



### МИЛЛИЙ ХУНАРМАНДЧИЛИК МАҲСУЛОТЛАРИНИ РАҚАМЛАШТИРИШ ОРҚАЛИ ТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНТИРИШ АСОСЛАРИ

**Давлатова Замира Ражаббоевна**

Тошкент давлат иқтисодиёт университети, доцент

[davlatovazamira72@gmail.com](mailto:davlatovazamira72@gmail.com)

#### **Аннотация**

*Дунёдаги пандемия ҳолатлари туризм саноатига жиддий таъсир кўрсатди. Барча мамлакатлар ушбу секторни ривожлантириши учун бошқа тармоқлар билан интеграция жараёнларини таҳлил қилмоқда. Таҳлил қилиш учун Ўзбекистонда 2010-2020 йилларга мўлжалланган туризм ва миллий ҳунармандчилик фаолияти кўрсаткичлари танлаб олинди. Таҳлил натижаларига кўра, QR кодларни жойлаштириш орқали миллий ҳунармандчилик маҳсулотларини рақамлаштириш орқали миллий ҳунармандчиликнинг онлайн савдосини ва умуман туризмнинг жозибадорлигини ривожлантириш мумкин. Бу миллий ҳунармандчилик маҳсулотларини сотишда сайёҳлар сонига жуда кучли таъсир қилади.*

#### **Аннотация**

*Условия пандемии в мире оказали серьезное влияние на туристическую отрасль. Все страны анализируют интеграционные процессы с другими секторами для развития этого сектора. Для анализа были выбраны показатели туризма и деятельности национальных ремесел в Узбекистане за 2010-2020 годы. По результатам анализа, можно развивать онлайн-торговлю национальными ремеслами и привлекательность туризма в целом путем оцифровки национальных ремесел путем размещения QR-кодов. Это оказывает очень сильное влияние на количество туристов при продаже национальных ремесел.*

#### **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

### **Калит сўзлар**

*туристик оқим, туристик хизматлар, миллий ҳунармандчиликни сотиш, Delphi усули, QR код, коинтеграция моделлари.*

### **Ключевые слова**

*туристический поток, туристические услуги, продажа национальных ремесел, метод Delphi, QR-код, коинтеграционные модели.*

### **Keywords**

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

---

### **Кириш**

Туризм мамлакатимизнинг тез ривожланаётган соҳаларидан бирига айланиши, йиллик хорижий туристлар сонининг 2024 йилда ўн миллиондан ошганлиги, туризм тушумларининг икки миллиард АҚШ долларига етиши бу соҳада тўғри ислохот амалга оширилганлиги билан белгиланади. 2020 йилда бошланган пандемия эса кескин равишда туристлар оқими ва тушумига жиддий таъсир ўтказди. Кўплаб соҳалар қатори миллий ҳунармандчилик маҳсулотлар савдоси ҳам туристлар оқимига боғлиқ бўлганлиги сабабли тушиб кетди. Кейинги йилларда миллий ҳунармандчилик соҳасини ривожлантириш учун бир қатор қарорлар қабул қилинди. Ўзбекистон Республикаси Президентининг қарорига асосан Ҳунармандчилик фаолиятининг асосий йўналишлари, ҳунармандлар томонидан ишлаб чиқариладиган буюмлар ва товарлар (ишлар, хизматлар) турларининг 34 йўналишдаги рўйхати тасдиқланди. Ҳунармандчилик маҳсулотларини хорижий давлатларга олиб чиқиш борасида ҳам ҳунармандларимизга талай имтиёзлар берилган, жумладан, мамлакатимизда 24 йўналишдаги ҳунармандчилик маҳсулотлари экспертиза йиғимидан озод этилди. Ҳунармандларимиз ушбу имтиёзлардан муносиб равишда фойдаланиб, ишлаб чиқарган маҳсулотлари билан халқаро фестиваль, кўргазма-танловларда иштирок этмоқдалар. Миллий ҳунармандчилик маҳсулотларимизни хорижий давлатларда ҳам намойиш этиш ва ҳунармандларимиз томонидан яратилаётган маҳсулотларга чет элликларнинг қизиқишини инобатга олиб, дунёнинг 30 га яқин давлатларида 100 дан ортиқ ҳунармандларимизнинг ҳунармандчилик маҳсулотлари намойиш этилган. Дунё миқёсида ўтказилаётган кўплаб нуфузли кўргазма ва фестивалларда ҳунармандларимиз иштироки таъминланмоқда. Бу тадбирларда уста-ҳунармандларимизнинг муносиб иштироки ташкилотчилар томонидан эътироф этилиб, улар дипломлар, сертификатлар ва фахрий ёрлиқлар билан тақдирланган.

