

Zamira Davlatova¹
Akbar Jumayev²

Impact Factor: 9.2

ISSN-L: 2544-980X

FUNDAMENTALS OF DEVELOPMENT OF TOURISM THROUGH NATIONAL CRAFT PRODUCTS

(Zamira Davlatova, Akbar Jumayev)

Annotation: The pandemic conditions in the world have had a serious impact on the tourism industry. All countries are analyzing integration processes with other sectors to develop this sector. Tourism indicators and national handicraft activities in Uzbekistan for 2010-2020 were selected for the analysis. According to the results of the analysis, it is possible to develop the online trade of national handicrafts and the attractiveness of tourism in general by digitizing national handicrafts by placing QR-codes. It has a very strong impact on the number of tourists in the sale of national handicrafts.

Keywords: tourist flow, tourism services, sale of national handicrafts, Delphi method, QR-code, cointegration models

Кирриш

2019 йилда туризм соҳаси республиканинг тез ривожланаётган соҳаларидан бирига айланиши, йиллик туристлар сонининг олти миллиондан ошганлиги, туризм тушумларининг бир миллиард АҚШ долларига етиши бу соҳада тўғри ислоҳот амалга оширилганлиги билан белгиланади. 2020 йилда бошланган пандемия эса кескин равишда туристлар оқими ва тушумига жиддий таъсир ўтказди. Кўплаб соҳалар қатори миллий хунармандчилик маҳсулотлар савдоси ҳам туристлар оқимига боғлиқ бўлганлиги сабабли тушиб кетди.

Кейинги йилларда миллий хунармандчилик соҳасини ривожлантириш учун бир қатор қарорлар қабул қилинди. Ўзбекистон Республикаси Президентининг қарорига асосан Хунармандчилик фаолиятининг асосий йўналишлари, хунармандлар томонидан ишлаб чиқариладиган буюмлар ва товарлар (ишлар, хизматлар) турларининг 34 йўналишдаги рўйхати тасдиқланди. Хунармандчилик маҳсулотларини хорижий давлатларга олиб чиқиш борасида ҳам хунармандларимизга талай имтиёзлар берилган, жумладан, мамлакатимизда 24 йўналишдаги хунармандчилик маҳсулотлари экспертиза йиғимидан озод этилди. Хунармандларимиз ушбу имтиёзлардан муносиб равишда фойдаланиб, ишлаб чиқарган маҳсулотлари билан халқаро фестивал, кўرғазма-танловларда иштирок этмокдалар. Миллий хунармандчилик маҳсулотларимизни хорижий давлатларда ҳам намойиш этиш ва хунармандларимиз томонидан яратилаётган маҳсулотларга чет элликларнинг қизиқишини инобатга олиб, дунёнинг 30 га яқин давлатларида 100 дан ортиқ хунармандларимизнинг хунармандчилик маҳсулотлари намойиш этилган. Дунё миқёсида ўтказилаётган кўплаб нуфузли кўрғазма ва фестивалларда хунармандларимиз иштироки таъминланмоқда. Бу тадбирларда уста-хунармандларимизнинг муносиб иштироки ташкилотчилар томонидан эътироф этилиб, улар дипломлар, сертификатлар ва фахрий ёрликлар билан тақдирланган. Ўнга яқин хунармандларимизнинг шахсий кўрғазмалари ташкил қилинган. Ҳар йили уюшма аъзоларидан 10 дан ортиғи Олий Мажлис ҳузуридаги Нодавлат нотижорат ташкилотлар ва фуқаролик жамиятининг бошқа институтларини қўллаб-қувватлаш Фондидан грант маблағлари олиб, ўз фаолиятларини ривожлантиришга сарфламоқдалар.

Муҳтарам Президентимизнинг 2017 йил 17 ноябрдаги “Хунармандчиликни янада ривожлантириш ва хунармандларни ҳар томонлама қўллаб-қувватлаш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Фармони оилавий тадбиркорлик,

¹ Assistant, Department of Electronic Commerce and Digital Economy, Tashkent Financial Institute, Tashkent, Uzbekistan. Mail: zamiradavlatova1972@gmail.ru ORCID: 0000-0003-0053-4953

² PhD, Tashkent Financial Institute, Department of Statistics and Econometrics, Tashkent, Uzbekistan. Email: akbarjumayev@rambler.ru ORCID: 0000-0001-8935-032X

