

International Congress on Economics, Management and Business Studies
Hosted Online from New York, USA
Date: 23rd November, 2026
Website: https://econferencia.com

O‘ZBEKISTONDA ZIYORAT TURIZMINI RIVOJLANTIRISHDA MARKETING AXBOROTLAR TIZIMINING O‘ZIGA XOS XUSUSIYATLARI

Xudoyarov Anvar Aidjanovich.
O‘zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi “Islom iqtisodiyoti va moliyasi, ziyorat turizmi” kafedroasi dotsenti, anvarxudoyarjv111@jmail.com
UDK. 338,48(575,1)330322
ORCID. https://orcid.org/0000-0002-2333-2396

Milliy turistik bozorlarimizda marketing axborot tizimi - unumli va samarali strategik marketing qarorlarini qabul qilish uchun zaruriy ma’lumot va axborotlarni jamlash, tahlil etish, tartibga tushurish, baholash va tegishli kanallar orqali тқдим этишда 3D ва бошқа замонавий технологиялар дан самарали фойдаланиш талаб этилади. Muntazam harakatdagi resurslar va usullar majmuasining marketing axborot tizimi tuzilmasini to‘rtta asosiy blokka ajratib ko‘rsatishimiz mumkin bo‘ladi. Ya’ni: ichki axborotlar tizimi; marketing axborotlarini tahlil qilish tizim; bozor xolati bo‘yicha marketing kuzatuvi tizimi; markaziy mxsus marketing tadqiqotlari tizimi.

Milliy turistik bozorlarda, xususan ziyorat turizmi bozorlarida korxona va tashkilotlarda marketing axborot tizimining faoliyati, soha bo‘yicha tegishli boshqaruv qarorlari uchun so‘ralgan jihatlardagi va hajmdagi axborotlar yig‘indisini yaratish maqsadida kerakli tegishli resurslar va texnologiyalarning jamlanishiga yo‘naltirilgan kompleks harakatlar majmui hisoblanib, ko‘rsatilgan marketing axborot tizimi konsepsiyasida o‘z aksini namoyon qiladi.

Turizm industriyasida, xususan ziyorat turizmidagi ma’lumotlar bazasi tuzilmasi va uning faoliyatining asosiy jarayonlarini aniqlash;

Milliy va xalqaro bozorlarda axborotni taqdim etish va uzatishda optimal texnologiyasini belgilash.

Turistik bozorlarda ishtirok etuvchi korxona va tashkilotlarda marketing axborotlarini yig‘ish uchun zaruriy birlamchi resurslarga ega bo‘lishi talab etiladi.

Birinchidan, zaruriy ma’lumotlarni va axborotlarni yig‘ish, qayta ishlash va tahlil qilish bo‘yicha zaruriy bilim va ko‘nikmalarga ega bo‘lgan yetuk mutaxassislar.

Ikkinchidan, axborotlar bilan ishlash metodik usullari uslubiy ta’minoti. Ta’kidlash joizki axborotlarni yig‘ish va qayta ishlash metodik usullari ularning sifatiga to‘g‘ridan to‘g‘ri ta’sir etuvchi asosiy omillardan biri bo‘lib hisoblanadi.

Uchinchidan, mavjud axborotlarni yuqori tezlik va aniqlikda qayta ishlov berish va uzatish imkoniyatlari bilan to‘liq ta’minlovchi zamonaviy axborot texnologiyalari qurilmalarining zarurligi.

Zamonaviy axborot texnologiyalari qurilmalarining tarkibiga nafakat kompyuter qurilmalari, shu bilan bir qatorda dasturiy ta’minot hamda tadqiqot davomida ma’lumotlarni kayta qayd etish imkoniyatini beruvchi maxsus qurilmalar va dasturiy ta’minot lozim bo‘ladi. Bu o‘z navbatida, resurs ta’minotiga bo‘lgan talab doirasida ko‘rilayotgan masalalar mazmuni, hajmi va qamrovining zaruriy kengligi bilan belgilanadi.

O‘zbekiston turizm industriyasida xususan ziyorat turizmida marketing uslublari va tamoyillari bo‘yicha markazlashtirilgan, tizimlashtirilgan axborotlar butun tashkilot va korxonalarning axborotlashtirish muhitini tashkil etib, barcha mavjud bo‘limlari tomonidan ish samaradorligi uchun hamda boshqaruv maqsadlarida qaror qabul qilishda foydalanilishi mumkin bo‘ladi.

