



ISSN 2091-5187

СЕРВИС

ИЛМИЙ-АМАЛИЙ
ЖУРНАЛ

№2

2026



SERVIS

ILMIY-AMALIY JURNAL 2026 -yil, 2-soni

Muassis: Samarqand iqtisodiyot va servis instituti

O‘zbekiston Matbuot va axborot agentligi tomonidan 2008-yil 31-dekabrda
0561-raqam bilan ro‘yxatga olingan.
O‘zR OAK Riyosatining 19.03.2017 y., 239/5-sonli qarori bilan e’tirof etilgan

Tahririyat a’zolari:

Mas’ul kotib:

i.f.d., prof. M.Q.Pardayev

Muharrirlar:

i.f.d., dotsent F.A.Safarov
PhD, dotsent I.M.Pardayeva
PhD, I.Sh.Ernazarova

Texnik muharrir:

katta o‘qituvchi F.O.O‘roqov

Korrektor:

PhD, dotsent v.b.
T.I.Yahyoyev

Sahifalovchi:

PhD, dotsent v.b.
H.N.Ochilova

1 yilda 4 marotaba
chop etiladi.

**O‘zbekiston hududida
tarqatiladi.**

Tahririyat manzili:

140100, Samarqand shahar,
Amir Temur ko‘chasi, 9-uy,

tel.: +998(66)233-28-38,
+998(97)913-74-40

faks: +998(366)231-12-53
el.pochta:

samisiservis@mail.ru

Tahrir hay’ati raisi:

M.E.Po‘latov – Samarqand iqtisodiyot va servis instituti rektori,
i.f.d., professor

Tahrir hay’ati raisi o‘rinbosari:

O.M.Pardayev – SamISI prorektori, iqtisod fanlari doktori,
professor

Tahrir hay’ati a’zolari:

