ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ
ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ
САМАРҚАНД ИҚТИСОДИЁТ ВА СЕРВИС
ИНСТИТУТИ

“ТУРИЗМ” КАФЕДРАСИ

«ТУРИСТИК КЛАСТЕРЛАРНИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ ДОЛЗАРБ МУАММОЛАРИ»

МАВЗУСИДАГИ ХАЛҚАРО ИЛМИЙ-АМАЛИЙ АНЖУМАНИ

МАТЕРИАЛЛАРИ ТЎПЛАМИ

(2021 ЙИЛ 5 ИЮНЬ)

САМАРҚАНД – 2021

ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ОЛИЙ ВА ЎРТА

МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ

САМАРҚАНД ИҚТИСОДИЁТ ВА СЕРВИС ИНСТИТУТИ

«ТУРИЗМ» КАФЕДРАСИ

«ТУРИСТИК КЛАСТЕРЛАРНИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ ДОЛЗАРБ МУАММОЛАРИ»

мавзусида халқаро илмий-амалий анжуман

МАТЕРИАЛЛАРИ

(2021 йил 5 июнь)

САМАРҚАНД – 2021

«Туристик кластерларни ривожлантиришнинг долзарб муаммолари» / 2021 йил 5 июн. Халқаро онлайн илмий-амалий анжумани материаллари. Самарқанд, СамИСИ, 2021. – 390 бет.

Тўпловчи ва нашрга тайёрловчилар:
Д.З. Норқулова – кафедра мудири, PhD.
М.Х. Хамитов – кафедра катта ўқитувчиси

Нашр учун масъуллар:
И.С. Тухлиев – кафедра профессори, и.ф.д.
Р.С. Амриддинова – кафедра доценти, и.ф.н.

Саҳифаловчи: А.И. Низамиддинова

Илмий – амалий конференция материалларида туристик кластерларни ривожлантиришнинг долзарб муаммоларига оид масалалар ёритилган. Унда туристик кластерларни шакллантириш ва амал қилишнинг назарий-методологик масалалари, ҳудудларда туризмни ривожлантириш суръатлари ва ҳудудий туристик кластерни шакллантириш зарурати, ҳудудий туристик кластерни шакллантиришда давлат-хусусий шерикчилик асосида ривожлантириш, Ўзбекистоннинг тарихий, маданий ва маънавий меросидан оқилона фойдаланиш имкониятлари ҳамда Ўзбекистонда туризмни ривожлантиришга таъсир этувчи омиллар бўйича илмий – назарий ва амалий тавсияларга бой мақолалар ўрин олган.

Олий ва ўрта махсус ўқув юртлари профессор-ўқитувчилари, талабалари, магистрлар, таянч докторантура, докторантура, мустақил изланувчилар ва соҳа мутахассисларига мўлжалланган.

Мақолалар муаллифлар таҳририда босилмоқда. Уларда келтирилган рақамлар, фактлар, хулоса ва тавсияларга муаллифлар масъул. Уларнинг айрим фикрлари ташкилий гуруҳ қарашларига тўғри келмаслиги мумкин.

© Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти, 2021

I ШЎЪБА. ТУРИСТИК КЛАСТЕРЛАРНИ ШАКЛЛАНТИРИШ ВА АМАЛ ҚИЛИШНИНГ НАЗАРИЙ-МЕТОДОЛОГИК МАСАЛАЛАРИ

И.С.Тухлиев – и.ф.д., профессор, Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти “Туризм” кафедраси профессори
А.А.Аблокулов – Тошкент давлат иқтисодиёт университети катта илмий-ходим изланувчиси

РАҚОБАТБАРДОШЛИКНИ ОШИРИШДА ХУДУДИЙ ТУРИСТИК КЛАСТЕРНИНГ ТАШКИЛИЙ - ИҚТИСОДИЙ МОДЕЛИНИ ШАКЛЛАНТИРИШ УСУЛИ

Аннотация: *Мақола Ўзбекистонда рақобатбардошликни оширишда худудий турис тик кластернинг ташкилий- иқтисодий моделини шакллантириш усулига бағишлан ган. Мақолада худудий туристик кластери ташкилий-иқтисодий моделини босқичма-босқич шакллантириш усули ва асосий йўналишлари бўйича таклифлар берилган.*

Калит сўзлар: *рақобатбардошлик, туристик кластер, ташкилий-иқтисодий модел, туристик-рекреацион ресурслар, кластернинг институционал базаси ва йўналишлари.*

Аннотация: *Статья посвящена методике формирования организационно-экономической модели регионального туристического кластера в условиях повышения конкурентоспособности в Узбекистане. В статье даны рекомендации по методике и основным направлениям поэтапного формирования организационно-экономической модели регионального туристического кластера.*

Ключевые слова: *конкурентоспособность, туристический кластер, организационно-экономическая модель, туристско-рекреационные ресурсы, институциональная база и направления кластера.*

Resume: *The article is devoted to the methodology for the formation of an organizational and economic model of a regional tourism cluster in the context of increasing competitiveness in Uzbekistan. The article gives recommendations on the methodology and main directions of the phased formation of the organizational and economic model of the regional tourism cluster.*

Key words: *competitiveness, tourist cluster, organizational and economic model, tourist and recreational resources, institutional base and directions of the cluster.*

Бозор механизми ривожланиш шароитида, туризм соҳаси ташкилот-лари рақобатбардошли муаммоси кескин равишда юзага келиб, унинг ечими, бозор субъектларининг барчасидан туризм хизматлар бозорида рақобатбардошликни ошириш усуллари ва йўлларини актив равишда қидиришга мажбур қилади. Шу муносабат билан, рақобатбардошликни

ошиши, максимал даражада даромад олиш мақсадида бозорда ўз мавқеини мустаҳкамлаш учун ҳам зарур.

Кўпгина давлатларнинг туризм соҳасидаги тажрибаси шундан далолат беради, кластерлар иқтисодиётнинг юқори самарадорликка эришишига имкон яратади, шу тарзда рақобатбардошлик таъминланади ҳамда аҳоли фаровонлиги янада ортади. Кластерларни шакллантириш мамлакатда мавжуд бўлган туристик ресурслар ҳамда афзалликлардан янада тўлиқроқ фойдаланишга имкон яратади.

М.Портернинг таърифича,«...кластер-бу муайян бир туман ёки мамлакатда рақобат афзалликларига эга бўлиш мақсадида қарор топган ҳамда иқтисодий жиҳатдан ўзаро боғлиқ бўлган фирмалар, таъминотчилар, турдош тармоқлар ва ташкилотлар умумлашмасидир»[1]. Жаҳон иқтисодиётининг замонавий ривожланиш анъаналаридан келиб чиққан ҳолда инновацион кластерларнинг шаклланиш жараёнларини тадқиқот қилиш иқтисодиёт фанининг муҳим масалалардан бирига айланди. Мамлакатимизда ва хорижда туризмни ривожлантиришнинг кластерлаштириш жараёнига оид илмий ишларда айрим муаллифлар бу соҳани фақат туристик тадбиркорлик тизими фаолияти доирасидагина тадқиқ қилганлар. Бундай ҳолатларда ҳудудий кластерлаштиришга таъсир кўрсатувчи глобаллашув жараёни ва унинг серқирралиги ўз аксини топмайди.

Туризм соҳасида кластер концепциясини қўлланилиши, замонавий туризм индустрияси муаммоларини ечиш имкониятини бериб, булар қаторига: ҳудуд туристик салоҳиятини етарли даражада баҳоланмаслиги, кириш туризмига нисбатан паст даражадаги талаб, инфратузилма етарли даражада ривожланмаганлиги, инвесторларнинг паст даражадаги қизиқиши, туризмни ривожлантириш стратегик дастурларнинг тадбиқ этилиш механизмлари ва усулларининг номукаммаллиги киради.

Туристик кластернинг яратилиши, туристик хизматларидан чет эл фуқаролари ва маҳаллий аҳоли эҳтиёжларини қондириш учун кенг имкониятларини таъминлаб берувчи туристик рақобатбардош ва юқори самарали замонавий мажмуаларни шакллантирилишига олиб келади,

иқтисодиёт ривожланишига катта ҳисса қўшиб, бюджетга солиқ даромадлари, чет эл валютаси оқими, ишчи ўринлар сонини оширилишига, маданий ва табиий мерос сақлаб қолиниши ва рационал тарзда қўлланилиши ҳисобига ривожланишига асос солади. Юқорида кўрсатилган муаммоларни ечиш учун қуйидагиларни амалга ошириш зарур:

- туризм учун табиий, маданий, тарихий объектлар салоҳиятининг рўйхатини шакллантириш;
- рақобатчилик ривожлантирилиши асосида туризм хизматлар бозорида таклифларни шакллантириш;
- туризм индустриясини ривожлантириш ҳудудий ва ҳукумат дастурларини шакллантириш ва тадбиқ этиш;

[1] М.Портер. Конкуренция: исправленное издание / Пер. с англ. О.Л. Пелявского, А.П. Уриханяна, Е.Л. Усенко, И. А. Шишкиной. — М.: Вильямс, 2005. — С. 217.

- туристлар хавфсизлиги ва туризм индустриясини ҳукумат томонидан бошқаришни такомиллаштириш;

- истиқболли туристик махсулотларини шакллантириш ва уларни тадбиқ этиш бўйича тадбирларни ишлаб чиқиш;

- туристик - рекреацион марказлари тизимини шакллантириш;

- туристик бизнес соҳасида халқаро ҳамкорликни шакллантириш;

- янги туристик дестинацияларини шакллантириш учун чет эл ва мамлакатимиз инвесторларини жалб этиш;

- туризм соҳасида фаолият юритаётган кадрлар малакасини ошириш ва қайта тайёрлашни замонавий тизимини шакллантириш

Замонавий туристик кластерларни элементлар тизими сифатида тасвирлаш учун, кластер ташкилий- иқтисодий моделини қуриш лозим бўлади, у туристик фаолиятнинг умумий ўзига хос жихатларини ва кластер ёндашувнинг ўзига хослигини ҳисобга олади.

Ўзбекистон минтақаларида туристик кластерларнинг шакллантирилиши туристик-рекреацион ресурслардан тўлиқ фойдаланиш замирида янги туристик фирмалар очилишига ва мавжудларининг ишини янада фаоллаштиришга туртки беради ва янги турдаги туристик маҳсулотларнинг яратилишига асос бўлади. Инновацион жараён туристик маҳсулотнинг хизматлар бозоридаги ривожланиш фаолиятига таъсир этувчи зарурий омил ҳисобланиши ҳамда, бугунги кунда ҳар қандай туристик фирманинг асосий мақсади рақобат шароитида истеъмолчини ўз хизмат турларига жалб қилишни тақоза қилади. Кластер ҳудудида бундай маҳсулотларни ишлаб чиқувчи корхоналарнинг мавжудлиги улар ривожи учун муҳим омил бўлиб ҳисобланади. Кластернинг минтақада муваффақиятли фаолиятини таъминлаш учун тегишли бизнес муҳити яратилиши лозим ва бу муҳит турли ташқи омилларнинг мавжудлиги билан белгиланади.

Биз таклиф этилаётган модель, нафақат Самарқанд вилояти, балки республиканинг бошқа ҳудудлари учун ҳам қўлланилиши мумкин. Моделнинг фундаменти сифатида туристик ресурслар олинди, чунки айнан улар туризмни ривожлантиришда ҳал қилувчи рол ўйнайди ва улар инсонларни туристик саёҳатларга қатнашишга жалб этувчи муҳим омил ҳисобланади.

Туристик ресурсларнинг тахлили туристик кластерларни ривожлантириш нуқтаи - назаридан ҳудуд салоҳияти ҳақида тўлиқ тасаввурни беради. Ўзбекистон ҳудудида турли табиий ресурслар ва иқлимий шароитларнинг мавжудлиги билан ўз таркибига туристик хизматларни кўрсатиш учун асос бўла оладиган ва инфратузилмани ҳисобга олинишини талаб этувчи туризмни турли кўринишларини таркибига олувчи туристик кластерларини шакллантириш имкониятини беради.

Ҳар қандай туристик кластерни шакллантириш асосларига қуйидагилар киради: туристик ва рекреация турли кўринишлари умумийлигига асосланган туристик салоҳиятнинг мавжудлиги, туристлар турли сегментларини жойлаштириш воситалари билан таъминоти, транспорт

инфратузилмаси ривожланишининг тегишли даражаси, самарали инвестицион- инновацион минтақавий сиёсат.

Тадқиқот натижасида, Қозоғистон туристик кластерни шакллантириш тажрибасидан фойдаланишни лозим топдик, чунки у ташкилий-иқтисодий фаолиятнинг барча соҳаларига тўғри келади[2], ушбу усулдан ҳукумат органлари ва тадбиркорлик тузилмалари ҳам фойдаланиши мумкин. Бундай кластерни шаклланишида концепция ишлаб чиқиш даражасида туризм индустриясини тадқиқ этиш масалалари билан шуғулланадиган илмий ҳамжамият ҳам жалб этилиши зарур бўлади. Мазкур усул, туризм фаоли-ятини юритиш жиҳатидан жозибадор бўлган ҳудуд даражаси ва салоҳия-тини тадқиқ этиш учун лозим. Худудий туристик кластери ташкилий- иқтисодий моделини босқичма - босқич шакллантириш усули жадвалда келтирилган.

Худудий туристик кластери ташкилий- иқтисодий моделини босқичма - босқич шакллантириш усули

№	Босқичнинг номланиши	Фаолият кўрсатиш йўналишлари
1.	Туристик кластер ҳудудини белгилаш	1.Туристларни жалб этиш марказларини аниқлаш ва кластер чегараларини белгилаш 2.Кластернинг мақсад ва вазифаларини белгилаш
2.	Туристик кластернинг дастлабки мукаммал моделини қуриш	1.Маслахат ва мониторинг мувофиқлаштириш органларини белгилаш 2.Умуман кластер стратегиясини белгилаш 3.Кластер ресурсини қўллаб - қувватланишини аниқлаш
3.	Кластерни шакллантириш салоҳиятини тадқиқ этиш	1.Туристик ресурсларни солиштириш ва тақослаш 2. Истиқболли туризм турларни белгилаш 3.Туристик кластерни ихтисослаштирилишини белгилаш
4.	Кластер туристик махсулотининг тавсифи	1. Кластер туристик хизматлари мультиатрибутивлигини таҳлил қилиш 2.Туристик хизматларини етказувчилар таркибини белгилаш

[2]Зиядин С.Т. Особенности кластерного подхода построения маркетинга туристической фирмы // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2014. – № 7. – С. 88-91

5.	Кластер инфратузилмасининг таҳлили	1. Туристик фирмалар 2. Транспорт 3. Дам олиш 4. Жойлаштириш 5. Овқатлантириш 6. Турдош соҳалар ва уларнинг кластерни ривожлантириш учун имкониятлари
6.	Кластер шакллантиришда ташқи шароитларининг тадқиқоти	1. Табиий шароитлар 2. Иқтисодий шароитлар 3. Ижтимоий - маданий шароитлар 4.Институционал-ҳуқуқий шароитлар
7.	Кластерни ривожлантиришда потенциал имкониятлар ва тўсиқларни аниқлаш (SWOT-таҳлил)	1.Кластерни ривожлантириш учун кучли ва кучсиз томонларни аниқлаш 2.Кластернинг хавф ва имконият-ларини аниқлаш
8.	Таҳлил натижаларини умумий баҳолаш ва туристик кластернинг лойиҳавий моделини танлаш	1.Кластер ривожланишининг асосий йўналишларини белгилаш 2.Кластер хизматларига талабнинг прогнози 3.Кластер ривожланиш рискларини белгилаш 4.Кластерни ривожлантириш лойиҳавий моделини ва тавсияларни танлаш

Ўтказилган таҳлил натижасида, кластер ривожланиши бўйича лойиҳавий модель ва тавсияларни шакллантириш лозим. Кластер ёндашуви тадбиқ этилиши, ҳукумат томонидан қўллаб- қувватлашни турли даражаларда талаб этиб, бу ҳолат ҳар - бир алоҳида лойиҳа мавқеидан келиб чиқиб белгиланади. Ўзбекистонда шаклланган бошқарув моделини ҳисобга олган ҳолда айнан ижроя ҳукумат органлари кластер лойиҳалари асосий ташаббускорларига айланиши лозим, деб хисоблаймиз.

Худудий туристик кластернинг ривожланишида маъмурий муҳит муҳим аҳамиятга эга бўлади. Бугун туризм соҳасининг давлат сиёсати даражасига кўтарилиши ҳамда қонун, қарорларнинг қабул қиланганлиги мамлакатимизда бу соҳани ҳар томонлама қўллаб-қувватлаётганлигидан дарак беради. Шунингдек, туристик-рекреацион фаолиятнинг мунтазам равишда илмий-тадқиқот объектига айланиши ҳам соҳанинг кластр ривожига имкон яратади.

Ҳудудий туристик кластерни шакллантиришнинг ташкилий-иқтисодий жараёнларини тадқиқот қилиш натижасида Ўзбекистон шароитида унинг қуйидаги фаолият кўрсатиш йўналишлари тавсия қилинди:

- миллий туризм хизматлар бозорини инновацион ривожлантириш мақсадида давлат томонидан туристик-рекреацион кластернинг институционал базасини яратиш ҳаракатини амалга ошириш;
- Ўзбекистон Республикасида давлат-хусусий шерикчилик институтини шакллантириш мақсадида минтақаларда махсус бошқарув ташкилотларини ташкил этиш, туризмни ривожлантиришнинг стратегик режаларини ишлаб чиқиш, жорий башқаришни амалга ошириш, мониторинг олиб боришни ташкиллаштириш ва ўз-ўзини бошқариш тамойилларига таяниб фаолият юритиш зарур;
- миллий инновацион тизимнинг кластерли тузилмасини ривожлантириш фаолиятида инновацион лойиҳаларни инвестициялаш усулидан кўпроқ фойдаланиш лозим бўлади;
- таклиф этилаётган худудий туристик кластер модели доирасида туристик-рекреацион хизматлар кўламини кенгайтирадиган махсус иқтисодий ёки туристик-рекреацион зоналарни ташкил этиш мақсадга мувофиқ.

Пардаев М.Қ. – СамИСИ профессори, и.ф.д.
Пардаев О.М. – СамИСИ “Банк-молия хизматлари” факультети декани, и.ф.д.

КЛАСТЕР ТУШУНЧАСИНИНГ НАЗАРИЙ МАСАЛАЛАРИ ВА УНДАН ТУРИЗМ СОҲАСИДА ФОЙДАЛАНИШНИНГ ЎЗИГА ХОС ХУСУСИЯТЛАРИ

Аннотация: *мақолада кластер тушунчасининг назарий масалалари ва ундан туризм соҳасида фойдаланишнинг ўзига хос хусусиятлари қараб чиқилган. Кластернинг назарий масалалари, унинг аҳамияти ва турли соҳаларда қўлланилиши бўйича аниқ мисолларни келтирган ҳолда ёритилган.*

Калит сўзлар*: туризм, кластер, туристик хизматлар, туристик кластер, агрокластер.*

Аннотация: *В статье рассматриваются теоретические вопросы концепции кластера и особенности его использования в туризме. Рассмотрены теоретические вопросы кластера, приведены конкретные примеры его важности и применения в различных областях.*

Ключевые слова: *туризм, кластер, туристические услуги, туристический кластер, агрокластер.*

Abstract: *The article examines the theoretical issues of the concept of the cluster and the features of its use in tourism. The theoretical issues of the cluster are considered, specific examples of its importance and application in various fields are given.*

Key words: *tourism, cluster, tourist services, tourist cluster, agricultural cluster.*

Кластер усулидан бугунги кунда барча тармоқ ва соҳаларда (ишлаб чиқаришда ҳам, хизмат кўрсатиш соҳасида ҳам, ижтимоий ҳаётда ҳам) жорий қилиниб, мувоффақият билан фойдаланилмоқда. Бу келажакда ривожланишда давом этади. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 28 январдаги Олий Мажлисга Мурожаатномасида "Мева-сабзавот, шоличилик, чорвачилик, ипакчилик каби бошқа тармоқларда ҳам бугунги кун талабига жавоб берадиган кластерларни ташкил этиш ишларини давом эттирамиз. Бу йил 2 миллиард долларлик, кейинги 5-7 йилда эса 3-4 баробар кўп мева-сабзавот маҳсулотларини экспорт қилиш учун маҳсулот етиштиришни кескин кўпайтириш чораларини кўриш зарур. Парламентимиз ушбу ислоҳотларимизнинг ҳуқуқий асоси бўлган "Кооперация ва кластерлар тўғрисида"ги янги қонунни тезроқ қабул қилса, ушбу катта режа ва ниятларимизга мос иш бўлур эди"[3], деб таъкидлади.

