



PANDEMIYADAN KEYINGI DAVRDA TURIZMNI BARQAROR RIVOJLANTIRISHNING ISTIQBOLLI YO'NALISHLARI

Respublika ilmiy-amaliy anjumani

MATERIALLARI



5-6 oktabr

Buxoro – 2021

**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIV VA O‘RTA MAXSUS TA‘LIM VAZIRLIGI
BUXORO DAVLAT UNIVERSITETI
IQTISODIYOT VA TURIZM FAKULTETI
TURIZM VA MEHMONXONA XO‘JALIGI KAFEDRASI**

**PANDEMIYADAN KEYINGI DAVRDA TURIZMNI
BARQAROR RIVOJLANTIRISHNING ISTIQBOLLI
YO‘NALISHLARI**

**Respublika ilmiy-amaliy anjumani
materiallari
2021 yil 5-6 oktabr**

**ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ
УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В
ПОСТПАНДЕМИЧЕСКИЙ ПЕРИОД**

**сборник тезисов
Республиканская научно-практическая конференция
5-6 октября 2021 года**

**“Durdona” nashriyoti
Buxoro – 2021**

Dasturiy qo'mita: i.f.d., prof. O.X. Xamidov, i.f.d., dots. O.S. Qahhorov, i.f.n., dots. D.Sh.Yavmutov, i.f.d., prof. B.N.Navro'z-Zoda, i.f.n. H.R.Hamroyev, i.f.f.d., Z.S. Nurov, i.f.n., dots. N.S.Ibragimov, i.f.f.d. A.J. Abdulloyev, i.f.n., S.U. Tadjiyeva, i.f.n. S.S. Ro'ziyev
D.B. O'roqova.

Tahrir hay'ati: i.f.d., dots. O.S. Qahhorov, i.f.n., dots. D. Sh. Yavmutov, O'.U. Rashidov, G.T.Zaripov, i.f.f.d. Z.S. Nurov, i.f.n., dots N.S.Ibragimov, E.A.Farmanov, I.O.Davronov, O.O.Radjabov, K.Sh.Yuldashev, D.B.O'roqova.

O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2021 yil 2 martdagi 78-F-sonli farmoyishiga asosan Buxoro davlat universitetida 2021 yil 5-6 oktabr kuni "Pandemiyadan keyingi davrda turizmni barqaror rivojlantirishning istiqbolli yo'nalishlari" mavzusidagi Respublika ilmiy-amaliy anjumani tashkil etilgan, tezislari to'plami tayyorlangan va nashr etilgan.

To'plam i.f.n. Ibragimov N.S. umumiy tahriri ostida chop etildi.

To'plam Buxoro davlat universiteti ilmiy-texnik kengashi tomonidan chop etishga tavsiya etilgan.

Mazkur to'plamga kiritilgan maqolalar va ma'ruza tezislarning mazmuni, undagi statistik ma'lumotlar, sanalarning to'g'riligiga hamda tanqidiy fikr-mulohazalarga mualliflarning shaxsan o'zlari mas'uldir.

- научные и познавательные туристские программы (орнитологические, ботанические, ландшафтно-географические, археологические и др. исследования, экологические конференции и семинары);

- приключенческие туристские программы, которые могут быть водными, пешими, конными и т. д.;

- экологические туры в рамках студенческих практик (учебных, ознакомительных, производственных или преддипломных);

- поездки с экологическими целями в рамках туров выходного дня (отдых, экскурсии).

Организаторы экологических туров для привлечения новых сегментов туристов стараются использовать различные инновации, которые способствуют повышению качества этого вида туров. При этом инновации могут быть разными – как обновленный или измененный турпродукт, так и что-то совершенно новое, ранее не использованное.

Рассмотрим варианты применения инноваций в экологическом туризме на примере средств размещения. В нашей стране это пока еще новое направление, а за рубежом все большую популярность получают экогостиницы. В Швеции их уже более 100, Норвегии – 50, Финляндии – 20. Самый «зеленый» отель в мире – Crowne Plaza Copenhagen Towers 4* – находится в Копенгагене. Один из фасадов 85-метрового здания оборудован солнечными батареями.

Для того, чтобы гостиница смогла получить звание экоотеля, её деятельность должна соответствовать нескольким условиям. Прежде всего хозяйственная служба отеля должна организовать сортировку отходов по их видам, проводить работу по экономии электроэнергии и воды, не использовать токсичные моющие средства. Также в обязанности сотрудников такого отеля входит проведение разъяснительной работы с гостями, чтобы они заботились об окружающей среде.