Marketing axborot tizimi turizm industriyasida ishtirok etuvchi barcha korxonalarni, shu bilan bir qatorda, alohida tashkilotda barcha bo‘limlarni bog‘lovchi markaziy mexanizmga aylanishi, ular o‘rtasida unumli, samarali

axborot harakatini yo‘lga qo‘yishi va olinayotgan axborot va ma’lumotlarning ochiqdigi, to‘liqligi, haqqoniyligi va o‘z vaqtidaligini ta’minlab boradi. Turizm industriyasida, xususan ziyorat turizmida marketing axborot tizimining natijaviy mahsuloti axborotlar bazasi yoki tegishli marketing hisobotlari ko‘rinishidagi korxona va tashkilotning mikro muhiti, makro muhiti va ichki muhitining holatini ko‘rsatib beruvchi ma’lumotlar yig‘indisi hisoblanadi.

Turistik bozorlarda, xususan ziyorat turizmi bozorlarida axborotlar tizimi doirasida axborotlar harakatini nafaqat vertikal, balki gorizontal tarzdagi, ya’ni alohida bitta boshqaruv tuzilmasining bo‘limlari o‘rtasida yoki boshqarmalararo tizimli aloqalarga oid harakatlari kuzatiladi.

O‘zbekiston turizm industriyasida ishtirokchilar o‘rtasida axborot ayriboshlash bo‘yicha munosabatlarning samarali amalga oshishi korxona va tashkilotlar o‘rtasidagi hamkorlik munosabatlarini tashkil etishning asosiy harakatlantiruvchi kuchlaridan biri hisoblanadi.

Ziyorat turizmida ma’lumotlar va axborot harakatlari hamda ularning tizimli oqimlari natijasi hisoblangan markaziy ma’lumotlar bazasining tuzilmaviy tavsiflarini tadqiq etish, ularni shakllantirish, istiqbolda ulardan foydalanish unumdorligini oshiradi. O‘zbekistonda turizmni rivojlantirish qo‘mitasi negizida sayyohlik korxona va tashkilotlarni markazlashgan yagona axborot tizimiga birlashtiruvchi, markaziy axborotlar va ma’lumotlar bazasini yaratish asosida respublika sayyohlik Veb-portalini yanada mukammal ko‘rinishida takomillashtirish bugungi kunda dolzarb masalalardan biri hisoblanadi. Ўзбекистон Халқаро Ислом Академияси tomonidan Академик Н.Тухлиев рахбарлигида “Ziyarah tourism” integrasion elektron platformasi negizida vertual obektlarni real makonda aks ettirish QR-code texnologiyasi yordamida ziyorat turizmi sohasiga oid vertual mobil ilova ishlab chiqilgan.

- Mazkur masalaning yechimi yurtimizda ziyorat turizmi sohasining samarali rivojlanishini ta'minlovchi qo'yidagi imkoniyatlarni yuzaga keltiradi; milliy turizm industriyasida sayyohlik mahsulotlar iste'molchilarini (kiruvchi, chiquvchi va ichki tashrif buyuruvchilarni) sayyohlik axborotlar va ma'lumotlar bilan to'liq ta'minlanishi;
- milliy turizm bozorida faoliyat olib boruvchi tashkilotlar va korxonalar uchun turistik axborotlar resurslari taqchilligini bartaraf etilishi;
- jahon turizm industriyasida yangi xalqaro hamkorlarning kengayishi;
- milliy turizm industriyasidagi mavjud turistik salohiyatni, shu jumladan, ziyorat turizmi imkoniyatlarini dunyo ahliga to'liq va mukammal namoyon etilishi;
- milliy turizm industriyasida butun jahon talablari doirasidagi zamonaviy tizimli aloqalarning mustahkamlanishi;
- O'zbekiston turizm bozorida onlaine shaklidagi xizmatlar hajmining ortishi;
- milliy turizm industriyasida axborot texnologiyalarining so'ngi dunyoviy yutuklardan foydalanib jahon standartlari asosida milliy turizm industriyasi tarkibiy tuzilmasini baholash va standartlashtirishning yagona bazasini yaratish va hk
- ziyorat turizmidagi ma'lumotlar bazasi tuzilmasi va uning faoliyatining asosiy jarayonlarini aniqlash;
- milliy va xalqaro bozorlarda axborot va ma'lumotlarni taqdim etish va uzatishda optimal texnologiyasini belgilash.