Кластернинг самарадорлиги фақат арзон ва сифатли маҳсулотларни етиштиришни кўпайтириш билангина чекланиб қолмасдан, ҳар бир қарич ердан самарли фойдаланиш имкониятларини ҳам яратиш мумкинлигини ҳаётнинг ўзи тасдиқлади. Президентимиз Бухоро вилоятига қилган ташрифи давомида "Бухоро коттон текстиль" қўшма корхонаси ва кластер лойиҳаси билан танишиб, уни янада такомиллаштириш бўйича топшириқлар берган эди. Бунга мувофиқ, лойиҳа янада мукаммаллаштирилди. "Айни вақтда кластер тизимига Ромитан туманидан 8 минг гектар ер ажратилди. Илгари шунча майдонда атиги 436 киши меҳнат қилган бўлса, ҳозирги кунда уларнинг сони 2 минг нафардан ошди. Ерга чигит қадалиб, ғўза ниҳоллари илғор агротехника тадбирлари асосида парваришланмоқда. Лойиҳанинг бошқа йўналишларида ҳам ишлар изчил давом эттирилмоқда", деб ёзади "Халқ сўзи" газетаси[4]. Кўриниб турибдики, кластер усули мамлакат ижтимоий-иқтисодий ҳаётида ҳар томонлама манфаатли ва самаралидир.

Айнан ушбу ҳолатни инобатга олиб, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 28 январдаги Олий Мажлисга Мурожаатномасида "Қишлоқ хўжалигида фермер ва деҳқонларнинг манфаатдорлигини ошириш борасидаги ўрганиш ва изланишларимиз давом этмоқда. Соҳага илғор технологиялар ва кластер тизими жорий этилмоқда"[5], деб таъкидлаган эди. Шу туфайли, мамлакатимизнинг ижтимоий-иқтисодий ҳаётини ўнглашга инновацион усулларни, хусусан, кластер усулини ҳам қўллаш мумкинлигини тақозо қилади. Мазкур масаланинг назарий ва амалий жиҳатлари ҳам шакллантирилмоқда. Буни охирги пайтларда мамлакатимизда фаолият

[3]Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг 2020 йил 28 январдаги Олий Мажлисга Мурожаатномаси. // "Халқ сўзи" газетаси 2020 йил 30 январь.

[4] Намоз Ботиров. Кластер иқтисодиётга нима беради? 12:18 18 Май 2018. https://xs.uz/uzkr/post/klaster-iqtisodiyotga-nima-beradi.

[5] Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг 2020 йил 28 январдаги Олий Мажлисга Мурожаатномаси. // "Халқ сўзи" газетаси 2020 йил 30 январь.

кўрсатаётган бир қанча тадқиқотчиларнинг кластер усулидан фойдаланаётганлигида ҳам кўриш мумкин. Шундай қилиб, ҳозирги пайтда кластер стратегияси ва унинг имкониятлари фойдаланиш кундан-кунга долзарб масалалар қаторидан жой олмоқда. Бу борада хусусида хорижлик олимлардан Альферд Маршалл, М.Партер, М.Энрайт, С.Резенфельд, Ж.Даннинг, П.Маскелл, М.Лоренцеп, П.Беккетин, М.Сторпер, К.Бримэн, Ю.С.Артоманова, Б.Б.Хрусталев, Б.Йонсон, Ж.Хамфри[6] кабилан шуғулланиб келмоқдалар. Мамлакатимиз олимларидан М.А.Раҳматов, Б.З.Зарипов[7], М.Қ.Пардаев, Қ.Ж.Мирзаев, О.М.Пардаев[8], Д.Х.Асланова[9], М.Т.Алимова[10], З.И.Саттарова[11], Б.Ш.Сафаров[12], С.Мирзаев[13], Д.М.Қурбанова[14], А.Қ.Ғаппаров ва Б.Р.Пардаев[15], Б.Х.Тураев, Е.А.Ким[16] кабиларнинг тадқиқот ва тавсияларини киритиш мумкин. Мазкур тадқиқотчилар асарларида кластернинг бозор муносабатлари шароитида объектив зарурлиги ва уларнинг амалиётда қўлланилиши қараб чиқилган. Шунингдек, кластернинг бошқаришдаги ўрни, таркибий тузилиши хусусида эътиборга молик тавсиялар ҳам келтирилган. Бироқ, ушбу адабиётларда кластер тушунчасининг мазмуни ва унинг таърифи билан боғлиқ масалалар назарий жиҳатдан тўлиқ очиб берилмаган. Буларни инобатга олиб, кластер тушунчасининг луғавий мазмунини ва таърифини назарий жиҳатдан қараб чиқиш лозим, деган хулосага келдик.

Ҳақиқатда ушбу масала юзасидан мамлакатимиз олимлари ҳам тегишли тадқиқотлар олиб бормоқдалар. Хусусан, М.А.Раҳматов, Б.З.Зарипов[17],

---

[6] Бу олимлар ҳақида батафсил маълумотлар М.А.Раҳматов, Б.З.Зарипов “Кластер — интеграция, инновация ва иқтисодий ўсиш”. – Т.: “Zamin nashr”? 2018. – 168 бет., Д.Х.Асланова, М.Т.Алимова, З.И.Саттарова Региональный туристический кластер: сущносить и проблемы его эффективного фукционирования. – Самарканд, «Zarafshon», 2017. - 232 с., каби манбаларда батафсил берилган.

[7] М.А.Раҳматов, Б.З.Зарипов “Кластер — интеграция, инновация ва иқтисодий ўсиш”. – Т.: “Zamin nashr”? 2018. – 168 бет.

[8] М.Қ.Пардаев, Қ.Ж.Мирзаев, О.М.Пардаев Хизматлар соҳаси иқтисодиёти. Ўқув қўлланма. – Т.: “IQTISOD-MOLIYA” нашриёти, 2014. – 384 бет.

[9]Асланова Д.Х., Саттарова З.И. Кластерный механизм развития Миранкульского района. //Туризмни ривожлантиришда халқаро илғор тажриба ва уни Ўзбекистон шароитида қўллаш муаммолари,мавзусида ИАК материаллари. –Самарқанд, 2011, 161-163 бетлар.

[10]Алимова М.Т. Туристик кластер ҳудудий рақобатбардошликни оширишнинг самарали ташкилий-иқтисодий механизми сифатида.//”Мамлакатни модернизациялаш шароитида иқтисодиётни ривожлантиришнинг долзарб муаммолари” мавзусидаги Республика ИАК материаллари. (2012 йил 17 февраль).– Самарқанд: СамИСИ, 2012, 178-182 бетлар., Алимова М.Т. Ҳудуд рақобатбардошлигини оширишда кластерли ёндошув. // “Сервис” журнали, 2-сон, 2013 йил, 49-54 бетлар.

[11] Д.Х.Асланова, М.Т.Алимова, З.И.Саттарова Региональный туристический кластер: сущносить и проблемы его эффективного фукционирования. – Самарканд, «Zarafshon», 2017. - 232 с., Д.Х.Асланова, М.Т.Алимова, З.И.Саттарова. Самарқанд вилоятида ҳудудий туристик кластерни шакллантириш концепцияси. . – Самарканд, «Zarafshon», 2016. - 76 бет.

[12] Д.Х.Асланова, М.Т.Алимова, З.И.Саттарова, Б.Ш.Сафаров.Туристический кластер: методология формирования и функционирования. – Самарканд, «Zarafshon»? 2015. - 92 с.,

[13]Мирзаев С. Кластер усули – туризмни ривожлантириш омили. – “Сервис” журнали, 2013, 3-сон, 76-80 бетлар.

[14]Қурбанова Д.М. Вопросы формирования туристического кластера в Узбекистане.//Хизматлар бозори: муаммо, ечимлар ва истиқболлар. Халқаро ИАА материаллари. 2012 йил, 29-30 июнь. –Самарқанд, 2012, 111-113 бетлар.

[15] Ғаппаров А.Қ., Пардаев Б.Р. Жиззах вилоятида экологик туризмни ривожлантириш кластерини тузиш зарурияти. // “Сервис” журнали, 2-сон, 2013 йил, 94-98 бетлар.

[16] Тураев Б.Х., Ким Е.А. Применение кластерного подхода для развития малого бизнеса в сфере туризма. //Хизмат кўрсатиш соҳасининг ривожланиш муаммолари. ИАК материаллари (2013 йил 25-30 апрель). – Самарқанд, 2013, 81-83 бетлар.

[17] М.А.Раҳматов, Б.З.Зарипов “Кластер — интеграция, инновация ва иқтисодий ўсиш”. – Т.: “Zamin nashr”? 2018. – 168 бет.

Д.Х.Асланова, М.Т.Алимова, З.И.Саттарова[18], Б.Ш.Сафаров[19] лар асарлари айнан шу кластер усулининг турли тармоқларда қўлланилиши ҳақидаги масалалар ёритилган. Аммо ҳаётимизга кириб келаётган мазкур ташкилий механизм усули ҳали кўплаб тадқиқотларни амалга оширишни тақозо қилади.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 29 декабрдаги Олий Мажлисга Мурожаатномасида "Қишлоқ хўжалигидаги ислоҳотлар, ер майдонлари тўлиқ хусусий кластер ва кооперацияларга берилгани пахтачиликда ҳосилдорликни бир йилда ўртача 10 фоизга ошириш имконини яратди. Мева-сабзавотчилик, ғаллачилик ва чорвачиликда ҳам 500 га яқин кластер ва кооперациялар фаолияти йўлга қўйилди. Бунинг натижасида, пандемиянинг салбий таъсирига қарамасдан, 1 миллиард долларлик мева-сабзавот экспорт қилинди"[20]. Кўриниб турибдики, кластер пандемия шароитида ҳам ўзининг натижадорлигини исботлаб турибди.

Ҳозирги пайтда иқтисодиётда юқори самарадорликка ва иқтисодий ўсишга эришиш борасидаги янги йўналишлардан бири – кластер усулидир. Улардан фойдаланиш орқали иқтисодиётнинг турли соҳаларида ва мамлакат ижтимоий ҳаётида юқори самарадорликка эришилмоқда. Шу туфайли, ҳозирги пайтда жаҳон миқёсида кластерлар сони ўсиб бормоқда. Жумладан, АҚШда 380 та, Буюк Британияда 168 та, Ҳиндистонда 106 та, Германияда 32 та кластерлар мавжуд. Ушбу масалага Ўзбекистонда ҳам аҳамият берилиб келинмоқда.

Пандемия шароитида хизмат кўрсатиш ва озиқ-овқат хвфсизлигини таъминлаш соҳасида кластердан фойдаланиш янада муҳим роль ўйнайди. Чунки хизмат кўрсатиш ишлаб чиқаришга таъсир қилса, унинг ўсиш даражаси хизмат кўрсатишни такомиллаштиради. Иккаласи биргаликда аҳолининг ҳаёт даражаси ва сифатини муттасил ошириб боради. Бу ўзаро боғлиқлик иқтисодий-ижтимоий ҳаётнинг барча соҳа ва бўғинларида содир бўлиши табиий. Шу туфайли, охирги пайтларда кластернинг турли соҳаларда қўлланиши мумкинлиги борасида тавсиялар берилмоқда.

Шу жиҳатдан, XXIасрнинг ўзига хос хусусиятларидан бири, иқтисодиёт фанига жуда кўплаб янги тушунчалар, тамойиллар, усуллар ва инновацияларнинг кириб келиши билан характерлидир. Улардан бири, ҳозирги кунда кенг қўлланилаётган кластер усулидир. Кластердан АҚШда ахборот технологиялари, кино индустрияси, автомобиль, аэрокосмик соҳаларда, Сингапурда микроэлектроника, нефть-химия соҳаларида, Японияда электротехника, автомобилсозликда, Финландияда ўрмон, ахборотлаштириш, телекоммуникация, металлургия, машинасозлик соҳаларида, Францияда

[18] Д.Х.Асланова, М.Т.Алимова, З.И.Саттарова Региональный туристический кластер: сущносить и проблемы его эффективного фукционирования. – Самарканд, «Zarafshon», 2017. - 232 с., Д.Х.Асланова, М.Т.Алимова, З.И.Саттарова. Самарқанд вилоятида ҳудудий туристик кластерни шакллантириш концепцияси. . – Самарканд, «Zarafshon», 2016. - 76 бет.

[19] Д.Х.Асланова, М.Т.Алимова, З.И.Саттарова, Б.Ш.Сафаров.Туристический кластер: методология формирования и функционирования. – Самарканд, «Zarafshon»? 2015. - 92 с.,

[20] Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг 2020 йил 29 декабрдаги Олий Мажлисга Мурожаатномаси. // 30.12.2020 10:00.10.3К. https://review.uz/oz/post/poslanie-prezidenta-uzbekistana-shavkata-mirziyoyeva-oliy-majlisu.

косметика, тўқимачилик, озиқ-овқат, виночиликда, Германияда химия, полиграфия, машинасозлик, мебель каби соҳаларда фойдаланилмоқда. Ўзбекистонда мазкур масала асосан назарий жиҳатдан ўрганилиб, умумлаштирилмоқда ва турли тавсиялар берилмоқда. Ҳозирги кунда мамлакатимизда ҳам аграр соҳада, саноатнинг тўқимачилик соҳасида, хизмат кўрсатишнинг айрим йўналишларида муваффақият билан қўлланилмоқда.

Мазкур усулнинг маҳсулотларни сақлаш ва сотиш хизматларида қўлланилиши ҳам мумкинлигини амалиётда кўрдик. Аммо унинг назарий масалалари ўзимизга хос тарзда ҳамон етарли даражада ўрганилган эмас. Шу туфайли, мазкур усулнинг мазмунини назарий жиҳатдан қараб чиқишни мақсадга мувофиқ, деб топдик.

Маълумки, охирги пайтларда кластер сўзи ва у билан боғлиқ тушунчалар халқаро амалиётда ва бир қанча фанларда, шу жумладан, иқтисодиётга оид фанларда ҳам кенг қўлланилиб келинмоқда. Аммо ушбу сўзнинг изоҳи ва ўзбек тилидагилуғовий маъноси тегишли адабиётларда деярли ёритилган эмас. Жумладан, 1983 йилда нашр қилинган 2 жилдлик “Русча-ўзбекча луғат”да[21] ушбу сўзнинг изоҳи берилмаган эди. 2006 йилда нашрдан чиққан 5 жилдлик “Ўзбек тилининг изоҳли луғати”да[22] ҳам ушбу сўз ва у билан боғлиқ тушунчалар келтирилмаган. Бу эса мазкур халқаро атаманинг ўзбек тилида қўлланилишини бироз мураккаблаштиради.

Худди шундай ҳолат рус тилида нашр қилинган адабиётларда ҳам кузатилади. Масалан, 1999 йилда Москва шаҳридаги “Институт новой экономики” нашриётида чоп қилинган “Большой экономический словарь”да[23] ҳам кластер сўзининг изоҳи берилмаган. Рус тили бўйича луғат илмининг эгаларидан бири С.И.Ожеговнинг “Словарь русского языка”[24] номли луғатида ҳам ушбу сўзнинг изоҳи йўқ. Одатда, математика фанида кластер таҳлили қўлланилиб келинганлигига гувоҳмиз. Аммо 1988 йилда нашр қилинган “Математический энциклопедический словарь”да[25] ҳам ушбу сўзга изоҳ топа олмадик. Булардан ҳам кўриниб турибдики, иқтисодий ўсишнинг муҳим омилларидан бири бўлган кластер усули олдин ҳам, ҳозир ҳам МДҲ мамлакатлари иқтисодий адабиётларида ва тил луғатларида ўз ифодасини топмаган. Москва шаҳрида 2007 йилда нашр қилинган “Большая экономическая энциклопедия”да[26] ҳам кластер сўзига изоҳ берилмаган.

Тадқиқотларимиз натижасида кластер атамасининг фанга кириб келишида илк таклифлар америкалик олим Майкл Портер томонидан берилгани аниқланади. Унинг кластер назариясининг шаклланишида хизматлари катта. У кластерга қуйидагича таъриф беради. “Кластер – битта географик ҳудудда ўзаро боғлиқ корхона ва ташкилотларни алоҳида бир тармоқ доирасида

[21] Русча-ўзбекча луғат. – Т.: “Ўзбек совет энциклопедияси” бош редакцияси, 1983. 1-жилд – 680 бет, 2-жилд – 672 бет.
[22] Ўзбек тилининг изоҳли луғати. 5жилдлик. – Т.: “Ўзбекистон миллий энциклопедияси”, 2006. 1-жилд – 680 бет, 2-жилд – 672 бет, 3-жилд – 688 бет, 4-жилд – 608 бет, 5-жилд - 592 бет.
[23] Большой экономический словарь. – М.: “Институт новой экономики”нашриёти, 1999, 1246 б.
[24] Ожегов С.И. Словарь русского языка.- м.: “Русский язык”, 1982, 816 б.
[25] Математический энциклопедический словарь. Советская энциклопедия”, 1988, 847 б.
[26]Большая экономическая энциклопедия. – М.: ЭКСМО, 2007, 816 б.

бирлаштириш”[27], (таржима бизники – М.П., О.П.) деб таъкидлайди. Шу жиҳатдан бўлса керак, айрим социалистик тизимни бошидан кечирмаган мамлакатларда ушбу кластер усулидан кенг фойдаланиб келинмоқда.

Таъкидлаш жоизки, кластер сўзи ва у билан боғлиқ тушунчалар халқаро амалиётда, шу жумладан, иқтисодиётга оид фанларда ҳам кенг қўлланилмоқда. Масалан, Финландияда ўрмон хўжалиги кластери, Норвегияда денгиз технологиялари кластери, Буюк Британияда биотехнологик кластер, Италияда оёқ кийимини ишлаб чиқарувчи кластер, Германия ва Бельгияда кимёвий кластер кабиларни мисол келтириш мумкин. Булардан келиб чиқиб, таъкидлаш мумкинки, Ўзбекистон иқтисодиётида ҳам кластер усулидан фойдаланиш мумкин. Чунки мамлакатимизда бозор муносабатлари шаклланиб, мулк тизимида хусусий мулкнинг устуворлиги етарли даражада таъминланди. Бундай шароитда турли мулк эгаларининг бошини қовуштирадиган бирорта иқтисодий механизм керак бўлади. Бундай механизм сифатида кластерни олиш мумкин.

Шу туфайли, мамлакатимизнинг ижтимоий-иқтисодий ҳаётини ўнглашга инновацион усулларни, хусусан, кластер усулини ҳам қўллаш мумкинлигини тақозо қилади. Мазкур масаланинг назарий ва амалий жиҳатлари ҳам шакллантирилмоқда. Буни охирги пайтларда мамлакатимизда фаолият кўрсатаётган бир қанча тадқиқотчиларнинг кластер усулидан фойдаланаётганлигида ҳам кўриш мумкин. Булар жумласига Д.Х.Асланова, М.Т.Алимова[28], Д.М.Қурбанова[29], С.Мирзаев[30], А.Қ.Ғаппаров ва Б.Р.Пардаев[31], З.И.Саттарова[32], Б.Х.Тураев, Е.А.Ким[33] кабиларнинг тавсияларини киритиш

---

[27] Асланова Д.Х., Саттарова З.И. Кластерный механизм развития Миранкульского района. //Туризмни ривожлантиришда халқаро илғор тажриба ва уни Ўзбекистон шароитида қўллаш муаммолари,мавзусида ИАК материаллари. – Самарқанд, 2011, 162 б. Д.Х.Асланова, М.Т.Алимова, З.И.Саттарова Региональный туристический кластер: сущносить и проблемы его эффективного фукционирования. – Самарканд, «Zarafshon», 2017. - 232 с., Д.Х.Асланова, М.Т.Алимова, З.И.Саттарова. Самарқанд вилоятида ҳудудий туристик кластерни шакллантириш концепцияси. . – Самарканд, «Zarafshon», 2016. - 76 бет. Д.Х.Асланова, М.Т.Алимова, З.И.Саттарова, Б.Ш.Сафаров. Туристический кластер: методология формирования и функционирования. – Самарканд, «Zarafshon»? 2015. - 92 с., Асланова Д.Х., Саттарова З.И. Кластерный механизм развития Миранкульского района. //Туризмни ривожлантиришда халқаро илғор тажриба ва уни Ўзбекистон шароитида қўллаш муаммолари,мавзусида ИАК материаллари. –Самарқанд, 2011, 161-163 бетлар.