Например, в сети гостиниц Novotel для более экономичного использования электричества применяют таймеры, светодатчики и систему сохранения оптимальной температуры в помещениях летом/зимой, используют только холодильники с низким потреблением электроэнергии, а в конференц-залах – дневной свет. Аэраторы Hansgrohe, установленные во всех смесителях, позволяют экономить 50% воды.

Таким образом, очевидно, что внедрение вышеуказанных инноваций при формировании туров по направлению «экологический туризм» способствует развитию этого вида туризма. Кроме того, этот вид туризма может развиваться на территориях, ранее не вовлеченных в сферу туризма из-за отсутствия интересных объектов показа или ресурсов, пользующихся традиционным спросом, например, моря, озера и т. д. Таким образом, развитие экологического туризма позволяет обеспечить самозанятость местного населения, улучшить их качество жизни.

С помощью этих инновационных методов можно развивать сферу экотуризма на территории Самарканда. Внедрить экологические виды гостиниц, экомашин или транспортные средства для улучшения перевозки и дороги до экообъекта. Это в свою очередь поможет нам больше привлекать туристов в наш город, к тому же способствует к экологической чистой природе.

PANDEMIYADAN SO‘NG O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASIDA MUSTAQIL TURIZM INFRATUZILMASINI TAKOMILLASHTIRISHNING USTUVOR YO‘NALISHLARI

K.Sh. Yuldashev BuxDU Iqtisodiyot va turizm fakulteti “Turizm va mehmonxona xo‘jaligi” kafedrasini o‘qituvchisi

Mamlakatimizda turizm sohasi o‘z o‘rniga ega bo‘lgan tarmoqlardan biri bo‘lib hisoblanadi. Uzoq yillardan beri bu soha barqaror rivojlanib kelmoqda va mamlakat iqtisodiyoti uchun sezilarli darajada o‘z hissasini qo‘shib kelmoqda. Xorijiy sayyohlarning oqimi esa yildan-yilga soni o‘shib bormoqda. Bunga sabab oxirgi yillarda turizm sohasiga berilayotgan e‘tibor kuchliligini ko‘rsatib o‘tishimiz mumkin. Biz bilamizki O‘zbekistonda turizm sohasi mavsumiy davrga ega. Turistik mavsum kuz hamda baxor paytlariga to‘g‘ri keladi. Shu davr mobaynida xorijiy sayyohlardan deyarli 80% G‘arbiy Yevropa davlatlaridan tashrif buyurishadi. Bular asosan Germaniya, Fransiya, Italiya, Ispaniya va Angliya davlatlari hisoblanadi. O‘zbekistonda turizm sohasiga “mavsumiy davr” ning shakllanishiga aynan ushbu omilni sabab qilib ko‘rsatishimiz mumkin. Chunki yuqorida ta’kidlab o‘tilgan davlatlarning iqlimi iliq va nam ob-havoga ega. Shu sababdan ular ko‘p hollarda kuz va bahor paytlarida kelishni yoqtirishadi. Bu sayyohlar esa mamlakatdagi mahalliy turistik firmalar orqali shartnoma asosida guruh-guruh bo‘lib tashrif buyurishadi. Bu holat necha yillardan beri bir xil ishlab kelmoqda. Bir tarafdin bunday yondashuv mavsumiy davrning shakllanishiga olib kelgan. Boshqa tarafdin esa turizm sohasidagi infratuzilmaning yetarli darajada

shakllanmaganligini ko'rsatishimiz mumkin. Nomavsumiy davrda esa turizm sohasi xuvillab qolmoqda. Nomavsumiy davr-yoz hamda qish fasllariga to'g'ri keladi. Mamlakatning iqlimiga mos keladigan davlatlarni (Osiyo davlatlari misolida) jalb etish va yangi yo'nalishlarni tuzib chiqish lozim.