хунармандчилик билан шуғулланаётган инсонларга шарт-шароитлар яратишга янада кенг имкониятлар эшигини очди. Бу тарихий хужжат халқ амалий санъатини янги босқичга олиб чиқиш билан бирга аҳоли даромадларининг ошишига туртки бўлди. Маълумки юртимизда хунармандчилик қадимдан тараққий этган аждодларимиз ушбу соҳанинг кўплаб турлари билан фаол шуғулланган халқимиз хунар ўрганиб, турли бежирим буюмлар яратиш, қудалик ҳаётда асқатадиган жиҳозлар тайёрлаш, шу орқали ўз меҳнати билан одамларга наф келтиришни қадрият даражасига кўтарган. Хунармандчиликнинг у ёки бу йўналиши бир оила вакилларининг асосий машғулотиغا айланиши натижасида моҳир хунармандлар сулоласи вужудга келган. Жойларда ўзига хос мактаблар шаклланган. Маълумки, миллий хунармандчилик Ўзбекистонда қадимдан ривожланган ва хунармандчилик маҳсулотлари ишлаб чиқариш аждодлардан авлодларга анъанавий тарзида ўргатиб келинган. Бобурнинг “Бобурнома” асарида ҳам бу ҳақида қимматли маълумотлар келтирилган. Ўзбекистон Республикаси мустақилликка эришганидан кейин тадқиқотчиларнинг миллий хунармандчилик ва хунармандлар тайёрлаш масаласини ўрганишга бўлган қизиқишлари янада фаоллашди. Жумладан, мустақиллик йилларида Ш.Ғойибназаров, И.Жабборов асарлари, А.Тўқсонов, И.Сулаймонов, А.Қураҳмедов, М.Ҳамидованинг илмий мақолалари эълон қилинган. Ўзбекистондаги хунармандчилик тарихини бир қатор хорижлик тадқиқотчилар ҳам ўрганишга ҳаракат қилишган. Немис олимлари Жудит Пелтз ва Клаус Пандерлар томонидан яратилган асарларда ўзбек халқининг турмуш тарзи, анъанавий хўжалик турлари, шу жумладан миллий хунармандчилик тарихи, унинг соҳалари тўғрисида қисқа маълумотлар учрайди. Габриеле Келлер томонидан яратилган тадқиқот кенг камровли ва ўзбек анъаналари фотосуратларида акс эттирилиб, шу жумладан, “Тиқиш ва тўқиш Ўзбекистонда юксак даражали хунарманчилик намуналари ҳисобланиб, ўзбек аёллари томонидан маҳорат билан амалга оширилади, айниқса, зардўзлик либослари тантаналарда кийилади ва катта эътиборга сазовор” Немис тадқиқотчилари Б.Волленвебер, П.Франкеларнинг тадқиқотида муҳим маълумотлар берилган бўлиб, қадимий гламдўзлик марказлари Фарғона, Нурота, Сирдарё, Сурхондарё ва Қорақалпоғистонда кенг ривожланганлиги эътироф этилган. Мустақиллик йилларида хунармандчиликнинг ривожланиши ҳақида француз тадқиқотчилари томонидан ҳам асарлар яратилган. Масалан, Гералд Дегеорге ва Пиерри Чувенларнинг тадқиқотларида ўзбек хунармандчилиги соҳалари, жумладан, наққошлик каштачилик тарихига оид бўлган маълумотлар берилган. АҚШлик тадқиқотчилар томонидан миллий хунармандчилик тарихи, унинг ҳозирги ривожланиш хусусиятлари, ҳудудий ўзига хослиги тўғрисида қимматли маълумотлар келтириб ўтилган. Риштон кулолчилиги, Марғилонда ипакчилик соҳаси ва тўқувчи хунармандлар ҳақида К.Меклид, Б.Мехьюлар томонидан берилган маълумотлар учрайди. Яна бир тарих тадқиқотчиси У.А.Қиличев мустақиллик йилларида Ўзбекистонда миллий хунармандчиликнинг ривожланишини тадқиқ этар экан, миллий хунармандчилик туризмнинг ривожланиш омили эканлигини таъкидлайди. У тадқиқот натижаларига таяниб қуйидаги тавсия ва таклифларни илгари суради: “... - миллий хунармандчилик билан боғлиқ ташкилот, уюшма, кўмита, жамғармаларнинг ҳуқуқлари ва амалий фаолияти доирасини янада кенгайтириш чора-тадбирларини ишлаб чиқиш; - соҳа юзасидан халқаро алоқаларни янада кенг йўлга қўйиш, сайёҳлик объектларини жаҳон стандартлари асосида жиҳозлаш, қулай таклифлар орқали сайёҳларни кўпроқ жалб этиш, миллий хунармандчиликни ривожлантириш туризмнинг тараққий этишидаги омил эканлигига аҳамият берганлиги, хунармандчилик тарихини ривожлантириш бўйича берган тавсия ва таклифларини юқори баҳолаймиз.

