

**“ЎЗБЕКИСТОННИ ТОП ЎН ТУРИСТИК ҲУДУДЛАР
ҚАТОРИГА КИРИТИШ ИСТИҚБОЛЛАРИ: БАРҚАРОР
РИВОЖЛАНИШ ИМКОНИАТЛАРИ”**
мавзусидаги халқаро онлайн илмий-амалий
анжуман материаллари тўплами
2020 йил 11-12 декабрь



**“PROSPECTS FOR UZBEKISTAN'S ENTRY INTO
THE TOP 10 TOURIST DESTINATIONS: SUSTAINABLE
DEVELOPMENT OPPORTUNITIES”**

collection of abstracts
December 11-12, 2020

**“ПЕРСПЕКТИВЫ ВХОЖДЕНИЯ УЗБЕКИСТАНА В
ДЕСЯТКУ ЛУЧШИХ ТУРИСТИЧЕСКИХ НАПРАВЛЕНИЙ:
ВОЗМОЖНОСТИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ”**

сборник тезисов
11-12 декабря 2020 года



**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ
БУХОРО ДАВЛАТ УНИВЕРСИТЕТИ
“СЕРВИС СОҲАСИ ИҚТИСОДИЁТИ” ВА “ТУРИЗМ ВА МЕҲМОНХОНА
ХЎЖАЛИГИ” КАФЕДРАЛАРИ**

**“ЎЗБЕКИСТОННИ ТОП ЎН ТУРИСТИК ҲУДУДЛАР
ҚАТОРИГА КИРИТИШ ИСТИҚБОЛЛАРИ: БАРҚАРОР
РИВОЖЛАНИШ ИМКОНИЯТЛАРИ”**

**мавзусидаги халқаро онлайн илмий-амалий анжуман материаллари
тўплами
2020 йил 11-12 декабрь**

**“PROSPECTS FOR UZBEKISTAN'S ENTRY INTO THE TOP 10
TOURIST DESTINATIONS: SUSTAINABLE DEVELOPMENT
OPPORTUNITIES”**

**collection of abstracts
December 11-12, 2020**

**“ПЕРСПЕКТИВЫ ВХОЖДЕНИЯ УЗБЕКИСТАНА В ДЕСЯТКУ
ЛУЧШИХ ТУРИСТИЧЕСКИХ НАПРАВЛЕНИЙ:
ВОЗМОЖНОСТИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ”**

**сборник тезисов
11-12 декабря 2020 года**

**“Дурдона” нашриёти
Бухоро – 2020**

УЎК 338.48(575.1)

65.433

Н 14

Навруз-Зода, Б.Н. Ибрагимов, Н.С.

“Ўзбекистонни топ 10 туристик ҳудудлар қаторига киритиш истиқболлари: барқарор ривожланиш имкониятлари” [Матн] / Б.Н. Навруз-Зода, Н.С. Ибрагимов.-Бухоро: ООО "Sadriddin Salim Buxoriy" Durdona nashriyoti, 2020. -300 б.

КБК 65.433

Дастурий қўмита: и.ф.д. О.Х. Хамидов, и.ф.ф.д. О.С. Қаҳҳоров, и.ф.н. А.Т.Жўраев, и.ф.н. Д. Ш. Явмутов, и.ф.н. С.У. Таджиева, и.ф.д. Б.Н. Навруз-Зода, и.ф.н. Н.С.Ибрагимов, и.ф.н. Ҳ.Р. Ҳамроев, и.ф.ф.д. А.Ж. Абдуллоев, и.ф.н. С.С. Рўзиев, и.ф.ф.д Г.Р. Хидирова, О.Х.Азимов, Б.И. Адизов.