M.M.Muxammedov – SamISI professori, iqtisod fanlari
doktori

D.R.Zaynalov – SamISI professori, iqtisod fanlari doktori

O.M.Murtazayev – TDIUSF direktori, iqtisod fanlari doktori,
professor

M.R.Boltabayev – TDIU professori, iqtisod fanlari doktori

R.X.Ergashev – QarMII professori, iqtisod fanlari doktori

B.K.G‘oibnazarov – iqtisod fanlari doktori, professor

I.S.To‘xliyev – SamISI professori, iqtisod fanlari doktori

K.B.Urazov – SamISI professori, iqtisod fanlari doktori

D.H.Aslanova – iqtisod fanlari nomzodi, professor

Q.J.Mirzayev – SamISI professori, iqtisod fanlari doktori

B.I.Isroilov – TDIU professori, iqtisod fanlari doktori

G.M.Shodiyeva – SamISI professori v.b., iqtisod fanlari doktori

S.N.Toshnazarov – SamISI professori, iqtisod fanlari doktori

R.N.Normaxmatov – SamISI professori, texnika fanlari doktori

A.Bektemirov – SamISI professori, iqtisod fanlari doktori

M.T.Alimova – SamISI professori, iqtisod fanlari doktori

Z.Dj.Adilova – TDIU professori, iqtisod fanlari doktori

Sh.O.Quvondiqov – SamISI professori, iqtisod fanlari doktori

L.N.Xalikova – SamISI professori, iqtisod fanlari doktori

F.A.Safarov – SamISI dotsenti, iqtisod fanlari doktori

A.M.Karimova – SamISI professori, iqtisod fanlari doktori

I.B.Mattiyev – SamISI professori, pedagogika fanlari doktori

B.F.Boronov – SamISI professori v.b., iqtisod fanlari doktori

A.N.Xoliqulov – SamISI professori, iqtisod fanlari nomzodi

X.A.Raximov – SamISI dotsenti, PhD

S.A.Babanazarova – SamISI dotsenti, PhD

H.N.Ochilova – SamISI dotsenti v.b., PhD

I.R.Berdikulova – SamISI dotsenti v.b., PhD

A.Q.G‘apparov – SamISI dotsenti v.b., PhD

TURIZM VA MEHMONXONA XO‘JALIGI	
Jahongir Rasulovich Zaynalov, Muxabbat Ismatjon qizi Umirzoqova Kambag‘allikni qisqartirishda turizm xizmatlarining o‘rni	63
Озода Мамаюнусовна Пардаева “Ақлли туризм” соҳасида оилавий тадбиркорлик тизимини ривожлантириш йўналишлари	67
Райхона Садриддиновна Амриддинова, Мехринисо Мирзохидовна Кахрамонова Тренды устойчивого туризма и их применение в Узбекистане	71
Farida Abduxalimovna Axmedjanova, Kamola Abdumurodova, Dilnoza Shokirova O‘zbekistonda turistik xizmatlarni standartlashtirish va sertifikatlashtirish tizimini takomillashtirish yo‘llari	77
Ziyovuddinxon Toshbolta o‘g‘li Bakayev Turizm va mehmondo‘stlik industriyasida turistik dala hovlilar tomonidan ko‘rsatilayotgan xizmatlar samaradorligini oshirish yo‘llari	80
Камилла Бахромовна Суюнова Современные маркетинговые подходы в туризме	87
Muhriddin Husniddin o‘g‘li Qilichov Buxoro tarixiy markazidagi meros obyektlarida turistik sig‘im imkoniyatlari	91
Raxmatulla Hayitboyev, Bobir Zoirovich To‘qsonov Buxoro viloyatida turizmni rivojlantirish istiqbollari	98
Лариса Алижоновна Мусабаева, Тимур Ибодуллаевич Ибрагимов Гули Авазхон қизи Ганиева Оценка конкурентоспособности туристических предприятий на региональном рынке	102
Nurbek Janon o‘g‘li Toshev Mintaqaviy iqtisodiyotni barqaror rivojlantirishda turizm sohasining konseptual modelini takomillashtirish	105
Raxmatulla Hayitboyev, Shohzod Baxtiyor o‘g‘li Sadinov, Feruz Yorqin o‘g‘li Hasanov Navoiy viloyatida turizmni rivojlantirish istiqbollari	110
Nilufar Xabibjonovna Xolboyeva, Rayxona Sadriddinovna Amriddinova Gruziya tajribasi asosida O‘zbekistonning rekreatsion turizm sektorini rivojlantirish imkoniyatlari	113
Kamol Sharifovich Yuldashev Buxoro viloyatida avtoturistlar uchun “Avtoturargoh” loyihasini amalga oshirish istiqbollari	116
Temurbek Salomov Ziyorat turizmining barqarorligini oshirish va xizmatlar sohasiga ta’siri	122
MENEJMENT VA MARKETING	
Azizjon Isroiljonovich Ibroximov, Mashxura Toirxonovna Alimova Oliy ta’lim muassasalarida KPI tizimini samarali joriy etish va yuritish	126
Xilola Nematovna Ochilova Boshqarish tizimida raqobatbardoshlikni oshirishda karyerani rivojlantirish texnologiyalarining ahamiyati	130
Navruzbek Zarifovich Niyatov Xizmat ko‘rsatish sohasida boshqaruvni takomillashtirish	135
Samar Safarovich Bozorov Mintaqa milliy turizm bozorining kotent marketing brendining shakllanish darajasi	139
Sadulla Shodiyevich Urazov Tashkilot boshqaruvida CAPI modelidan foydalanishning nazariy va amaliy asoslari	143

- таҳлили. Ўқув қўлланма. 8-жилд. (Хаммуаллифлар; И.С.Тухлиев, А.Н.Холикулов, Х.А.Рахимов, А.Қ.Ғаппаров, С.А.Бабаназарова, И.Р.Бердикулова) –Т.: «Fan va texnologiyalar nashriyot-matbaa uyi», 2025. 328 бет.
9. Параев М.Қ., Латипов А.Р. Хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириш ва камбағалликни қисқартиришда ўзини-ўзи банд қилишнинг стратегик йўналишлари. Монография. Самарқанд, СамИСИ, “STEP-SEL” МСН. - 2025 – 184 бет. – 11,5 б.т.
 10. Усманова Д.Х. Совершенствование методологии повышения конкурентоспособности сферы туризма в условиях инновационной экономики. Монография. Самарканд: Издательство СамГУ, 2025. 184 с.
 11. Urunbaeva Yu.P. Muzei turizmi. Monografiya. Samarqand, “STEP-SEL” MChJ nashriyoti, 2025. – 238 b.