Ўзбекистонда миллий хунармандчилик ва туризмни ривожлантиришнинг ижтимоий географик асосларини тадқиқ этиш ўзига хос спетсифик долзарбликка эга. Туризм XXI асрда энг тараққий этадиган жараён бўлиб, у энг муҳим даромад манбаига ҳам айланади. Туризм мамлакатлар хўжалик тизимига таъсир кўрсатиб, унинг хизматлар кўрсатиш соҳасига ихтисослашувига ҳам сабаб бўлади. Бугунги кунда туризм ва хизматлар кўрсатиш жараёнларига оид кўплаб илмий тадқиқот ишлари олиб борилмоқда. Умумжаҳон туризм соҳаси сўнгги ярим аср давомида турли муаммоларнинг салбий таъсирига учради. Табиий офатлар ва эпидемиялар, жиддий ижтимоий

портлашлар ва урушлар ҳамда жанговар ҳаракатлар, иктисодий инквирозлар ва терроризм каби ҳодисалар соҳанинг ривожланишига етарлича тўскинлик кўрсатди. Ана шундай хавфларга қаршилиқ кўрсатар экан, туризм индустрияси мураккаб ижтимоий, иктисодий ва сиёсий шароитларга мослашиш ва фаолият юритиш кўникмаларини ўзлаштириб олиши зарур деб ҳисоблаймиз.

Материал ва Метод

Миллий ҳунармандчилик маҳсулотларини савдосини таҳлил қилиш ва туристлар оқими камайганини ҳисобга олиб, ҳам миллий ҳунармандчиликни ривожлантириш ҳамда шу билан бир қаторда айнан шу соҳа орқали рақамли технологияларни қўллаш, туризмни ривожлантириш учун ҳунармандлардан танланма кузатув асосида таҳлил амалга оширилди. Мақола муаллифлари томонидан Delphi методини қўллаган ҳолда ҳозирда мавжуд 38 минг ҳунармандлар орасидан 250 таси ажратилиниб олинди. Ҳунармандларни танлаб олишда уларнинг тажрибаси, савдо ҳажми, чет элга экспорт қилиш ҳажми каби ҳолатлар инобатга олинди. Муаллифлар томонидан қуйидаги саволларни қамраб олган саволнома ишлаб чиқилди:

1. Сиз пандемия шароитида сотувларни қандай амалга оширдингиз?
2. Online сотув деганда нимани тушунаси?
3. Фаолиятингизда рақамли технологиялардан фойдаланасизми?
4. Маҳсулотингизни интернет магазин орқали сотилишини хоҳлайсизми?
5. Сотув ҳажмини ошириш учун маҳсулотларига уникал QR-код қўйиш хоҳлайсизми?
6. Маҳсулотингизни ўз вақтида етказиб беришни беришничи?
7. Сиз маҳсулотингизни ижтимоий тармоқлар орқали реклама қилишни истармидингиз?
8. Дунё бозорларида маҳсулотга бўлган талабни билишни хоҳлармидингиз?
9. Хорижга маҳсулотингизни Online етказиб беришничи?
10. Янги рақамли технологиялардан фойдаланишни ва фаолиятингизни кенгайтиришни хоҳлайсизми?

Республикадаги мавжуд 14 ҳудуднинг ҳар биридан 16 дан ортик ҳунармандлар танланма кузатувга жалб қилинди. Delphi методини шундан иборатки, саволнома ҳар бир ҳунармандга юборилиб, аноним тарзда жавоблар қабул қилинади ва умумлаштирилади.