Таҳрир ҳайъати: и.ф.ф.д, О.С. Қаҳҳоров, и.ф.д. Б.Н. Навруз-зода, и.ф.н. А.Т.Жўраев, Г.Т. Зарипов, и.ф.н. Д.Ш. Явмутов, и.ф.н. С.У. Таджиева, и.ф.н. Н.С.Ибрагимов, А.Ж. Абдуллаев, и.ф.ф.д. Г.Р. Хидирова

“Ўзбекистонни топ 10 туристик ҳудудлар қаторига киритиш истиқболлари: барқарор ривожланиш имкониятлари” мавзусидаги халқаро онлайн илмий-амалий анжуман Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2020 йил 7-февралдаги 56-Ф-сонли Фармойишига асосан ташкил этилган, тезислар тўплами тайёрланган ва нашр этилган.

Тўплам и.ф.д., профессор Б.Н. Навруз-Зода ва и.ф.н. Ибрагимов Н.С. умумий таҳрири остида чоп этилди.

Тўплам Бухоро давлат университети илмий-техникавий кенгаши томонидан чоп этишга тавсия этилган.

Такризчилар:

1. Азимов Б.Ф. – БухМТИ Менежмент кафедраси доценти, и.ф.н.
2. Мўминов Х.И. – Бухоро Давлат университети “Иқтисодиёт” кафедраси доценти, и.ф.н.

Мазкур тўпламга киритилган мақолалар ва маъруза тезисларининг мазмуни, ундаги статистик маълумотлар, саналарнинг тўғрилигига ҳамда танқидий фикр-мулоҳазаларга муаллифларнинг шахсан ўзлари масъулдир.

ISBN 978-9943-6824-7-4

«УМНЫЕ» ТЕХНОЛОГИИ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА: НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

Адашова Т.А., доцент кафедры региональной экономики и географии Экономического факультета Российского университета дружбы народов, Россия, г.Москва

Развитие современной индустрии туризма уже не представляется возможным без широкого использования средств информационных технологий (ИТ) и сети Интернет, значимость и востребованность которых год от года только возрастает. Их применение становится неотъемлемым условием успешной работы, гарантом оперативности, надежности и эффективности. Если первые цифровые сервисы для туристов, появившиеся в начале 2000-х гг. были ориентированы на онлайн бронирование жилья и покупку билетов, то в настоящее время многие из них уже стали частью повседневной реальности как путешественников, так и игроков туристского рынка. Важнейшее преимущество - увеличение объема информации, которая позволяет привлечь более широкую аудиторию, уменьшить издержки, стирая географические барьеры между потребителями и поставщиками услуг.

Разрушая традиционные представления о возможностях организации массовых и индивидуальных путешествий, и стремясь как можно больше привлечь внимания к своему турпродукту, некоторые компании занимались разработкой новых интернет сервисов еще задолго до начала кризисного периода, связанного с пандемией. Ставка делалась на молодежь - наиболее мобильную целевую аудиторию. Для активных ИТ пользователей разрабатывались виртуальные туры с применением виртуальной и дополненной реальностей (VR и AR), целенаправленно развивая насыщенный яркими положительными эмоциями WOW туризм.

Технические новинки еще несколько лет назад помогали создавать удобную навигацию при передвижении по незнакомому городу показывая на экране смартфона важные объекты – памятники, парковые зоны отдыха, рестораны и др. Крупные гостиничные сети демонстрировали номерной фонд и интересные туристам локации.

Оценки предполагаемого ущерба мировой экономике от пандемии коронавируса разнятся, однако ни у кого не вызывает сомнений тот факт, что туризм это одна из наиболее сильно пострадавших отраслей. В этих условиях чрезвычайно важным представляется сохранение интереса к индустрии отдыха. Так, музеи, расширяя комплекс своих услуг, проводят виртуальные экскурсии и консультации, привлекая туристов в социальных сетях интересным и полезным контентом. На помощь приходят «умные» платформы, например, предлагающие бесплатные онлайн-туры по лучшим музеям мира и их достопримечательностям.

Эта положительная практика была растиражирована и изначально воспринималась как новинка, способная удивить. В настоящее время это стало основой для сохранения интереса к музейным достопримечательностям и поддержания их работоспособности. Приспособившись к сложившейся ситуации музеи продают билеты по сеансам и вынужденно ограничивая офлайн посещаемость делают акцент на онлайн посещения, используют возможности интерактивного знакомства со своим библиотечным фондом.