Yuqorida ta'kidlab o'tilgandek xorijiy sayyohlar guruh-guruh bo'lib tashrif buyurishadi va ko'pchilik turistik tashkilotlar aynan shu davrda yaxshigina daromadga ega bo'lishadi va asosiy ish faoliyatlarini aynan shu davrga moslab yuqori darajaga olib chiqishadi. Lekin koronavirus kasalligi butun dunyoga tarqalib ketgandan so'ng barcha sohalarida iqtisodiy jihatdan pasayish kuzatildi. Shu jumladan turizm sohasi ham bundan katta zaralarni ko'rdi. Birinchi navbatda deyarli barcha davlatlarda karantin e'lon qilingandan so'ng chegaralar ma'lum bir muddatgacha yopildi va odamlar sayohatga chiqishdan to'xtashdi. Bundan keyin turizm eski holatga qaytishi va yana guruh-guruh bo'lib tashrif buyurishlari nomalumligicha qolmoqda. Ammo bu turizm sohasi to'xtab qolgani degani emas. Hozirda ko'pgina davlatlarda chegaralar ochilgan va sayohatlar ham kam amalga oshirilmoqda. Endi turizmni qayta jonlashtirish va hozirgi zamonga moslashtirib yangi turistik xizmatlarni joriy qilish vaqti keldi. Bundan keyin odamlar guruh bo'lib sayohatga chiqishdan ko'ra mustaqil ravishda sayohatga chiqishni afzal ko'rishadi. Chunki bu birinchi navbatda xavfsizlik bilan bog'liq bo'lgan omillar hisoblanadi. Hozirda meditsina talabi ham shundan iborat, guruh-guruh bo'lib yurmasdan, masofani saqlagan holda sayohatlarni uyushtiri maqsadga muvofiq deb ta'kidlashgan.

Demak, asosiy maqsadimiz O'zbekistonga ham mustaqil turizmni yanada takomillashtirish yo'llarini ishlab chiqish va uni amalda tadbiq etishdan iboratdir. Mustaqil turizm nafaqat sayyohlarga balkim mamlakatdagi turizm sohasida faoliyat olib borayotgan barcha turistik tashkilotlarga erkinlikni bag'ishlaydi, ularni erkin ijod qilishiga undaydi va bu tashkilotlar faqatgina turistik korxonalariga bog'lanib qolmasligiga olib keladi. Mustaqil turizm – sayohatchi va turistik tashkilot o'rtasida to'g'ridan-to'g'ri aloqani o'rnatadi va mustaqil ravishda kelishuvga erishiladi.

Birinchi navbatda biz mustaqil turizm degani nima, qanday shakllangan va uning afzallik tomonlarini ko'rib chiqishimiz lozim.

Mustaqil turizm – turistlar tomonidan turoperatorlar va turagentlar ishtirokisiz mustaqil ravishda tashkil etiladigan sayohatdir .

Mustaqil turizm (shuningdek, havaskor, mustaqil, erkin, yovvoyi turizm) — bu sayohat operatorlari va sayohat agentlarining xizmatlaridan to'liq yoki qisman voz kechish bilan amalga oshirilgan sayohat, lekin ko'p hollarda sayyohlik (agentlik emas) xizmatlaridan foydalanishdan butunlay voz kechishni nazarda tutmaydi. Uning tashkil etilishida sayohatchi o'z sayohati yo'nalishini mustaqil ravishda shakllantiradi, shuningdek uning barcha tarkibiy qismlarini (chiptalar, mehmonxona turar joylari, oziq-ovqat, ekskursiyalar va boshqalarni) tanlaydi va uning xizmatlaridan foydalanadi.³⁹

Shunga qaramay, mustaqil turizm yanada kengroq tushunchadir, chunki sayohat muayyan maqsad va marshrutga ega bo'lishni nazarda tutadi, mustaqil turizm esa mustaqil ravishda tashkil etilgan dam olish maskanida statik yashashni yoki, masalan, tashkiliy masalalarni mustaqil ravishda hal qilish bilan bog'liq faol turizmning turli shakllarini nazarda tutishi mumkin. Shuning uchun, "mustaqil turizm" atamasi falsafiy ma'nolarga ega bo'lgan sayohatdan farqli o'laroq, kengroq va amaliy ahamiyatga ega.

Mustaqil turizm	Mustaqil va ta'lim turizmning o'xshash tomonlari	Ta'lim turizm
<p>- Mustaqil turizm (boshqacha so'z bilan ayganda, havaskor, mustaqil, erkin, "yovvoyi" turizm) — bu sayohat turi turoperatorlar va turagentlarining xizmatlaridan to'liq yoki qisman voz kechish bilan amalga oshirilgan sayohatdir, lekin bu turistik xizmatlaridan foydalanishdan butunlay voz kechishni nazarda tutmaydi.</p> <p>- Uning tashkil etilishida sayohatchi o'z sayohati yo'nalishini mustaqil ravishda shakllantiradi, shuningdek uning barcha tarkibiy qismlarini (chiptalar, mehmonxona turar</p>	<p>1. Bu turlarning asosiy bozorini yoshlar tashkil qiladi. Chunki erkin sayohat davomida kutilmagan voqealar ko'p sodir bo'ladi, va bunda o'ziga xos qiyinchilik va mashaqatlardan iborat.</p> <p>2. Erkin tanlash huquqi. Birinchisida o'z sayohatingizni erkin tanlaysiz (masalan, qayerga boorish, necha kunga boorish va har bir turistik xizmatlarni alohida-alohida tanlash va band qilish).</p>	<p>- Ta'lim turizmi (educational tourism) - bu boshqa mamlakat yoki shaharga sayohatdir, uning asosiy yoki ikkinchi maqsadi - ta'lim hisoblanadi. Qoida tariqasida, uni chet elda sifatli ta'lim olishni istaganlar tanlaydi.</p> <p>- Odatda bunday sayohatlar uchun xorijiy tilni takomillashtirish, oliy ma'lumot olish va kelajakdagi ishida martabasini ko'tarishga yordam beradigan maxsus fanlarni</p>