[28]Алимова М.Т. Туристик кластер ҳудудий рақобатбардошликни оширишнинг самарали ташкилий-иқтисодий механизми сифатида.//”Мамлакатни модернизациялаш шароитида иқтисодиётни ривожлантиришнинг долзарб муаммолари” мавзусидаги Республика ИАК материаллари. (2012 йил 17 февраль).– Самарқанд: СамИСИ, 2012, 178-182 бетлар., Алимова М.Т. Ҳудуд рақобатбардошлигини оширишда кластерли ёндошув. // “Сервис” журнали, 2-сон, 2013 йил, 49-54 бетлар. Д.Х.Асланова, М.Т.Алимова, З.И.Саттарова Региональный туристический кластер: сущносить и проблемы его эффективного фукционирования. – Самарканд, «Zarafshon», 2017. - 232 с., Д.Х.Асланова, М.Т.Алимова, З.И.Саттарова. Самарқанд вилоятида ҳудудий туристик кластерни шакллантириш концепцияси. . – Самарканд, «Zarafshon», 2016. - 76 бет.

[29]Қурбанова Д.М. Вопросы формирования туристического кластера в Узбекистане.//Хизматлар бозори: муаммо, ечимлар ва истиқболлар. Халқаро ИАА материаллари. 2012 йил, 29-30 июнь. –Самарқанд, 2012, 111-113 бетлар.

[30]Мирзаев С.Кластер усули – туризмни ривожлантириш омили. – “Сервис” журнали, 2013, 3-сон, 76-80 бетлар.

[31] Ғаппаров А.Қ., Пардаев Б.Р. Жиззах вилоятида экологик туризмни ривожлантириш кластерини тузиш зарурияти. // “Сервис” журнали, 2-сон, 2013 йил, 94-98 бетлар.

[32] Д.Х.Асланова, М.Т.Алимова, З.И.Саттарова, Б.Ш.Сафаров. Туристический кластер: методология формирования и функционирования. – Самарканд, «Zarafshon»? 2015. - 92 с., Асланова Д.Х., Саттарова З.И. Кластерный механизм развития Миранкульского района. //Туризмни ривожлантиришда халқаро илғор тажриба ва уни Ўзбекистон шароитида қўллаш муаммолари,мавзусида ИАК материаллари. –Самарқанд, 2011, 161-163 бетлар.

мумкин. Мазкур тадқиқотчилар асарларида кластернинг бозор муносабатлари шароитида объектив зарурлиги ва уларнинг амалиётда қўлланилиши қараб чиқилган. Шунингдек, кластернинг бошқаришдаги ўрни, таркибий тузилиши хусусида эътиборга молик тавсиялар ҳам келтирилган. Бироқ, ушбу адабиётларда кластер тушунчасининг мазмуни ва унинг таърифи билан боғлиқ масалалар назарий жиҳатдан тўлиқ очиб берилмаган. Буларни инобатга олиб, кластер тушунчасининг луғавий мазмунини ва таърифини назарий жиҳатдан қараб чиқиш лозим, деган хулосага келдик.

Охирги пайтларда кластер атамаси иқтисодиётга оид айрим луғатларда келтирилмоқда. Жумладан, Ўзбекистонда нашр қилинган “Маркетинг терминлари изоҳли луғати: асосий тушунчалар ва истилоҳлар” номли луғатда[34] “Кластерли таҳлил” атамасига изоҳ берилган. Унда эътироф этилишича, “**Кластерли таҳлил** (инг. Claster analysis) – ўзаро умумий жиҳатлар максимал миқдорига ва истеъмолчиларнинг бошқа гуруҳларига нисбатан минимал ўхшашликларга эга бўлган истеъмолчилар гуруҳларини аниқлаш методи”. Бунда кластер атамасига эмас, ундан фойдаланган ҳолдаги кластер таҳлилига изоҳ берилган.

Олимлардан М.А.Раҳматов, Б.З.Зарипов[35]лар агро кластер масаласини ёритган бўлса, Д.Х.Асланова ва З.И.Саттаровалар кластернинг амалиётда қўлланилишини тавсия қилган ва “Миранқул агроэкотуристик кластер”ни ишлаб чиққан[36]. Ушбу кластер Самарқанд вилоятининг сўлим тоғ бағрида жойлашганлиги туфайли туризмнинг мазкур шакли учун жуда қулайдир.Тадқиқотчилардан М.Т.Алимованинг таъкидлашича, “Кластер” сўзи инглиз тилидан олинган бўлиб, “бирга ўсмоқ” маъносини англатади[37]. Бизнинг фикримизча, бирга ўсмоқ тушунчаси бирорта муаммони ҳал қилишда биргалашиб ҳаракат қилмоқ маъносини билдиради. Демак, бирорта муаммони ҳал қилишда кластер ёндашувидан фойдаладиган бўлсак, албатта ушбу жараённинг ёки бирорта фаолиятнинг самарадорлигини ошириш учун шунга дахлдор бўлган кучларни бирлаштириш ҳақида гап бормоғи лозим. Ушбу назарий қарашлар унинг таърифини ишлаб чиқиш учун асос бўлиши мумкин.

Буларни инобатга олиб, кластер тушунчасига қуйидагича таъриф беришни мақсадга мувофиқ, деб топдик. **Кластер деганда, бирорта мақсадга эришиш ёки бирорта жараённи яхлит ҳолда самарали амалга ошириш учун, ўзаро боғлиқ бир қанча ўзаро боғлиқ бўлган хўжалик юритувчи субъектларнинг алоҳида бир соҳа доирасида бирлашиши тушунилади.**

---

[33]Тураев Б.Х., Ким Е.А. Применение кластерного подхода для развития малого бизнеса в сфере туризма. //Хизмат кўрсатиш соҳасининг ривожланиш муаммолари. ИАК материаллари (2013 йил 25-30 апрель). – Самарқанд, 2013, 81-83 бетлар.

[34] “Маркетинг терминлари изоҳли луғати: асосий тушунчалар ва истилоҳлар”/ Масъул муҳаррир: Баҳодир Эргашев: - Т.: “Шарқ” нашриёти, 2012, 205 б.

[35] М.А.Раҳматов, Б.З.Зарипов “Кластер — интеграция, инновация ва иқтисодий ўсиш”. – Т.: “Zamin nashr”? 2018. – 168 бет.

[36]Асланова Д.Х., Саттарова З.И. Кластерный механизм развития Миранкульского района. //Туризмни ривожлантиришда халқаро илғор тажриба ва уни Ўзбекистон шароитида қўллаш муаммолари,мавзусида ИАК материаллари. – Самарқанд, 2011, 161-163 бетлар.

[37]Алимова М.Т. Ҳудуд рақобатбардошлигини оширишда кластерли ёндошув. // “Сервис” журнали, 2-сон, 2013 йил, 49-54 бетлар.

Буни назарий жиҳатдан исботлаш учун қуйидагиларни таъкидлашни мақсадга мувофиқ, деб топдик. Биринчидан, кластер деганда, мазкур таърифда бирорта мақсадга эришиш ёки бирорта жараённи самарали амалга ошириш масаласи қўйилган. Чунки кучларни бирлаштириб, бирорта ишга сафарбар қилинса, албатта у тарқоқ ва якка ҳолда бажарилганлигига нисбатан самарали бўлади. Масалан,100 кг. Юкни 30 метр жойга олиб бориш керак бўлса, албатта бир киши қанча уринмасин, жуда қийинчилик билан амалга оширади. Агар 2 киши бўлса, масала анча енгиллашади. Агар 3 кишининг кучи билаштирилса, умуман муаммо бўлмайди.

Иккинчидан, иқтисодиётда бирорта масалани амалга ошириш учун ўзаро боғлиқ бир қанча хўжалик юритувчи субъектларнинг сафарбар қилиниши ҳам таърифда ўз ифодасини топган. Масалан, маҳсулотларни “даладан – достурхонгача” етказиш учун маҳсулотларни етиштирквчи корхона – фермер хўжалиги иштирок этади. Уни сақлаш учун омборга ташийдиган транспорт корхонаси хизматларидан фойдаланилади. Сақлаш учун совутгич хизматидан фойдаланилади. Уни истъмолчиларга етказиб бериш учун яна трансполрт ва савдо хизматларидан фойдаланилади. Буларнинг бирлашишини таъминлайдиган усул айнан кластер бўлиб ҳисобланади.

Учинчидан, бу сафарбарлик алоҳида бир соҳа доирасида бирлашишни тақозо қилиши ҳам қайд этилган. Шу йўл билан барча кучлар бир мақсадга йўналтирилишига эришилади. Мазкур таърифдан хизмат кўрсатиш соҳасининг таркибий қисми бўлган сақлаш ва сотиш хизматларини ривожлантиришда ҳам фойдаланиш мумкин. Бундай замонавий усуллардан фойдаланиш ҳозирги пайтда объектив заруратга айланмоқда. Юқорида синергетик самара усулини ва у билан боғлиқ тушунча ҳамда жараёнларнинг хизмат кўрсатиш соҳасида қўлланилиш имкониятларини қараб чиққан эдик. Энди шунга ўхшаш ва ўзаро боғлиқ бўлган усуллардан бири кластер усулини ҳам қараб чиқишни мақсадга мувофиқ, деб топдик.

М.Т.Алимова - СамИСИ “Менежмент” кафедраси профессори, и.ф.д.
Д.З.Норкулова - СамИСИ “Туризм” кафедраси мудири, PhD.

ТУРИСТИК КЛАСТЕРЛАРНИНГ ШАКЛЛАНИШ ВА АМАЛ ҚИЛИШ ХУСУСИЯТЛАРИ

Аннотация: *Мақолада кластерларга хос умумий хусусиятлардан ташқари, туристик кластерларни шаклланиши ва амал қилишининг ўзига хос хусусиятлари тадқиқ этилган.*

Калит сўзлар: *туристик кластер, синергия, мажмуа, тизим, концентрация, ҳамкорлик.*

Annotation: *In addition to the general characteristics inherent in clusters, the article examines the specific features of the formation and application of tourist clusters.*

Keywords: *tourist cluster, synergy, complex, system, concentration, cooperation.*

Туристик кластернинг характерли хусусияти туризм, туристик маҳсулот ҳамда кластернинг умумий хусусиятларидан келиб чиқади.

Туризмни ривожлантиришда кластерли ёндашувдан фойдаланишнинг зарурияти бир томондан туризм ва туристик маҳсулотнинг ноёб характерлари, иккинчи томондан кластерли лойиҳаларни реализация қилишдан кейинги устунликларда намоён бўлади.

Қуйидаги характерли хусусиятлар туристик кластерни шакллантиришда ижобий таъсир қилади.

Туристик фаолият саёҳат давомида талаб қилинадиган кенг кўламдаги товарлар ва хизматларни ишлаб чиқарувчи турли сегментлар билан бириккан жараёндир. Туристик маҳсулот биргина ишлаб чиқариш корхонаси билан ҳамкорликда ишлаб чиқарилмайди. Бу турли-туман секторлар ҳамда ҳудуддаги кўп сонли фаолият юритувчи субьектларнинг ҳамкорлигини бирлаштирувчи ягона фаолият тури саналади[38]. Унинг асосий хусусияти шундан иборатки, туристик маҳсулот туристик кластер доирасида шакллантирилиб, ўз ичига туристик ресурслар ва диққатга сазовор жойлар, инфратузилма, жиҳозлар, хизматларни етказиб берувчилар ва бошқа кўмаклашувчи секторлар, туристлар ташриф буюрган ҳудуддаги тузилмаларни қамраб олади[39].

Туристик маҳсулотни яратишда иштирок этадиган ресурслардан фойдаланиш ҳуқуқи туристик ҳудудда жойлашган ва бошқа кўп сонли иштирокчилар орасида тақсимланади. Қизиқишлардаги фарқлар ўзаро алоқадорликдаги туристик фаолият самарадорлигининг ошишига тўсқинлик қилади. Чунки, мавжуд турли компанияларнинг мақсади бир-биридан фарқланади[40]. Бу хусусият кластерли ташаббуснинг таркибига кирувчи қисмларидан бири саналадиган мақсадли йўналтирилган ва актив фаолиятнинг долзаблиги негизида самарали ўзаро алоқаларни шакллантиришни назарда тутади.

Туризмда махсус шакллантирилган туристик маҳсулотни талаб қилувчи истеъмолчилар эҳтиёжини қондиришда ўрта ва кичик компаниялар муҳим ўрин эгаллайди. Ўрта ва кичик компаниялар глобал туристик тармоқ асосида шакллантирилиб, ҳудуднинг ривожланишига катта таъсир кўрсатади[41]. Замонавий туризмнинг хусусияти кластерли ташаббус доирасида йўналтирилган фаолиятнинг зарурий 2 та жиҳатини аниқлайди. Бир томондан бу туристик кластер таркибидаги иштирокчиларнинг кўплиги саналади. Бу ҳолатда бир нарса аёнки, кластер таркибидаги иштирокчилар сонининг ошиши

[38]Friedrichs Y, Gummesson E. Hotel networks and social capital in destination marketing [Electronic resource] // International Journal of Service Industry Management. – 2006. – Vol. 17, N 1. – P. 58–75.

[39]*Bordas E.* Improving public-private sectors cooperation in tourism: A new paradigm for destinations [Electronic resource] // Tourism Review. – 2001. – Vol 56, N 3/4. – P. 38–41.

[40]*Friedrichs Y, Gummesson E.* Hotel networks and social capital in destination marketing [Electronic resource] // International Journal of Service Industry Management. – 2006. – Vol. 17, N 1. – P. 58–75.

[41]*Novelli M., Schmitz B., Spencer T.* Networks, clusters and innovation in tourism: A UK experience [Electronic resource] / M. Novelli, B. Schmitz, T. Spencer // Tourism Management. – 2006. – Vol. 27, N 6. – P. 1141–1152.

билан улар ўртасидаги координация шунча мураккаблашади. Бошқа томондан махсус шакллантирилган, комплекс хизматларни жамловчи туристик маҳсулотдаги талаб мавжуд занжирлар доирасидаги доимий алоқаларнинг заруриятини келтириб чиқаради.

Туристик маҳсулот истеъмолчилари феъл-атворининг ўзгариши, дунё туризм бозорида рақобат курашининг ўсиши ҳамда туристлар ташриф буюрадиган жойлар учун йўналтирилган маҳсулотларнинг сегментлашган, ихтисослашган турларини шакллантиришни юзага келтирди[42]. Бу бевосита пухта стратегия асосида барқарор рақобат муҳитини яратиш ҳамда сақлаб қолиш учун турли компанияларнинг мураккаб комбинациялашув жараёни ҳисобланади. Бу эса ўз навбатида координациялашган ҳолда зўр бериб ишлашни талаб қилади.

Туристик маҳсулот макон жиҳатдан қайд қилинган бўлиб, турист маҳсулот ишлаб чиқарилган ҳудудда бўлишини талаб этади. Ишлаб чиқарувчи ҳамда истеъмолчи учун туристик маҳсулотнинг қиймати туристнинг маҳсулот ишлаб чиқарилган жойга етиб келиши биланоқ ортади. Туристларсиз ҳудудда ишлаб чиқарувчи фаолиятсиз қолади[43]. Шуни нарса аёнки, салоҳиятли туристларни жалб қилиш самарадорлиги якка ҳаракатга нисбатан ўзаро ҳамкорликдаги фаолиятда юқори бўлади.

Туристик товар хизматлардан иборат бўлиб, маҳсулот реализациясининг фаол иштирокчиси бўлган туристларни жалб қилиб, маҳсулотнинг истеъмоли айнан ўша жараённинг ўзида содир бўлади. Бундай вазиятда асосий моҳият биргаликдаги “ижод”нинг натижаси, яъни истеъмолчи ҳамда воситачи ўртасидаги интерактив, экспериментал алоқаларга таянади. Туристик маҳсулот туристлар томонидан шакллантирилиб, уларнинг хоҳишларига кўра фирмалар томонидан тақдим этиладиган товар ва хизматлар тўпламидан иборат бўлади. Туризм соҳасида ишловчи кўпчилик компаниялар ўсишининг салоҳияти, ушбу компаниянинг ташқи кучи ва таъсири билан баҳоланади[44]. Бу хусусият туризмда кластерли ташаббуснинг реализациясида кластер таркибидаги барча иштирокчилар фаолиятининг координациясини зарурий шарт қилиб қўяди.

Кластерларнинг ўзига хос хусусиятлари, шунингдек, туризм ва туристик маҳсулотларнинг характерли хусусиятлари билан бир қаторда биз туристик кластернинг қуйидаги хусусиятларини аниқладик:

1. Туризм индустрияси корхоналарининг ихчам жойлашуви ва ҳудудий концентрацияси. Туристик фаолиятнинг жойлаштириш учун қулай шарт-шароитга эга чекланган ҳудудлар туфайли ҳудудни туристик ресурсларнинг алоҳида тури деб ҳисоблаш керак. Шунга қарамасдан, ресурсларнинг ҳажми ва хилма-хиллиги каби параметрлар ҳудуднинг ҳажмига бевосита боғлиқлигини таъкидлаш лозим.

---

[42]*Novelli M., Schmitz B., Spencer T.* Networks, clusters and innovation in tourism: A UK experience [Electronic resource] / M. Novelli, B. Schmitz, T. Spencer // Tourism Management. – 2006. – Vol. 27, N 6. – P. 1141–1152.

[43]*Friedrichs Y, Gummesson E.* Hotel networks and social capital in destination marketing [Electronic resource] // International Journal of Service Industry Management. – 2006. – Vol. 17, N 1. – P. 58–75.

[44] Machiavelli A. Tourist Destinations as Integrated Systems [Electronic resource] // Tourism Review – 2001. – Vol. 56, N 3/4. – P. 6–11.

Туристик фаолиятни жойлаштириш омиллари асосан табиий ва маданий-тарихий манбалардир. Туристик фаолият учун рекреацион ресурсларнинг ҳудудий тузилиши муҳим аҳамиятга эга бўлиб, бу уларнинг ҳудудий хавфсизлиги, уларнинг хилма-хиллиги, уларнинг ҳудудий концентрацияси, ҳудудий комбинациялар мавжудлиги, рекреацион ресурсларнинг мавжудлиги билан боғлиқ миқдорий ва сифат жиҳатдан фарқлаш даражасига боғлиқдир. Рекреация ресурсларининг бирлашуви сайёҳлик маҳсулотини диверсификациялашга олиб келадиган ҳудуддаги турли ихтисосликлар бўйича туристик корхоналарини жамлаш учун зарур шарт-шароитларни яратади. Бироқ, туристик фаолиятни ривожлантиришни режалаштираётганда, табиий ресурсларни ва ишлаб чиқариш кучларини тақсимлаш нисбати сифатида туризм ихтисослашуви билан ҳудуддан фойдаланиш хусусиятини ҳисобга олиш керак. Туристик корхоналарнинг ҳаддан ташқари ҳудудий концентрацияси кўпинча салбий. Табиий муҳитнинг табиийлиги йўқолади ва натижада асосий рақобат афзаллиги йўқолади.

2. Мураккаб ва тизимлараро ҳамкорлик асосида бирлашиш. Туризм индустриясида ушбу фаолиятни ривожлантиришда кластерли ёндашувга тегишли бўлган бир қатор хусусиятлар мавжуд. Асосий хусусиятлардан бири туризм индустрияси иқтисодиётнинг бошқа тармоқлари билан чамбарчас боғлиқдир. Савдо ва қишлоқ хўжалиги, қурилиш ва бошқа соҳалар мураккаб туристик талабни қондиришга жалб қилинган.

3.*Ҳудудий туристик кластернинг синергияси* (ишлаб чиқаришнинг мураккаблиги ва концентрацияси туфайли синергетик самарага эришиш). Туристик маҳсулотларни ишлаб чиқаришга туризм индустриясининг корхоналари жалб қилинган: тураржой, овқатланиш, сайёҳлик агентликлари, транспорт корхоналари, кўнгилочар корхоналар ва бошқалар. Компаниялардан бирининг ўз вазифаларини бажаришига йўл қўймаслик бутун тизимнинг ишида акс этади. М.Портер таъкидлашича, «Кластер бутунлай таркибий қисмларининг оддий суммасидан каттароқ бўлган бир-бирига боғлиқ бўлган фирмалар ва ташкилотлар тизими сифатида аниқланиши мумкин»

Агартуристик кластер ташкилэтилса, инновацион туризм маҳсулотлари ва технологиялари бошқа ҳудудларда кластердан ташқарида кўпайтириш қийин. Инновацияларнинг турли турлари, ўзаро бир-бири билан ўзаро боғланиши ва ўзаро алоқаси бутун тизимнинг ва унинг таркибий қисмларининг ривожланишини рағбатлантиради.

4. Туристик кластер мураккаб очиқ тизимдир. Ҳудудий туристик кластер ташқи алоқаларнинг мавжудлиги – кластернинг бошқа ҳудудий тизимлар билан ўзаро таъсири, ташқи муҳит, шунингдек ички алоқалар – унинг элементларининг бир-бири билан ўзаро таъсири билан ажралиб турадиган мураккаб очиқ тизимдир.