Активно перенимается позитивный опыт проведения виртуальных обзорных экскурсий по городам, где в отличие от самостоятельного путешествия с путеводителем, ее поводит гид или экскурсовод. Обычно используется формат лайфстрима, когда он с камерой в руках «ведет» по городу, параллельно рассказывая о том что встречается на пути, или формат вебинара, когда ведет трансляцию из дома используя заранее подготовленные материалы. Режим просмотра улиц на картах Гугла уже давно стало привычным. Но многие разработчики туристских сервисов, в стремлении удивить и привлечь туристов, при помощи уникальной фотоаппаратуры, установленной на дронах, создают фототуры. Безусловно,

онлайн путешествие не сможет заменить эмоции реальной поездки, но увлекательный цифровой контент позволит подчеркнуть ценность предложения.

Стратегии развития туризма связывают с развитием мультязычных информационных сервисов и обеспечения возможности знакомства с культурными и природными достопримечательностями, экспозициями музеев, туристскими маршрутами в онлайн-режиме. Безусловно сохраняя опыт онлайн покупок и бронирования услуг.

Эксперты туристической индустрии отмечают, что кризис, вызванный пандемией – один из самых сложных за последние десятилетия. Однако как показывает мировой опыт, подобная ситуация могла произойти и по другим причинам. В широком смысле обозначая резкое изменение и сложное переходное состояние (греч. *krisis* - решение, поворотный пункт) это почти всегда становится стимулом для дальнейшего роста и развития. В том числе - ускорение процессов цифровизации туристских сервисов и более активное внедрение современных технологий - возможностей VR и AR, применение больших данных, мультимедийных приложений, искусственного интеллекта и т.п.

Велика вероятность того, что последствиями кризиса станет трансформация востребованности к массовым турам в пользу малых групп и индивидуальных путешественников. Поэтому еще более востребованной становится цифровизация предлагаемых туристических сервисов. В ближайшей перспективе путешествия станут еще более «умными», а новые технологии по-прежнему будут сопровождать пользователя на всех этапах – от планирования путешествия до обмена впечатлениями.

КОРОНАВИРУС ПАНДЕМИЯ ШАРОИТИДА ЗИЁРАТ ТУРИЗМИНИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ СМАРТ ЁНДАШУВИ

З.Б.Навруз-зода,

БухДУ иқтисодиёт кафедраси катта ўқитувчиси

Ўзбекистонда коронавирус пандемияси ва глобал инкироз ҳолатларининг туризм соҳасига салбий таъсирини юмшатишда смарт ёндашувида туризмни ривожлантириш муҳим аҳамият касб этади. “Смарт” атамаси Петер Ф.Друкер томонидан “Менежмент амалиёти” (1954) асарида илмий айирбошлашга киритилган эди. “СМАРТ” аббревиатураси қўйилган мақсаднинг хусусиятларини аниқлаш учун белгиланган бўлиб, қуйидаги маънони билдиради: **Specific** – аниқ; **Measurable** – ўлчанадиган; **Achievable** – эришиладиган; **Realistic** – реалистик; **Time** – вақт бўйича белгиланган [8]. Шундай қилиб, П. Друкер агар мақсад “ақлли” бўлса, яъни қўйилган мезонларга жавоб бера олса, унга эришилади, деб ҳисоблаган.

“Смарт” туристик дестинациялар муаммосига бағишланган фикр-ғояларни икки ёндашувга ажратиш мумкин: туристик хизматларни истеъмол қилиш ва маркетинг жараёнида “смарт” технологияларнинг ролига эътибор қаратадиган илмий ишлар ҳамда “ақлли” дестинацияларни “ақлли шаҳар”нинг махсус ҳолати деб ҳисоблайдиган ишлар гуруҳи. Бу тадқиқотлар назарий ва услубий йўналишлари билан бир-биридан фарқ қилади: агар, биринчи ҳолатда, таҳлил бизнесни ташкил этиш нуктаи назаридан олиб борилса, иккинчиси, кенгрок қўламда, энергия тежамкор ва барқарор ривожланиш жиҳатларини ўз ичига оладиган, тўсиқсиз атроф-муҳитнинг мавжудлиги, тарихий маргинал субмаданиятни қўллаб-қувватлаш нигоҳидан қараб чиқилади [6].