³⁹ Кротов А. В. Как путешествовать без денег? — Москва: Алгоритм, 2017. — 400 с. — ISBN 978-5-906914-35-4.

<p>joylari, oziq-ovqat, transport xizmatlari, ekskursiyalar va boshqalarni) tanlaydi va oladi.</p> <p>- Statistika ko'ra, dunyodagi ko'plab yoshlar "foydali dam olish" va erkin sayohat uslubini afzal ko'rishadi. Safar davomida ular an'anaviy ekskursiya marshrutlaridan qochishadi va buning o'rniga mamlakatni ichkaridan ko'rishga, yangi madaniy sharoitlarga moslashishga, o'yin-kulgilarni o'rganish yoki xorijiy tillarni ko'tarish bilan birlashtirishga harakat qilishadi.</p> <p>- Mustaqil turizmning ommaviy turizmdan farqi – ikkinchisida sayohat turoperator tomonidan tashkil etilgan tur doirasida amalga oshiriladi. Turoperator tomonidan tashkil etilgan sayohat (yoki sayyohlik mahsuloti) sayyohga ma'lum bir narx uchun taqdim etiladigan transport, turar joy, ekskursiya xizmati va h.k. xizmatlarini o'z ichiga oladi. Mustaqil sayohat ham xuddi shunday xizmatlarni o'z ichiga oladi, lekin bu xizmatlarni turist tur mahsulot sifatida emas (ya'ni bitta turistik mahsulot sifatida emas), balki alohida-alohida sotib oladi.</p> <p>Mustaqil turizmning turlari:</p> <p>Autostop-sayohat transportida shaharlar o'rtasida to'lovsiz harakat qilish</p> <p>Autoturizm - o'z yoki ijaraga olingan avtomobilga sayohat</p> <p>Backpacking-minimal pul uchun mavjud bo'lgan har qanday vositalar bilan amalga oshiriladigan sayohat (odatda, turoperatorlar xizmatlaridan voz kechish va arzon ko'chirish va yashash usullari afzalligi tufayli)</p> <p>Booking, ya'ni turoperatorlar xizmatlaridan foydalanmasdan sayyoh mustaqil holda vizani tayyorlaydi, chiptalarni sotib oladi - mehmonxonani maxsus Internet xizmati orqali avvaldan buyurtma qiladi booking.com, expedia va shunga o'xshash saytlardan;</p> <p>Veloturizm-velosipedda sayohat qilish.</p>	<p>Ikkinchisida ham deyarli shunday (qaysi davlat va shaharda o'qishni tanlash, chipta va turar-joylarni tanlash erkinligi).</p> <p>3. Xorijiy tilni bilish. Erkin sayohatni tuzishda va xorijda o'qish uchun kamida bitta chet tilini bilish (ingliz tili). Chunki yolg'iz sayohat qilganda tilni bilish darajasi muhim omil bo'lib hisoblanadi.</p> <p>4. Iste'mol qiladigan maxsulot va xizmatlar. Masalan sayohat davomida iste'mol qiladigan maxsulotlarini o'zi erkin tanlaydi. Bu restoran, turli xil ovqatlanish shaxobchalari bo'lishi mumkin. Ommaviy turizm esa, turistik firmalar tomonidan uyushtirilgan sayohat turlariga ovqatlanish maskanlari oldindan belgilangan bo'ladi. Turistik xizmatlarni ham erkin tanlaydi. Chiptalar, mehmonxona, ovqatlanish maskanlari, ekskursiya va tarjimon xizmatlari, transport xizmatlari, tashrif buyuradigan joylarini o'zi tanlaydi.</p> <p>Moliyaviy imkoniyatlar. Bu turdagu turizmning asosiy bozorini yoshlar tashkil qiladi deb ta'kidladik. Mustaqil sayohat qilishning asosiy maqsadlaridan biri bu mablag'ni tejashdir. Chunki agar siz turistik firmalar orqali tashkil etilgan tur mahsulotlarni sotib olsangiz qimmatga tushishi tab'iiy, sababi turistik firmalar ham tur mahsulot narxiga o'z foizlarini qo'shishadi. Yoshlar qatlami ko'p hollarda ota-onalari qaramida bo'lishadi va ular moliyaviy jihatdan imkoniyatlari cheklangan hisoblanadi. Shu sababdan yolg'iz sayohat qilishda ham chet elda o'qishga borganda ham arzonroq turistik xizmatlardan foydalansihga intilishadi. Buning afzallik tomonlari juda ko'p. Masalan, turizm industriyasida kichik</p>	<p>o'rganish uchun faqat rivojlangan mamlakatlar tanlanadi.</p> <p>Ta'lim turizmining asosiy yo'nalishlari:</p> <p>Professional yoki maxsus turizm</p> <p>Til turizmi</p> <p>Ijodiy turizm</p> <p>Madaniy turizm</p> <p>Sport va ta'lim turizmi</p> <p>1. Professional yoki ixtisoslashgan turizm kompaniya xodimlari orasida ko'proq talabga ega. Bu bir-biri bilan tajriba almashish va kasb haqida yangi ma'lumot olishni maqsad qiladi. Safar davomiyligi 1-2 kundan to bir oygacha o'zgarishi mumkin.</p> <p>Ixtisoslashtirilgan turizm quyidagilarni o'z ichiga oladi: ilmiy amaliyot; kasbiy tayyorgarlik safari; seminarlar, konferentsiyalar, kongresslar va boshqalarda qatnashish.</p> <p>2. Til turizmi - dunyodagi eng talabchan turlardan biri. Bu deyarli hech qanday cheklovlarga ega emas, shuning uchun o'quv sayohatlari maktab o'quvchilari / talabalar va kattalar uchun mos keladi. Safarning asosiy maqsadi - chet tilini intensiv o'rganish. Bunday tur 10 kundan olti oygacha davom etishi mumkin.</p> <p>3. Ijodiy turizm birinchi navbatda yozuvchilar, rassomlar va musiqachilar, shuningdek ijodiy ustaxonalar va maktablar o'quvchilarini qiziqtiradi. Bu festivallarga yoki ijodiy xizmat safarlariga borishni o'z ichiga oladi.</p> <p>4. Madaniy turizm ko'plab sayohatlarning ajralmas qismi hisoblanadi. Bu har qanday tarixiy ekskursiyalarni, shuningdek ta'vil paytida kurslarga qatnashishni o'z ichiga oladi (masalan, Tayland massaji yoki jang san'ati). Ekskursiyalar davomiyligi 14 kundan 3 oygacha.</p>
--	---	---

