlar orasida Rossiya peshqadam – 675 803. Yevropa mamlakatlaridan Germaniya eng ko'p tashriflar sonini ko'rsatgan – 28 805, shuningdek Turkiya – 99,244, Hindiston – 41 507, Xitoy – 38 950 kishini tashkil etgan².

2-Jadval. Mamlakatlar bo'yicha bir kishi boshiga yiliga o'rtacha chet-el sayohatlari soni¹

№	Aholisi eng ko'p qiladigan mamlakatlar	Chet-el sayohatlari (bir kishi boshiga yiliga o'rtacha sayohatlar soni)
1	Finlyandiya	1,7
2	AQSH	0,2
3	Shvetsiya	1,5
4	Daniya	1,4
5	Norvegiya	2,
6	Gongkong	4,3
7	Yangi zelandiya	0,5

8	Kanada	1
9	Avstraliya	0,4
10	Fransiya	0,4

2-Jadvalda ko'rsatilgan mamlakatlar O'zbekistonga tashrif bo'yicha yuroqi o'rinlarni tashkil etmagan,

3-Jadval.Booking.com saytiga ko'ra mehmonxonalar reytingi²

Mehmonxona	Tozalik	Qulaylik	Joylashuvi	Personal	Narx va sifat mutanosibligi	W i-fi
Samarkand Travel Hotel	8,5/10					
Furkat Guest House	8,4/10					
Savitsky Plaza	9,2/10					
Continental Hotel	8,6/10					

Ma'lumotlar booking.comda mehmonxona haqida qoldirilgan izohlardan hisoblab chiqilgan. Ko'pab mehmonlar O'zbekistondagi internet tezligi va do'kon va supermarketlar kechqurun ishlamasligidan shikoyat qilishgan. Mehmonlar asosan nonushta va tozalik haqida yaxshi fikr qoldirishgan, izohlardan yana shu ma'lum bo'ldiki mehmonlarga individual e'tibor berilishi ham ularda mehmonona va mamlakat haqida yaxshi taa'surot qolishiga sabab bo'lar ekan

4-Jadval.2018-yilda O'zbekistonga tashrif buyurgan sayyohlar turi va mintaqasiga ko'ra¹

Mintaqa	Guruh	Individual
Shimoliy Amerika	85%	15%
Yevropa	78.1%	21.9%
Yaqin Sharq	72%	28%
MDH	54%	46%

Yuqoridagi jadval 2018-yilgi O'zbekturizm tomonidan tashkil qilingan so'rovnoma asosan tuzilgan, undan ko'rinib turibdiki Shimoliy Amerika , Yevropa va

Yaqin Sharq mamlakatlari O'zbekiston haqida yetarlicha ma'lumotga ega emasligi, shuning uchun ham tur-firmalar orqali mamlakatimizga guruh bo'lib sayohat qilishni afzal bilishadi. Hozirda O'zbekiston turizm salohiyati butun dunyo bo'ylab targib qilinyapdi, marketing va PR ishlari amalga oshirilyapdi. Turizmni rivojlangan ko'plab davlat va shaharlar bilan kelishuvlar imzolanyapdi va amaliy konferensiyalar o'tkazilyapdi. O'zbekiston turistik salohiyati haqida xalqaro jurnal va telekanallardagi nashr va ko'rsatuvlarini tahlil qilganimizda. 2023- yilda "Forbes" jurnali va "World of Statistics" web-sayti O'zbekistonni 2024-yilda sayohat qilish uchun eng yaxshi davlatlar ro'yhatiga kiritgan. CNN kanali ham O'zbekistonni sayohat qilish uchun eng yaxshi davlatlar qatoriga kiritdi. . Buyuk britaniyaning "Time out" saytida Orol dengizi bo'yi va Ustyurt platosi yulduzlarni kuzatish uchun dunyoning Top-10 Turizm maskanlari qatoridan joy oldi. 2023-yil dekabr oyida AQSH ning CNN telekanali orqali "Samarqand ruhi" filmi suratga olindi¹. Joriy vaqtda uzbektourism.uz saytini ko'zdan kechirganimizda 9 dona promoushn-vidoroliklar borligini aniqladik, har bir videorolikning youtube.com sahifasida ko'rilganlar soni bo'yicha atigi 3 tasi milliondan oshiq ko'rilgan va bunga sabab ularning chet-ellik trevel bloggerlar tomonidan suratga olinib, o'z sahifasiga joylanganligi ma'lum bo'ldi, promoushn videoroliklar 3,4,5 yil avval suratga olinganligi ham e'tiborimizni tortdi.

