INTERNATIONAL JOURNAL OF SCIENTIFIC RESEARCHERS
ISSN: 3030-332X Impact factor: 9,493 Volume 17, issue 1, Aprel 2026
https://wordlyknowledge.uz/index.php/IJSR worldly knowledge
Index: google scholar, research gate, research bib, zenodo, open aire.
https://scholar.google.com/scholar?hl=ru&as_sdt=0%2C5&q=wosjournals.com&btnG
https://www.researchgate.net/profile/Worldly-Knowledge
https://journalseeker.researchbib.com/view/issn/3030-332X

BARQAROR TURIZM MARKETINGI: EKOLOGIK SERTIFIKATLAR VA "YASHIL" HAMKORLIK

Ilmiy rahbar: i.f.d (DSc), professor **Khodjaeva Nodiraxon Abdurashidovna**
Toshkent Davlat transport universiteti,
ORCID:0009-0008-1048-413X
Masharipov O'rolbek Ozod o'g'li
Tashkent State Transport University
First-Year Undergraduate Student
Email: urolbekmasharipov@gmail.com
ORCID ID:https://orcid.org/0009-0005-3918-2969

ANNOTATSIYA

Mazkur ilmiy maqolada barqaror turizm marketingining zamonaviy vositalari ekologik sertifikatlashtirish va "yashil" hamkorlik mexanizmlari tahlil qilinadi. So'nggi yillarda sayyohlarning ekologik toza xizmatlarga bo'lgan talabi keskin oshdi. 2025 yilda global sayyohlarning 78 foizi barqaror turizm xizmatlarini tanlashga tayyorligini bildirgan. O'zbekiston mehmonxona xo'jaligida "yashil" sertifikatlar (Green Key, GSTC, LEED) ulushi hozircha 5 foizdan oshmaydi. Tadqiqotda statistik tahlil, qiyosiy tahlil, ekspert baholash va tizimli yondashuv usullari qo'llanilgan. Natijada ekologik sertifikatlar turizm korxonalarining raqobatbardoshligini oshirishi, xalqaro bozorlarga chiqish imkoniyatini kengaytirishi va marketing samaradorligiga ijobiy ta'sir ko'rsatishi aniqlandi. "Yashil" hamkorlik modellari – xalqaro ekologik tashkilotlar bilan sheriklik, qo'shma marketing kampaniyalari va ko-brending loyihalari tahlil qilindi. Maqolada O'zbekistonda barqaror turizm marketingini rivojlantirish bo'yicha takliflar ishlab chiqilgan.

Kalit so'zlar: barqaror turizm, yashil marketing, ekologik sertifikatlar, Green Key, GSTC, yashil hamkorlik, destinatsiya brendingi.

ABSTRACT

This scientific article analyzes the modern tools of sustainable tourism marketing – environmental certification and "green" partnership mechanisms. In recent years, tourists' demand for environmentally friendly services has sharply increased. In 2025, 78% of global tourists expressed their readiness to choose sustainable tourism services. In the hotel industry of Uzbekistan, the share of "green" certificates (Green Key, GSTC, LEED) currently does not exceed 5%. The study uses statistical analysis, comparative analysis, expert assessment and systematic approach. The results showed that environmental certificates increase the competitiveness of tourism enterprises, expand opportunities for entering international markets and have a positive impact on marketing efficiency. "Green" partnership models – cooperation with international environmental organizations, joint marketing campaigns and co-branding projects – were analyzed. The article develops proposals for the development of sustainable tourism marketing in Uzbekistan.

Keywords: sustainable tourism, green marketing, environmental certification, Green Key, GSTC, green partnership, destination branding.

АННОТАЦИЯ (на русском языке)

В данной научной статье анализируются современные инструменты маркетинга устойчивого туризма – экологическая сертификация и механизмы «зеленого» партнерства. В последние годы спрос туристов на экологически чистые услуги резко возрос. В 2025 году 78% мировых туристов выразили готовность выбирать услуги устойчивого туризма. В гостиничном хозяйстве Узбекистана доля «зеленых»

сертификатов (Green Key, GSTC, LEED) пока не превышает 5%. В исследовании использованы методы статистического анализа, сравнительного анализа, экспертных оценок и системного подхода. Результаты показали, что экологические сертификаты повышают конкурентоспособность туристических предприятий, расширяют возможности выхода на международные рынки и положительно влияют на эффективность маркетинга. Проанализированы модели «зеленого» партнерства – сотрудничество с международными экологическими организациями, совместные маркетинговые кампании и проекты кобрендинга. В статье разработаны предложения по развитию маркетинга устойчивого туризма в Узбекистане.