Ҳудудий туристик кластер юқори даражадаги тизимнинг таркибий тизими. Ҳудудий туристик кластернинг алоқалари ахборот, маҳсулот, технологиялар ва янгиликларнинг оқимида ифодаланиши мумкин. Бундан ташқари, корхоналарнинг кичик ҳудудда яқин жойлашуви туризм жараёнида

иштирок этувчи шахслар ўртасида расмий ва норасмий алоқаларнинг турлича бўлишига олиб келади. Бозор иқтисодиётидаги унинг таркибий қисмлари билан муайян ҳудудий тизим ички алоқаларининг намойишларидан бири бир вақтда рақобат ва шериклик муносабатларини шакллантириш ҳисобланади. Бундан ташқари, шу иштирокчилар ўртасидаги рақобат нафақат ишлаб чиқарилган маҳсулот бозорида, балки ресурслар бозорида ҳам рўй беради.

5. *Ҳудудий туристик кластер ўз-ўзини ташкил этувчи, қисман бошқариладиган ҳудудий тизимдир.* Кластер концепцияси давлат-хусусий сектор ҳамкорлиги асосида бозор шароитида туризм фаолиятининг ўзини-ўзи ташкил этувчи хусусиятини инобатга олган ҳолда, ҳудуддаги туризмнинг ривожланишини кўриб чиқишга имкон беради.

Жаҳон амалиётида давлатда бир неча кластер сиёсати вариантлари (“дирижёрли” – кластерли ташаббусларни давлат томонидан фаол тартибга солиш, либерал – кластернинг шаклланиши ва фаолиятида эркин аралашув сиёсати ҳамда юқоридаги иккала моделнинг асосий тамойилларини бирлаштирувчи) мавжуд. Минтақа ҳудудида ўз-ўзини ташкил қилувчи туристик кластерлар (ўз-ўзидан, ўз-ўзини ташкил қилиш, “қуйидан-юқорига” сиёсати), шунингдек, сиёсий жиҳатдан яратиладиган (сиёсатга асосланган, “юқоридан-пастга” сиёсати) туристик кластерлар бўлиши мумкин.

Биз туристик кластерни шакллантиришда давлатнинг асосий функцияси қулай шароитлар, зарур инвестиция муҳити ва ҳудуддаги туристик корхоналарни ташкил этиш ва фаолият юритиш учун институционал омилларни яратишда намоён бўлиши керак, деб ҳисоблаймиз.

6. Ҳудудий туристик кластер ўз иерархик тузилишига эга. Туризм индустриясининг хўжалик юритувчи субъектлари, тегишли саноат тармоқлари, илмий муассасаларнинг кичик ҳудудда концентрациялашуви локал (ички ҳудудий, маҳаллий) туристик кластерларнинг шаклланишига олиб келади. Тегишли фаолият турлари билан локал туристик кластерлар тармоғи янги туристик маҳсулотлар, маршрутлар, туристик дастурлар яратишга шароит яратади. Ушбу ихтисослашган алоҳида туристик ҳудудларнинг ягона туристик маконга интеграциялашуви минтақавий туристик кластерни шаклланишига олиб келади.

7. Туристик кластер – динамик ҳудудий тизим. Туристик кластернинг асосий таркибида кичик ва ўрта корхоналар туради. Ўзгарувчан бозор шароитида хизмат кўрсатувчи субъектлар ўзининг рақобатбардошлигини ҳаракатларни бирлаштириш орқали сақлашлари осонроқ. Ҳудудий туристик кластерни ташкил этиш ҳудудга кучли таъсир ўтказувчи куч бўлиб ҳисобланади ҳамда муҳитнинг трансформатори вазифасини бажаради. Бу ёки объектив жарён (туристик фаолиятнинг ўз-ўзини ташкил этиш хусусияти) ёки субъектив жараён (ташкил этилаётган ҳудудни ривожлантириш стратегияси) натижасида амалга ошади.

8. Туристик кластернинг горизонтал политизимлилиги. Ҳудудий туристик кластер горизонтал тузилмавий алоқаларга эга тизим ҳисобланиб, ички элементларнинг вертикал ўзаро қарам иерархиясини инкор этади.

Amriddinova R.S. – SamISI “Turizm” kafedrasi dotsenti, i.f.n.
Abidinova L.X. – SamISI magistranti

TURIZMDA KLASTERNING IJTIMOIY – IQTISODIY SHAKLLANISHI

Annotatsiya: *Ushbu maqolada turizmda klasterlar tizimini yaratish, uning tashkiliy va institutsional asoslari o'zganilgan. Bundan tashqari , hudud raqobatbardoshligini va turizm xizmatlar bozorini rivojlantirishda klaster usullaridan foydalanish tajribasi bo'yicha amaliy fikrlar olimlar talqini orqali asoslangan. Turistik klasterlarning tashkil etishning imkoniyatlari belgilab o'tilgan.*

Kalit so’zlar: *klasterlar, erkin turistik zonalar, yangi turistik yo'nalishlar, ichki turizm, sayohat, dam olish, turistik zonalar.*

Аннотация: *В данной статье рассматривается создание кластерной системы в туризме, ее организационная и институциональная основа. Кроме того, практическое понимание опыта использования кластерных методов в развитии региональной конкурентоспособности и рынка туристических услуг основано на интерпретации ученых. Определены возможности для создания туристических кластеров.*

Ключевые слова: *кластеры, свободные туристические зоны, новые направления туризма, внутренний туризм, путешествия, отдых, туристические зоны.*

Annotation: *This article discusses the creation of a cluster system in tourism, its organizational and institutional framework. In addition, practical insights into the experience of using cluster methods in the development of regional competitiveness and the market of tourism services are based on the interpretation of scientists. Opportunities for the establishment of tourist clusters have been identified*

Key words: *clusters, free tourist zones, new directions of tourism, domestic tourism, travel, recreation, tourist zones.*

Kirish

Klaster atamasi inglizcha so’z bo’lib asalari uyasi, yig’ilgan,to’plangan,jamlangan degan ma’nolarni bildiradi.hozirgi davrda klaster atamasini ko’p eshitamiz va juda jarangli so’zlardan biri deb bilamiz bunda biz mehnat unumdorligini oshirishda yuqori texnologiyali tarmoqlar, tabiiy resurslar, ijtimoiy, iqtisodiy, ma’daniy meroslardan to’laligicha foydalana olishimizga, bundan tashqari biznes, davlat, fan va ta’limning inovatsion rivojlanishining samarali vositalardan foydalanishda klaster yondashuv muhim rol o’ynaydi.

2019-yil 16-aprelda qabul qilingan Senat tomonidan 2019-yil 21-iyunda ma’qullangan Turizm to‘g‘risidagi O‘zbekiston Respublikasining Qonunida Turistik klaster quyidagicha belgilab o’tilgan:

Kompleks turistik xizmatlar hamda turistning va ekskursantning ehtiyojlarini qanoatlantirish uchun zarur bo‘lgan boshqa qo‘shimcha xizmatlar ko‘rsatuvchi mustaqil tashkilotlar hamda yakka tartibdagi tadbirkorlar majmui turistik klasterdir.

Turistik klasterlar kompleks turistik xizmatlar ko‘rsatish, turistik faoliyatning raqobatbardoshliligi va sifatini oshirish maqsadida turistik mahsulotni shakllantiradi, targ‘ib etadi va realizatsiya qiladi.

Bozor munosabatlari murakkab tus olib borayotgan bugungi kunda O‘zbekiston iqtisodiyotidagi tub o‘zgarishlar va ularning zamirida yotgan islohotlar mamlakatimizning shiddatli rivojlanishini ta’minlayotgan motiv bo‘lib xizmat qilmoqda. Tadqiqot va tahlillarga tayanib aytish mumkinki, rivojlanayotgan davlatlar ichida O‘zbekiston turizm sohasida tez rivojlanayotgan 5 ta mamlakatning bittasi hisoblanadi. Bu sohaning rivojlanishi iqtisodiyotimizning boshqa sohalarida ham istiqbolga erishishimizni ta’minlaydi. Rivojlangan mamlakatlar Yalpi ichki mahsuloti(YaIM)ning eng katta qismini xizmat ko‘rsatish sohasi tashkil etib kelayotgani ularning iqtisodiy raqobatbardoshligini barqaror oshiribgina qolmay, sanoatning boshqa sohalarida yuqori salohiyatga ega bo‘lmagan hududlaridan oqilona va unumli foydalanish imkoniyatini bermoqda. Xizmat ko‘rsatish sohasining ajralmas sektori hisoblangan turizm sanoatida dunyo band aholisining deyarli 10 foizi faoliyat yuritmoqda va 2019-yilda 9 trillion dollarlik turizm xizmati eksport qilingan. Muhtaram Prezidentimiz ta’kidlaganlaridek, yurtimizda 8 ming 200 dan ziyod madaniy meros obyekti mavjud bo‘lib, turizm marshrutlariga ularning atigi 500 tasi kiritilgan [1]. Mamlakatimiz, garchi, tarixan Buyuk Ipak yo‘li savdo tarmog‘i yo‘nalishida joylashgan mamlakatlardan hisoblanib, juda katta madaniy me’roslarga ega ekanligi ma’lum bo‘lsa ham, Markaziy Osiyoning boshqa mamlakatlariga nisbatan mavjud imkoniyatdan eng kam ko‘lamda foydalanayotganligi namoyon bo‘lmoqda.

Asosiy qism. Jahon turizm va sayohatlar bo‘yicha kengashi tomonidan berilgan bahoga ko‘ra, turizm sanoati mahsulotlari dunyoda ishlab chiqarilgan umumiy tovar va xizmatlaring o‘rtacha 10.4 %ini tashkil qiladi va jahon aholisining 10 %i shu sektorda faoliyat olib boradi. O‘zbekistonda esa 380 mingdan ortiq aholi turizm sohasida ishlaydi. YaIMning 3.4 % turizm xizmatlari hissasiga to‘g‘ri keladi [4]. Jahon turizm sanoatida muvaffaqiyatga erishayotgan namunali mamlakatlar tajribasiga tayanadigan bo‘lsak, Fransiya har yili 89 million sayyohni jalb etib, eng ko‘p tashrif buyuriladigan mamlakat sifatida tan olingan va 2020-yilga kelib, ularning miqdorini 100 millionga yetishi rejalashtirilgan. Bu ko‘rsatkich mamlakat aholisi sonidan 1.3 baravar ko‘p. Bunday kuchli tizimni tartibga soluvchi maxsus tashkilotlar esa klasterlar hisoblanadi. Bugungi kunda fransuz klasterlarining miqdori 100 ga yaqin va ular 8500 kompaniyalarni, shuningdek 1150 ga yaqin milliy tadqiqot va tayyorlov muassasalarini qamrab oladi. Mamlakat aholisining 7 %i turizm sohasida band. Fransiyada turizm sohasidagi munosabatlar klasterlar yordamida amalga oshiriladi va bu yondashuv O‘zbekiston kabi turizm salohiyatini rivojlantirish imkoniyati yuqori bo‘lgan ko‘p mamlakatlarga mos keladi. Ma’lumki, O‘zbekistonda jami mehmonxonalar soni 750 tani tashkil etadi, turizm faoliyatini amalga oshiradigan firma va tashkilotlarning soni esa 433 tadan iborat. Bozor qonuniyatiga asosan, sayyohlar oqimi eng yuqori nuqtaga yetadigan mavsumda vujudga keluvchi talab miqdoriga munosib miqdordagi taklifni mavjud infratuzilmalar shakllantira olmaydi va turizm bozorda xizmatlarga bo‘lgan tanqislik vujudga keladi. Natijada,

yuqori sifatli xizmatlar taklifini kutgan iste’molchilar(turistlar) mintaqa haqida salbiy xulosaga keladilar. Bunday turdagi muammolarni bartaraf etish uchun turizm klasterlarning tashkil qilinishi ayni muddao bo‘ladi. Klasterlar ma’lum hududlarni va keyinchalik mamlakat iqtisodiyotini rivojlantiruvchi muhim omil hisoblanganligi uchun keyingi yillarda ularning ahamiyati oshib bormoqda. Klasterlashtirish har bir bosqichi chuqur mulohazaga asoslangan tayyorgarlikni talab etuvchi murakkab jarayondir. Shu sababdan, raqobatbardoshlik darajasi oshirilishi kutilgan hududlar mukammal strategik rejaga tayanishi kerak. Birinchidan, xususiy sektor, hukumat va ta’lim muassasalarida klasterlarning faoliyati haqida tanishtiruv yig‘ilishlari o‘tkazilishi kerak. Bu jarayonga universitet vakillarining ishtiroki ta’minlanishi juda muhim, chunki kelgusida universitet va turizm sanoati o‘rtasidagi o‘zaro bog‘liqlikni ta’minlash va kelgusida sodir bo‘ladigan o‘zgarishlarning imkoniyat ta’sirini tahlil qilishda ilmiy tadqiqotlarni o‘tkazish ta’lim vakillarisiz amalga oshmaydi. Ochilish yig‘ilishidan so‘ng, barcha vakillarni jamlab, o‘xshash muammolarni hal etish, fikr almashish va yechimlar haqida mulohaza qilish uchun imkoniyat berilishi kerak. Biroq bundan maqsad ularning hamkorlikdagi faoliyati bir birlarining biznesida muvaffaqiyatga erishishda muhim ekanligini anglatishdir.

Kerakli ma’lumotlar yig‘ilgach, klaster tizimidagi korxonalarning ehtimolli qiymat zanjirini shakllantirishga kirishiladi. Ushbu tahlilning asosiy qismi Porterning 5 kuch tahlili va ijtimoiy tarmoq tahlili usullari hisoblanadi. Ularning biri korxonalarning raqobatbardoshlik darajasini ifodalasa, ikkinchisi hamkor tashkilotlar va iste’molchilar bilan korxonalarning munosabatlarini namoyon etadi. Bu modellar korxonalarning kamchiliklari va ustunlik jihatlarini izohlab beradi va aynan shu yerda klasterlarning uyg‘unlashtirish funksiyasiga ko‘ra, ularda bir-birlarining kamchiliklarini to‘ldirish imkoniyatlari vujudga keladi. Oxirgi bosqichda klaster ma’muriyati tomonidan tarkibdagi korxonalarning talab va ehtiyojiga ko‘ra tayyorlov va sertifikatlashtirish dasturlari ishlab chiqiladi. Bu dasturlar tashqi savdo faoliyati, maqsadli bozor tahlili, klaster korxonalari mehnat jamoasining malakasini oshirish bo‘yicha treninglarni o‘z ichiga olishi mumkin. Turizm klasterlari turli usullarda va dunyo mamlakatlari bo‘ylab keng miqyosda tashkil qilinayotganligi uchun, ularning tarkibiga kiruvchi xo‘jalik subyektlarining miqdori cheklanmagan. A’zolar soni ikki va undan ortiq tashkilotlardan tashkil topgan bo‘lishi ham mumkin. Ular kirish badallarini to‘lagach klaster a’zolari hisoblanadilar. Klaster tashkilotlarini moliyalashtirish odatda turli manbalar hisobiga bo‘ladi. Ular orasidan budjetdan ajratiladigan mablag‘ muhim hisoblansa-da, a’zolik badallari ularning faoliyatidagi davomiylikni ta’minlaydi. Tadqiqotlar olib borish, texnologiya xarajatlari va innovatsion loyihalar tegishli klaster a’zolari tomonidan qoplanadi. Tashkilotlar faoliyatini klasterlashtirishda asosan tarmoqqa aloqador xo‘jalik subyektlarini jalb etishi nazarda tutilsa-da, hukumat tashkilotlarining nazorat va rag‘batlantirish funksiyalari orqali ishtirok etishi ham amaliyotda ko‘p marta kuzatilgan. Avvalo, klaster tashkilotlarining me’yoriy-huquqiy bazasi shakllantirilishi kerak. Keyin esa mahalliy hokimiyat klasterning a’zo korxonalari faoliyatini birlashtiradi va ularning faoliyatini muvofiqlashtiradi. Strategik rejalar va vazifalar ham mahalliy boshqaruv organi tomonidan ishlab chiqiladi. Bu jarayon hududiy infratuzilmani rivojlantiradi

va mahalliy hukumat faoliyatni moliyalashtirish masalasini o‘z zimmasiga oladi. Klasterlarning umumiy xarakteridan tushunish mumkinki, ular mintaqaning innovatsion va informatsion rivojlanishida muhim ahamiyatga ega va bu jarayonlar bir birini taqazo etadi. Ular dastlabki bosqichda ichki rivojlanishga erishishni ko‘zlaydi, bozor sharoitlariga moslashgach esa keyingi bosqichga, ya’ni xalqaro strategiyalarni shakllantirishga e’tibor qaratadi (bunda ichki va tashqi investitsiyalar jalb etiladi) [4]. Masalan, 2012-yilda Fransiyada Montagne nomi bilan tashkil etilgan klaster ESCA (Yevropa klaster tahlillari sekretariati) tomonidan tashkil etilgan loyihada(raqobatbardoshlik va innovatsion ilg‘orlik bo‘yicha) eng yaxshi natijani ko‘rsatdi. Garchi bu klaster Fransiya tog‘lari orasida joylashgan bo‘lsa-da 172 ta kompaniya, 10 ta ta’lim muassasasiva ilmiy tadqiqot markazlari, shuningdek 25 ta eng yaxshi xizmat ko‘rsatuvchi tashkilotlar bilan hamkorlik qiladi. Klasterning xalqaro miqyosdagi hamkorlari safiga Chili, Xitoy, Eron va AQSH kiradi.

Klaster yondashuvining yangiligi shundaki bu barcha hududiy ijtimoiy,iqtisodiy rivojlanishiga inovatsion yondashuv katta ahamiyat kasb etadi chunki bu ish bilan bandlikni oshirishda,byudjet daromadlarni ko’paytirishda boshqa turli xil yondoshuvlarda namoyon bo’ladi.turistik klasterlar har qanday mamlakatda turizmning rivojlanishini tahlil qilishdan oldin unga ta’sir qilinadigan omillarni sanab o’tamiz:

- Siyosiy
- Iqtisodiy
- Ijtimoiy-demografik
- Ma’daniy

Siyosiy omillar: mamlakatda turistik biznesni rivojlantirishning muhim omillardan biri bu siyosiy muhitdir mamlakatda turizm ni rivojlantirish uchun boshqa davlatlar bilan xalqaeo aloqalar o’rnatilganligi

Asosiy qism

Iqtisodiyotda:iqtisodiy rivojlangan mamlakatlarda aholi daromadlarning o’sishi sayohatga pul sarflashiga zamin yaratadi dunyodan kelayotgan sayyohlar daromadlarini tahlil qilishda yuqori daromadli shaxslar ham kelayotganligi aniqlangan bu esa juda qulayn turar joy va xizmat ko’rsatish sharoitlariga talab yaratmoqda.

Ijtimoiy-demografik omillar :turizmning rivojlanishiga aholining,shaharlarning o’sishi ta’sir etilmoqda turizm bilan bog’liq boshqa o’zgarishlar qatorida ayollarning jamoat ishi sohasida keng jalb qilinishini ta’kidlash kerak moddiy mustaqillikka erishish istagi tufayli sayohat qilayotgasn ayollar soni biznes maqsadlari tez o’sib bormoqda.

Ma’daniy omillar:bunda ma’daniy ma’rifiy va estetik ehtiyojlarni qondirishn kiradi bu esa odamlarning bilimga bo’lgan intilishlariga,boshqa mamlakatlar xalqlarning hayoti an’analari,ma’daniyati,tarixini o’rganishiga yordam beradi.

O’zbekiston respublikasi oliy majlisining yuqori palatasi senati 2019 yil 21-iyundagi turizm to’g’risidagi qonunni qabul qilindi qonun bilan turizmni rivojlantirish davlat qo’mitasi turizm sohasidagi vakolatli davlat organi etib belgilandi:qonunda turizm sohasidadi davlat siyosatining asosiy yo’nalishi lari

turizmning shakllari va turlari,turistik industriyasi va undagi xizmatlar turlari turistik zonalar va turistik klasdterlar,turizm sohasidagi faoliyatni amalga oshirish shartlari turistik mahsulotni shakllantirish,targ'ib etish va realizatsiya qilishning huquq va majburiyatlarini nazarda tutilmoqda bunga misol turizm klasteri bo'yicha samarqnddagi ''konigil'' majmuasini olib qarasak u yerda kelgan turistlar faqat qog'oz ishlab chiqarish jarayonini emas balki u yerdagi kashtachilik, kulolchilik,gilamdo'zlik,hunarmandchilik va milliy taomlarni pishirish jarayonlarini yig'gan holatda klaster barpo etilib taqdim etish va bu esa vatan ravnaqi uni gullab yashnashi,ishchilarning bandligini ta'minlashligi,iqtisodiyotga ham foyda olib kelishidan dalolat bermoqda.