“Ақлли”(смарт) предикат (кесим)ни нарсалар, объектлар, жараёнлар ва умуман инсон фаолияти муҳитига нисбатан қўлланилганда кундалик ҳаётимиз учун автоматлаштирилган бошқарув ва ахборот узатиш тизимларининг мислсиз аҳамиятини акс эттиради ва яқин келажакда сунъий ақлнинг дастлабки шакллари пайдо бўлишини кутади. “Ақлли ҳудуд” муаммоси туризм иқтисодиётига хос бўлиб, муаммони биринчи навбатда истеъмол талаби томондан акс эттиради [2]. “Смарт ҳудудлар” мижозларга сайёҳларни кўпроқ жалб этиш ва

уларнинг турар жойларида қулайликларини ошириш мақсадида бундай хизматлар кўрсатиш имкониятини беради. "Смарт худуд"нинг асосий фарқловчи хусусияти – мижозга йўналтирилганлиги ва 2.0 Интернет имкониятларидан фойдаланган ҳолда янги қўшилган қиймат занжирларни яратишдадир.

Туристтик дестинация назариясининг турли ёндашувларини 40 йиллик (1980 йилдан 2020 йилга қадар) эволюцион даврини ўрганиш шуни кўрсатадики, “туристик дестинация” атамаси анъанавий шакл ва мазмундан янгича – “Смарт ёки “Ақлли туристик дестинация” шакли ва мазмунига трансформация бўлган. Бу трансформацион жараёни фикримизча, қуйидаги учта омиллар таъсирида амалга ошириб келмоқда:

1. АКТ ва Интернетнинг ривожланиши ва уларнинг туризм соҳасида кенг қўланилиши туфайли дастлаб электрон, кейинча рақамли туризмнинг шаклланиши эвазига анъанавий туристик дестинациялар смарт туристик дестинацияларга айланиш тенденциялари кузатилмоқда.

2. Туризм ривожланган давлатларда “Смарт шаҳар”ларни барпо этилиши мазкур худудларда Смарт туристик дестинацияларини шалланишига кучли таъсир ўтказаяпти.

3. Туризм соҳасида кластер технологияларини жорий этиб, туристик кластерларини ташкил этилиши натижасида туристик дестинацияларнинг мазмунида ўзгаришлар содир бўлиб, уларнинг туристик товар-контенти, маркетинг ва менежмент вазифалари кластерларга ўтиб кетиш тенденцияга эга бўлмоқда. Натижада, смарт туристик дестинацияларнинг таркиби ва мақсад-вазифалари ўзгармоқда. Улар туризм тизимининг элементидан туристик кластерларни шакллантирувчи пойдеворига айланмоқда. Ушбу пойдеворнинг устқурмаси сифатида туристик кластерлар юзага келмоқда.

“Смарт туристик дестинация” анъанавий туристик дестинациядан фарқ қилади. Рақамли технологиялардан туризм фаолиятида кенг қўлланиш натижасида юзага келган смарт туристик дестинация сайёҳлик бизнесини кластер усулида ташкил этишда муҳим роль ўйнайди ва диққатга сазовор жойларга сайёҳларни вертуал жалб этиш имконини яратади. Смарт туристик дестинацияда ақлли ташриф жой ҳақида гап кетади. Бу жой шаҳар, туман, кишлок бўлиши мумкин. Шунингдек улар ўртасида тафовут инновацион сервисни ривож топиш ва мавжуд товарларга эҳтиёж инновацион воситалар орқали қондирилишида ҳам намоён бўлади. Агар анъанавий туристик дестинациядан кластер шакллантирувчи омил сифатида хизмат қилса, смарт туристик дестинацияси туристик кластерларни ташкил этишнинг пойдевори сифатида хизмат қилади. Вертуал сайёҳлик бизнесни ривожланиши натижасида янги иш ўринлари вужудга келади, логистиканинг яхшиланиши ва замонавий транспорт воситаларидан фойдаланиш имкони вужудга келади. Пандимиядан кейинги даврда сайёҳар ўз доимий яшаш жойидан туриб ҳам онлайн экскурсияда қатнашадилар.