Ключевые слова: устойчивый туризм, зеленый маркетинг, экологическая сертификация, Green Key, GSTC, зеленое партнерство, брендинг дестинаций.

KIRISH

Jahon sayyohlik bozori so‘nggi o‘n yillikda barqaror rivojlanish tamoyillariga asoslangan turizm xizmatlariga talabning keskin o‘sishiga guvoh bo‘lmoqda. Birlashgan Millatlar Tashkilotining Butunjahon turizm tashkiloti (UNWTO) ma’lumotlariga ko‘ra, 2025 yilda global sayyohlarning 78 foizi ekologik toza va ijtimoiy mas’uliyatli turizm xizmatlarini tanlashga tayyorligini bildirgan. Bu ko‘rsatkich 2020 yildagi 58 foizga nisbatan sezilarli o‘sishni ko‘rsatadi. Shu bilan birga, sayyohlarning 65 foizi mehmonxona tanlashda uning ekologik sertifikatlarga egaligini muhim mezon deb bilishini ta’kidlagan.1 Ushbu tendensiya turizm korxonalari uchun marketing strategiyalarini qayta ko‘rib chiqish, barqarorlik tamoyillarini biznes jarayonlariga va kommunikatsiyalariga integratsiyalash zaruratini keltirib chiqarmoqda.

Barqaror turizm marketingi – bu ekologik, ijtimoiy va iqtisodiy jihatdan mas’uliyatli turizm xizmatlarini ishlab chiqish, ularni narxlash, ilgari surish va taqsimlash jarayonlarining yig‘indisidir. Ushbu marketing yondashuvining asosiy vositalaridan biri – ekologik sertifikatlashtirish tizimlaridir. Green Key, GSTC (Global Sustainable Tourism Council), LEED (Leadership in Energy and Environmental Design), ISO 14001 kabi xalqaro sertifikatlar turizm korxonalarining ekologik mas’uliyatini tasdiqlovchi ishonchli dalil sifatida sayyohlar va biznes hamkorlar oldida muhim ahamiyat kasb etadi.2 Sertifikatlangan korxonalar o‘z xizmatlariga 15–25 foiz yuqori narx belgilash imkoniyatiga ega bo‘lib, ularning bandlik darajasi sertifikatlanmagan raqobatchilarga nisbatan o‘rtacha 20 foizga yuqori.3

O‘zbekiston mehmonxona xo‘jaligida “yashil” sertifikatlashtirish hali boshlang‘ich bosqichda. 2025 yil yakunlariga ko‘ra, respublikadagi 1500 ga yaqin mehmonxonadan bor-yo‘g‘i 72 tasi (4,8 foiz) xalqaro ekologik sertifikatlarga ega. Eng ko‘p tarqalgan sertifikatlar – Green Key (35 ta mehmonxona) va ISO 14001 (28 ta mehmonxona). Toshkent, Samarqand va Buxorodagi xalqaro brend mehmonxonalari ushbu sertifikatlarni joriy etishda yetakchilik qilmoqda. Biroq, kichik va oilaviy mehmonxonalarda barqaror turizm marketingi vositalari deyarli qo‘llanilmayapti. Bu holat O‘zbekiston turizm xizmatlarining xalqaro bozorlarda raqobatbardoshligiga salbiy ta’sir ko‘rsatmoqda, chunki Yevropa va Shimoliy Amerika sayyohlari uchun mehmonxonaning ekologik sertifikati tanlov mezonlaridan biriga aylangan.4

---

1 Global Sustainable Tourism Council (GSTC). (2025). Annual Report 2025: Advancing Sustainable Tourism Worldwide. Washington D.C.: GSTC.

2 Schlegelmilch, B. B. (2023). Green Marketing and Management: A Global Perspective. Springer.

3 O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “O‘zbekiston – 2030” strategiyasini tasdiqlash to‘g‘risida”gi farmoni. 2023-yil 11-sentabr.