Turistik bozorlarda ishtirok etuvchi korxona va tashkilotlarda marketing axborotlarini yig'ish uchun zaruriy birlamchi resurslarga ega bo'lishi talab etiladi.

Birinchidan, zaruriy axborotlarni yig'ish, kayta ishlash va tahlil qilish bo'yicha zaruriy bilim va ko'nikmalarga ega bo'lgan yetuk mutaxassislar.

Ikkinchidan, axborotlar bilan ishlash metodik usullari uslubiy ta'minoti. Ta'kidlash joizki axborotlarni yig'ish va qayta ishlashda yuqoridagi tahlillarga ko'ra milliy turizm industriyasida, xususan ziyorat turizmida tegishli texnologiyalardan samarali foydalanishning metodologik asoslarini yaratish; ilg'or ma'lumot va axborotlar tizimlarini yaratish va tashkiliy-iqtisodiy jihatdan meyoriy-huquqiy qonunchilikni takomillashtirib borish; markaziy axborotlar bazasini yaratish imkoniyatini beruvchi zamonaviy kompyuter dasturlarini ishlab chiqish va muntazam takomillashtirib borish; sayyohlik faoliyatni faol tashkil etishda zamonaviy axborot kammunikasion texnologiyalari imkoniyatlaridan samarali va to'liq foydalana oladigan dasturchilar, texnologlar va boshqa malakali mutaxassislarni yetishtirish tizimini takomillashtirib borish maqsadga muvofiq bo'ladi.

O'zbekiston Respublikasi ekologiya atrof-muxitni muxofaza qilish va iqlim o'zgarishi vazirligi xuzuridagi turizm qo'mitasi qoshida tashkil etiladigan sayyohlik axborotlar markazi sayyohlik bozorining axborot tizimini takomillashtirish maqsadga muvofiq deb hisoblaymiz. Markazlashtirilgan axborotlar bazasi O'zbekiston Respublikasi ekologiya atrof-muxitni muxofaza qilish va iqlim o'zgarishi vazirligi xuzuridagi turizm qo'mitasi faoliyatining doirasini hamda milliy turizm bozorining barcha jabhalarini kamrab olgan quyidagi axborotlar va ma'lumolar majmuidan tarkib topgan:

- milliy turizm, jumladan ziyorat turizmi ndustriyasidagi korxona va tashkilotlari milliy turistik mahsulotlarni taklif etuvchi turizm industriyasining turoperatorlari, turagentlari, ularnint kontragentlari haqidagi mavjud mukammal axborot va ma'lumotlari;
- mamlakatimiz hududlarida mavjud tabiiy-geografik, milliy turizm jumladan ziyorat turizmi obektlari 3D-modellarini; madaniy-tarixiy, arxeologik va ekologik resurslar va obektlar to'liq ro'yxatini, ularning joylashishi borasidagi

interfaol xaritalarni, obektlarga elektron navigasiya tizimlarini o‘z ichiga qamrab oluvchi Sayyohlik resurslari reyestri.

- turizm industriyasida ommaviy axborot vositalari tizimida sayyohlik sohasiga ixtisoslashgan ommaviy axborot vositalarini, tegishli turistik, xususan ziyorat turizmi bilan bog‘liq hududlarning reklama roliklarini, shuningdek bugungi kunda xalqaro turizm industriyasida nufuzli xorijiy sayyohlik agentliklarning tegishli kataloglarini;
- milliy turistik mahsulotlarimizga iste’molchilar tomonidan berilgan obektiv baho va keltirilgan xolis fikrlarni onlaine shaklida joylashtirish va bu borada fikr almashish imkonini beruvchi ma’lumotlar va axborotlar tizimlari va texnologiyalarni;
- belgilangan dastur asosida mamlakatimiz hududlarida yil davomida o‘tkazilishi rejalashtirilgan sohaga oid tadbirlar, ya’ni ilmiy-amaliy konferensiyalar, yarmarkalar, ko‘rgazmalar, festevallar, rejasini; ushbu tadbirlarning natijaviy mahsulotlarini;
- turizm, xususan ziyorat turizmi borasida turistik korxonalar va tashkilotlar tomonidan taklif etilayotgan turistik mahsulotlar, hududiy infratuzilma obektlari to‘g‘risidagi ma’lumotlarni;
- milliy turizm industriyasi statistikasiga oid ma’lumotlar, O‘zbekiston Respublikasi ekologiya atrof-muxitni muxofaza qilish va iqlim o‘zgarishi vazirligi xuzuridagi turizm qo‘mitasi tomonidan olib borilayotgan forumlar, seminarlar, tegishli uchrashuvlar va ularning amaliy natijalari va yangiliklarini;
- turizm industriyasi sohasiga oid xukumat tomonidan qabul qilingan dasturlar. Mazkur dasturlar asosida yaratilgan innovasion va investision loyihalar, loyihalar bo‘yicha tanlovlar to‘g‘risidagi axborot va ma’lumotlarni;
- O‘zbekiston Respublikasi ekologiya atrof-muxitni muxofaza qilish va iqlim o‘zgarishi vazirligi xuzuridagi turizm qo‘mitasi tomonidan olib borilgan