О.Пардаева Направления развития системы семейного предпринимательства в сфере «Умного туризма»	O.Pardaeva Development directions of family entrepreneurship system in the field of “Smart tourism”
Аннотация. В данной статье проанализированы теоретико-методологические основы развития семейного предпринимательства в условиях «умного туризма». Также освещены вопросы повышения качества и эффективности туристических услуг за счёт эффективного использования цифровых технологий, рационального использования местных ресурсов и усиления конкурентоспособности семейного бизнеса. В результате исследования разработаны научно-методические и практические предложения и рекомендации, направленные на развитие данной сферы. Ключевые слова: «умный туризм», семейное предпринимательство, цифровая экономика, инновации, туристические услуги, качество туристических услуг, эффективность туристических услуг, конкурентоспособность.	Abstract. This article analyzes the theoretical and methodological foundations for the development of family entrepreneurship in the context of “smart tourism.” It also highlights issues related to improving the quality and efficiency of tourism services through the effective use of digital technologies, rational utilization of local resources, and strengthening the competitiveness of family businesses. As a result of the research, scientific-methodological and practical recommendations aimed at developing this sector have been proposed. Keywords: smart tourism, family entrepreneurship, digital economy, innovation, tourism services, quality of tourism services, efficiency of tourism services, competitiveness.

Райхона Садриддиновна Амриддинова – СамИЭС, и.о. проф. кафедры туризма, к.э.н.
Меҳринисо Мирзохидовна Кахрамонова – СамИЭС, магистрант группы МТМ-124

ТРЕНДЫ УСТОЙЧИВОГО ТУРИЗМА И ИХ ПРИМЕНЕНИЕ В УЗБЕКИСТАНЕ

Аннотация. Статья посвящена интерпретации международных данных Booking.com 2025 с позиции их практического использования в туристской политике и бизнесе Узбекистана. На основе вторичного анализа данных о поведении и установках путешественников выявлены направления, способные повысить устойчивость, конкурентоспособность и социальную отдачу туристской отрасли Узбекистана. Ключевые слова: устойчивый туризм, Booking.com, потребительское поведение, туристская политика, локальные сообщества, цифровизация, Узбекистан, гостиничный бизнес, туристская инфраструктура.

Введение. Современная туристская индустрия вступила в этап, когда количественный рост сам по себе уже не может рассматриваться как единственный критерий успеха. Быстрое увеличение туристских потоков создает мультипликативные эффекты для занятости, транспорта, гостиничного сектора, общественного питания, ремесел и городской среды, но одновременно усиливает нагрузку на инфраструктуру, общественные пространства, коммунальные системы и локальные сообщества. В этой связи категория устойчивого туризма в последние годы перестала быть узкопрофессиональным термином и стала важной частью практического управления дестинациями. Особенно значимым является то обстоятельство, что вопрос устойчивости

все чаще рассматривается не только государством и международными организациями, но и самим потребителем туристских услуг.

Для Узбекистана эта проблематика имеет особое значение. В Указе Президента № УП-87 от 15 мая 2025 года¹ закреплены амбициозные целевые показатели: значительный рост числа иностранных и внутренних туристов, увеличение экспорта туристских услуг, создание новых туроператоров и объектов туристской инфраструктуры. Указ устанавливает меры по либерализации визовых режимов, продвижению туристского бренда Узбекистана на целевых рынках, развитию региональных программ туризма и расширению спектра налогово-бюджетной поддержки.

Британский портал BBC Travel включил Узбекистан в список 25 лучших направлений для путешествий в 2025 году. Центральноазиатская страна заняла 16 место в рейтинге.² Следовательно, страна ориентирована на дальнейшее масштабирование отрасли. Однако масштабирование без грамотного учета социально-экологических ограничений может привести к росту локального недовольства, снижению качества опыта посетителей и повышению издержек для бизнеса и территорий.