4 Fontaine, C. (2024). Green Marketing in Tourism: Strategies for Sustainable Development. London: Routledge.

Mazkur tadqiqotning maqsadi – barqaror turizm marketingi vositalari, xususan ekologik sertifikatlar va “yashil” hamkorlik mexanizmlarining O‘zbekiston mehmonxona xo‘jaligida qo‘llanish holatini tahlil qilish, xalqaro tajribani o‘rganish va sohani rivojlantirish bo‘yicha ilmiy asoslangan takliflar ishlab chiqishdan iborat. Tadqiqot ob’ekti – O‘zbekiston mehmonxona xo‘jaligida barqaror turizm marketingi amaliyoti, predmeti esa ekologik sertifikatlashtirish va “yashil” hamkorlik mexanizmlaridir. Tadqiqot natijalari turizm korxonalari rahbarlari, sohaga investitsiya kirituvchi kompaniyalar va davlat turizm siyosatini shakllantiruvchi organlar uchun amaliy ahamiyatga ega.5

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR SHARHI

Barqaror turizm marketingi va ekologik sertifikatlashtirish masalalari xorijiy va mahalliy adabiyotlarda keng yoritilgan. Fontaine (2024) o‘z tadqiqotida “yashil marketing”ni “iste’molchilarning ekologik mas’uliyatli mahsulot va xizmatlarga bo‘lgan talabini qondirish maqsadida tashkilotlarning ekologik jihatdan mas’uliyatli faoliyatini rejalashtirish, narxlash, ilgari surish va taqsimlash jarayoni” deb ta’riflaydi. Schlegelmilch (2023) esa barqaror turizm marketingining asosiy elementi – ishonchlilik ekanligini, bunda ekologik sertifikatlar iste’molchilar va biznes hamkorlar oldida tashkilotning ekologik mas’uliyatini tasdiqlovchi eng ishonchli dalil ekanligini ta’kidlaydi.6

Xalqaro ekologik sertifikatlashtirish tizimlari orasida eng nufuzlilari – GSTC (Global Sustainable Tourism Council), Green Key va LEED hisoblanadi. GSTC mezonlari barqaror turizmning to‘rt ustunini – barqaror boshqaruv, ijtimoiy-iqtisodiy ta’sir, madaniy meros va ekologik ta’sirni qamrab oladi. Green Key sertifikati mehmonxonalar, hostellar, sayyohlik markazlari uchun mo‘ljallangan bo‘lib, hozirda 60 dan ortiq mamlakatda 3200 dan ortiq muassasaga ega. O‘zbekiston 2023 yilda Green Key sertifikatlashtirish tizimiga qo‘shilgan.7

O‘zbekistonlik olimlardan M. Qodirov (2025) barqaror turizm marketingini rivojlantirishda davlat-xususiy sheriklikning ahamiyatini, A. Rahmatullayev (2024) esa mehmonxona xo‘jaligida ekologik sertifikatlashtirishning iqtisodiy samaradorligini tadqiq qilgan. 2025 yil oktyabr oyida Samarqandda bo‘lib o‘tgan “Barqaror turizm va yashil iqtisodiyot” xalqaro konferensiyasida mahalliy va xorijiy ekspertlar O‘zbekistonda ekologik sertifikatlashtirishni kengaytirish, “yashil” hamkorlik modellarini joriy etish bo‘yicha tavsiyalar ishlab chiqqan.8

Turkiya, Ispaniya, Kosta-Rika kabi davlatlarda barqaror turizm marketingi bo‘yicha ilg‘or tajribalar mavjud. Turkiyada 2025 yilga kelib mehmonxonalarning 35 foizi xalqaro ekologik sertifikatlarga ega bo‘lib, bu ko‘rsatkich 2020 yildagi 12 foizdan sezilarli o‘sgan. Kosta-Rikada esa “yashil” sertifikatlashtirish milliy turizm strategiyasining asosiy elementi sifatida belgilangan va mamlakatdagi mehmonxonalarning 40 foizdan ortig‘i ushbu sertifikatlarni olgan.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Tadqiqotda quyidagi usullardan foydalanildi. Statistik tahlil usuli orqali O‘zbekiston Respublikasi Turizm qo‘mitasi, Ekologiya, atrof-muhitni muhofaza qilish va iqlim o‘zgarishi vazirligi, shuningdek xalqaro ekologik tashkilotlarning (Green Key, GSTC) 2023–2025 yillar bo‘yicha rasmiy ma’lumotlari tahlil qilindi. Qiyosiy tahlil usuli bilan O‘zbekistonning barqaror

5 World Tourism Organization (UNWTO). (2025). Global Report on Sustainable Tourism 2025. Madrid: UNWTO.

6 Georgian National Tourism Administration. (2026). Sustainable Tourism Development in Georgia: Annual Report 2025. Tbilisi.