Ҳунармандчилик маҳсулотларини бир қисми ички бозорга сотилса, бир қисмини давлатга ташриф буюрган туристлар сотиб олишади ҳамда қолган қисми чет элга экспорт қилинади. Буни қуйидаги формула орқали ифодалаш мумкин:

$$\ln(ce)_{it} = \alpha + \beta \ln(ip)_{it} + \beta_1 \ln(tn)_{it} + \beta_2 \ln(ex)_{it} \quad [1]$$

Бунда, ce_{it} – t даврда i ҳунарманднинг даромадини, ip_{it} – t даврда i ҳунарманднинг ички бозоридаги даромадини, tn_{it} – t даврда i ҳудудга ташриф буюрган турист сони, даромадини, ex_{it} – t даврда i – ҳунарманднинг экспорт қилган миллий ҳунармандчилик маҳсулотлари ҳажми англатади.

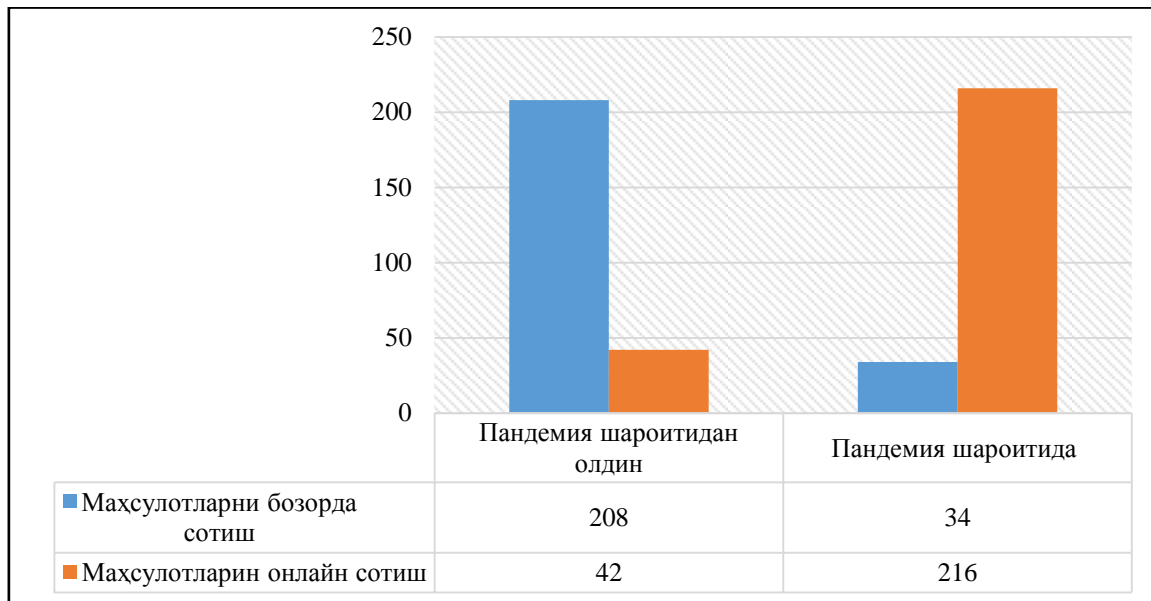
Афсуски пандемия шароитида туристлар ташрифи анча камайди. Ҳунармандчилик маҳсулотлари савдосида 45% кирувчи туристлар ҳисобига тўғри келган, 25% халқаро кўргазмалар доирасида амалга оширилган. 5% савдо эса онлайн тарзда амалга оширилган.

Натижалар

Delphi методи асосида ўтказилган танланма натижаларига асосан танланмага қатнашган 250 респондентдан 13,9% пандемия шароитида ҳам одатдагидек ўз ишини давом эттираётганлиги аниқланди. 51% респондент эса ўз фаолиятида даромади камайганлигини эътироф этган бўлса, 22,8 % респондентлар молиявий ресурсларга зарурлигини таъкидлашди.

Пандемия шароитида туристлар оқими камайганлиги сабабли 18,3% респондентлар ўз маҳсулотларини халқаро бозорга сотиши, экспорт қилиши аниқланиб, 41,1% респондентлар эса ўз маҳсулотларини олдинги

Ўзларининг мижозларига айланган туристларга сотганлиги аниқланди. Хунармандчилик фаолияти давомийлиги ҳам муҳим омил экан, яъни ўз фаолиятини 10 йилдан ортиқ давом эттираётганлар ўзларининг доимий турист мижозларига эга экан. Пандемия ҳолатида кўплаб хунармандлар ўз маҳсулотларини турли ижтимоий тармоқлар орқали онлайн тизимида сотганлиги аниқланди.