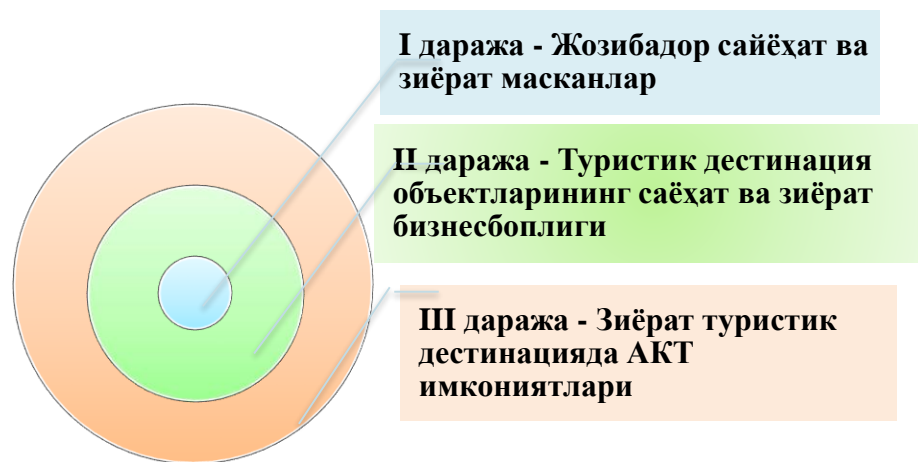
Зиёрат туризмни кластер усулида ривожлантириш мақсадида биз “**Зиёрат туристик дестинациянинг уч даражали смарт модели**”ни тавсия этамиз (1-расм). Расмдан кўришиб турибдики, тавсия этиладиган зиёрат дестинацион моделimiz қуйидаги учта даражадан иборат:

I даража – жозибатор сайёҳат ва зиёрат масканлар. Бу даражада туристик бозоридаги талаб ҳолати ифодаланади. Унда диққатга сазовор ва муқаддас жойларининг сайёҳ ва зиёратчилар нигоҳидан реал ва вертуал жозибаторлиги ўз аксини топади.

II даража – зиёрат туристик дестинация объектларининг саёҳат ва зиёрат бизнесбоплиги. Бу даражада туристик бозоридаги таклиф тизими ҳолати ифодаланади.

Унда диққатга сазовор ва муқаддас жойларда туристик бизнесни ривожлантириш имкониятлари ўз аксини топади.

III даража – зиёрат туристик дестинацияда АКТ имкониятлари ва унга ташриф буюрадиган сайёҳ ва зиёратчиларнинг АКТ дан фойдаланиш ҳолати ифодаланади. Бу даражада АКТ хизматлари бозоридаги талаб ва таклиф ҳолати ифодаланади. Смарт зиёрат туризмни шаклланиши ва рақамли технологияларининг ривожланганлиги ўз аксини топади.



1-расм. Зиёрат туристик дестинациянинг уч даражали смарт модели¹

“СМАРТ зиёрат туристик ҳудуд”ни шакллантиришнинг рақамли технологиялари қуйидагилардан иборат:

1. BlueTooth, Wi-Fi каби симсиз маълумотларни узатишнинг мобил интернетга кириш технологияси.

2. Мобил телефонлар учун мини-атласлар, туристик қўлланмалар, навигация дастурлари, маршрутларни кўрсаткичлари, контент каби зарурий ахборот материаллари ва иловалар.

3. Зиёратгоҳлар, музейлар, концерт заллари ва турфирманинг веб-сайтлари, шунингдек мавсум учун маданий-кўнгилочар тадбирлар ҳақидаги маълумотлар хорижий тилларга таржима қилиниб, ягона дастур форматида киритилган ҳолда, сайёҳат операторлари, халқаро авиакомпаниялар ва меҳмонхона бирлашмаларининг веб-сайтларида реклама қилинади.