Xulosalar:

1. Mamlakatimizda turizm sektorida faoliyat olib borayotgan hodimlar uchun zamon talabiga javob beradigan malaka-talabni ishlab chiqish,
2. Yurtimizda xorijiy sayyohlarga xizmat ko'rsatayotgan tashkilot va shaxslar sotayotgan tovar yoki xizmatini narxini mahalliy va xorijiy shaxslar uchun bir xil qilib belgilash.
3. Internet sifatini oshirish.
4. Qish va yoz mavsumlari uchun turistlarni jalb qilish strategiyalarini ishlab chiqish
5. Ob-havo ifloslanishini oldini olish

6. 2 yoki undan ortiq tashrif buyurayotgan xorijiy sayyohlarga kunlik turistik boj uchun imtiyozlar berish.
7. Mamlakatimiz turistik salohiyatini ko'rsatishga mo'ljallangan videoroliklarni mashxur travel-inflyuenserlar tomonidan o'z sahifalariga joylanishiga erishish.
8. Visa, mastercard kartalariga xizmat ko'rsatadigan bankomatlarni sonini oshirish va sifatini yaxshilash.
9. Turizm sektorida faoliyat olib borayotgan tadbirkorlarga soliq imtiyozlarini ko'paytirish.
10. Har yili mexmonxona va tur-agentliklar o'rtasida sayyohlar orasida so'rovnoma o'tkazish yo'li bilan tanlov o'tkazish, va eng yaxshi deb topilgan mexmonxona va tur-agentliklarni taqdirlash va ularning tajribasini respublika bo'ylab joriy etilishini yo'lga qo'yish.

Adabiyotlar ro'yhati

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori, 27.07.2023 yildagi PQ-238-son
2. Aliyeva M. T., Mirzayev M. A., Turizm asoslari. O'quv qo'llanma.-T.: O'zbekiston faylasuflar nashriyoti. 2011.
3. Boltabayev M. R. Tuxliyev I. S. Safarov B. Sh. Abduxamidov S. A. "Turizm: Nazariya va amaliyot"//Monografiya – Toshkent."Barkamol fayz media" nashriyoti, 2018.— 190 s.
4. B.J.Xakimov, B.B.Alimov, U.A.Xolmirzayev, A.X.Po'latov. Iqtisodiy tahlil nazariyasi / O'quv qo'llanma : Toshkent Moliya instituti. –T.: «IQTISODMOLIYA», 2012, –240 bet.
5. Bekmurodov A.Sh., Karrieva Ya.K., Ne'matov I.U., Nabiev D.H., Kattaev, N.T. Xorijiy investitsiyalar. O'quv qo'llanma. –T.:Iqtisodiyot, 2010.-166 b.
6. Концепция развития туристской отрасли Республики Узбекистан на среднесрочную перспективу.
7. Комилова Н.А., Усманова Л.И. Развитие туризма Узбекистана: проблемы и реалии. SamISI, O'zbekiston: turizm, iqtisodiyot va ekologiya. Ilmiy to'plam. – Samarqand, 2019, - 26-30 betlar.
8. Муминов Н.Г. Перспективы развития государственного управления в сфере туризма в Узбекистане // Экономика и финансы (Узбекистан), 2022 г, №5, С.2-10.;
9. Б .Кармен., Л .Стюарт Р. Дж. (2005). Брендинг дестинаций: идеи и практики организаций по управлению дестинациями. Журнал туристических исследований. 43. 328-338;
10. К .Динни. (2010). Брендинг города: теория и примеры. Издательство- Пэлгрейв Макмиллан; Л.Цай, У. Гартнер
11. UNWTO.ORG