1-расм. Хунармандларининг онлайн савдоси ҳолати

Пандемия шароитигача танланма кузатувда иштирок этган 16% респондентлар ўз маҳсулотларини ҳам бозорда ҳам онлайн тизимида сотган бўлса, пандемия шароитида 86% хунармандлар онлайн тизими орқали сотувни амалга оширганлар.

Юқоридаги барча саволларни умумлаштирилганда миллий хунармандчилик маҳсулотлар савдоси онлайн савдони ривожлантриш орқали ўзларининг аввалдан мижоз бўлиб келган туристларига сотиш энг асосий омиллардан эканлиги аниқланди. Тадқиқотлар натижасида ҳар бир хунарманд ўз маҳсулотлари орқали туризм жозибadorлигини ошириши мумкинлиги, туристлар оқимига миллий хунармандчилик маҳсулотлари кучли таъсир ўтказар экан.

Тўпланган статистик маълумотлар ва танланма кузатув маълумотларини умумлаштирган ҳолда туристлар оқимига миллий хунармандчилик маҳсулотлар таъсирини ўрганиш мақсадида эконометрик модел ишлаб чиқилди.

Юқорида муаллифлар томонидан таклиф қилинган регрессия тенгламаси ўзгарувларни эконометрик таҳлил қилиб, 2010-2019 йилларда миллий хунармандчилик маҳсулотлар ҳажми, ички бозордаги улуши, кирувчи туристлар сони, миллий хунармандчилик маҳсулотлар экспорти орасидаги боғлиқликни тадқиқ этилди.

Ҳисоб китоб ишлари бажарилди ва куйидаги натижаларга эришилди.

1-жадвал

Регрессион тенгалама натижалари

Ўзгарувчилар	Коэффициент	Std. хатолик	t-статистика	Эҳтимоллик
Озод ҳад	3,76	0,41	9,21	0,01
IP	0,20	0,07	2,89	0,03
ТТ	0,43	0,06	5,44	0,01
ЕХ	0,23	0,06	3,88	0,01

1-жадвалда туризм ялпи қўшилган қиймати, туризм тушумлари, туризм харажатлари ва туризм инвестицияси орсидаги боғлиқликни кўрсатувчи регрессия миқдори ҳамда стандарт хатолик, статистикалар ва эҳтимолликлари берилган.

$R^2 = 0,98$ тенг. Демак ушбу омиллар Y боғлиқ ўзгарувчида бўладиган ўзгаришнинг 98% ини тушунтириб берар экан.

Регрессия тенгламасини ишончилигини F ва t тестлар орқали текширилади. Нолинчи ва бир ёклама алтернатив гипотезаларни қуйидагича ёзилади:

$$H_0: \rho^2=0$$

$$H_1: \rho^2>0$$

$$\alpha=0,05 \text{ аҳамиятлилик даражаси учун } F \text{ нинг критик қийматини топамиз: } F_j=F_{\alpha}(k-1;n-k)=F_{0,05}(3;7)=2,62$$

2- жадвал

ANOVA жадвали:

Дисперсия	Эркинлик даражаси (DF)	Квадратлар йиғиндиси (SS)	MS	F-нисбат
Регрессия	3	3,90	1,30	159,45
Қолдиқлар хатолиги	6	0,05	0,01	
Жами	9	3,95		

F танланманинг ҳисобланган қиймати эса, $F=(SSR/(k-1))/(SSE/(n-k))=21,24=159,45$

Бу ерда, n -кузатувлар сони; k -ўзгарувчилар сони; SSR – регрессия квадратларининг йиғиндиси; SSE – қолдиқ квадратларининг йиғиндиси.

Ҳал килувчи қоида: $F_j < F_h$ бўлгани учун H_0 гипотеза рад этилади.

Моделда t -тест ўтказишдан мақсад, бош тўпламнинг тахмин қилинган чизиқли регрессия тенгламаси коэффицентларининг нолдан аҳамиятли фарқ қилишини, яъни уларнинг тасодифий эмаслигини текширишда иборатдир.

Мос нолинчи ва бир ёклама гипотезаларни қуйидагича тузилади:

$$H_0: \beta_1 \leq 0 \quad H_0: \beta_2 \leq 0 \quad H_0: \beta_3 \geq 0 \quad H_0: \beta_4 \geq 0$$

$$H_1: \beta_1 > 0 \quad H_1: \beta_2 > 0 \quad H_1: \beta_3 < 0 \quad H_1: \beta_4 < 0$$

$\alpha=0,05$ аҳамиятлилик даражаси учун t нинг критик қийматини топилади:

$$t_{cr}=t_{\alpha}(n-k)=t_{0,05}(7)=1,71$$

Энди эса t нинг танланма ҳисобланган қийматини ҳисоблаймиз. Бунинг учун аввало бизга зарур баъзи статистик қийматларни аниқлаштириб оламиз.