Turizm hududlarida klaster yondashuvini rivojlantirish sari ko'zlangan bir necha jamlanma mavjuddir bularga:ish uchun mutaxasislarni jalb qilish va tuzish bundan maqsad xalqaro hamkorliklarni,iqtisodiy aloqalarni rivojlantirish,ilmiy tadqiqotlar bo'yicha kollektiv tashkil qilish,turistik imkoniyatlarga ega hududlarga ishlov berish,turistik va boshqa korxonalar bilan shartnoma usuli orqali turizmni rivojlantirish,malakali mutaxasislarni turizm amaliyotida jalb qilish kabi maqsadlarni qo'yishimiz darkor deb hisoblayman.

Xulosa

Hozirda turizm ijtimoiy muommolarni hal qiladigan,yangi texnologiyalarni kiritadigan eng kuchli omillardan biri hisoblanadi afsuski uzoq vaqt turizm ning roli unchalik ahamaiyat kasb etmasdi,faqat 10 yillik mobaynida rivojlanishni boshladi,bu esa maqsadli,samarali boshqarish uchun aniq ishlab chiqilgan strategiyadan tashqari uning oldingin davrlarda qanday ishlaganini bilishimiz lozim.yaqin o'tmishda turizm degan so'z odatda bizning mamlakatimizda tashrif buyurgan chet el fuqrosi tushiniladi yoki chet davlatga chiqish imkoniyatiga ega bo'lgan baxtli insonlar tushuniladi.

Bugungi kunda esa turizm faqat chet el odamlari uchun emas balki o'zimiz uchun ham kerak ekanligini angladik bunga: tabiiy, iqlimiy, tarixiy, ma'daniy, ma'rifiy, ijtimoiy, maishiy turizm obyektlari bolgan hududlarda dam olish kerakligini bildik.

Klasterlar funksional nuqtai nazardan bir nechta korxonalarning o‘z maqsadlariga erishish uchun birlashish munosabatlarini izohlaydi, lekin birlashuvchi korxonalar tarmoqda kuchli raqobat olib borayotgan tashkilotlar ham bo‘lishi mumkin, ya’ni ular geografik koperatsiya (klaster) tuzib, raqobat kurashida yuqori samaraga erishishni ko‘zlaydi. Klaster tashkilotlari faqat bir sohada faoliyat yuritayotgan raqobatchilarnigina emas, balki maqsadni amalga oshirishda hamkorlik qilish mumkin bo‘lgan turli tarmoq korxonalarini ham jalb etishi mumkin. Chunki, ularni tashkil etishdan maqsad bozor iqtisodiyoti sharoitida eng samarali va maqbul qarorlarni qabul qilib, raqobat kurashida g‘olib bo‘lish, bu esa o‘z navbatida, zamonaviy klaster tashkilotlarida kuzatilayotgan arzon ishchi kuchi, mahsulot tannarxidagi pasayishlar, yuqori sifatli va arzon xomashyo, ishonchli va tezkor ma’lumotlar manbayi, know how va innovatsion jarayonlarga ega bo‘lish imkoniyatini ayni shu sohalarning eng yaxshi kompaniyalarini klasterlarda birlashtirish yo‘li bilan taqdim etadi. Kuzatuvlarimiz natijasida ko‘rishimiz

mumkinki, O‘zbekistonda mavjud klaster tashkilotlari faoliyatida ta’lim muassasalari bilan hamkorlikni yo‘lga qo‘yish masalasida sustkashlikka yo‘l qo‘yilmoqda, ya’ni ta’lim muassasalari va klaster jamiyatlari o‘zaro hamkorlikda ishlamayapti. Prezidentimiz SH.M. Mirziyoyev qayd etib o‘tganlaridek, turizm sohasida kadrlar masalasiga e’tibor qaratilar ekan, 20 ta oliy ta'lim muassasasida hamda Turizmni rivojlantirish davlat qo‘mitasiga biriktirilgan 3 ta texnikum va 9 ta kollejda ishchi kasblar tayyorlash tizimini joriy etish bo‘yicha hali ko‘p muammolar o‘z yechimini topmagan[1]. Turism sohasining aglomeratsion (ko‘p soha bilan aloqadorlik) xarakterini hisobga olib, klasterlarga birlashtirish destinatsiyalarni geografik rivojlantirishni ta’minlovchi eng muhim bosqich deyish mumkin. Turizm tovarlari boshqa sanoat tovarlaridan farqli ravishda ko‘p turlarni qamrab oladi. Masalan, sayyohning bir haftalik sayohati 30-50 xil turdagi xizmatlarni xarid qilishiga yetarli bo‘lishi mumkin (gid xizmati, sug‘urta xizmatlari, mehmonxona, restoran, taksi xizmatlari, suvenir do‘koni, valyuta ayirboshlash, mahalliy hokimiyat va boshqa xizmatlar). Shu tariqa qiymat zanjiri shakllantiriladi. Turizm sanoatida klasterlar raqobatning quyidagi 3 jihati uchun foydali bo‘ladi: - ma’lum hududda kompaniyalar samaradorligini oshirish; - innovatsion jihatdan rivojlanish; - mavjud klasterga kirish yoki yangisini tashkil qilishga intiluvchi kompaniyalarning paydo bo‘lishi[3]. Muvaffaqiyatli turizm klasteri asosan uning a’zolari va tarkibiy qismlari o‘rtasidagi sog‘lom va kuchli ichki aloqalarga bog‘liq bo‘ladi. Shunga ko‘ra, qo‘llab-quvvatlovchi tashkilotlar, ya’ni hukumat va xususiy sektor vakillarining o‘zaro manfaatlari ham hisobga olinishi talab etiladi. Uning mohiyati shundaki, har qanday kichik muammo ham ular o‘rtasida muhokama qilinadi va orttirilgan keng qamrovli tajribadan xulosa qilinadi. Shuningdek, a’zolar o‘rtasidagi doimiy taqqoslashlar ular o‘rtasida erkin ma’lumot almashinishi va kamchiliklar bartaraf etilishini taqazo etadi. Bu ma’lumotlardan foydalanib, xulosa qilishimiz mumkinki, klasterlashtirish jarayoni mamlakat iqtisodiyotining barcha sanoat yo‘nalishlari uchun eng optimal rivojlanish dastagi ekanligini 1-dunyo mamlakatlari isbotlab bermoqda. Ayniqsa turizm atraksionga ega mintaqalarni rivojlantirishda klasterlar faoliyatini tatbiq etishning o‘rni beqiyosdir. Tarmoq kompaniyalarining faoliyatini kengaytirish va hatto makro darajaga yetkazishda ham klasterlar muhim ahamiyatga ega ekanligi va globallashuv talablariga javob beruvchi demokratik jamiyat yaratish uchun dasturul amal ekanligini ko‘rishimiz mumkin. Bugungi kunda mamlakatlar iqtisodiyoti rivojlanishida xizmat ko‘rsatish sohasining hissasi oshib bormoqda, bu esa turizm va boshqa xizmat ko‘rsatish sohalarini rivojlantirishga undaydi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro’yxati

1. O’zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning Oliy Majlisga Murojaatnomasi 2020-yil 26- yanvar.

2. Andrea Zenker (Fraunhofer ISI), Laura Delponte (CSIL), Noelia Dosil Mayán (SPI).“Cluster programmes in

3. Europe and beyond.” Luxembourg, Publications Office of the European Union, 2019.

4. Iordache, C., Ciochină, I., & Asandei, M. (2010). "Clusters-Tourism Activity Increase Competitiveness Support", Theoretical & Applied Economics, 17(5) 99-112.

5. World Travel and Tourism Council "UZBEKISTAN: 2019 ANNUAL RESEARCH: KEY HIGHLIGHTS"

6. http://www.cluster-analysis.org/http://www.cluster-montagne.com

7. Sobirov, B. (2018). The concept of the tourist economic zone. Case of Uzbekistan. World Scientific News, 98, 34-45.

8. Abdurakhmanov, K., Zokirova, N., Shakarov, Z., & Sobirov, B. (2018). Directions of innovative development of Uzbekistan. National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald, (3).

9. Baxtishodovich, B. S., Suyunovich, T. I., & Kholiqulov, A. (2017). The start-up of tourism in Central Asia Case of Uzbekistan. World Scientific News, 2(67), 219-237.

10. Gulmira, T., Sobirov, B., Suyunovich, T. I., & Hasanovna, A. D. IMPLEMENTATION OF UP-TO–DATE INNOVATIVE APPROACHES IN A COMPETITIVE MERIT OF TOURISM INDUSTRY IN CENTRAL ASIA. THE CASE OF UZBEKISTAN. Journal of Management Value & Ethics, 4.

11. Sobirov, B. (2019). The institutional basis of the systematization and assessment of tourism zones: The case of Uzbekistan. Academia Open, 1(1), 10-21070.

12. Rahima, K., & Sobirov, B. (2015). AUGMENTATION OF SERVICE SPHERE AND DIVERSIFICATION OF CATERING INDUSTRY. Journal of Management Value & Ethics.

13. Yashinovich, R. Z., & Sobirov, B. (2017). Special features of the strategic development identification over commercial banks. World Scientific News, 66, 123-133.

14. Sobirov, B., Ramos, S. R., Obidjon, K., Djahongir, Z., & Bakhodir, K. (2016). Rates of Tourism Competitiveness under the Categorical Apparatus of Tourism Industry through Theoretical Bases of Formation, Analyses of Uzbekistan. J Tourism Hospit, 5(256), 2167-0269.

15. Cerdeña, L. S., Villaverde, S. R., & Sobirov, B. (2014). Potencial y retos del Big Data en turismo. In Turitec 2014: X Congreso Nacional Turismo y Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (pp. 21-34). Universidad de Málaga (UMA).

М.Т.Алимова - СамИСИ “Менежмент” кафедраси профессори, и.ф.д.
З.И.Усманова - СамИСИ “Маркетинг” кафедраси доценти, PhD.

ТУРИСТИК КЛАСТЕРЛАРНИ ШАКЛЛАНТИРИШ ВА РИВОЖЛАНТИРИШ ТАМОЙИЛЛАРИ

Аннотация: *Мақолада кластер тушунчасининг мазмуни ва моҳиятини очиб бериш орқали, туристик кластерларни шакллантириш ва ривожлантириш тамойиллари ишлаб чиқилган.*

Калит сўзлар: *туристик кластер, рақобат, ҳамкорлик, тизим, тамойиллар, давлат ва хусусий бизнеснинг ҳамкорлиги, стратегик альянс.*

Annotation: *The article discusses the principles for the formation and development of tourist clusters by revealing the content and essence of the cluster concept.*

Keywords: *tourist cluster, competition, cooperation, system, principles, public and private business partnership, strategic alliance.*

Жаҳон тажрибасига назар соладиган бўлсак, маълум ҳудудда туризм тармоғининг ижобий тенденцияларига, авваламбор, давлат, бизнес ва илм-фаннинг ўзаро ҳамкорликдаги ҳаракатлари эвазига эришилмоқда.

Бугунги кунда мамлакатимиз туристик ташкилотлари халқаро туризм бозорида улкан тажриба ва катта салоҳиятга эга бўлган қудратли рақобатчилар билан бирга ўз фаолиятларини олиб боришмоқда. Шу сабабли, туризм тармоғини ривожлантиришга қаратилган стратегия, авваламбор, мамлакатда туристик ҳудудлар рақобатбардошлигини ошириш ва ривожлантиришга йўналтирилиши лозим.

Ўзбекистонда туристик ҳудуднинг рақобатбардошлигини оширишга қаратилган янгича назарий ёндашувларни ишлаб чиқишга бўлган эҳтиёж дунё тажрибасини ўрганиб чиқишни талаб этмоқда. Бу борада тўпланган назарий ва амалий тажрибаларни таҳлил қиладиган бўлсак, инновацион ёндашувларга асосланган ҳудудий кластерлар ҳудуд рақобатбардошлигини оширишнинг энг самарали шаклларидан бири ҳисобланади.

«Кластер» тушунчаси инглиз тилидан келиб чиққан бўлиб, «попук», «бир шингил», «тўп», «тўплам» каби маъноларини англатади. «Кластер» термини кўпдан буён бир қатор, жумладан, математика, астрономия, химия, ядровий физика фанларида фойдаланилиб келинмоқда. Иқтисодий фанларда мазкур тушунча асосан охирги ўттиз йил давомида, Гарвард университети профессори Майкл Портернинг «Давлатларнинг рақобатбардош устунликлари» (1990 й.) асарининг нашр этилишидан сўнг ишлатила бошланди. Хуллас, «кластер» тушунчасини биринчи бўлиб иқтисодий фанларга Майкл Портер киритган.

Портер ўз тадқиқотлари натижасида, халқаро миқёсда битта тармоқ доирасидаги ўзаро рақобатбардош ташкилотларнинг географик жойлашуви жиҳатидан тизимсиз равишда турли хил давлатларда сочилиб кетмасдан, балки айнан битта давлат, ҳаттоки битта ҳудуд доирасида концентрациялашув

хусусиятига эга эканлигини аниқлаган. Ушбу ҳолатнинг юзага келиши тасодифий эмас. Халқаро бозорда бир ёки бир гуруҳ ташкилотлар рақобатбардошликка эришгач, ҳудуд доирасида ўзларига географик жиҳатдан яқин жойлашган хом-ашё етказиб берувчи ташкилотлар, рақобатчи ташкилотлар ва бир қатор бошқа ҳамкор ташкилотларнинг иқтисодий фаолияти ва ҳолатига таъсир эта бошлайдилар. Шу билан биргаликда, уларнинг ютуқлари мазкур ташкилотлар рақобатбардошлигининг ошишига ижобий таъсир этади. Бунинг оқибатида «кластер», яъни бир-бири билан узвий боғланган ҳамда рақобатбардошлигини ўсишига ўзаро кўмаклашувчи ташкилотлар уюшмаси вужудга келади.

Портер эътироф этишича, «кластер – бу бир-бири билан рақобатлашувчи, лекин шу билан бирга бутун кластернинг рақобатбардошлигини таъминлаш мақсадида ўзаро ҳамкорликда фаолият юритувчи, географик жиҳатдан концентрациялашган ташкилотларнинг ўзаро боғланган гуруҳлари, улар фаолиятига ихтисослашган хизмат кўрсатиш ташкилотлари, жиҳозлар етказиб берувчи ташкилотлар, уларга ҳамроҳ тармоқ ташкилотлари, шунингдек, уларнинг фаолияти билан боғлиқ турли соҳа ташкилотлари (илмий-тадқиқот институтлари, ОЎЮлари, стандартлаштириш бўйича агентликлар, савдо уюшмалари ва ҳ.к.) ва бошқа бир қатор ташкилотлар гуруҳидир»[45].

Россиялик олим Н.А.Корчагинанинг фикрига кўра: «Кластерлар рақобатни рағбатлантируви очиқ тизимлардир. Уларнинг мақсади, белгиланган нархларни ушлаб туриш (фиксация) ёки рақобатни чеклаш эмас. Зарурий ахборотнинг ўзаро алмашинуви, ҳамкорликда илмий тадқиқотлар ёки экспортга қаратилган ҳаракатлар рақобатни чекламайди, аксинча ташкилотлар рақобатбардошлигининг ошишига олиб келади. Горизонтал ва вертикал алоқалар орқали бир-бири билан узвий боғланган ташкилотларнинг талаб ва истакларини ўзаро мувофиқлаштириш ҳамда ахборотлар ҳаракатини таъминловчи шароитлар кластерни самарали фаолият кўрсатишининг асосий механизмлари бўлиб хизмат қилади»[46].

Агар дунё амалиётига назар соладиган бўлсак, сўнгги икки ўн йиллик давомида кластерларнинг шаклланиши жараёни жадал амалга ошган. Экспертларнинг фикрича, дунё миқёсида етакчи давлатлар иқтисодиётининг 50 фоизини кластерлар қамраб олган. Мисол учун, бугунги кунда АҚШ иқтисодиётида фаолият юритаётган ташкилотларнинг ярмидан ортиғи кластерлар томонидан қамраб олинган бўлиб, мамлакат ЯИМининг деярли 60 фоизи уларнинг ҳиссасига тўғри келади. Европа Иттифоқи давлатларида эса 2000га яқин кластерлар мавжуд бўлиб, уларда дунё миқёсида меҳнатга лаёқатли аҳолининг 38 фоизи фаолият юритмоқда[47]. Масалан, Финляндияда енгил саноат, ахборот технологиялари, ўрмон хўжалигини қамраб олган 9та кластер, Германияда формацевтика, косметика, автомобилсозлик, биотехнологиялар,

[45] Портер М. Конкуренция. Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2005, 610 с., С. 256.
[46] Корчагина Н. А. Кластерная политика – технология повышения эффективности управления компаниями: моногр. – Астрахань: Изд. дом «Астраханский университет», 2009., С. 68.
[47] Ленчук Е.Б., Власкин Г.А. Кластерный подход в стратегии инновационного развития зарубежных стран. Журнал. Проблемы прогнозирования. – 2010г. – № 5. – С. 38-51.

электроника соҳаларини қамраб олган 32та кластер, Буюк Британияда биотехнологиялар, биоресурслар ва бошқа бир қатор соҳаларни қамраб олган 168та кластер, Данияда тиббиёт, формацевтика соҳаларини қамраб олган 34та, Италияда агросаноат, озиқ-овқат саноатини қамраб олган 206 кластерлар, Францияда 96та, Голландияда 20та кластерлар мамлакат иқтисодиётида фаолият юритмоқда[48]. Жаҳон ҳамжамиятига тобора кучлироқ киришиб бораётган мамлакатимизда ҳам кластерларни ташкил этиш долзарблашиб бормоқда. Хусусан, юқори туристик салоҳият жамланган ҳудудларда туристик кластерни шакллантириш ва ривожлантириш мамлакат иқтисодиёти учун муҳим аҳамият касб этади.

Демак, ҳудуд иқтисодиётининг ривожланишида кластерли ёндашув унинг хусусий сектори, йирик ташкилотлари, давлатнинг маъмурий тузилмалари ва таълим ташкилотлари ўртасида узвий боғлиқлик ва алоқадорликни таъминловчи асосий ташкилий-иқтисодий механизм бўлиб хизмат қилиши мумкин. Бунда ҳукуматнинг асосий вазифаси, ҳудудлар ижтимоий-иқтисодий имкониятларидан келиб чиққан ҳолда, керакли кластерларни аниқлаш, уларни шакллантириш ва ривожлантириш бўйича стратегик режани ишлаб чиқиш, кластерли ёндашув асосида ривожланишнинг институционал асосларини шакллантириш ҳисобланади.

Берилган таърифларга асосланиб, туристик кластерларни шаклланиши ва амал қилишининг қуйидаги тамойилларини алоҳида ажратиб кўрсатиш мумкин:

1) хўжалик юритиш бирликларининг ҳудудий концентрацияси;
2) «қўшилган қиймат яратиш занжири»да қатнашиш асосида кластер аъзоларининг чуқур технологик кооперацияси;
3) кооперация ва рақобатнинг уйғунлиги;
4) инновацион жараёнларнинг хослиги;
5) давлат ва хусусий бизнеснинг ҳамкорлиги.

Ушбу тамойилларнинг амал қилишини қуйидагича изоҳлашимиз мумкин:

Биринчидан, туристик кластер шаклланишининг асосий шарти хўжалик юритиш субъектларининг географик жиҳатдан яқинлиги ҳисобланиб, бу ўз навбатида, транспорт ва коммуникация харажатларининг камайиши, тезкор иқтисодий таъсир орқали тежаш ва ижтимоий капитал билан ўзаро айрибошлаш имкониятларининг вужудга келишини таъминлайди. Туристик кластерларнинг географик кўлами локал, ҳудудий ва ҳудудлараро даражаларгача чўзилган бўлади.

Иккинчидан, туристик кластер мураккаб ички тузилмага эга. Унинг доирасида туристик маҳсулотларни ишлаб чиқувчи ва реализация қилувчи туристик ташкилотлар (туроператорлар ва турагентлар), уларнинг контрагентлари, ҳамкор ташкилотлар, шунингдек, таълим муассасалари, илмий-тадқиқот ташкилотлари фаолият юритади. Туристик кластер аъзолари «қўшимча қийматнинг яратилиши занжирлари»да ва «қийматнинг тўпланиши»

[48] Ўша ерда

тизимида қатнашиш асосида ўзаро мураккаб технологик кооперацияга киришади.

Рақобатда устунликка эришиш учун фирма қўшимча қиймат яратишда ўзига хос ҳалқани, ҳамда етказиб берувчилар ва истеъмолчилар билан уларни боғловчи ташқи ҳалқани оптималлаштириши лозим. Динамик ривожланувчи кластер ўзида қўшимча қиймат яратувчи кўпгина турли хил ҳалқаларни қамраб олади.