4. Сўнги-фойдаланувчиларнинг булутли компюер, нарсалар интернет ва интернет-сервис тизими технологиялари. Ушбу булутли ҳисоблаш технологияси смартфонлар учун "Туристтик гида" каби дастурларда қўлланилади ва бир вақтнинг ўзида минглаб туристларнинг ахборот эҳтиёжларига автоматик шаклда хизмат кўрсатиш имконини беради.

Рақамли туризмнинг шаклланиши ва ривожланиши сари туристик тизим таркибида туб ўзгаришлар содир бўлмоқда. Энди, туристлар рақамли технологиялардан фойдаланиб, ўзлари доимий яшаш манзилларини тарқ қилмасдан ҳам туристик хизматларидан барҳаманд бўлиш имконига эга бўладилар. Туристларнинг бундай сайёҳ-ҳаракатлари коронавирус пандемияси даврида яққол намоён бўлди. Бўлажак сайёҳ ва зиёратчилар узоқ вақт уйда туришдан зеркиб, интернетдан фойдаланган ҳолда турли вертуал туристик турлардан фойдаланишга киришилганлар.

Шундай қилиб, зиёрат туризмида АКТ ва Интернетдан кенг қўламда фойдаланиш эвазига зиёратгоҳлар анъанавий зиёрат масканлардан смарт зиёрат туристик ҳудудларга айланадилар ва хилма-хил туристик талаб-эҳтиёжларни қондириш учун кенг имкони бор зиёрат туристик кластерларни вужудга келтирадилар. Туристтик ҳудудларни кластерлаштириш жараёнида, агар анъанавий туристик дестинация туристик кластерини шакллантирувчи таянч асос бўлса, смарт туристик дестинация унинг ядросини шакллантирувчи пойдевор сифатида хизмат қилади.

Адабиётлар

1. Buhalis D. Marketing the competitive destination of the future // Tourism Management. 2000. № 21 (1). P. 97–116.

¹ Манба: 1-расм муаллиф ишланмаси.