Регрессия коэффицентларининг стандарт хатолиги

$$Sb_1=0,41; Sb_2=0,07; Sb_3=0,06; Sb_4=0,06;$$

$$t_1= 9,21; t_2= 2,89; t_3= 5,44; t_4= 3,88;$$

Ҳал килувчи қоида: $t_{cr} < |t_i|$ ($i=1,2,3,4,5$) бўлгани учун барча ҳолда H_0 гипотеза рад этилади. Демак, бош тўпламнинг тахмин қилинган регрессия тенгламасининг барча коэффицентлари мусбат. Танлаб олинган модел F -тест ва t -тестдан муваффақиятли ўтди.

Якуний регрессия тенгламаси:

$$\ln^{(20)}(ce)=0,20\ln^{(20)}(ip)+0,43\ln^{(20)}(tn)+0,23\ln^{(20)}(ex)+\varepsilon \quad (3.2)$$

Миллий хунармандчилик маҳсулотлари савдосида туристлар сони кучли таъсир ўтказар экан, детерминация коэффицентини 98%га тенгли миллий хунармандчилик маҳсулотлари савдосида ушбу омиллар кучли таъсир

этишини ифодаламоқда. Регрессия тенгламасининг ишончилигини F-тест ва t-тест орқали баҳолаганимизда барча параметрлар ва тенглама ўзи ҳам ишочли эканлиги аниқланди.

Мунозара

Тадқиқот давомида миллий хунармандчилик ва туризм соҳасининг ўзаро боғлиқлигини биргаликда таҳлил қилган ҳолда, ушбу соҳалар ўзаро боғлиқлиги модели ишлаб чиқилди. Модел адекватлигини текшириш мақсадида F-тест ва t-тест орқали баҳолаганимизда барча параметрлар ва тенглама ўзи ҳам ишочли эканлиги аниқланди. Моделни тузишда айнан логорифмик кўп омилли регрессия тенгламасини тўғри танланганлиги, параметрлари энг кичик квадратлар усули орқали топилганлиги ҳам текширилди.

Модел натижаларига асосан хунармандлар ички бозордаги улуши 1% ошса, хунармандлар даромади 0,20% ортар экан. Демак, ички бозор ҳам пандемия шароитида миллий хунармандчилик маҳсулотлари учун асосий бўлиб қолмоқда. Республикага ташриф буюрувчи ҳар бир турист албатта совға олишга ҳаракат қилади, бунда айнан кўл меҳнати орқали тайёрланган миллий хунармандчилик маҳсулотлари биринчи ўринни эгаллайди. Моделга кўра республикага ташриф буюрувчи туристлар 1% ошса, миллий хунармандчилик савдоси 0,43% кўпаяди. Агар туристлар келиши камайса, ўз навбатида миллий хунармандчилик савдоси ҳам кескин тушиб кетади. Delphi методи орқали ўтказилган танланма кузатув натижаларига кўра кўп йиллик тажрибага эга хунармандларининг доимий мижоз туристлари мавжуд, уларга онлайн савдони сақланганлиги, туристлар камайишини олдини олиши мумкин.

Миллий хунармандчилик маҳсулотларини экспорт қилиш ҳам республикага туризм жозибадорлигини оширади. Хорижда миллий хунармандчилик маҳсулотларини сотиб олган истеъмолчилар, албатта давлатга келишга, миллий хунармандчилик маҳсулотларини жойидан олишга, уларнинг тайёрланишини кўришга кизиқади. Модел натижаларига кўра миллий хунармандчилик маҳсулотларининг экспортининг 1% га ошиши, хунармандчилик маҳсулотлар савдосини умимий ҳолда 0,23 фоизга ортишига олиб келади.

Моделдан кўринадики, энг кучли таъсир қилувчи омил кирувчи туристлар сони экан. Пандемия шароитида туристлар кириши учун чегараларнинг ёпиқлиги ҳолатида, биз ҳар миллий хунармандчилик маҳсулотларига QR коди ёпиштирилиб, ушбу тизим орқали сотилган миллий хунармандчилик маҳсулотлари орқали республикага туристлар оқимини ошириш мумкин.