По данным Национального статистического комитета, в 2025 году Узбекистан с туристическими целями посетили в общей сложности 11,7 млн иностранных граждан. Этот показатель увеличился на 3,7 млн человек или 46,8 % по сравнению с соответствующим периодом прошлого года. ТОП-10 стран по количеству туристов: Кыргызская Республика - 3,3 млн человек; Таджикистан - 2,7 млн человек; Казахстан - 2,7 млн человек; Россия - 984,4 тыс. человек; Афганистан - 476,7 тыс. человек; Туркменистан - 370 тыс. человек; Китай - 278,9 тыс. человек; Турция - 174,9 тыс. человек; Индия - 80,8 тыс. человек; Республика Корея - 46,3 тыс. человек.³

В материалах Hotel Business Forum 2026 отмечено, что в 2025 году в стране было открыто 1 023 новых средства размещения, а их общее количество достигло 6 921 объекта на 185,6 тыс. койко-мест.⁴ Эти значения свидетельствуют о высокой динамике роста, которая усиливает требования к качеству координации, инфраструктуре и управлению туристским спросом.

В международной повестке устойчивый туризм также смещается от нормативных деклараций к операционным решениям. Проведение в Самарканде 25-й Генеральной ассамблеи UN Tourism в 2023 году стало для Узбекистана важным символом включенности в глобальную дискуссию о будущем отрасли.⁵ В 2026 году официальный правительственный дискурс прямо связывает развитие туризма в стране с устойчивым ростом, цифровизацией, международными стандартами и подготовкой кадров. Более того, в организационной структуре Туристического комитета Узбекистана уже выделены отдельные подразделения по устойчивому развитию, цифровизации, стандартизации, маркетинговым исследованиям и развитию туристской инфраструктуры. Это означает, что институциональная база для перехода к более сложной модели управления уже формируется.

Вместе с тем для практики государственного регулирования и бизнеса важно понимать не только то, какие цели ставятся сверху, но и какие ожидания складываются на стороне потребителя. Именно поэтому данные крупномасштабных международных опросов представляют особую ценность. Они позволяют увидеть, какие параметры путешествия становятся для туриста значимыми при выборе маршрута, средств размещения, сезона поездки и форм взаимодействия с местной территорией. Если ранее устойчивость часто ассоциировалась главным образом с экономией воды, электроэнергии или отказом от одноразового пластика, то сегодня она все заметнее включает влияние туризма на местную экономику, культуру и повседневную жизнь жителей.

Исследование Booking.com 2025 предоставляет особенно интересный материал для

¹ № УП-87 «О мерах по повышению роли и значения туризма в экономике путем кардинального увеличения потока туристов и ускоренного расширения объема туристских услуг в 2025–2026 годах» от 15.05.2025 г.

<https://lex.uz/ru/docs/7531353>

² <https://daryo.uz/ru/category/sayohat/d4r1ix2ykfpg>

³ <https://stat.uz/ru/>

⁴ <https://gov.uz/ru/uzbektourism/news/view/132181>

⁵ <https://www.untourism.int/event/general-assembly-twenty-fifth-session>

такого анализа. Оно отражает не просто отношение к «зеленой» повестке, а более широкое понимание связи между поведением туриста и состоянием дестинации. Для Узбекистана это важно по двум причинам. Во-первых, страна активно наращивает международную узнаваемость и туристскую емкость. Во-вторых, структура ее туристского продукта естественным образом связана с историческими городами, паломническими маршрутами, махаллинской культурой, семейным гостеприимством, гастрономией, ремеслами и региональным разнообразием. Следовательно, запрос на аутентичность и поддержку локальных сообществ может быть не внешним ограничением, а источником конкурентного преимущества.

Анализ литературы. Среди ученых, писавших об устойчивом туризме, его необходимости, о поведении и установках путешественников, можно отметить труды И.С.Тухлиева, М.К.Пардаева, С.А.Абдухамидова, Д.Холмаматова. Основное внимание уделяется повышению конкурентоспособности путем анализа поведения и потребностей потребителей сферы туризма.

Методы исследования. Основной эмпирической базой послужили материалы 10-го ежегодного исследования Booking.com о социальном и экологическом воздействии путешествий. Согласно описанию источника, опрос был проведен онлайн в январе 2025 года среди 32 000 респондентов из 34 стран и территорий. В выборку включались лица старше 18 лет, совершившие минимум одну поездку за последние 12 месяцев, планировавшие поездку в 2025 году и участвовавшие в принятии решений о собственных путешествиях.¹ Проведен сравнительный анализ, позволяющий сопоставить международные потребительские сигналы с текущими трендами развития туризма в Узбекистане.