7 Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı. (2026). Yeşil Turizm Raporu 2025. Ankara: TGA.

8 Qodirov, M. (2025). Barqaror turizm marketingini rivojlantirishda davlat-xususiy sheriklik. “Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar” jurnali, №4, 55–63.

turizm marketingi amaliyoti Turkiya, Ispaniya, Kosta-Rika, Gruziya kabi muvaffaqiyatli mamlakatlar tajribasi bilan taqqoslandi.

Ekspert baholash usuli doirasida turizm va ekologiya sohalaridagi 12 nafar ekspert (davlat organlari, xalqaro sertifikatlashtirish tashkilotlari vakillari, “yashil” sertifikatga ega mehmonxonalar rahbarlari) bilan chuqur intervyular o‘tkazildi. Sotsiologik so‘rov usuli bilan 200 nafar xorijiy va mahalliy sayyoh o‘rtasida so‘rov o‘tkazilib, ularning mehmonxona tanlashda ekologik sertifikatlarga munosabati, “yashil” xizmatlarga qo‘shimcha to‘lovga tayyorlik darajasi o‘rganildi. Tizimli tahlil usuli orqali barqaror turizm marketingiga ta’sir etuvchi omillar o‘zaro bog‘liqlikda tahlil qilindi.9

TAHLIL VA NATIJALAR

O‘zbekiston mehmonxona xo‘jaligida barqaror turizm marketingi vositalarini qo‘llash amaliyotini tahlil qilish natijasida bir qancha ijobiy tendensiyalar va tizimli muammolar aniqlandi.

Ijobiy tendensiyalar. 2025 yil yakuniga ko‘ra, O‘zbekistondagi 1500 ga yaqin mehmonxonadan 72 tasi (4,8 foiz) xalqaro ekologik sertifikatlarga ega. Bu ko‘rsatkich 2023 yildagi 2,1 foizga nisbatan ikki barobardan ziyod oshgan. Eng ko‘p tarqalgan sertifikatlar – Green Key (35 ta), ISO 14001 (28 ta), LEED (5 ta) va GSTC (4 ta). Sertifikatlangan mehmonxonalarning aksariyati Toshkent (28 ta), Samarqand (15 ta) va Buxoro (12 ta) shaharlarida joylashgan. Xalqaro brendlar (Hyatt, Hilton, Marriott, Radisson) ushbu sertifikatlarni joriy etishda yetakchilik qilmoqda.10

Xorijiy sayyohlar o‘rtasida o‘tkazilgan so‘rov natijalariga ko‘ra, mehmonxona tanlashda ekologik sertifikatlarning mavjudligini muhim mezon deb hisoblaydiganlar ulushi 2023 yildagi 32 foizdan 2025 yilda 51 foizga oshgan. Sertifikatlangan mehmonxonalarning o‘rtacha bandlik darajasi sertifikatlanmagan raqobatchilarga nisbatan 18 foizga yuqori, bir kechalik o‘rtacha narx esa 22 foizga balandroq. Bu holat ekologik sertifikatlarning marketing samaradorligini tasdiqlaydi.

“Yashil” hamkorlik modellari. Tahlillar shuni ko‘rsatadiki, barqaror turizm marketingida uch asosiy “yashil” hamkorlik modeli qo‘llanilmoqda. Birinchisi – xalqaro ekologik tashkilotlar (Green Key, GSTC, WWF) bilan hamkorlik. Bu model doirasida mehmonxonalar sertifikatlashtirish jarayonida texnik ko‘mak olish, xalqaro tajriba almashish imkoniyatiga ega bo‘ladi. Ikkinchisi – turizm tashkilotlari va mahalliy ekologik nodavlat tashkilotlar o‘rtasidagi qo‘shma marketing kampaniyalari. Masalan, “Ecotourism Uzbekistan” loyihasi doirasida 12 ta mehmonxona va 5 ta ekologik tashkilot hamkorlikda “yashil” turizmni targ‘ib qiluvchi kampaniya o‘tkazgan. Uchinchisi – turizm korxonalari va ekologik toza mahsulot ishlab chiqaruvchilar o‘rtasidagi ko-brending loyihalari. Mehmonxonalarda mahalliy eko-mahsulotlardan foydalanish, qayta ishlanadigan materiallardan tayyorlangan aksessuarlardan foydalanish kabi amaliyotlar kengayib bormoqda.11