## Мавзуга оид адабиётлар шарҳи

Муҳтарам Президентимизнинг 2017 йил 17 ноябрдаги “Хунармандчиликни янада ривожлантириш ва хунармандларни ҳар томонлама қўллаб-қувватлаш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Фармони оилавий тадбиркорлик, хунармандчилик билан шуғулланаётган инсонларга шарт-шароитлар яратишга янада кенг имкониятлар эшигини очди. Бу тарихий ҳужжат халқ амалий санъатини янги босқичга олиб чиқиш билан бирга аҳоли даромадларининг ошишига туртки бўлди. Маълумки юртимизда хунармандчилик қадимдан тараққий этган аجدодларимиз 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 вакиллариининг асосий машғулотига айланиши натижасида мохир хунармандлар сулоласи вужудга келган. Жойларда ўзига хос мактаблар шаклланган. Маълумки, миллий хунармандчилик Ўзбекистонда қадимдан ривожланган ва хунармандчилик маҳсулотлари ишлаб чиқариш аجدодлардан 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 қамровли ва ўзбек анъаналари фотосуратларида акс эттирилиб, шу жумладан, “Тикиш 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 ҳунармандчиликнинг ривожланишини тадқиқ этар экан, миллий ҳунармандчилик туризмнинг ривожланиш омили эканлигини таъкидлайди. У тадқиқот натижаларига таяниб қуйидаги тавсия ва таклифларни илгари суради:

- миллий ҳунармандчилик билан боғлиқ ташкилот, уюшма, қўмита, жамғармаларнинг ҳуқуқлари ва амалий фаолияти доирасини янада кенгайтириш чоратадбирларини ишлаб чиқиш;

- соҳа юзасидан халқаро алоқаларни янада кенг йўлга қўйиш, сайёҳлик объектларини жаҳон стандартлари асосида жиҳозлаш, қулай таклифлар орқали сайёҳларни кўпроқ жалб этиш, миллий ҳунармандчиликни ривожлантириш туризмнинг тараққий этишидаги омил эканлигига аҳамият берганлиги, ҳунармандчилик тарихини ривожлантириш бўйича берган тавсия ва таклифларини юқори баҳолаймиз.

### **Методология**

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.

### **Таҳлил ва натижалар**

Республикадаги мавжуд 14 ҳудуднинг ҳар биридан 16 дан ортиқ 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 қисmini давлатга ташриф буюрган туристлар сотиб олишади ҳамда қолган қисми чет элга экспорт қилинади. Буни қуйидаги формула орқали ифодалаш мумкин:

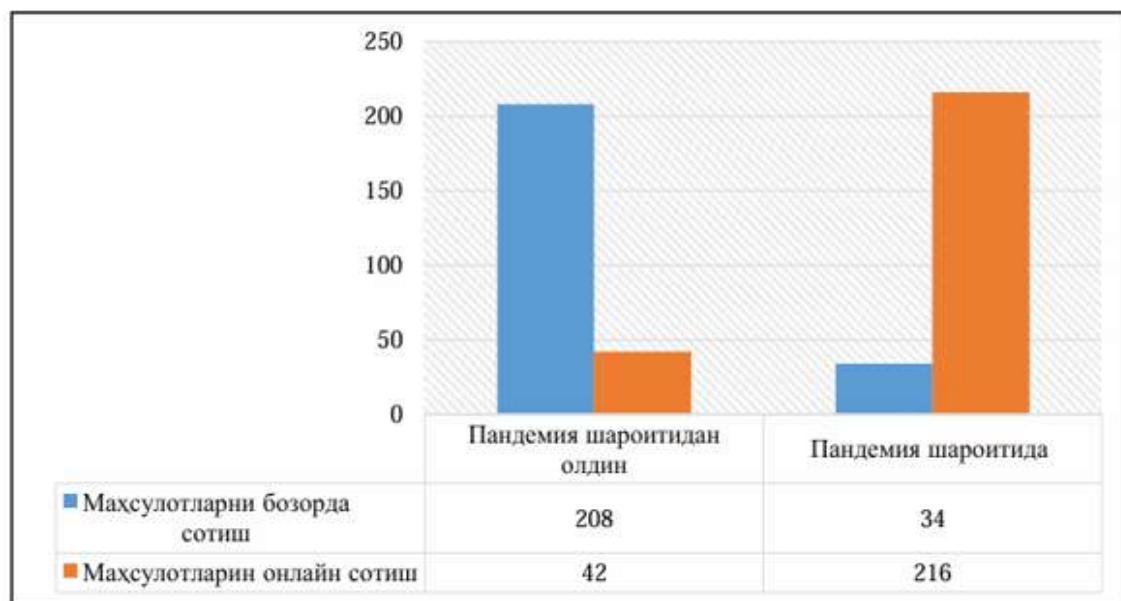
$$\ln(ce_{it}) = \alpha + \beta [\ln(ip_{it}) + \beta_1 [\ln(tn_{it})] + \beta_2 [\ln(ex_{it})\varepsilon_{it}] \quad [1]$$

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.

Delphi методи асосида ўтказилган танланма натижаларига асосан танланмага катнашган 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 миқдорларига айланган туристларга сотганлиги аниқланди.



**1-расм. Хунармандларнинг онлайн савдоси ҳолати**

Хунармандчилик фаолияти давомийлиги ҳам муҳим омил экан, яъни ўз фаолиятини 10 йилдан ортиқ давом эттираётганлар ўзларининг доимий турист миқдорларига эга экан. Юқоридаги барча саволларни умумлаштирилганда миллий хунармандчилик маҳсулотлар савдоси онлайн савдони ривожлантириш орқали ўзларининг аввалдан миқдор бўлиб келган туристларига сотиш энг асосий омиллардан эканлиги аниқланди. Тадқиқотлар натижасида ҳар бир хунарманд ўз маҳсулотлари орқали туризм жозибадорлигини ошириши мумкинлиги, туристлар оқимиغا миллий хунармандчилик маҳсулотлари кучли таъсир ўтказар экан. Тўпланган статистик маълумотлар ва танланма кузатув маълумотларини умумлаштирган ҳолда туристлар оқимиغا 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, қирувчи туристлар сони, миллий хунармандчилик маҳсулотлар экспорти орасидаги боғлиқликни тадқиқ этилди. Ҳисоб китоб ишлари бажарилди ва қуйидаги 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 орсидagi 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 ишончлилигини  $F$  ва  $t$  тестлар орқали текширилади. Нолинчи ва бир ёклама алтернатив гипотезаларни қуйидагича ёзилади:

$$H_0: \rho^2 = 0 \quad H_1: \rho^2 > 0$$

$\alpha = 0,05$  аҳамиятлилиқ даражаси учун  $F$  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 қилувчи 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 тасодикий эмаслигини текширишда иборатдир.

Мос нолинчи ва бир ёклама гипотезаларни қуйидагича тузилади:

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

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

$\alpha = 0,05$  аҳамиятлилиқ 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 қилувчи қоида:  $tcr < |t_i|$  ( $i=1,2,3,4,5$ ) бўлгани учун барча ҳолда Н0 гипотеза рад этилади. Демак, бош тўпламнинг тахмин қилинган регрессия тенгламасининг барча коэффициентлари мусбат. Танлаб олинган модел F-тест ва t-тестдан муваффақиятли ўтди. Якуний регрессия тенгламаси:

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

Миллий ҳунармандчилик маҳсулотлари савдосида туристлар сони кучли таъсир ўтказар экан, детерминация коэффициенти 98%га тенгли миллий ҳунармандчилик маҳсулотлари савдосида ушбу омиллар кучли таъсир этишини ифодаламакда. Регрессия тенгламасининг ишончилигини F-тест ва t-тест орқали баҳолаганимизда барча параметрлар ва тенглама ўзи ҳам ишочли эканлиги аниқланди.