Учинчидан, кластернинг моҳияти, унга аъзо ташкилотлар ўртасида ўзаро ҳамкорлик ва рақобат алоқалари хослиги билан намоён бўлади. Бир хил ёки ўхшаш маҳсулотлар ишлаб чиқарувчи ҳамда қўшимча қиймат яратиш занжирининг битта бўғинида қатнашувчи ташкилотлар тўғридан-тўғри рақобатчилар ҳисобланиб, аммо туристик кластер доирасида улар бир вақтнинг ўзида турли йўналишдаги стратегик альянсларга бирлашадилар. Шундай шаклдаги рақобатчи-қўшничилик ишлаб чиқариш унумдорлигини оширишга йўналтирилган барча технологик ва маҳсулотга доир янгиликларни тадбиқ этишнинг асосий ҳаракатлантирувчи кучи сифатида хизмат қилади.

Тўртинчидан, туристик кластерларга юқори даражадаги ички рақобат муҳити хосдир. Ушбу муҳит чекланган географик ҳудудда катта миқдордаги туристик ташкилотлар, уларга ҳамроҳ тармоқлар ташкилотларининг ҳамда иқтисодий ресурслар ҳамда туризм бозорининг самарали фаолият юритишини таъминловчи катта ҳажмдаги зарурий ахборотларнинг тўпланиши натижасида яратилаётган туристик маҳсулот турларининг кўпайиши ва сифатининг ошишига эришилади. Бунда кластер доирасида ўзига хос инновацион муҳит шаклланади, бу ҳолат муҳитда фаолият юритаётган ташкилотларнинг халқаро миқёсда рақобатбардошлигини таъминлаш учун хизмат қилади. Масалан, АҚШда мамлакатнинг виночилик билан шуғилланувчи қисми Напа водийсида (Колифорния штати) вино туризми кластери яратилгандан сўнг туризм индустрияси тезлик билан ривожланиб, тез орада виночиликка кириб борди ва минтақанинг иқтисодий фаолиятида асосий ўринни эгаллади.

Бешинчидан, туристик кластерлар давлат ва хусусий бизнеснинг ҳамкорлиги негизида шаклланади ва ривожланади. Давлат туристик кластерни шакллантириш ва ривожлантириш жараёнида муҳим аҳамиятга эга бўлган мувофиқлаштирувчи, тартибга солувчи ва рағбатлантирувчи вазифаларни бажаради. Айниқса, кластер шаклланишининг бошланғич босқичларида унинг ўрни алоҳида аҳамиятга эга. Шунингдек, давлат ўзига ажратилган вазифани хусусий бизнес билан ҳамкорлиги орқали амалга оширади.

Масалан, Напа водийсида туристик кластерни ташкил этиш ҳамда минтақа брендини яратишда икки, ҳам виночилик фаолияти, ҳам туризм фаолияти бир вақтнинг ўзиза фаолият юритишида АҚШ давлат ва хусусий сектор мустаҳкам ҳамкорлик амалга оширилди. Бу кучли маркетинг усули эди. Мексикада Канкун туристик кластерини яратишда давлат лойиҳа ишлаб чиқарувчиси, бошқарувчиси ва инвестори сифатида иштирок этди.

Бундай муносабатларда ЖАР тажрибаси шуни кўрсатадики, ҳукумат ва маҳаллий ўзини-ўзи бошқариш органлари туризм соҳасида кластер сиёсатини учта асосий йўналишда олиб боради:

– туристик кластерларни халқаро консалтинг фирмаларини жалб қилиш ёрдамида институционал ривожлантириш ва махсус бошқарув гуруҳини ташкил этиш, кластерни ривожлантиришнинг стратегик йўналишини ва ҳаракатлар режасини аниқлаш, кластер иштирокчилари ўртасида информацион ўзаро ҳаракатларни семинарлар, учрашувлар усулида ташкил этиш;

– турмаҳсулоти модернизациялашда, бозорда ҳаракатланишида ҳамда инветтициялари жалб қилиш каби фаолиятларга кўмаклашиш;

– профессионал таълим ва хавфсизликни таъминлаш ёрдамида туристик кластерни ташкил этиш.

Шундай қилиб, бизнинг фикримизча, туристик кластер – бу ҳудуднинг рекреацион салоҳиятидан самарали фойдаланиш асосида ҳудудий туризм тизимининг рақобатбардошлигини таъминлаш мақсадида туристик маҳсулотни шакллантириш ва реализация қилишнинг технологик жараёнида бевосита ёки билвосита қатнашувчи ва давлат бошқарув органлари, таълим муассасалари, илмий тадқиқот институтлари билан ўзаро узвий алоқада бўлган, географик жиҳатдан яқин жойлашган ташкилотлар ҳамда уларнинг ўзаро ҳамкорликдаги ижтимоий-иқтисодий муносабатлари мажмуидан иборат очиқ иқтисодий тизимдир.

Навруз-зода Зебинисо Бахтиёровна - Бухоро давлат университети “Иқтисодёт" кафедраси катта ўқитувчиси

“ЕТТИ ПИР ЗИЁРАТ КЛАСТЕРИ”НИНГ ТАШКИЛИЙ ТУЗИЛИШИ

Аннотация: *Мақолада Бухоро вилоятида жойлашга “Хожагон-Нақшбандия” таълимоти олтин ҳалқаси пири комиллари табаррук қадамжоларига дунё мусулмонларини зиёратини ташкил қилиш мақсадида янги - “Етти Пир зиёрати” туристик йўналиши бўйлаб саёҳатга ихтисослашган зиёрат кластерининг ташкилий тузилиши тавсия этилади.*

Калит сўзлари*: зиёрат туризми, “Етти Пир”, зиёрат кластери, кластер пойдевори, кластер ядроси, кластер бошқаруви.*

Аннотация*: В статье с целью осуществления поломничества мусульман всего мира по святыням, представителей золотого кольца учения “Ходжагон-Накшбандия”,расположенных на территории Бухарского вилоята, рекомендуется организационная структура нового кластера - “Семь Пиров”.*

Ключевые слова*:паломнический туризм, Семь Пиров, паломнический кластер, фундамент кластера, ядро кластера, управление кластером.*

Resume*: The article recommends a organizational structure of a new pilgrimage cluster – “Seven Pir” – in order to organize a visit of Muslims around the*

worlds to the holy shrines of the golden ring of the "Khojagon-Naqshbandi" doctrine for placement in the Bukhara region.

***Keywords**: pilgrimage tourism, «Seven Pirs", pilgrimage cluster, cluster foundation, cluster core, cluster management.*

Ўзбекистон Президенти Ш.Мирзиёев 2019 йилнинг 16 февраль куни Бухоро вилоятига ташриф буюрганида инсоният тамаддуни бешикларидан бўлган ушбу заминда не-не буюк алломалар, диний ва дунёвий илм эгалари яшаб, ижод қилганини таъкидлар экан, улар мангу қўним топган масканларни янада обод этиб, бу жойларда зиёратчилар учун зарур шароитлар яратиш борасида мутасаддиларга тегишли кўрсатмалар бердилар. Юртбошимиз "Етти пир" — Абдухолиқ Ғиждувоний, Муҳаммад Ориф Ревгарий, Маҳмуд Анжир Фағнавий, Хожа Али Ромитаний, Муҳаммад Бобойи Самосий, Саййид Амир Кулол ва Баҳоуддин Нақшбанд меъморий мажмуалари нафақат юртдошларимиз, балки бутун дунё мусулмонлари учун табаррук масканлар ҳисобланишини қайд этар экан, уларнинг замон талаблари даражасида реконструкция қилиниши Ўзбекистонга янги сайёҳлик йўналишини очишда муҳим аҳамият касб этишини таъкидлади[1]. Президент Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга ва Ўзбекистон халқига Мурожаатномасида "Туризмни ривожлантириш бўйича 2021 йилда ҳам изчил ислоҳотларни давом эттирамиз. Айниқса, зиёрат туризми ва ички туризмни ривожлантиришга алоҳида эътибор берилади"[2], деган вазифани қўйдилар.

Жаҳонда тасаввуфий ғояларнинг машҳур "Хожагон-Нақшбандия" таълимоти олтин ҳалқаси пири комиллари табаррук қадамжолари айнан Бухоро вилоятининг туман ва шаҳарларида жойлашганини эътиборга олсак, дунё мусулмонлари, қолаверса тасаввуф илми билан қизиқувчи барча инсонларга таклиф қилиш мақсадида Бухоро вилоятида янги - **"Етти Пир зиёрати"** туристик йўналиши бўйлаб саёҳатга ихтисослашган зиёрат кластерини ташкил этиш тавсия этилади.

Қайд қилиш жоизки, кластерларни шаклантирувчи муҳим аломат сифатида кластерга бирлаштириш ниятидаги хизмат кўрсатувчи субъектларнинг "географик яқинлиги" хизмат қилади. Иқтисодий ҳамкорлик ва тараққиёт ташкилоти (OECD) тавсиясига кўра кластерга киритиладиган корхоналар бир-биридан 200 км.дан узоқ радиусда жойлашмаган бўлиши кераклиги таъкидланган [3]. Биз тавсия этадиган **"Етти Пир зиёрат кластери"** Бухоро вилоятининг 5 та туманида умумий узунлиги қарйиб 120 километр масофада тарқоқ жойлашган еттита пири комиллар зиёратгоҳларини ягона сайёҳлик маршрутига бирлаштириш имконини яратади

"Етти Пир зиёрат кластери" таркибига бешта қуйидаги асосий элементларни киритилиш тавсия этилади:

1.Кластер пойдевори.

2.Кластер ядроси.

3.Зиёрат туристик хизматлар кўрсатувчи ҳамкорлар.

4.Зиёрат туризми инфра- ва инфотузилмаси.

5.Кластер бошқаруви.

Кластер пойдевори сифатида Бухоро вилоятининг 5 та туманларида тарқоқ жойлашган етти пири комилларнинг қадамжолари асосида “ақлли зиёрат ҳудуди” ва “суфийлик зиёрат туристик маҳсулоти”ни шакллантириш натижасида ташкил этилган ягона “Етти Пир зиёрат ҳудуди (дестинацияси)” хизмат қилади. Ушбу зиёрат ҳудудини ободонлаштириш, унда миллий услубдаги ва ҳалол стандартлари асосида меҳмонхоналар қуриш, ичи ва ён-атрофини кўкаламзорлаштириш, ҳалол умумий овқатланиш масканларини яратиш, мусулмонлар учун зарур ёрдамчи хоналарни ташкил этиш, сувенир ва бошқа буюмларни сотиш учун савдо зонаси қуриш талаб этилади. Бунда Етти пир силсиласига кирувчи зиёратгоҳлардаги меъморий мажмуаларни томоша қилиш, пирларнинг ҳаёти ва ижоди, уларнинг асарлари билан бевосита танишишга кенг имкон берадиган инфокиоскларнинг очилиши, ҳар бир муқаддас жойда зиёратчилар қўл телефонларига юклаб олиб танишиш учун ўрнатилган QR кодлари, Wi-Fi зоналарини ташкил этиш, пирлар тўғрисида интернет орқали электрон маълумотларни тарқатиш, навигация дастурлари ва Бухоро вилояти тўғрисидаги батафсил ахборотни оммабоп электрон карталар (Google ва ҳоказо) ҳамда порталларда (tripadvisor ва ҳоказо) жойлаштириш имкониятларидан фойдаланиш эвазига аънанавий зиёрат ҳудуди “ақлли зиёрат ҳудуди”га айлантириш мумкин бўлади.

Шунингдек, кластер пойдеворига суфийлик зиёрат туристик маҳсулоти сифатида “Етти Пир зиёрати” маршрути бўйлаб саёҳат дастурига кирадиган барча товар ва хизматлар мажмуаси ҳам тааллуқли бўлади. Исломда “суфийлик” сўзи жунли кийим кийишни англатади [4].

Кластер ядроси зиёрат туризмга ихтисослашган туроператор ва турагентлар, меҳмонхоналар, ҳалол овқатланиш масканлари, зиёратчилар учун ҳордиқ чиқарадиган ва зикр қиладиган жойлар, совға дўконлар, маиший хизмат уйи, Етти пир зиёратгоҳлари йўналиши транспорт корхонаси ва бошқа кичик корхоналардан таркиб топади.

Ушбу зиёрат кластери таркибига давлат-хусусий шериклик асосида шакллантирилган “Ҳалол ва хавфсиз зиёрат туризми инспекцияси” ни ташкил этиш тавсия этилади. Инспекциянинг асосий вазифаси зиёрат туризми жараёнида “Ҳалол стандарти” талабларига риоя қилинишини назорат қилиш ва аниқланган камчиликларни бартараф этиш чораларини кўришдан ҳамда зиёратчиларнинг саёҳат даврида хафсизлигини таъминлашдан иборат.

Зиёрат туристик хизматлар кўрсатувчи ҳамкорлар. “Етти Пир” зиёрат туризми кластери таркибий қисми сифатида “Ҳалол меҳмоннавозлиги кооперативи”ни ташкил этиш тавсия этилади. Унинг вазифаси зиёратчиларни ҳалол тунаш воситаларида жойлаштиришдан иборат. Зиёратгоҳлар атрофидаги ҳовлиларда меҳмон уйларини ташкил этиб, уй эгаси кооператив аъзоси мақомига эга бўлади. Давлат ҳалол туризм талабларига жавоб берадиган оилавий меҳмон уйларини қуриш ва таъмирлашга 50,0 млн.сўмдан субсидия ҳамда уларни ташкил қилиш учун кредит маблағларини ажратиш тавсия этилади. Шунингдек, бу кооперктив “Ҳалол меҳмонхоналар”ни қуриш билан

ҳам шуғулланади. Бундай меҳмонхоналар “Тоза номерлар (Pure Roomes) ислом меҳмоннавозлик талабларига жавоб берадиган яшаш жойларни ташкил этади. “Ҳалол меҳмоннавозлиги кооперативи” ҳалол овқатланиш, халол меҳмон уйларда жойлаштириш, ҳалол ҳордиқ чиқариш хизмат турларини кўрсатиш билан ҳам шуғулланади.

Кластернинг яна бирта бизнес ҳамкори сифатида Агро-истеъмол кооперативини ташкил этиш тавсия этилади. Бу кооперативнинг асосий вазифаси зиёратгоҳлар ён-атрофидаги бўш экин ерларда экологик тоза қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини етиштириш ва аҳолидан уларни сотиб олиб, кластер ҳудудида фаолият кўрсатадиган ҳалол овқатланиш масканларига етказиб беришдан иборат бўлади.

Зиёрат туризми инфра- ва инфотузилмаси. Кластер тузилмасида ўрта-махсус ва олий таълим муассасалари билан биргаликда зиёрат туризми бўйича кадрларни тайёрлаш, мусулмонлар учун молиявий хизматларни кўрсатувчи банклар, тиббий хизмат кўрсатиш, зиёратчиларнинг хавсизлигини таъминлаш ва ҳалол туристик хизматларнинг мониторингини амалга оширадиган ҳалол синов лабараторяси каби иинфратурзилма ташкилотларининг бирлашиши кўзда тутилган.

“Етти Пир” зиёрат туризми кластерининг бошқарув органида муҳим инфотузилма сифатида "E-ziyorattourism" электрон платформаси яратилиши кўзда тутилган. Бу платформада зиёратчиларни жойлаштиришнинг ҳалол воситалари, улар учун ҳалол овқатланиш масканлари, зиёрат туризм объектлари тўғрисида маълумотлар, тарихий манбалар, ибодат қилиш ва ҳордиқ чиқариш жойлари, хизмат кўрсатиш турлари, жумладан транспорт хизмати каби маълумотларнинг электрон базаси жойлаштирилади.

Шунингдек, "e-ziyorattourism" электрон платформаси орқали Амирқулова Меҳрожжон гуруҳи томонидан яратилган “7-Пир мобил илова” [5] дан ҳамкорлик шартномаси асосида фойдаланиш, якка тартибда ва кичик гуруҳларда мазкур зиёрат маршрути бўйича зиёратни амалга оширувчилар учун муҳим “мобиль йўл харитаси” сифатида хизмат кўрсатади.

Кластер бошқарув органлари кластер директори ва унинг иккита - зиёрат туризмни ташкил этиш бўйича ва диний ишлар бўйича директор ўринбосарлари ҳамда кластерга кирадиган тузилмалари раҳбариятидан таркиб топган мувофиқлаштирувчи кенгаши ва “Хожагон-Нақшбандия” тасаввуфий таълимотларини ташвиқот-тарғибот бўлимидан иборат бўлиши тавсия этилади. “Етти Пир зиёрати кластери” бошқарув органларини Баҳоуддин Накшбанд ёдгорлик мажмуаси ҳудудида жойлаштириш мақсадга мувофиқ бўлади. Чунки, Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2004 йил 27 майдаги 244-сон “Баҳоуддин Нақшбанд ёдгорлик мажмуаси марказини ташкил этиш тўғрисида” Қарори билан Ўзбекистон мусулмонлари идорасининг Бухоро вилоятида мустақил юридик шахс мақомига эга бўлган Баҳоуддин Нақшбанд ёдгорлик мажмуаси марказини ташкил этиб, унинг таркибига Абдухолиқ Ғиждувоний ёдгорлик мажмуаси ҳам киритилган эди. Қарорга

мувофиқ ушбу Марказнинг асосий вазифалари этиб қуйидагилар белгилаб берилган эди [6]:

- ноёб меъморий иншоот ҳисобланган Баҳоуддин Нақшбанд ва Абдухолиқ Ғиждувоний ёдгорлик мажмуаларини талаб даражасида сақлаш, асраб-авайлаш ва янада ободонлаштириш, уларнинг инфратузилмаларини ривожлантириш;

- ушбу муқаддас қадамжоларнинг мусулмон дунёсидаги нуфузини янада ошириш, бу ерга маҳаллий ва хорижий фуқароларнинг кенг кўламдаги зиёратларини уюштириш, зиёратчилар учун барча зарур шарт-шароитларни яратиш;

- Баҳоуддин Нақшбанд ва унинг устоз-шогирдларининг илмий-назарий мероси, ибратли ҳаётини ҳар томонлама ўрганиш, уларнинг асарларида тарғиб этилган инсонпарварлик, ҳалоллик, поклик, маънавий баркамоллик каби азалий қадриятларни халқимизга етказиш;

- диний-маърифий ишларни ташкил этишда, айниқса ёшларни меҳнатсеварлик, бунёдкорлик, Ватанга садоқат руҳида тарбиялашда уларнинг ҳаётбахш ўгитларидан самарали фойдаланишга доир тадбирларни ишлаб чиқиш ва амалга ошириш.

Баҳоуддин Нақшбанд ёдгорлик мажмуаси маркази ҳузурида “Етти Пир зиёрати кластери”ни ташкил этиб, фаолият кўрсатиши, фиркримизча, Ўзбекистон ўз “Суфийлик зиёрати” туристик маҳсулоти билан “Ҳаж” ва “Умра” каби нуфузли зиёрат маҳсулотлари каби Ислом дунёсида шуҳрат қозониш имконига эга бўлади.

Суфийлик зиёрат туристик хизматларини кўрсатишга ихтисослашган “Етти Пир зиёрат кластери”нинг халқаро миқёсда нуфузини ошириш жараёнида унинг брендини тузиш муҳим аҳамият касб этади. Мазкур кластер брендининг таркибий тузилиши Н.С.Ибрагимов томонидан тавсия этилган туристик ҳудуд бренди формуласи асосида шакллантирилди. Ушбу формулага кўра туристик ҳудуд бренди “Туристик ҳудуд номи + Слоган(шиор) + Логотип” [7] таркибий қисмлардан иборат бўлиши маъқул. “Етти Пир” зиёрат кластери брендини шакллантиришда биз зиёрат ҳудуди номи сифатида – “Бухорйи Шариф” (Holy Bukhara) ни танладик. Слоган ёхуд шиор сифатида “Етти Пир суфийлик зиёрати” (Pilgrimage into the Seven Sufi Saints**)** иборасини ва логотип сифатида эса “Парвоз этувчи қалб” рамзини танлашни мақсадга мувофиқ деб ҳисобладик. Биз “Етти Пир” зиёрат брендини тавсия этамиз.