Muammolarni tahlil qilish bir qator tizimli kamchiliklarni ko‘rsatdi. Avvalo, xalqaro sertifikatlashtirishning tarqalish darajasi hali juda past – 4,8 foiz. Kichik va oilaviy mehmonxonalar (mehmonxonalarning 65 foizi) sertifikatlashtirish xarajatlarini (o‘rtacha 3000–

9 O‘zbekiston Respublikasi Turizm qo‘mitasi. (2026). “Barqaror turizm va ekologik sertifikatlashtirish: 2023–2025 yillar tahlili”. Toshkent.

10 Rahmatullayev, A. (2024). Mehmonxona xo‘jaligida ekologik sertifikatlashtirishning iqtisodiy samaradorligi. “Turizm va mehmonxona biznesi”, №3(15), 34–42.

11 O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “O‘zbekiston – 2030” strategiyasini tasdiqlash to‘g‘risida”gi farmoni. 2023-yil 11-sentabr.

5000 dollar) ko‘tara olmaydi. Ikkinchidan, ekologik sertifikatlar va “yashil” marketing bo‘yicha tizimli davlat qo‘llab-quvvatlash mexanizmlari mavjud emas. Soliq imtiyozlari, subsidiyalar, texnik ko‘mak kabi choralar yo‘qligi sertifikatlashtirish jarayonini sekinlatmoqda. Uchinchidan, barqaror turizm marketingi bo‘yicha bilim va malaka yetishmaydi. Mehmonxona rahbarlarining aksariyati xalqaro sertifikatlashtirish tizimlari, ularning afzalliklari va marketing imkoniyatlari haqida yetarli ma’lumotga ega emas. To‘rtinchidan, iste’molchilar orasida “yashil” xizmatlar haqida xabardorlik past.12 So‘rovda qatnashgan xorijiy sayyohlarning 38 foizi O‘zbekistondagi mehmonxonalarning ekologik sertifikatlari haqida ma’lumotga ega emasligini bildirgan. Beshinchidan, “yashil” hamkorlik modellari yetarli darajada rivojlanmagan. Mahalliy ekologik tashkilotlar va xalqaro sertifikatlashtirish markazlari bilan aloqalar sust.

Xalqaro tajribani o’rganish shuni ko’rsatadik Turkiyada mehmonxonalarning ekologik sertifikatlashtirilishi 2025 yilda 35 foizga yetgan. Bu natijaga davlat tomonidan sertifikatlashtirish xarajatlarining 50 foizini subsidiyalash, “yashil” mehmonxonalar uchun soliq imtiyozlari joriy etish, shuningdek “Green Star” milliy dasturini amalga oshirish orqali erishilgan. Kosta-Rikada “yashil” sertifikatlashtirish mamlakat turizm brendining asosiy elementi bo‘lib, “Sustainable Tourism Certificate” dasturi doirasida mehmonxonalarning 42 foizi sertifikatlangan. Gruziyada “Green Key” sertifikatlashtirish tizimi 2021 yilda joriy etilgan va 2025 yilga kelib 60 ga yaqin mehmonxona ushbu sertifikatni olgan. Gruziya misolida davlat tomonidan sertifikatlashtirish bo‘yicha axborot va targ‘ibot kampaniyalari, shuningdek xorijiy ekspertlarni jalb etish kabi choralar samarali bo‘lgan.13

XULOSA VA TAKLIFLAR

Barqaror turizm marketingi vositalari, xususan ekologik sertifikatlar va “yashil” hamkorlik mexanizmlari O‘zbekiston mehmonxona xo‘jaligida hali yetarli darajada qo‘llanilmayotgan bo‘lsa-da, so‘nggi ikki yilda sezilarli ijobiy siljishlar kuzatilmoqda. 2025 yilda xalqaro ekologik sertifikatlarga ega mehmonxonalar ulushi 4,8 foizga yetdi, bu 2023 yildagi 2,1 foizga nisbatan ikki barobardan ziyod o‘sishdir. Sertifikatlangan mehmonxonalarning bandlik darajasi va narx ko‘rsatkichlari sertifikatlanmagan raqobatchilarga nisbatan sezilarli yuqoriligi ekologik sertifikatlarning marketing samaradorligini tasdiqlaydi.14 Shu bilan birga, kichik va oilaviy mehmonxonalarda sertifikatlashtirishning pastligi, davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlash mexanizmlarining yo‘qligi, xalqaro tajriba va bilim yetishmasligi, iste’molchilarning xabardorligining pastligi hamda “yashil” hamkorlik modellarining sust rivojlanganligi asosiy muammolar sifatida qolmoqda.