Анализ и результаты. Результаты исследования показывают, что современное понимание устойчивого туризма у путешественников заметно расширилось. Если на ранних этапах тема связывалась преимущественно с личными экопрактиками, то в 2025 году она все чаще воспринимается через призму влияния туризма на местные сообщества и территориальное развитие. Впервые более половины респондентов (53%) заявили, что осознают влияние туризма как на локальные сообщества, так и на окружающую среду.² Данный результат принципиален: турист начинает видеть себя не только пользователем услуги, но и участником более широкой социальной системы.

Таблица 1.

Ключевые показатели исследования Booking.com
(за 2025 год)

Блок анализа	Показатель	Значение
Приоритет	Считают устойчивые путешествия важными	84%
Общая установка	Хотят принимать более устойчивые решения и уже частично это делают	93%
Смысл устойчивости	Осознают влияние туризма на сообщества и окружающую среду	53%
Оценка туризма жителями	Считают, что туризм в целом положительно влияет на место проживания	57%
Локальные проблемы	Пробки / мусор / перенаселенность / рост стоимости жизни	38 / 35 / 30 / 29%
Инструменты регулирования	Считают ограничение числа туристов правильным решением	16%
Инвестиционные приоритеты	Поддерживают развитие транспорта / управление отходами / охрану среды	38 / 37 / 32%
Локальная экономика	Хотят, чтобы расходы возвращались в местное сообщество	73%
Аутентичность	Ищут опыт, отражающий местную культуру	77%
Этика поездки	Хотят оставить место лучше, чем оно было	69%

¹ Исследование Booking.com 2025 года показывает растущую осведомленность путешественников о влиянии туризма на сообщества как внутри страны, так и за рубежом

² Там же.

	до приезда	
Управление сезонностью	Готовы ехать в другое время года	39%
Рассредоточение спроса	Готовы выбирать альтернативные направления	36%

При этом устойчивое путешествие остается важным для подавляющего большинства участников опроса: 84% считают его значимым, а 93% заявляют, что хотят принимать более устойчивые решения и в той или иной степени уже делают это. Здесь важен не только абсолютный уровень показателя, но и его поведенческая интерпретация. Речь идет не о пассивном согласии с модным дискурсом, а о готовности корректировать выбор сезона, маршрута, размещения и форм потребления в поездке.

Существенным является и то, как путешественники оценивают туризм с позиции жителя собственной территории. В целом 57% считают, что туризм оказывает положительное влияние на место их проживания, однако одновременно они фиксируют набор типичных негативных эффектов: дорожные пробки (38%), мусор (35%), перенаселенность (30%) и рост стоимости жизни (29%). Это означает, что современная устойчивость понимается не как отказ от туризма, а как поиск управленческой модели, при которой выгоды отрасли не оборачиваются снижением качества жизни населения.

Особого внимания заслуживает ответ на вопрос о допустимых инструментах регулирования. Лишь 16% респондентов считают, что решением должно стать ограничение числа туристов в родной дестинации. Значительно более предпочтительными являются инвестиции в инфраструктуру: улучшение транспорта поддерживают 38%, совершенствование управления отходами - 37%, меры по охране окружающей среды - 32%. Данный вывод особенно важен для стран с быстрорастущими туристскими потоками, поскольку он показывает, что общественное одобрение чаще получает не политика запретов, а политика повышения емкости и качества среды.

Еще один блок результатов относится к распределению выгод от туризма. 73% путешественников хотят, чтобы деньги, потраченные во время поездки, возвращались в местное сообщество, а 77% ищут аутентичный опыт, отражающий местную культуру. Кроме того, 69% хотят покидать место в лучшем состоянии, чем в момент прибытия.¹ Это означает, что туристская ценность все чаще создается на пересечении впечатлений, подлинности и этики потребления. Для стран с богатым культурным наследием, ремеслами и семейными формами гостеприимства данная тенденция открывает значительный потенциал.

Показательно также изменение конкретных моделей поведения. Доля путешественников, которые выключали кондиционер или отопление в размещении, выросла с 43% в 2020 году до 67% в 2023 году. Однако в 2025 году на первый план выходят и другие решения: 39% готовы получать советы о поездке в другое время года, а 36% - выбирать альтернативные направления, чтобы избежать перенаселенности. Следовательно, запрос на устойчивость начинает влиять не только на поведение внутри средства размещения, но и на пространственно-временную конфигурацию спроса.