	<p>bizneslarni amalga oshirayotgan tashkilotlarga juda foydali hisoblanadi. Zamonaviy turizm raqobatbardoshlik yuqoriga ko'tarilgan bir paytda turizm bozorida jon saqlab qolish qiyin masa bo'lib qolmoqda, ayniqsa pandemiya davrida. Katta-katta mehmonxonalar kichik mehmonxonalarga to'siq bo'lib kelmoqda. Chunki mayda mehmonxonalar ba'zi bir xizmatlarni ko'rsatishdan imkoniyati cheklangan. Mustaqil sayyohlarni ko'paytirish esa, mana shunday kichik mehmonxolar ham o'z faoliyatini barqaror rivojlantirishga imkon beradi.</p>	<p>5. Sport va ta'lim turizmi, ba'zi sport turlari, masalan, so'rfig, dayving, golf, tennis, otga minib olish va boshqa ko'plab narsalarni o'rgatishga qaratilgan ekskursiya dasturlarini taklif etadi. Bunday ta'lim safarlari nafaqat professional sportchilar, balki yaqinda mashq boshlagan bolalar/o'smirlar uchun ham javob beradi. Safarning davomiyligi sport turiga va dasturning xususiyatlariga bog'liq.</p> <p>Ta'lim turizmining afzalliklari:</p> <p>dunyoning istalgan burchaklariga tashrif buyurish; ta'lim olgan mamlakatning turli diqqatga sazovor joylariga tashrif buyurish; til bilish darajasini mustahkamlash; millatlararo o'rtoqlik rishtalarini bog'lash; ko'plab yangi do'stlarni ortirish; o'sha mamlakatdagi yangi texnologiyalarni o'rganish va uni o'z mamlakatida amalda tadbiq etish va hokazolar.</p>
--	---	---