Xalqaro tajriba, xususan Turkiya, Kosta-Rika va Gruziya misollari shuni ko‘rsatadiki, barqaror turizm marketingini rivojlantirishda davlatning tizimli qo‘llab-quvvatlashi, xususiy sektor faolligi va xalqaro tashkilotlar bilan hamkorlikni uyg‘unlashtirish muhim ahamiyat kasb etadi. Ushbu tajribalarni O‘zbekiston sharoitiga moslashtirish, mavjud muammolarni bartaraf etish va barqaror turizm marketingi salohiyatini to‘liq ishga solish bugungi kunning dolzarb vazifasidir.

12 “Barqaror turizm va yashil iqtisodiyot” xalqaro konferensiya materiallari. (2025). Samarqand, 20–22 oktyabr.

13 O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi. (2026). “O‘zbekiston mehmonxona xo‘jaligi” hisoboti. Toshkent.

14 “Barqaror turizm va yashil iqtisodiyot” xalqaro konferensiya materiallari. (2025). Samarqand, 20–22 oktyabr.

Yuqoridagi tahlillar va xulosalar asosida O‘zbekistonda barqaror turizm marketingini rivojlantirish, ekologik sertifikatlashtirishni kengaytirish va “yashil” hamkorlik mexanizmlarini takomillashtirish bo‘yicha quyidagi taklif va tavsiyalarni ilgari surish mumkin.15

Avvalo, ekologik sertifikatlashtirishni davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlashning aniq mexanizmlarini yaratish zarur. Buning uchun “yashil” mehmonxonalar uchun soliq imtiyozlari (foyda solig‘i, mulk solig‘idan 50 foizgacha ozod qilish), sertifikatlashtirish xarajatlarini qoplash (sertifikat olish uchun zarur bo‘lgan 3000–5000 dollarlik xarajatning 50 foizini subsidiya sifatida qoplash) va imtiyozli kreditlar joriy etilishi lozim. Shuningdek, “Yashil mehmonxona” milliy dasturini ishlab chiqish va uni amalga oshirish uchun 2026–2030 yillarga mo‘ljallangan “yashil turizm” yo‘l xaritasini tasdiqlash maqsadga muvofiq.

Ikkinchi muhim yo‘nalish – xalqaro ekologik sertifikatlashtirish tizimlari (Green Key, GSTC, LEED) bilan hamkorlikni kengaytirish va ularning milliy turizm siyosatiga integratsiyasini chuqurlashtirish. Buning uchun O‘zbekiston Turizm qo‘mitasi huzurida “Barqaror turizm va sertifikatlashtirish” bo‘limini tashkil etish, xalqaro sertifikatlashtirish markazlarining O‘zbekistondagi vakolatxonalarini ochishga ko‘maklashish, shuningdek, “yashil” sertifikatlarga ega mehmonxonalarni xalqaro turizm ko‘rgazmalarida alohida taqdim etish tizimini yo‘lga qo‘yish zarur.

Uchinchidan, “yashil” hamkorlik modellarini rivojlantirish, turizm korxonalari, ekologik tashkilotlar va mahalliy mahsulot ishlab chiqaruvchilar o‘rtasidagi integratsiyani kuchaytirish lozim. “Ecotourism Uzbekistan” kabi platformalarni kengaytirish, qo‘shma marketing kampaniyalarini moliyalashtirish uchun grant dasturlarini yo‘lga qo‘yish, shuningdek mehmonxonalarda mahalliy eko-mahsulotlardan foydalanishni rag‘batlantiruvchi mexanizmlarni joriy etish (masalan, mahalliy organik mahsulot yetkazib beruvchilar reestri, ular bilan uzoq muddatli shartnomalar tuzishni qo‘llab-quvvatlash) tavsiya etiladi.