Тадқиқот давомида миллий ҳунармандчилик 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 ҳунармандлар ички бозордаги улуши 1% ошса, ҳунармандлар даромади 0,20% ортар экан. Демак, ички бозор ҳам пандемия шароитида миллий ҳунармандчилик маҳсулотлари учун асосий бўлиб қолмокда. Республикага ташриф буюрувчи ҳар бир турист албатта совға олишга ҳаракат қилади, бунда айнан қўл меҳнати орқали тайёрланган миллий ҳунармандчилик маҳсулотлари биринчи ўринни эгаллайди. Моделга кўра республикага ташриф буюрувчи туристлар 1% ошса, миллий ҳунармандчилик савдоси 0,43% кўпаяди. Агар туристлар келиши камайса, ўз навбатида миллий ҳунармандчилик савдоси ҳам кескин тушиб кетади. Delphi методи орқали ўтказилган танланма кузатув натижаларига кўра кўп йиллик тажрибага эга ҳунармандларининг доимий мижоз туристлари мавжуд, уларга онлайн савдони сақланганлиги, туристлар камайишини олдини олиши мумкин. Миллий ҳунармандчилик маҳсулотларини экспорт қилиш ҳам республикага туризм жозибадорлигини оширади. Хорижда миллий ҳунармандчилик маҳсулотларини сотиб олган истеъмолчилар, албатта давлатга келишга, миллий ҳунармандчилик маҳсулотларини жойидан олишга, уларнинг тайёрланишини кўришга қизиқади. Модел натижаларига кўра миллий ҳунармандчилик маҳсулотларининг экспортининг 1% га ошиши, ҳунармандчилик маҳсулотлар савдосини умимий ҳолда 0,23 фоизга ортишига олиб келади. Моделдан кўринадик, энг кучли таъсир қилувчи омил кирувчи туристлар сони экан. Пандемия шароитида туристлар кириши учун чегараларнинг ёпиқлиги ҳолатида, биз ҳар миллий ҳунармандчилик маҳсулотларига QR коди пиштирилиб, ушбу тизим орқали сотилган миллий ҳунармандчилик маҳсулотлари орқали республикага туристлар оқимини ошириш мумкин.

### **Хулоса ва таклифлар**

Илмий тадқиқот давомида қуйидаги хулосалар шакллантирилди: Миллий ҳунармандчилик ва туризм соҳаларини ривожлантириш учун давлат томонидан

кенг кўламдаги шарт-шароитлар яратилган бўлиб, улардан оқилона фойдаланиб иш юритилса, самарадорлик ҳам шунга яраша юқори бўлар эди. Бугунги кунда миллий ҳунармандчилик маҳсулотлари нафақат хорижий меҳмонларда, балки маҳаллий сан'атга қизиқувчиларнинг ҳам диққатини кўпроқ тортмоқда. Юртимизга келадиган ҳар бир сайёҳ авваламбор, бизнинг маданиятимизга, яшаш шароитимизга қизиқиб 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 ҳунармандчиликда самарадорликни оширишда кенг кўламдаги ишлар амалга оширилмоқда. Ҳунармандларга онлайн савдони рағбатлантириш учун шароитлар яратиш, ҳар бир маҳсулотларга QR кодини таъминлаш ва бу орқали туризм соҳасини ривожлантириш зарур.

### **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. Қличев У. А. Ўзбекистонда миллий ҳунармандчиликнинг 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. Ассоциация путешественников “Рабат Малик”. Ташкент, 2005

13. Ўзбекистон Республикаси Халқ усталари, ҳунармандлари “Ҳунарманд” уюшмаси материаллари. Тошкент, 2008.

14. Ҳайтбоев Р., Сатторов А. Туризм маршрутларини ишлаб чиқиш технологияси. Самарқанд, 2009.

15. Александров А. Ю. Международный туризм. Уч.пособие для вузов. М.: Аспект Пресс, 2004.