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Туризм тўғрисидаги қонун, қонунчилик палатаси томонидан 2019-йил 16-апрельда қабул қилинган).
2. Кротов А. В. Как путешествовать без денег? — Москва: Алгоритм, 2017. — 400 с. — [ISBN 978-5-906914-35-4](#).
3. Основы туризма: учебник / коллектив авторов; под ред. Е.Л. Писаревского. — М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. — 384 с.
5. Александрова А.Ю. Международный туризм: учебник / А.Ю. Александрова. — 2—е изд. перераб. и доп. — М.: КНОРУС, 2018. — 464 с.
6. Лойко О. Т. Туризм и гостиничное хозяйство: Учебное пособие./ О.Т. Лойко - Томск: Изд-во ТПУ, 2017. —152 с.
7. Рябова Т.В. Социально-культурные аспекты самостоятельного туризма/ Т.В.Рябова, Е.В.Эртман // Сервис. — 2016. —№ 3. —С. 3—9.

8. Мошняга В.В. Основные тенденции развития туризма в современном мире/ В.В.Мошняга //Вестник РМАТ.- 2013. —№ 3 (9). — С. 20—33.

Internet sahifalari

1. <https://ru.wikipedia.org/wiki/>.
2. <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/>.
3. <https://novainfo.ru/article/13053>.

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ РАЗЛИЧНЫХ ПОДХОДОВ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ПОНЯТИЯ БРЕНДА

Арипова Махлиё Салахиддиновна
преподаватель кафедры туризма и гостиничного хозяйства
Бухарского государственного университета

В XX веке с развитием радио и телевидения возможности компаний по презентации своих продуктов широкой аудитории существенно выросли. Появилась возможность действовать на большее количество органов чувств людей, красиво показать товар с разных сторон и сопроводить рекламное сообщение эмоциональным аудио сопровождением. Самым стремительным прорывом в области СМИ стало массовое распространение Интернета в 1990-х и 2000-х годах. Интернет по сравнению с другими СМИ дал огромный толчок к развитию брендов во всем мире. С появлением Интернета компании получили возможность проводить рекламные кампании, ориентированные на узкую целевую аудиторию, задав возраст, пол, место проживания и даже определенные типы поведения или потребления. Это на несколько порядков сокращает необходимый размер инвестиций для оповещения существенного числа представителей потенциальных покупателей продукции бренда. Телевидение стоит несравнимо дорого из-за того, что рекламу видит все население, из которого компанию может интересовать менее 1%. В тоже время в Интернете при сопоставимой стоимости рекламы в расчете на 1 человека, возможно обеспечить 100%-ное попадание. Это открыло доступ к развитию собственных брендов даже совсем малым компаниям.

Узбекистан и его туристическая индустрия в полной мере ощутили на себе негативное влияние пандемии. С момента объявления карантина более 1500 туроператоров и 1200 гостиниц приостановили свою деятельность, что привело к сокращению доходов более 250 тысяч человек. Индустрия туризма имеет существенный потенциал для развития и является стратегическим сектором экономики, доля туризма в ВВП страны составляет примерно 6%. Государственный комитет Республики Узбекистан по развитию туризма работают в направлении восстановления туризма и разработала платформу «Online Tourism». Подобные электронные платформы в Узбекистане впервые и способствует постепенному восстановлению деятельности предприятий гостеприимства. В свою очередь государство поддерживает субъекты бизнеса в области туризма, предоставляя им ряд льгот, налоговых каникул и субсидий во время пандемии. Пандемия COVID-19 однозначно ускорила развитие новых технологий в сфере туризма. Виртуальные путешествия в ближайшее время станут хорошим вспомогательным инструментом в выборе реальной поездки, но точно не ее заменой, хотя, возможно, эта технология незначительно уменьшит объем рынка экскурсионных туров. В то время как пандемия COVID-19 приостановила мировой туризм, миллионы находящихся на карантине людей стремились получить культурные и туристские впечатления прямо из дома. В этот период виртуальный доступ к туристическим объектам достиг беспрецедентных уровней. Большие изменения, связанные с виртуализацией процесса путешествий что, требует нового подхода к рекламе туристических продуктов, основанного на брендинге.

Туристический бренд – известный объект или комплекс объектов природного, культурно-исторического наследия, а также маршрут, который охватывает посещение данных объектов, уникальные события, ремесла, услуги, занятия, привлекающие к себе большой поток туристов. В современном маркетинге все чаще встречается понятие «бренд», однако единого общепринятого подхода к его определению не существует.

Определение бренд можно рассмотреть через два аспекта: экономический и психологический.