Хулоса

Илмий тадқиқот давомида қуйидаги хулосалар шакллантирилди:

Миллий хунармандчилик ва туризм соҳаларини ривожлантириш учун давлат томонидан кенг қўламдаги шарт-шароитлар яратилган бўлиб, улардан оқилона фойдаланиб иш юритилса, самарадорлик ҳам шунга яраша юқори бўлар эди.

Бугунги кунда миллий хунармандчилик маҳсулотлари нафақат хорижий меҳмонларда, балки маҳаллий сан'атга кизиқувчиларнинг ҳам диққатини кўпроқ тортмоқда.

Юртимизга келадиган ҳар бир сайёҳ авваламбор, бизнинг маданиятимизга, яшаш шароитимизга кизиқиб турист сифатида ташриф буюради. Ўз ватанига қайтаётганида у ўзи учун шу илиқ ҳислатларни эслатувчи бирор соувенир сотиб олиб кетиш илинжига тушади. У шаҳарни айланиб юрган кезлари сотиб олиши мумкин. Аммо баъзи туристлар Миллий хунармандчиликда самарадорликни оширишда кенг қўламдаги ишлар амалга оширилмоқда.

Хунармандларга онлайн савдони рағбатлантириш учун шароитлар яратиш, ҳар бир маҳсулотларга QR кодини таъминлаш ва бу орқали туризм соҳасини ривожлантириш шарт.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

[1] Bolotin, Yu.E., and Sanzharova, G.D. 2019. International cooperation as a priority area of tourism development in Uzbekistan. *Economics and Entrepreneurship*, 1(102): 297-9. (in Russian)

- [2] Borisova, A.O. 2019. Factors and areas of developing export tourism potential of Russia. Vector of Science of the Togliatti State University. Series: Economics and Management, 2(37): 5-12. (in Russian)
- [3] Cherkasov, I.L., et al. 2017. The effect of international tourism on the development of global social-economic processes. Journal of Environmental Management and Tourism, 6(22): 1166-70. DOI: [https://doi.org/10.14505/jemt.v8.6\(22\).02](https://doi.org/10.14505/jemt.v8.6(22).02)
- [4] Karaulova, N.M., et al. 2017. Methodical approaches to forecasting tourist streams. Espacios, 38(48): 22.
- [5] Konovalova, E.E., et al. 2018. Forming approaches to strategic management and development of tourism and hospitality industry in the regions. Journal of Environmental Management and Tourism, 2(26): 241-7. DOI: [https://doi.org/10.14505/jemt.v9.2\(26\).03](https://doi.org/10.14505/jemt.v9.2(26).03)
- [6] Kostin, K.B., and Nan, L. 2019. Development of the criteria and methods of assessing the efficiency of international tourism activities. Economic relations, 9(2): 539-52. (in Russian)
- [7] Nikiforov, A.I., et al. 2018. Economic and legal support for the use of coastal territories in a tourism-recreation sector. International Journal of Civil Engineering and Technology, 9(13): 1048-54.
- [8] Safaeva, S.R. (2019). Improving the organizational, economic and institutional mechanisms of managing the sphere of tourism in Uzbekistan. ISJ Theoretical & Applied Science, 03 (71): 545-552.
- [9] Safaeva, S.R., Ishankhodjaeva, D.A., and other. 2019. Economic and Legal Aspects of Tourism Regulation in the New Economy: International Practice. Journal of Environmental Management and Tourism, 2(34): 460 - 465.
- [10] Кличев У. А. Ўзбекистонда миллий хунармандчиликнинг ривожланиши (1991–2006 йй.): Тарих фан. ном. ... дис. автореф. Тошкент, 2010.83
- [11] Солиев А. С., Усманов М. Р. Туризм географияси (Самарқанд вилояти мисолида). Самарқанд, 2005.
- [12] Таксанов А. Азбука экотуризма. Ассотиатсия путешественников “Рабат Малик”. Ташкент, 2005.
- [13] Ўзбекистон Республикаси Халқ усталари, хунармандлари “Хунарманд” уюшмаси материаллари. Тошкент, 2008.
- [14] Хайитбоев Р., Сатторов А. Туризм маршрутларини ишлаб чиқиш технологияси. Самарқанд, 2009.
- [15] Александров А. Ю. Международный туризм. Уч.пособие для вузов. М.: Аспект Пресс, 2004.