marketing tadqiqotlari va tahlil natijalari, marketing tadbirlari rejasi to‘g‘risidagi ma’lumotlarni;

- milliy turizm sohasi hamda xalqaro turizm doirasidagi axborot va yangiliklarni taqdim etuvchi elektron e’lonlar qismini o‘z tarkibiga olishi maqsadga muvofiq bo‘ladi deb hisoblaymiz.

Shakllantirilgan axborotlar va ma’lumotlar bazasi tezkor tarzda onlaine shaklda yangilanib turilishi, hamda xalqaro xorijiy tillarda taqdim etilishi maqsadga muvofiq bo‘ladi. Bu borada ma’lumotlar bazasiga turoperatorlar to‘g‘risida kiritilgan axborot va ma’lumotlar ularning o‘zlari tomonidan ularga taqdim etilgan login va parol yordamida yangilanib turish imkoniyatining shakllanishi katta ahamiyat kasb etadi. Jahon bozorlarida turistik amaliyotga e’tibor qaratadigan bo‘lsak, sayyohlik sohasiga ma’lumot va axborot manbalarini keng miqyosda tatbiq etish, hamda turizm bozorida axborot xizmatlarini ko‘rsatish jarayonlari tezlik bilan rivojlanib borayotganini kuzatamiz.

Bugungi kunda mamlakatimizda turizm sohasida tegishli korxona va tashkilotlar doirasida, tashkilotlararo darajada o‘zaro munosabatlarni unumli tashkil etish imkoniyatini shakllantiradigan elektron muloqot va shunga tegishli mos meoriy hujjatlar aylanmasi keng miqyosda amalga oshirilib kelinmoqda. Mavjud aloqalarni mustahkamlash va ish samaradorligini oshirish avvalambor, sayyohlik bozorini tartibga solish hamda tizimining barcha darajalarida markazlashtirilgan ma’lumotlar va axborotlar bazasini yaratish va undan unumli foydalanish mexanizmini yaratishni taqozo etadi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati

1. Porter M.E. Clusters and the New Economics of Competition // Harvard Business Review. November-December. 1988. P. 78.

2. Enright M.J. Why Clusters are the Way to Win the Game // World Link. N 5. July / N.4, August, 1990. P. 24-25.
3. Алимов Р., Камилова М., Курбанова Д. Кластерная конsепsия экономического развития: теория и практика. Ташкент. 2005 г. Институт экономики АН РУз. С. 36.
4. Alimova M.T. Hududiy turizm bozorining xususiyatlari va tendensiyalari (Samarqand viloyati misolida). Doktorlik dissertatsiya ishi. – Samarqand, 2017.
5. O‘zbekiston Respublikasining “Turizm to‘g‘risidagi” Qonuni. Toshkent sh., 2019 yil 18 iyul, O‘RQ-549-son. Qonun hujjatlari ma’lumotlari milliy bazasi, 19.07.2019 y., 03/19/549/3446-son. http:// www. lex.uz/ docs/ 4428097.
6. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 5 yanvardagi PF-5611-sonli “O‘zbekiston Respublikasida turizmni jadal rivojlantirishga oid qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida” Farmoni. http://lex.uz/docs/4143188.
7. Tuxliyev N. Jiyanov O‘. Turizmning rivojlanish milliy modellari. Darslik. – T.: «Ilm-Ziyo-Zakovat» nashriyoti, 2021. – 234 b.
8. Xudoyarov A.A.“O‘zbekistonda ziyorat turizmini rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlari” monografiY. – T.: «COMPLEX PRINT» nashriyoti, 2021. – 285 b.