Для Узбекистана совокупность этих сигналов приобретает особую значимость в условиях роста туристского потока и расширения предложения. Быстрое увеличение числа посетителей, активное развитие гостиничной сети, рост паломнического и внутреннего туризма требуют не просто маркетингового продвижения страны, а более тонкой настройки туристской системы. Если в стране планируется рост до 15 млн иностранных туристов и формирование новых кластеров, то важно заранее выстраивать модель распределения потока, которая минимизирует концентрацию нагрузки на отдельные исторические ядра и одновременно усиливает экономическую отдачу для периферийных территорий.

На уровне государственных институтов такая логика уже частично присутствует. В официальных материалах 2026 года туризм определяется как один из ключевых драйверов устойчивого роста, а сотрудничество с UN Tourism рассматривается как механизм внедрения международных стандартов, цифровизации и подготовки кадров. Наличие в

¹ Там же.

структуре комитета по Туризму подразделений по устойчивому развитию, цифровизации, стандартизации, маркетингу и инфраструктуре позволяет рассматривать переход к более управляемой модели роста как практически реализуемую задачу, а не только как нормативное пожелание.¹

Вместе с тем международные данные позволяют уточнить, в чем именно должна заключаться такая модель для Узбекистана. Во-первых, устойчивость необходимо коммуницировать не как набор ограничений для туриста, а как улучшение качества путешествия и пользы для локальной территории. Во-вторых, инфраструктурные инвестиции должны восприниматься как часть туристского продукта: доступность транспорта, чистота общественных пространств, навигация, санитарные решения, управление потоками и отходами прямо влияют на удовлетворенность гостей и жителей. В-третьих, локальная аутентичность должна стать не декоративным фоном, а механизмом включения местного малого бизнеса в цепочку создания стоимости.

Таблица 2.

Прикладная матрица использования международных потребительских сигналов для развития туризма в Узбекистане

Сигнал из международных данных	Управленческие решения для Узбекистана	Ожидаемый эффект	Возможные KPI
73% хотят, чтобы расходы оставались в сообществе	Повышение доли местных поставщиков в гостиницах, включение ремесел, гастрономии, семейных сервисов и локальных гидов в турпродукт	Рост локального мультипликатора и занятости	Доля местных закупок; расходы туриста в МСП
77% ищут аутентичный опыт	Развитие культурно-гастрономических, махаллинских, ремесленных и семейных форм гостеприимства	Рост удовлетворенности и среднего чека	NPS; средняя длительность пребывания
38/37/32% поддерживают транспорт, отходы и охрану среды	Приоритет инфраструктурных вложений: доступность, чистота, санитария, навигация, управление отходами	Снижение социального напряжения и повышение качества опыта	Жалобы жителей; оценки чистоты и удобства
39% готовы ехать вне пикового сезона; 36% выбирать альтернативные места	Маркетинг межсезонья, динамическое ценообразование, продвижение маршрутов второго порядка и комбинированных поездок	Снижение перегрузки популярных дестинаций	Коэффициент сезонности; доля вторичных направлений
Растет значение доверия к устойчивости и качеству	Экологическая и сервисная сертификация средств размещения, прозрачное отображение параметров на цифровых платформах	Рост конверсии и репутации	Доля сертифицированных объектов; рейтинг отзывов
Туристы готовы следовать рекомендациям и подсказкам	Использование цифровых платформ и AI для мягкого управления спросом и выборами гостей	Лучшее распределение потоков и персонализация сервиса	Доля бронирований по рекомендациям; загрузка в межсезонье

Выводы и предложения. Полученные результаты позволяют сделать более широкий вывод. Глобальный потребительский спрос в сфере туризма становится все менее совместимым с моделью экстенсивного роста, при которой основным критерием

¹ <https://gov.uz/ru/uzbektourism/departments/staff?active=3250>

эффективности выступает только число прибытий. Для дестинации с быстрым ростом потоков гораздо более релевантной становится логика управляемого роста, когда успех измеряется не только количеством гостей, но и тем, насколько равномерно распределяются выгоды, насколько устойчиво функционирует инфраструктура и насколько комфортно чувствуют себя местные жители.