Экономический подход:

1. Специалисты компании «Landor Associates» считают, что бренд должен последовательно обеспечить качество и удовлетворение покупателей, чтобы создать потребительские предпочтения, обозначить отличие от конкурентов, быть удобным и легко доступным для клиентов.

MUNDARIJA

Д.Ш.Явмутов	Туризм пандемия ва постпандемия шароитида: асосий йўқотишлар ва тикланишнинг истикбол йўналишлари	5
Hamroev H.R.	Saudiya Arabistonining ziyorat turizmi tashkil etish tajribasi tahlili	7
Д.Ш.Явмутов	Худудларнинг табиий ресурсларини туристик-рекреацион баҳолаш масалалари	9
Nurov Z.S.	Ways to develop special types of tourism in Uzbekistan after the pandemic	11
Исомов Б.С.	Роль туризма в развитии экономики страны	13
Jurayev A. T.	Problems and prospects for the development of pilgrim tourism in Uzbekistan	16
Tajibayev Sh. M.		16
Nurova G.N.	Pandemiyadan keyingi sayohat tendensiyalar	19
Рўзиёв С.С.	Пандемиядан кейинги даврда туризм соҳасини ривожлантиришда	
Рўзиёва З.С.	бўш вақт омилининг аҳамияти	21
Musayeva Sh. A.	Presentation of the effectiveness of tourism and hotel services indicators and how to identify them	24
Usmonova D. I.		24
Ибрагимов Н. С.	Модели и новые тенденции процесса формирования туристского потока в Республике Узбекистан	26
Рўзиёв С.С.	Хозирда туризмни ривожлантириш учун ҳал этилиши лозим бўлган	
Элмуродова Р. А.	муаммолар	29
Abdulloev A.J.	Buxoro viloyatida cho'l turizmi klasterini rivojlantirishda logistik tizimlardan foydalanishni takomillashtirishning ustuvor yo'nalishlari	31
Yuldashova N.		31
Хидирова Г.Р.	Туристтик худудларни ижтимоий-иқтисодий тартибда хорижий мамлакатлар тажрибасини қўллаш имкониятлари	34
Олтаев Ш.С.	Пандемия шароитида тўловсизлик билан боғлиқ муаммоларни ҳал этишнинг инновацион йўллари	35
Азимов О.Ф.	Бухоро вилоятида ички туризмни ривожлантириш механизмларининг замонавий тенденциялари ва моделлари	38
Farmanov E.A.	Turizmدا transport infratuzilmasini takomillashtirish yo'llarini belgilashda amaliy tadqiqot natijalari (buxoro viloyati misolida)	40
Матякубов У.Р.	Оролбўйи минтақаси туризм бизнеси корхоналарига Covid -19 Коронавирус пандемиясининг таъсири	48
Мирзаев А.Т.	Пандемиядан кейинги даврда туристик-рекреация фаолиятини ривожлантириш ва рақобатбардошлигини оширишнинг услубий жиҳатлари	51
Зиявитдинов Х.	Организация деятельности предоставления услуг предприятиями питания в туризме	56
Навруз-зода Ш.Б.	Ёшлар туризмни пандемиядан кейинги даврда ривожлантириш истикболлари	59
Davronov I.O.	Improvement of service quality for tourism and hotel development after pandemic in region	61
Davronov I.O.	Priorities for improving the quality of hotel services through innovative development after the pandemic	65
Ro`ziyeva G.F.	Milliy hunarmandchilik-xorijiy sayyohlar nigohida	68
Ro`ziyeva G.F.	Milliy hunarmandchilikni rivojlantirishda raqamli xaritalarning roli	70
Сайфуллоев О.О.	Ўзбекистонда агротуризм – асосий муаммолар, хусусиятлар ва ислохотлар зарурияти	71
Xalliyeva N.	Pandemiya oqibatida butunjahon va O'zbekiston turizm sohasida yuzaga kelgan holat: muammo va yechimlar	74
Sharifova Sh.Sh.	Turizmда halol standartlarini joriy etish	76
Murodov H.S.	Buxoro turizmi rivojida sanatoriya – kurort muassasalari o`rni	79
Хамроев Ш.	Принципы банковского мониторинга	80
Qayimova Z.A.	Turizm sohasida mutaxassislarni tayyorlashning o`ziga xos xususiyatlari	81