“Етти Пир зиёрат кластери” ва унинг брендини халқаро миқёсда рақобатбардошлигини ошириш учун қуйидаги чора-тадбирларини амалга ошириш тавсия этилади:

1. Ислом ҳамкорлик ташкилоти ва фан-маданият (ISESCO)нинг қарорига кўра 2020 йил 1 январдан эътиборан қадимий ва навқирон Бухоро шаҳри Ислом маданияти пойтахти унвонини қабул қилиб олиши ва ушбу брендниг халқаро миқёсда нуфузини ошириш учун ҳудудда мавжуд бўлган кўпгина муқаддас жой ва табаррук қадамжоларнинг зиёратчилар нигоҳидан жозибадорлигини ошириш, “Етти Пир” зиёрат кластерининг таклиф тизимини

диверсификациялаш ва ҳудудга наф келтира олишга қаратилган чора-тадбирларни ишлаб чиқиб, амалга ошириш.

2. “Хожагон-Нақшбандия” таълимоти олтин ҳалқаси намояндаларининг табаррук масканлари тўғрисида мукаммал маълумолар банкини яратиб, Бухоро вилоятининг “Етти Пир” зиёрат кластерининг электрон платформасига киритиш.

3. Етти Пир муқаддас қадамжоларда фаолият кўрсатадиган имом-хатиблар учун зиёрат туризми бўйича маҳорат дарсларини ташкил этиш ва ОТМларла зиёрат туризми таълим йўналишлари бўйича кадрларни тайёрлашни йўлга қўйиш.

Адабиётлар рўйхати

1.Етти пир зиёрати. Ўзбекистоннинг янги сайёҳлик йўналиши. http://xs.uz/uzkr/post/etti-pir-ziyorati-ozbekistonning-yangi-sajyohlik.

2.Президент Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга ва Ўзбекистон халқига Мурожаатномаси. https://president.uz/uz/lists/view/4056 [29.12.2020].

3.Smart guide to cluster policy**.** European Union, Belgium, 2016.60 p.URL of EU Cluster Portal: http://ec.europa.eu/growth/smes/cluster/ [23.04.20].

4.Мир Валиддин. Коранический суфизм: Пер.с англ. СПб.: Изд-во “ДИЛЯ”, 2004. 224 с. с. 10.

5. Seven Pirs. https://vote.mgovaward.uz/participant/2/.

6.Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2004 йил 27 майдаги 244-сон “Баҳоуддин Нақшбанд ёдгорлик мажмуаси марказини ташкил этиш тўғрисида” Қарори. "Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари тўплами", 2004 йил, 21-сон, 252-модда.

7.Ибрагимов Н.С. Туристик ҳудудни барқарор ривожлантиришнинг устувор йўналишлари.Бухоро.Durdona. 2020. Б:153.

Хашимова М.М. - «Ипак йўли» туризм халқаро университети стажёр тадқиқотчиси

ҲУДУДА ЭКОТУРИСТИК КОМПЛЕКС РИВОЖЛАНИШИНИ ТАЪМИНЛАШ УЧУН КЛАСТЕРЛИ ЁНДАШУВДАН ФОЙДАЛАНИШ ХУСУСИЯТЛАРИ

Аннотация: *Ушбу мақолада экотуристик дестинацияларни тадбиқ этиш ва ривожлантириш стратегияси ёритилган. Дестинацияларни шакллантириш жараёнида экологик муаммоларнинг ечими ишлаб чиқилган. Дестинацияларда кичик экотуристик комплекслар мажмуаси асосида йирик комплекс яратиш ва ҳудудий кластерини фаоллаштиришнинг методик асослари ишлаб чиқилган.*

Калит сўзлар: *Кластер, комплекс,экотуризм, табиий ландшафт, минтақавий туризм.*

Аннотация: *В этой статье описывается стратегия внедрения и развития экотуристических дестинаций. При формировании дестинаций были разработаны решения экологических проблем. Разработаны методологические основы создания крупных комплексов и активизации региональных кластеров на базе малых экотуристических комплексов в дестинациях.*

Ключевые слова: *Кластер, комплекс, экотуризм, природный ландшафт, региональный туризм.*

Abstract: *This article describes a strategy for the implementation and development of ecotourism destinations. During the formation of the destinations, solutions to environmental problems were developed. The methodological foundations for the creation of large complexes and the activation of regional clusters on the basis of small ecotourism complexes in destinations have been developed.*

Key words: *Cluster, complex, ecotourism, natural landscape, regional tourism.*

Ҳозирги кунда давлатларнинг вазифаларидан бири фуқароларнинг дам олишдаги эҳтиёжларини тўла қондириш учун шарт-шароитлар яратиш сифатида туризмни ривожлантиришдир. Экотуризм объектларининг географик жойлашуви ҳудудда мавжуд ресурслардан самарали фойдаланиш калитидир. Чунки табиий ландшафтларнинг бир бирига яқин жойлашгани иқтисодий муаммоларни ҳал қилиш имконини беради.

Экотуризмнинг ташкилий – иқтисодий механизмини шакллантиришда комплекслар яратиш орқали кластерни фаоллаштириш гипотезасини таҳлил қиламиз.

Минтақавий туризмни ривожлантиришнинг тадқиқотлари натижалари асосида илмий манбаларнинг таҳлили туризмнинг ҳудудий ташкил этилишини тавсифловчи кўплаб таърифларни яратди.

Барқарор туризм тамойиллари асосида экотуризм индустрияси ривожланмоқда. “Туристик комплекс” ва “Туристик кластер” терминлари жаҳон адабиётларида ишлатилмоқда. Таклиф қилинган гипотеза бўйича ресурсларнинг географик жойлашуви, рақобатбардошлиги ва самарадорлиги нуқтаи назаридан таҳлил қиламиз. Бу терминларининг ўзига хос жиҳатлари қуйидагилар:

Л.П. Воронкованинг фикрига кўра комплекс бу-туристларга хизмат кўрсатиш учун мўлжалланган ёпиқ объектлар тармоғи, шу жумладан кечада турар жой, озиқ-овқат ва тегишли хизматлар учун базалар. Яъни туристик объектлар бир хил турдаги хизматларни маълум бир ҳудудда таклиф қилади. Ёпиқ тизим бўлиб, ҳудуд доирасида туристик хизматлар амалга оширади.[1]

Байконинг фикрига кўра туристик кластер — географик жиҳатдан жамланган ва туристик маҳсулотни битта занжир бўйлаб ишлаб чиқариш ва сотишда ўзаро алоқада бўлган иқтисодий агентлар мажмуи: ихтисослашган хизматларни ишлаб чиқарувчилар, қўллаб-қувватловчи ташкилотлар-туристик

хизматлар истеъмолчилари.[2]Яъни очиқ тизим бўлиб, ишлаб чиқарувчи ва қўллаб - қувватловчи ташкилотлар бошқа ҳудудда жойлашган бўлса ҳам географик жиҳатдан бир ҳуддудга фаолияти йўналтирилган бўлади.

Географик жойлашуви нуқтаи назаридан таҳлил қиладиган бўлсак комплекснинг туристик объектлари маълум бир ҳудудда жойлашган бўлади. Кластернинг туризм объектлари фаолияти маълум бир ҳудудга йўналтирилган бўлади.

Рақобатбардошлиги нуқтаи назаридан терминларга оид қуйидаги фикрлар билдирилган:

А.С.Кусков, Ю.А.Джаладянларнинг фикрига кўра туристик комплекс бир функционал дастур (даволаш, дам олиш, иш учрашувлари ва тадбирлар ва бошқалар) билан бирлаштирилган 1 мингдан ортиқ ўриндиқли турли туристик муассасалар мажмуи ҳам тушунилади. Демак, бундай муносабатлар вертикал муносабатлар бўлиб, элементларнинг ўзаро бўйсуниши ва иерархияси, элементлар ўртасида рақобат йўқлигини ифодалайди.[3]

Ҳудудий кластерлар-корхоналар бирлашмаси, асбоб-ускуналар, бутловчи қисмлар етказиб берувчи, ихтисослаштирилган ишлаб чиқариш, хизмат кўрсатиш хизматлари, илмий-тадқиқот, товарни ишлаб чиқариш ва сотиш соҳасидаги ҳудудий яқинлик ҳамда функционал қарамлик муносабатлари билан боғланган таълим ташкилотлари.[4] Демак, кластер горизонтал алоқаларга асосланган. Алоҳида блокларнинг автономлиги, элементлар ўртасидаги бир вақтнинг ўзида рақобат ва ҳамкорлик муносабатлари шаклланганлиги билан ифодаланади.

Самарадорлик нуқтаи назаридан терминларнинг ўзига ҳос хусусиятлари қуйидагилардир:

Туристик комплекслар нафақат бинолар, иншоотлар ва бошқа сунъий техник объектлар, балки табиий ландшафтининг барча хусусиятлари билан ҳудуднинг ўзидир. Шу билан бирга, ҳудуднинг туристик имкониятлари (салоҳияти) ни белгиловчи ва ландшафт сифати ҳар қандай туристик қурилма қуриш ниятининг ундовчи сабаби бўлиб хизмат қилади.[3] Д.Х.Асланова, М.Т.Алимоваларнинг фикрига кўра кластернинг самарадорлик даражасини ҳудуднинг локализация даражаси аниқлаб беради. Локализация даражасини мамлакат ва ҳудуд миқёсида туризм инфратузилмасининг ривожланганлиги акс эттирувчи бир қатор индикаторларнинг таққосланиши натижасида аниқланади.[5]

Хизматлар соҳасидаги (шу жумладан туризм тармоғидаги) минтақавий кластер – бу ҳудуднинг барқарор ривожланиш асосини таъминлайдиган, маҳаллий бизнес-муҳитнинг асосини шакллантирадиган тузилма. Кластерларга одатда турли микро, кичик ва ўрта корхоналар бирлашади ва уларнинг фаолият юритиши муваффақияти ҳудудий жиҳатдан яқин жойлашгани ва кооперацион ҳамкорликдадир.

Минтақавий кластер сиёсати самарали амалга оширилаётган ҳудудларда барқарор ўсиш, юқори рақобатбардошлик ва миллий иқтисодиётдаги инқирозли ҳолатларга чидамлилик намоён бўлади. Кластер тизимини ривожлантириш

учун аввало унинг ҳуқуқий-меъёрий асосларини такомиллаштиришни тақозо этади.

Экотуристик кластер ривожлантириш мавжуд табиий ресурлардан самарали фойдаланиш билан бирга, табиатни мухофаза қилиш ва ижтимоий-иқтисодий муаммоларни хал қилади. Экотуристик кластер инфраструктурасини таъминловчи моддий-техника базасини яратиш ва қўллаб-қувватлаш туристик хизматлар ва маҳсулотлар ишлаб чиқаришни такомиллаштиради, кластер рақобатбардошлигининг ошишига кўмак беради.

Экотуристик кластерни шакллантириш орқали туристик ҳудуд брендни яратиш мумкин. Туристик ҳудуд бренди – бу ҳудудни ривожлантириш стратегиясини амалга оширишнинг кучли инструменти бўлиб, унинг муваффақияти унга боғлиқ бўлган турли гуруҳларнинг (аҳоли, инвесторлар, тадбиркорлар, маҳаллий ҳокимият) манфаатларини бирлаштиришга имкон беради.

Самарқанд вилоятининг Ургут туманидаги Чақилкалон, Омонқўтон, Қоратепа тоғларини энг характерли ҳусусияти шундан иборатки, унинг табиий шароити, гидрологик ресурслари, иқлим ва ўсимлик дунёсини ўзига хослиги кўплаб дам олиш зоналари ва оромгоҳлар қуришга қулай шароит яратади.[6] Мавжуд табиий ландшафтлар ва имкониятлардан фойдаланган ҳолда “ Ургут экотуристик кластери” ни моделини яратишимиз мумкин.

Кластер модели жаҳон амалиётида иқтисодий гуруҳни, минтақани, бутун мамлакатни рақобатбардошлилигини кўтариш инструменти сифатида кенг қўлланилади. Кластер моделини асосий белгилари:

-ташқи бозордаги улушини ошириш имкониятига эгалиги;

- жойлашган ҳудудда қулай шароитлар (ҳомашё, малакали персонал, инфраструктура, ўқув марказлар, илмий муассасалар ва б.)ни мавжудлиги;

- давлат томонидан кучли қўллаш эвазига қатнашувчиларнинг гуруҳда самарали иштирок этиш имкониятларини кенглиги ва б.

Самарқанд вилояти Ургут туманида экотуризми кластерини бугунги кунда экотуризмни ривожлантиришнинг кластер модели белгиларини шакллантириш мумкин.

Мавжуд табиий ресурслар асосида кичик, оилавий ва якка тартибдаги туристик хизматлар турини ривожлантириш орқали минтақавий экотуристик кластерларни яратиш ҳудудни барқарор ривожлантириш стратегияларида асосий ўринни эгаллаши лозим.

Иқтисодиётни кластерлаштириш муаммоларига жуда кўп илмий тадқиқотлар бағишланган бўлишига қарамай, Ўзбекистонда туризм саноатини ривожлантиришда Кластер ёндашувининг тадқиқотлари кўп емас.

Экотуристик кластернинг яратилиши ва фаолият кўрсатишининг хусусиятлари ва тамойилларини аниқлаш ва меъёрий-ҳуқуқий базани такомиллаштириш зарурати мавжуд. Барча иштирокчилар учун хизмат кўрсатиш стандартлари, хавфсизлик талаблари, санитария ва гигиена қоидалари ишлаб чиқилиши керак.

Ҳудуднинг рекреация салоҳиятни, энг аввало, табиий ландшафт ва табиат ёдгорликларининг ҳилма-ҳиллиги белгилайди. Самарқанд вилояти Ургут туманининг рекрацион салоҳияти юқоридир. Бу ҳудудда сунъий ўрмонлар, сув омбори ва нодир табиий ландшафтлар бор.[6] Бундай табиий ландшафтлардан экотуризмни ривожлантириш учун фойдаланишимиз мумкин. Экотуристик дестинация сифатида қўллаш мумкин бўлган ландшафтлар яқинида аҳоли яшаш пунктлари мавжуддир. Бундай қишлоқларни экотуристик комплекснинг асосий бўғини сифатида қўллаш таклиф қилинади. Қишлоқларда ҳўжалик инфратузилмаси мавжуд. Туристик ҳизмат кўрсатиш турларини ривожлантиришда мавжуд ҳўжалик инфратузилмасидан фойдаланиш мақсадга мувофиқдир.

Табиий ландшафтлардан дестинация сифатида фойдаланишда қўлланилиши мумкин бўлган аттракцияларни ташкиллаштиришда муқобил энергиядан фойдаланиш тактикасини ишлаб чиқиш керак. Муқобил энергиядан фойдаланиш экологияга салбий таъсирни пасайтиради. Мамлакатимизда ажойиб ҳароратга эга бўлган иссиқ кунларнинг кўплиги эса қуёш энергаясидан фойдаланиш самарадорлигини оширади.

Туристик қишлоқ ва дестинациялардан экотуристик комплексни шакллантиришимиз мумкин. Ўз навбатида бу комплексда туристик кластер ривожланиб, фаоллашади. Экотуристик комплекс истеъмолчилари тур маҳсулотини танлаш имкониятига эга бўлади. Чунки, маълум бир ҳудудда экотуристик дестинацияларнинг мужассамлашгани тур маҳсулот таклифини оширади. Ўз навбатида бу кўрсаткич истеъмолчиларнинг ёши ва физиологик имкониятига қараб тур маҳсулот танлаш имконини яратади.

Йирик экотуристик комплексларни шакллантириш асосан давлат ёки йирик компания инвестициялари асосида амалга оширилади. Кичик комплексларини эса маҳаллий тадбиркорлар ҳам шакллантириши мумкин. Кичик комплекслар жамланмаси асосида шаклланган йирик комплекс эса кўп миқдордаги инвестиция маблағларини талаб қилмайди. Бу эса туристик маҳсулот нархига ижобий таъсир кўрсатади.

Рекреацион зоналарда давлат шерикчилиги асосида тадбиркорликни жорий қилиш натижасида аҳолининг турмуш даражасини ошириш имкониятига эга бўламиз. Ўз навбатида инсонларнинг ўзи яшаб турган жойининг ва тадбиқ этилган экотуристик дестинациянинг табиатини асрашга асос яратамиз. Бунинг натижасида экотуризм ташкил этиладиган ҳудудлардаги иқтисодий ва таббий муаммоларни ечимини топади.

Фойдаланилган адабиётлар

1.Туризм, гостеприимство, сервис: Словарь-справочник/ под редакцией Л.П. Воронковой. — М.: Аспект Пресс, 2002. — 367 стр.

2. Бойко А.Е. Формирование кластеров как инструмент повышения конкурентоспособности туристических услуг: Автореферат. Дис. Канд.наук. Новосибирск: 2011.-24с

3. А.С. Кусков, Ю.А. Джаладян Основы туризма. Учебник.Кнорус.Москва.2019 й 84 бет.

4. Методические рекомендации по реализации кластерной политики в северных субъектах Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.tpprf.ru. 2008 й.

5. “Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар” илмий электрон журнали. № 4, июль-август, 2016 йил 6- бет .

6. Р.Халмуродов,М.Хашимов “Самарқанд экологик туризми” “Зарафшон” нашриёти .Самарқанд 2018 й 39-бет

М.Т.Алимова – СамИСИ “Менежмент” кафедраси профессори, и.ф.д.
А.Р.Насимов - СамИСИ мустқил изланувчиси

ҲУДУДИЙ ТУРИСТИК КЛАСТЕРНИ ШАКЛЛАНТИРИШ АЛГОРИТМИ

Аннотация: *Мақолада Самарқанд вилоятида ҳудудий туристик кластерни шакллантириш алгоритми таклиф этилган. Унда ҳудудий туристик кластерни шакллантириш босқичлари мантиқий кетма-кетликда келтирилган.*

Калит сўзлар: *туристик кластер, кластер сиёсати, алгоритм, ғоявий модел, лойиҳавий модел, концепция.*

Annotation: *The article proposes an algorithm for the formation of a regional tourism cluster in the Samarkand region. In the article, the stages of the formation of a regional tourism cluster are presented in a logical sequence.*

Keywords: *tourist cluster, cluster policy, algorithm, ideological model, project model, concept.*

Маълум бир ҳудудларда кластер сиёсатини шакллантириш ва амалга оширишнинг хорижий тажрибасини ўрганиш асносида, қуйидаги хулосаларга келдик:

– ҳудудий кластер сиёсатини амалга ошириш ўзининг миллий хусусиятларига эга эканлиги билан ажралиб туради;

– кластер сиёсатини шакллантиришнинг умум услубий асослари фақатгина муайян бир ҳудуд доирасида қўлланиш учун қўл келади;

– давлатнинг кластерлаштириш сиёсати ҳукуматнинг кластерлаштириш жараёнига аралашув даражаси билан фарқ қилади;

– туристик кластерларнинг аниқ бир тузилмаси мавжуд эмас;

– кластерли ёндашув борасида қабул қилинган концепция ва ҳудуднинг хусусиятлари билан белгиланувчи кластер сиёсатини амалга оширишнинг турли хил усул ва воситалари мавжуд.

Шу сабабли, кластер сиёсати ҳудуд иқтисодиёти тузилмаси, ресурс таркибидан келиб чиқувчи ҳудудий хусусиятларни ҳисобга олган ҳолда амалга оширилиши лозим, деб ҳисоблаймиз.

Ҳудудда туристик кластерни шакллантириш жараёни бир неча босқичда амалга оширилиши мақсадга мувофиқ. Дунё миқёсида мавжуд назарий, амалий

ва услубий ёндашувларни чуқур тадқиқ этган ҳолда биз Самарқанд вилоятида ҳудудий туристик кластерни шакллантиришнинг қуйидагича босқичларини таклиф этмоқчимиз (1-расм).



1-расм. Ҳудудий туристик кластерни шакллантириш алгоритми

Ҳудудий туристик кластерни шакллантиришнинг бошланғич босқичида қуйидаги тадбирларни, яъни: ҳудудий туристик ресурсларни таҳлил этиш асосида “ҳудудий туристик объектлар Реестрини” ишлаб чиқиш ҳамда ҳудудий

туристик кластернинг ихтисослашуви миқёсини аниқлаш; ҳудудий туристик кластер инфратузилмасини тадқиқ этиш; ижтимоий-иқтисодий, ташкилий-ҳуқуқий жараёнлар ва муносабатларни тадқиқ этиш натижасида кластер шаклланишининг ижтимоий-иқтисодий, ижтимоий-психологик, институционал шарт-шароитларини аниқлаш орқали Самарқанд вилоятида ҳудудий туристик кластерни шакллантириш имкониятлари, тўсиқлари, камчиликлари ва уни бартараф этиш йўналишлари аниқланади. Таҳлил жараёнида иқтисодий-математик, статистик усуллардан фойдаланган ҳолда маркетинг тадқиқотларини олиб бориш мақсадга мувофиқдир. Мазкур босқичнинг якунида ҳудудий туристик кластернинг ғоявий (ғоялар мажмуи) модели ишлаб чиқилади.