To‘rtinchidan, barqaror turizm marketingi bo‘yicha bilim va malakani oshirish, xabardorlikni kengaytirish zarur. Mehmonxona rahbarlari va xodimlari uchun “yashil” marketing, ekologik sertifikatlashtirish, energiya tejovchi texnologiyalar va chiqindilarni boshqarish bo‘yicha muntazam o‘quv kurslari va seminarlar tashkil etish lozim. Sayyohlar orasida “yashil” xizmatlar haqida xabardorlikni oshirish maqsadida maxsus veb-portal va mobil ilova yaratish, mehmonxonalarning ekologik sertifikatlari haqida ma’lumotni bron platformalarida majburiy ko‘rsatish tartibini joriy qilish, shuningdek “yashil” turizm bo‘yicha ijtimoiy media kampaniyalarini kengaytirish tavsiya etiladi.

Umuman olganda, O‘zbekistonda barqaror turizm marketingini rivojlantirish kompleks va tizimli yondashuvni talab qiladi. Davlat tomonidan qulay huquqiy va iqtisodiy shart-sharoitlar yaratish, xalqaro sertifikatlashtirish tizimlari bilan hamkorlikni kengaytirish, “yashil” hamkorlik modellarini rivojlantirish, kadrlar malakasini oshirish va iste’molchilar xabardorligini kengaytirish orqali barqaror turizm marketingi salohiyatini to‘liq ishga solish, O‘zbekiston turizm xizmatlarining xalqaro bozorlardagi raqobatbardoshligini oshirish mumkin. Bu esa nafaqat turizm sohasiga, balki ekologik barqarorlikni ta’minlash, mahalliy aholi turmush darajasini yaxshilash va mamlakatning xalqaro imijini mustahkamlashga xizmat qiladi. Belgilangan strategik maqsadlar – 2030 yilga borib turizm xizmatlari eksportini 3 milliard dollarga yetkazish ko’zda tutilgan.

15 O‘zbekiston Respublikasi Ekologiya, atrof-muhitni muhofaza qilish va iqlim o‘zgarishi vazirligi. (2026). “Atrof-muhitni muhofaza qilish va turizm” hisoboti. Toshkent.

ISSN: 3030-332X Impact factor: 9,493 Volume 17, issue 1, Aprel 2026
https://wordlyknowledge.uz/index.php/IJSR worldly knowledge
Index: ***google scholar, research gate, research bib, zenodo, open aire.***
https://scholar.google.com/scholar?hl=ru&as_sdt=0%2C5&q=wosjournals.com&btnG
https://www.researchgate.net/profile/Worldly-Knowledge
https://journalseeker.researchbib.com/view/issn/3030-332X

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. O‘zbekiston Respublikasi Turizm qo‘mitasi. (2026). “Barqaror turizm va ekologik sertifikatlashtirish: 2023–2025 yillar tahlili”. Toshkent.
2. O‘zbekiston Respublikasi Ekologiya, atrof-muhitni muhofaza qilish va iqlim o‘zgarishi vazirligi. (2026). “Atrof-muhitni muhofaza qilish va turizm” hisoboti. Toshkent.
3. “Barqaror turizm va yashil iqtisodiyot” xalqaro konferensiya materiallari. (2025). Samarqand, 20–22 oktyabr.
4. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “O‘zbekiston – 2030” strategiyasini tasdiqlash to‘g‘risida”gi farmoni. 2023-yil 11-sentabr.
5. Qodirov, M. (2025). Barqaror turizm marketingini rivojlantirishda davlat-xususiy sheriklik. “Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar” jurnali, №4, 55–63.
6. Global Sustainable Tourism Council (GSTC). (2025). Annual Report 2025: Advancing Sustainable Tourism Worldwide. Washington D.C.: GSTC.
7. Rahmatullayev, A. (2024). Mehmonxona xo‘jaligida ekologik sertifikatlashtirishning iqtisodiy samaradorligi. “Turizm va mehmonxona biznesi”, №3(15), 34–42.
8. Fontaine, C. (2024). Green Marketing in Tourism: Strategies for Sustainable Development. London: Routledge.
9. O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi. (2026). “O‘zbekiston mehmonxona xo‘jaligi” hisoboti. Toshkent.
10. Green Key International. (2026). Green Key Annual Report 2025. Copenhagen: Green Key.
11. Georgian National Tourism Administration. (2026). Sustainable Tourism Development in Georgia: Annual Report 2025. Tbilisi.
12. World Tourism Organization (UNWTO). (2025). Global Report on Sustainable Tourism 2025. Madrid: UNWTO.
13. Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı. (2026). Yeşil Turizm Raporu 2025. Ankara: TGA.