Ходжаева Д.Х.	Особенности развития сельского туризма после пандемии в Республике Узбекистан	84
Ashurova M.X.	O'zbekistonda kichik biznes va tadbirkorlik faoliyati va uni rivojlantirish istiqbollari	86
Boltaeva M. Sh.	Yangi O'zbekistonda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni qo'llab quvvatlashning zamonaviy yo'nalishlari	89
Radjabova M. A.	Features of the production of tourist routes	91
Саидова Ф. К.	Жондор тумани иқтисодий имкониятлардан фойдаланиш йуллари	93
Shadiev A.X.	Turizmda marketing kommunikatsiyasining ahamiyati	96
Dilmonov K.B.	Features of the development of the infrastructure of historical architectural objects	98
Ro'ziyeva N.Ch.	O'zbekiston ekoturizmi rivojlanishida xorij tajribasi	101
Alimova Sh. O.		101
Tulaeva Kh.U.	Opportunities and challenges for tourism industry after pandemic period	104
Ахтамова М.Э.	Ситуация в туристическом секторе Нурабадской экосистемы, вызванная пандемией: проблемы и решения	
Ибодуллаев У.		106
Ходжаев Х.		106
Ҳакимов У. А.	Пенсия таъминоти тизими: ривожланган мамлакатлар тажрибаси	108
Kadirova Sh.X.	Pandemiyadan keying davrda transport xizmatlarini takomillashtirish yo'nalishlari	111
Bozorova S.K.	The ability to form a brand of the tourist destination of Bukhara based on the existing image	112
Muxamedova M.M.		112
Farmanov E.A.	Buxoro viloyatida pendemiyadan so'ng transport xizmatlar sifatini oshirish yo'llari	114
Boltavea Sh.B.	O'zbekistonda turizm sohasini rivojlantirishning o'ziga xususiyatlari	117
Toyirova S.A.	Definition and understanding of tourist product	
Choriyev R. N.		118
Урокова Д.Б.	Применение инновационных технологий в развитие туризма и гостиничного бизнеса	120
O'roqova D.B.	Mehmonxonalarda innovatsion faoliyat funksiyalaridan samarali foydalanish yo'llari	122
Tojjiyeva M.V.		122
Salimova S.F.	Joylashtirish vositalarining xizmatlarini siljitishda onlayn sharhlarning ta'siri	124
Ахтамова М.Э.	Пути повышения туристической привлекательности Узбекистана в постпандемический период	126
Лим Н.В.		126
Ахтамова М.Э.	Пути внедрение инновационных и смарт форм экотуризма как способ повышения туристической конкурентоспособности Самарканда	127
Болтабоев Х.С.		127
Yuldashev K.Sh.	Pandemiyadan so'ng O'zbekiston Respublikasida mustaqil turizm infratuzilmasini takomillashtirishning ustuvor yo'nalishlari	129
Арипова М. С.	Сравнительный анализ различных подходов к определению понятия бренда	133
Сайфуллаева М., Абдуллаева Х.	Перспективные направления оживления туризма в Узбекистане в период постпандемии	136
Kamolov X.Z.	Turizmni diversifikatsiya qilishda tur firma faoliyatining o'ziga xos xususiyatlari	138
Axrorova N.U.	Pandemiyadan keyingi davrda O'zbekistonda yoshlar turizmini rivojlantirish yo'llari	141
Murodov F.B.		141
Oripova Z. Q.	Pandemiyadan keyin kadrlar tayyorlashda turizmning rivojlanish tarixini o'rganish	142
Isokova G.Sh.	Korporativ turizmni rivojlantirishda marketingning o'rni	145
Haydarova D.I.	Properties for the formation of a positive tourist image of Uzbekistan on the basis of couchsurfing	147
Radjabov O. O.	The role of influencers on the development of tourism in Uzbekistan	
Mambetkadirova G. R.		148

Хуррамов О. К.	Перспективные направления цифрового туризма в постпандемический период	150
Файзиева С. К. Баратова М. Б.	Особенности питания при коронавирусной инфекции	153
Rajabova M. Niyozova I.	Malayziyada turizmning rivojlanishi va uning o'ziga xos xususiyatlari	156
Мухидов Ҳ.	Система образования в условиях пандемии	159
Khalimova N. J. Aminova N.B.	Hotel staff professional development and sample plan of training program	161
Navruz-zoda L.B. Negmurodova Sh.	Madaniyat va san'at sohasining jamiyatda tutgan o'rni va mazkur sohadagi rahbarlarning menejerlik qobiliyatlarini rivojlantirish	163

“Садриддин Салим Бухорий” МЧЖ босмахонасида чоп этилди.
Ҳажми 168 бет. Формат А4. Адади 20 нусха. Буюртма 316. 2021.

Бухоро шаҳри. М.Иқбол кўчаси, 11.