Ходжаев А.Р. Курбонов А.У.	Мамлакатимизда туризмни ривожлантиришда SMM маркетингнинг роли	217
Джураев А. Каландаров А. Собиров М. Хакназаров У.Н.	Туристско-рекреационное пространство и потенциал: сущность и особенность	219
Зиявитдинов Х.Х.	Сущность и специфика маркетинга туризма	222
Наврўз-зода Л.Б.	“Маҳаллий турагентлик” услубида бизнесни юритиш кўникмаларини ривожлантириш	223
Бозорова С. К. Мухамедова М. М.	Роль рекламы в продвижении туристической дестинации	225
Karimov A.	Cybersecurity in tourism industry	226
Шадиев А.Х.	Важное значение цифрового маркетинга в сфере туризм	228
6-ШЎБА. 6-СЕКЦИЯ. 6- SECTION.		
Адашова Т.А.	«Умные» технологии в индустрии туризма: новые возможности в условиях пандемии	232
Наврўз-зода З.Б.	Коронавирус пандемия шароитида зиёрат туризмни ривожлантиришнинг смарт ёндашуви	233
Юлдашев К.М. Боймирзаев З.	Коронавирус пандемияси шароитида туризмни ривожлантиришнинг инновацион усуллари	236
Пардаев М.Қ. Бердикулова И.Р.	Пандемия шароитида туризмни ривожлантиришнинг ўзига хос хусусиятлари	238
Navruz-zoda Sh.B.	“Safe tourism program” is a smart way of attracting tourists during coronavirus pandemic	240
Абдулхакимов З. Т.	Глобал пандемия даврида рекреация ва бальнеологиядан фойдаланишнинг назарий масалалари	242
Махмудов Н. М. Алимова Г.А.	Некоторые вопросы активизации медицинско-реабилитационного туризма в условиях пандемии covid-19	243
Qurbonova Z.	Pandemiyadan so'ng O'zbekiston mehmonxonalarida xizmat sifatini oshirishning innovatsion yo'llari	245
Khayrullaeva N.N.	Prospects for sustainable tourism development during a global pandemic	247
Тагирова Н.Б. Пардаев М.Қ.	Пандемия шароитида туризмни ривожлантиришнинг ташкилий механизмлари	252
Aminova N.B. Qodirova N.R.	Covid-19 ning xalqaro turizm bozoriga ta'siri	255
Ибрайимова Д.А.	Коронавирус пандемияси ва ички туризм: муаммолар ва имкониятлар	257
Рахимов З.О. Фаттаев Ж.Ф.	Коронавирус пандемияси шароитида туризм соҳасини ривожлантиришда геоахборот тизимларининг аҳамияти	259
Akhrova N. U.	Youth tourism and covid-19 pandemic	261
Пулатова С. Ю.	Внутренний туризм как основа развития культурного туризма в условиях пандемии	262
Абдувоҳидов А.М.	Хизматлар соҳасида электрон тижоратнинг аҳамияти	264
Мўминов Х.И.	Коронавирус пандемияси шароитида туризмни ривожлантириш масалалари	266
Alimova Sh.O. Mirzaev I.I.	Koronavirus pandemiyasining turizmga ta'siri	268
Ergasheva A.F.	Hunarmandchilikning turizm sanoatida tutgan o'rnini	270
Tadjiyeva S.U. Djurayeva N. B.	Muslim friendly tourism	273
Ганжаева М., Атабаева З.	Минтақавий туризмни ташкил этиш ва уни ривожлантириш масалалари	274
Сайфуллоев О.О.	Жаҳон мамлакатлари ва Ўзбекистонда туризм: коронавирус пандемиясидан олдин, пандемия даврида ва пандемиядан кейин	276
Хуррамов О.К.	Рақамли туризмнинг аҳамияти ва уни Ўзбекистонда ривожлантириш истиқболлари	278
Собиров Б.Б. Алимова М.Т.	Самарқанд вилоятининг алоҳида ҳудудларида туристик зоналар ва тематик кластерларни шакллантиришнинг концептуал асослари	281
Mamarizoyev J.I.	Digital tourism, as an effective mechanism for recovering tourism in the post-pandemic period	284

Асланова Д.Х., Алимова М.Т.	Механизм формирования агроэкологического кластера в поселке Миранкуль	286
Асланова Д.Х., Алимова М.Т.	Природный потенциал посёлка миронкуль, как фактор развития агроэкологического туризма	289
Асланова Д.Х., Алимова М.Т.	Структурная модель агроэкологического кластера посёлка Миронкуль	292

**“ЎЗБЕКИСТОННИ ТОП ЎН ТУРИСТИК ҲУДУДЛАР ҚАТОРИГА
КИРИТИШ ИСТИҚБОЛЛАРИ: БАҚАРОР РИВОЖЛАНИШ
ИМКОНИЯТЛАРИ”
мавзусидаги халқаро онлайн илмий-амалий анжуман материаллари
тўплами
2020 йил 11-12 декабрь**

Muharrir: G`Murodov
Texnik muharrir: G.Samiyeva
Musahhih: A.Qalandarov
Sahifalovchi: M.Ortiqova

Nashriyot litsenziyasi AI № 178. 08.12.2010. Original-maketdan bosishga ruxsat etildi: 09.12.2020. Bichimi 60x84. Kegli 8 shponli. «Times New Roman» garn. Ofset bosma usulida bosildi. Ofset bosma qog`ozi. Bosma tobog`i 37,5. Adadi 100. Buyurtma №214.

“Sadriddin Salim Buxoriy” MCHJ
“Durdona” nashriyoti: Buxoro shahri Muhammad Iqbol ko`chasi, 11-uy.
Bahosi kelishilgan narxda.

“Sadriddin Salim Buxoriy” MCHJ bosmaxonasida chop etildi.
Buxoro shahri Muhammad Iqbol ko`chasi, 11-uy. Tel.: 0(365) 221-26-45