С практической точки зрения наиболее перспективными для Узбекистана представляются пять направлений адаптации международных потребительских сигналов. Первое направление - **развитие локальной экономической включенности**. Гостиницы, гостевые дома и туроператоры могут целенаправленно увеличивать долю местных закупок, включать в пакет ремесленные мастер-классы, гастрономические форматы, семейные сервисы, услуги локальных гидов и продукты сельского туризма. Это позволит одновременно ответить на спрос на аутентичность и усилить возврат туристских расходов в сообщество.

Второе направление - **инфраструктурное смягчение негативных эффектов туризма**. Международные данные показывают, что жители и путешественники чаще поддерживают инвестиции в транспорт, управление отходами и охрану среды, чем жесткие ограничения потока. Следовательно, в туристских центрах Узбекистана приоритет следует отдавать пешеходной доступности, удобной пересадочной логистике, развитию общественного транспорта, цифровой навигации, управлению чистотой и санитарной инфраструктуре. Особенно важны такие решения для исторических городов, где плотность культурных объектов высока, а уличная сеть и коммунальные системы имеют ограниченную пропускную способность.

Третье направление - **пространственно-временное рассредоточение спроса**. Готовность части туристов выбирать альтернативные направления и ездить вне периода пиковой нагрузки означает, что страна может активнее продвигать маршруты второго порядка, комбинированные региональные путешествия и межсезонные продукты. Для Узбекистана это особенно актуально, поскольку сильная концентрация спроса на наиболее известных исторических центрах может сопровождаться недоиспользованием потенциала других территорий. Рассредоточение потока позволяет не только снизить нагрузку на популярные дестинации, но и увеличить среднюю продолжительность пребывания, расширив географию расходов туриста.

Четвертое направление - **экологическая и качественная сертификация средств размещения**. Booking.com в своих комментариях подчеркивает роль авторитетных сторонних сертификатов устойчивости. Для Узбекистана это означает необходимость наращивать доверительную инфраструктуру: понятные критерии экологичности и сервисного качества, прозрачное информирование клиента на цифровых платформах, сопоставимые стандарты для гостиниц, гостевых домов и других форм размещения. Наличие нормативных инициатив в сфере экологически дружественных услуг в объектах туризма и размещения создает правовую основу для такого движения, однако решающим будет не сам факт нормы, а ее перевод в понятные и выгодные для бизнеса механизмы.

Пятое направление - **цифровое сопровождение устойчивого выбора**. Официальные материалы Узбекистана связывают развитие туризма с цифровизацией и инновациями. Это открывает возможность использовать цифровые платформы и инструменты искусственного интеллекта не только для продаж, но и для мягкого управления спросом: рекомендаций по времени поездки, информирования о менее перегруженных локациях, предложения маршрутов с более высокой локальной вовлеченностью, подсказок по выбору сертифицированного размещения и экологичным моделям поведения. Подобные инструменты важны тем, что не снижают потребительскую свободу, но влияют на структуру выбора.

Эти меры не противоречат задаче роста туристских потоков, а напротив, повышают ее достижимость. При отсутствии управляемости быстрый рост может привести к ухудшению городской среды, перегрузке сервиса, падению отзывов и репутационным потерям. При наличии же качественной инфраструктуры, понятных правил, цифровой навигации и локально встроенных туристских продуктов рост становится более

устойчивым и социально оправданным. Иными словами, речь идет не о замедлении туризма, а о повышении его институциональной и территориальной эффективности.

Одновременно важно учитывать и ограничения практического переноса международных данных. Потребительские установки глобальной выборки могут различаться по странам происхождения, доходным сегментам и типам путешествий. Поэтому на следующем этапе для Узбекистана было бы целесообразно провести собственные выборочные исследования среди въездных и внутренних туристов, а также среди жителей туристских центров. Это позволило бы детализировать различия между паломническим, культурно-познавательным, деловым, событийным и экологическим туризмом, а затем адаптировать меры по сегментам. Тем не менее уже на текущем этапе международные данные дают достаточно оснований для корректировки приоритетов развития отрасли.

Список использованной литературы:

1. Указ Президента Республики Узбекистан, от 15.05.2025 г. № УП-87, <https://lex.uz/ru/docs/7531353>
2. Booking.com's 2025 Research Reveals Growing Traveler Awareness of Tourism Impact on Communities Both at Home and Abroad. <https://news.booking.com/>
3. <https://stat.uz/ru/>
4. <https://daryo.uz/ru/category/sayohat/d4r1ix2ykfpg>
5. <https://gov.uz/ru/uzbektourism/news/view/132181>
5. <https://gov.uz/en/uzbektourism/news/view/132181>
6. <https://gov.uz/en/uzbektourism/departments/staff?active=3248>
7. <https://www.unwto.org/event/general-assembly-twenty-fifth-session>

R.Amriddinova, M.Qahramonova Barqaror turizm tendentsiyalari va ularning O'zbekistonda qo'llanilishi Annotatsiya. Ushbu maqolada Booking.com saytining 2025-yilgi xalqaro ma'lumotlarini O'zbekistonda turizm siyosati va biznesida amaliy qo'llanilishi nuqtayi nazaridan talqin qilish ko'rib chiqiladi. Sayohatchilarning xulq-atvori va munosabatlarining ikkilamchi tahlili asosida O'zbekiston turizm sanoatining barqarorligi, raqobatbardoshligi va ijtimoiy ta'sirini yaxshilashi mumkin bo'lgan sohalar aniqlandi. Kalit so'zlar: barqaror turizm, Booking.com, iste'molchilar xulq-atvori, turizm siyosati, mahalliy jamoalar, raqamlashtirish, O'zbekiston, mehmonxona sanoati, turizm infratuzilmasi.	R.Amriddinova, M.Qahramonova Sustainable Tourism Trends and Their Application in Uzbekistan Abstract. This article analyzes international data from Booking.com 2025 from the perspective of its practical application in tourism policy and business in Uzbekistan. The aim of the article is to use secondary analysis of data on traveler behavior and attitudes to identify destinations that can improve the sustainability, competitiveness, and social impact of Uzbekistan's tourism industry. Keywords: sustainable tourism, Booking.com, consumer behavior, tourism policy, local communities, digitalization, Uzbekistan, hotel industry, tourism infrastructure.
--	--

Abduxalimovna Farida Axmedjanova – Samarqand iqtisodiyot va servis instituti dotsenti, t.f.n.

Kamola Abdumurodova – SamISI, Servis fakultituti talabasi

Dilnoza Shokirova – SamISI, Servis fakultituti talabasi

O'ZBEKISTONDA TURISTIK XIZMATLARNI STANDARTLASHTIRISH VA SERTIFIKATLASHTIRISH TIZIMINI TAKOMILLASHTIRISH YO'LLARI

Annotatsiya. Mazkur maqolada turistik xizmatlar sifatini ta'minlashda standartlashtirish va sertifikatlashtirishning o'rni tahlil qilingan. Xalqaro tajribaga tayangan holda turizm xizmatlarini tartibga solishchi mexanizmlari o'rganilib, O'zbekistonda ushbu tizimni takomillashtirish yo'llari ko'rsatib berilgan. Turistik xizmatlarning o'ziga xos xususiyatlari va ularni standartlashtirishdagi muammolar yoritilgan hamda amaliy takliflar ishlab chiqilgan. Kalit so'zlar: turizm, xizmatlar sifati, standartlashtirish, sertifikatlashtirish, raqobatbardoshlik, me'yoriy hujjatlar, turistik xizmatlar, sifat menejmenti, normativ-huquqiy hujjatlar, davlat standartlari.

Kirish. Hozirgi globallashuv sharoitida turizm sohasi jahon iqtisodiyotining eng tez rivojlanayotgan tarmoqlaridan biri hisoblanadi. Turistik xizmatlar sifatini oshirish, ularning

ISSN 2091-5187

❧ “SERVIS” ❧

Jurnal Samarqand iqtisodiyot va servis instituti tahririyat
bo‘limida nashrga tayyorlandi.

15.05.2026-yilda terishga berildi. 26.05.2026-yilda bosishga ruxsat etildi. Ofset
bosma qog‘ozi. Qog‘oz bichimi 60x84_{1/8}. “Times” garniturasini. Ofset bosma usuli.
Shartli bosma tabog‘i 15,4. Hisob-nashriyot
tabog‘i 14,37. Adadi 100 nusxa. Buyurtma № 0105A/26

Samarqand iqtisodiyot va servis institutining
matbaa bo‘limida chop etildi.
Litsenziya № 025316.
Reestr № X-119112.

Manzil: Samarqand shahri, Shoxruh ko‘chasi, 60-uy.

© Samarqand iqtisodiyot va servis instituti, 2026.