Кейинги босқичда Самарқанд вилоятида ҳудудий туристик кластерни шакллантириш йўналишларини, яъни:

– ҳудудий туристик кластерни шакллантириш ва ривожлантиришнинг ташкилий-ҳуқуқий асослари;

– ҳудудий туристик кластерни шакллантириш бўйича хорижий тажрибадан фойдаланиш йўналишлари;

– ҳудудий туристик кластер доирасида ҳамкорлик механизмлари; кластер доирасидаги хўжалик фаолиятини давлат томонидан қўллаб-қувватлаш механизмлари;

– кластерни шакллантириш ва ривожлантиришнинг молиявий механизмлари; туризм соҳасида кадрларни тайёрлаш тизимини такомиллаштиришнинг йўналишлари ва тегишли чора ва тадбирлар режасини ишлаб чиқиш мақсадга мувофиқдир.

Мазкур босқичнинг якунида ҳудудий туристик кластернинг лойиҳавий модели ишлаб чиқилади.

Таклиф этилган босқичли чора-тадбирларнинг якуний натижаси кластерли ёндашув асосида ҳудудий туризмни ривожлантириш концепцияси ҳисобланади. Мазкур концепция асосида Самарқанд вилоятида ҳудудий туризмни ривожлантириш дастурини ишлаб чиқиш мақсадга мувофиқдир.

Демак, ҳудудий туризм бозорининг кластерли ёндашув асосида ривожланиш йўналишлари бўйича ишлаб чиқиладиган илмий-амалий ва илмий-услубий таклиф ва тавсиялар, авваламбор, мазкур бозорда талаб ва таклифнинг, ҳудудий туризм инфратузилмасининг ривожланиш ҳолати, уни такомиллаштириш имкониятлари ва мавжуд муаммолари, ҳудудий туристик маҳсулот истеъмолчиларининг истиқболли сегментлари, ҳудудий туристик кластерни шакллантиришнинг кучли ва заиф томонлари, имкониятлари ва таҳдидларини акс эттирувчи омилларни тадқиқ этиш орқали ҳудудий туризм бозори ривожланишининг асосий динамик ва таркибий тенденцияларининг таҳлилий натижаларига асосланиб ишлаб чиқилади.

Raximov Zafar Odilovich – Samarqand iqtisodiyot va servis instituti dotsenti.

TURIZM KLASTERLARNI SHAKLLANISHIDA INVESTITSIYANING AHAMIYATI

Аннотация*: в статье раскрыты теоретические стороны влияния инвестиций на сектор туризма и национальной экономики в развитии туризма.*

Ключевые слова*: туризм, инвестиция, инвестиционный проект туризма, источники инвестиции, финансирование инвестиционных проектов в туризме.*

Annotation*: The following article is about the theoretical aspects of the influence of investment in tourism sector and the national economy in tourism development.*

Keywords*: tourism, investment, tourism investment project, investment sources, financing of investment projects in tourism.*

Hozirgi sharoitda ko‘pchilik korxonalar asosan eskirgan asbob-uskunalarga ega va ular yuqori eskirish darajasida bo‘lgan paytda moddiy texnika bazasini yangilash va buning asosida dolzarb masalalarni hal etishda juda katta ahamiyatni investitsiyalar egallaydi.

Shu narsa aniqki, investitsiyalarsiz, zamonaviy texnika va texnologiyalarni qo‘llamasdan maxsulot sifatini oshirish, ishlar chiqarish xarajatlarini kamaytirish, maxsulot va korxona raqobatbardoshligini oshirish, barqaror rivojlanishning va yuqori ishlab chiqarish samaradorligiga erishish qiyin.

Investitsiyalar bo‘lib, foyda (daromad) olish va ijobiy ijtimoiy samaraga erishish maqsadlarida tadbirkorlik va boshqa boshqa faoliyat turlariga jalb qilinadigan pul mablag‘lari, maqsadli bank quyilmalari, paylar va boshqa qimmatli qog‘ozlar, texnologiyalar, mashinalar, asbob-uskunalar, litsenziyalar shu jumladan savdo belgilari, intellektual boyliklar hisoblanadi.[49]

Investitsion faoliyat ob’ekti bo‘lib, yangi tashkil etilayotgan, modernizatsiya qilinayotgan asosiy fondlar va aylanma mablag‘lar, qimmatli qog‘ozlar, maqsadli pul quyilmalar, ilmiy-texnik maxsulot, mulkning boshqa ob’ektlari, shuningdek mulk huquqlari va intellektual huquqlar hisoblanadi.

Turfirmadagi investitsion faoliyat – rejalashtirishning boshlang‘ich rivojidagi asosiy yo‘nalishlardan biri hisoblanadi. Investitsion qarorlar, investitsion loyihalarni ishlab chiqish va joriy qilishga yo‘naltirilgan bo‘lib, ularga ishlab chiqarishni qayta qurish, texnik qayta qurollanish, yangi mahsulot (xizmatlar) yaratish va tashkiliy strukturani qayta tashkil etish kabilar kiritiladi[50].

Investitsiya loyiha asosining tushunchasidan kelib chiqqan holda turizm investitsiyasi quyidagi shaklda izohlanadi. Mavjud va kelgusidagi turizm talabining

[49] Sinclair,M.T.,A. Clewer,and A. Pack (2010), “Hedonic Prices and the Marketing of Package Holidays: The Case of Tourism Resorts in Malaga” in Marketing Tourism Places, edited by Ashworth, G. and B. Goodall, London, Routledge, pp. 85—103.

[50] Tuxliev I.S., Qudratov G‘.H., Pardaev M.Q. Turizmni rejalashtirish. O‘quv qo‘llanma. – T.: «Iqtisod-moliya» 2010 – 263 b.

bir qismini qarshilash uchun, kirishuvchan va jamiyat foydasiga, iqtisodiy tamoyilga mos qilib tayyorlangan va formula qilingan iqtisodga turizm bilan bog‘liq mahsulot va xizmat taklif qilish maqsadini tashigan loyihalarga “Turizm investitsiya loyihasi” deyiladi.

Turizm investitsiyasi loyiha asosiga, turizm sohasining xususiyati ichida quyidagi izohlashni keltiramiz. Turizm investitsiya loyihasi mavjud turizm saloxiyatlilikni baholantirish, mahalliy va xorijiy turist talabini qarshilash, yangi tayyorgarlik imkoniyatlarini yaratish, mamlakatga valyuta kirishini ro‘yobga chiqarib milliy rivojlanishga yordamchi bo‘lish, tijoriy joyda foyda olish kabi maqsadlardan bir nechtasini ro‘yobga chiqarish yuzasidan, tovar va xizmatlarni ishlab chiqarib sotish uchun turizm bo‘limlarining qurilish va ishlatilishiga qaratilgan loyiha ishlarining yig‘indisidir.

Turizm sektorida investitsiya loyihalari, bevosita turizm muassasasi va korxonalari, boshqa iqtisodiy korxonalardan farqli bo‘lgan ma’lum xususiyatlarga ega. Investitsiya beruvchi shaxs yoki korxonalar bilan loyiha tuzuvchi va baholantiruvchi mutaxassislar sektorning bosh xususiyatlarini yaqindan tanishlari, investitsiya qarorlarining olinishidan tejamli harakat qilib qolmasdan, eng mos qarorlarga erishishda asosiy unsurni hosil qiladi. Turizm sektorining tuzilishida mavjud bo‘lgan dalillarning ko‘pchiligi yuqori saviyalarda foyda olishlikning ro‘yobga chiqishiga monelik qilmoqda. Turizm investitsiyalari ichida tunash korxonalari barqoror sarmoya miqdorining boshqa industriyalarga qaraganda juda ko‘p ajratiladigan investitsiyalardir. Turizm investitsiyalaridagi bu barqaror sarmoya kattaligi, barqaror baholar ko‘pligi, xususan sarmoyaning rentabelligi jihatidan va sarmoya aylanish tezligi jihatidan ahamiyatli bir omildir.

Turistik korxonalarda, xususan investitsiya qilingandan keyin boshqarish jarayonida, barqaror xarajatlar asosiy xarajatlarning 70-80% nisbatigacha ko‘tariladi. Buning asosiy sababi, energiya, ta’mirlash, personal, ammortizatsiya, foiz va shunga o‘xshash xarajatlarning chiziq to‘liqligidan mustaqil bo‘lib davomiylik ko‘rsatishi kerak. Barqaror xarajatlarning yuqori bo‘lishi, rentabellik jihatidan ahamiyatli bir raqamdir va foydaga o‘tish nuqtasining ijro va hajmi foydalanish miqdori munosabatini og‘irlashtirmoqdadir[51].

Turizm talabining investitsiyaga ta’siri, har qancha investitsiya loyihalarining tayyorlanish bosqichida bozor vazifalarining ichkarisida o‘rganilgan bo‘lsa ham ko‘pincha tejamli bo‘lmagan omillarga bog‘liq bo‘lgani uchun o‘lchanish va baholantirilish ham qiyindir. Ichki va tashqi turizm talabi faqat daromad kabi iqtisodiy omillarning rol o‘ynagani bir soha bo‘lmasdan moda, ko‘rgazma, iste’mol havosi, snobizm, ijtimoiy-psixologik omillar kabi bir nechta omil ham turizm talabining ta’sirchisidir. Turizm bozorini yaxshi o‘rganish, so‘rov anketalarini qo‘llash, davomli bozor nazorati qilish shartdir. Faqat, turizm sektoridagi loyihalarning hech bir vaqt har qaysi bir sektor loyiha kabi oddiy bir shaklda buyurilib qo‘lga olinmasligini bilish kerakdir. Shu sababli ham sektorlar orasida muqobil investitsiya loyiha muhokamasini qilish juda qiyindir. Turizm investitsiyasi

[51] Tuxliev I.S., Ibadullaev N.E. Turizm operatorlik xizmatini tashkillashtirishning asoslari. O‘quv qo‘llanma. – S.: SamISI, 2011.– 256 b.

loyihalarining milliy iqtisodga bo‘lgan ta’sirlari yuqori, hosil qilganlari korxona foydaligini boshqa sektorlarga qaraganda juda kam qanoatlantiruvchi bo‘lgani uchun bu loyihalarning baholanishida muqobil loyihalar asosiy o‘rin egallaydi va munosib ko‘rilgan va loyihalarning rag‘batlantirish tadbirlaridan keraklicha foydalanishlari asos qilib olinadi. Rivojlanayotgan mamlakatlar uchun jismoniy rejalashtirish ishlarining bir butunlik ichida yuritilishida hisoblanmaydigan foydalar bo‘lmoqda[52].

Turizmda investitsiya loyihalarini moliyalashtirish manbalari, turizm investitsiya loyihalarida bajarilishning tekshirilishi uchun oldin investitsiya loyihasining ro‘yobga chiqarilishi tahlil qilinadi. Undan keyin, rivojlantirish ishlarining yuzaga chiqargani natijalar, ma’lum mezonlar jihatidan mezonlashtirish tahlili tobe tutiladi. Shunday qilib, investitsiya loyihalarining moliyalashtirilishi tugatilgan loyihalarning tatbiq qilish sohasiga qo‘yilish yoki qo‘yilmasligi qaror qilingan, investitsiya muqobillaridan qaysisining yoki qaysilarining tanlanishida makro va mikro iqtisodiy yo‘nalishidan manfaatli bo‘lishi aniqlangan bo‘ladi. Loyihani moliyalashtirish operatsiyasining ob’ektiv bir ko‘z bilan va ma’lum mezonlarga asoslanib yuritilishi, beriladigan qarorning to‘g‘riligi va manbaa ta’minlanishida eng samarali sohalarning belgilanishi majburiydir.

Turizmda investitsiya loyihalarining moliyalashtirilishi uchun oldin bozor izlanishlari aniqlangan to‘liqlik nisbatlari bilan loyihada qo‘llaniladigan narxlarning sog‘lom va ishonchli soliqlarga tayanib tayanmasligi nazorat qilinishi kerak. Turizmda investitsiya loyihalari, ma’lum bir tovar yoki xizmat ishlab chiqarilishga ta’minlanishi ko‘zlangan manbalarning iqtisodiy va moliyaviy tomondan avantajli bir ta’minlanish bo‘lish yoki bo‘lmasligini ko‘rsatishi yuzasidan ro‘yobga chiqarilmoqdadir.

Foydalanilgan adabiyotlar ro’yxati:

1. Tuxliev I.S., Qudratov G‘.H., Pardaev M.Q. Turizmni rejalashtirish. O‘quv qo‘llanma. – T.: «Iqtisod-moliya» 2010 – 263 b.
2. Raximov Z.O., Xaitboev R., Ibadullaev N.E., Safarov B.Sh. Turopereyting. O‘quv qo‘llanma. – Toshkent: “Fan va texnologiya”, 2018, 300 bet.
3. Raximov Z.O. Turizmda tadbirkorlik. O‘quv qo‘llanma. – Samarqand: SamISI, 2019, 232 bet.
4. Raximov Z.O. Norkulova D.Z. Turistik destinatsiyalarni loyihalashtirish. O‘quv qo‘llanma. – Samarqand: SamISI, 2020, 188 bet.

[52] Tuxliev I.S., Qudratov G‘.H., Pardaev M.Q. Turizmni rejalashtirish. O‘quv qo‘llanma. – T.: «Iqtisod-moliya» 2010 – 263 b.

Хамракулова О.Д. - канд. экон. наук, доцент кафедры «Банковское дело» Самаркандского института экономики и сервиса

ТУРИСТИЧЕСКИЙ КЛАСТЕР В ЭКОНОМИКЕ УЗБЕКИСТАНА

***Аннотация**: Развитие индустрии туризма требует использование самых передовых методов его ведения, использование мирового опыта туристического кластера является одним из важных условий дальнейшего развития туризма в Узбекистане.*

***Ключевые слова**: туризм, туристический кластер.*

***Аннотация**: Turizm industriyasini rivojlantirish, uni boshqarishning ilg'or usullaridan foydalanishni talab qiladi, turizm klasterining jahon tajribasidan foydalanish O'zbekistonda sayyohlikni yanada rivojlantirish uchun muhim shartlardan biridir.*

***Kalit so'zlar:** turizm, sayyohlik.*

***Annotation:** Development of the tourism industry requires the use of the most advanced methods of its management, the use of the world experience of the tourism cluster is one of the important conditions for the further development of tourism in Uzbekistan.*

***Key words**: tourism, tourist cluster.*

Туризм является фундаментом экономики многих развитых и развивающихся стран мира. Индустрия туризма является одной из наиболее динамично развивающихся отраслей мировой экономики. Международный туризм входит в число трех крупнейших экспортных отраслей, уступая нефтедобывающей промышленности и автомобилестроению. По другим источникам туризм является самой рентабельной сферой мирового хозяйства. По данным ВТО туризм – это базовая отрасль экономики в 40% стран, позволяющая обеспечить занятость 200 млн. человек. В 80% стран туризм входит в пятерку ведущих статей экономики.

Туризм в мире развивается неравномерно, что объясняется в первую очередь разными уровнями социально-экономического развития стран и регионов. Наибольшее развитие международный туризм получил в западноевропейских странах. На долю этого региона приходится около 60% мирового туристического рынка и около 50% валютных поступлений. Свыше 18% мирового туристического рынка и 20% валютных поступлений приходится на Азиатско-Тихоокеанский регион, менее 17% рынка и 24% валютных поступлений - на Америку, и около 8% рынка и 5% валютных поступлений на Африку и Ближний Восток вместе взятых. [1]. Международный туризм, для многих стран превратился в существенный источник увеличения доходов и роста национальной экономики. Такие высокоразвитые страны, как Швейцария, Австрия, Франция, значительную, долю своего благосостояния построили на доходах от туризма. «… одной из перспективных отраслей, приносящих высокий доход национальной экономики, является туризм» [2].

Решающую роль в развитии индустрии туризма сегодня играют кластеры, как один из эффективных способов привлечения клиентов и повышения конкурентоспособности туристической отрасли экономики.

Туристический кластер является крупным самостоятельным межотраслевым хозяйственным комплексом, который лежит не в привычной вертикальной плоскости, а охватывает некое горизонтальное пространство, включающее предприятия и организации разной отраслевой принадлежности. Он представляет собой совокупность взаимосвязанных отраслей и производств региональной экономики, единой функциональной задачей которых является деятельность по удовлетворению потребностей людей в различных видах отдыха и путешествий при рациональном использовании всех имеющихся туристических ресурсов региона.

Туристический кластер - сосредоточение в рамках одной ограниченной территории взаимосвязанных предприятий, фирм и учреждений, занимающихся разработкой, производством, продвижением и продажей туристического продукта, а также деятельностью, смежной с туризмом и рекреационными услугами.

В настоящее время можно выделить три «центра» туристического кластерного развития, а именно: Североамериканский, Западноевропейский и Азиатский [3].Мировой опыт сегодня свидетельствует, что с помощью туризма можно:

- преодолеть неравномерность развития отдельных территорий региона;
- оживить региональную экономику за счет привлечения инвестиций;
- улучшить инфраструктуру;
- обеспечить занятость населения;
- поддержать предпринимательство и местную промышленность;
- улучшить экологическую обстановку за счет дополнительного финансирования природоохранных программ.

Сегодня широкое распространение получили кластерные принципы организации производственного взаимодействия на региональном уровне. Данный подход способен коренным образом изменить содержание региональной экономики, в том числе и сферы туризма.

Цель создания туристического кластера - повысить уровень экономической устойчивости региона, развитии инфраструктуры за счет синергетического эффекта, в том числе: повышение эффективности работы предприятий и организаций, входящих в туристический кластер; стимулирование инноваций; стимулирование развития новых направлений туристического бизнеса.

Современный туристский кластер способен решить ряд важных задач, среди которых:

- рациональное использование имеющегося природного потенциала региона;
- приоритетное развитие внутреннего и въездного туризма на территории;

- создание и развитие высокоэффективного и конкурентоспособного туристического комплекса на территории региона;

- формирование системы государственного регулирования туристской деятельности;

- поддержка развития различных видов предпринимательства (среднего и малого) в туристской сфере;

- разработка маркетинговой стратегии продвижения туристических продуктов и создание благоприятного имиджа региона как туристического региона;

- привлечение внебюджетных источников для реконструкции и нового строительства туристских объектов;

- создание современной системы подготовки, переподготовки и повышения квалификации туристских кадров;

- создание инвестиционных площадок для реализации механизмов государственно-частного партнерства и развития малого и среднего туристского бизнеса.

Достижения успеха при развитии туристического кластера является совместной задачей бизнеса и органов власти соответствующего уровня (федеральной, региональной и муниципальной - в зависимости от масштаба кластера и существующих задач по его развитию); только взаимопонимание и готовность к сотрудничеству между ними гарантируют получение положительных результатов.

Важнейшим элементом кластерного принципа развития региона является установление постоянного диалога всех участников процесса - малых и крупных предприятий, соответствующих властных структур, сервисных и научно-исследовательских организаций, системы профессионального образования, средств массовых информаций и др.[4].

Инициатива создания кластера может принадлежать как правительству, так и бизнесу. Усилия правительства обычно направляются не на поддержку отдельных предприятий и отраслей, сколько не был бы значительным их вклад в экономику, а на создание условий для развития кластера и развития взаимоотношений внутри него.

Рыночные структуры, входящие в кластер, заинтересованы в формировании соответствующей нормативно-правовой базы, создании и развитии институтов инфраструктуры, способствующей успешному функционированию ассоциированных форм предпринимательства [5].Выступая в качестве одного из эффективных катализаторов социально-экономического развития, индустрия туризма оказывает стимулирующее влияние практически на все смежные отрасли экономики.

В Узбекистане большое внимание уделяется « формированию целостной концепции развития туризма, придания туризму статуса стратегического сектора экономики» [6], « использования государственно – частного партнерства »[2].

Однако, негативное влияние на развитие туристической отрасли в целом, а также развития туристических кластеров сыграла пандемия коронавируса. В 2020 году Узбекистан посетило 1,5 млн иностранных туристов, им было оказано услуг на 261 млн долларов, показатели внутреннего туризма составили 1,8 млн человек. В 2021 году ожидается прибытие 1,7 млн иностранцев, а количество местных туристов будет доведено до 7,5 млн.[7].

Преимущества кластерного подхода для органов власти состоят в том, что он позволяет комплексно, системным образом рассматривать ситуацию в группе взаимосвязанных предприятий, относящихся к туристической сфере экономики региона. Региональное экономическое развитие на базе создания и стимулирования кластеров предполагает инициативу и активность бизнеса, а также совместных усилий бизнеса, исполнительной и законодательной власти. Роль, которую играют бизнес и власть при создании и развитии отраслевых кластеров различна, но взаимодополняющая.

Изучив мировой опыт кластерного подхода к развитию национальной экономики в целом и отдельных регионов, мы хотим подчеркнуть, что кластерная политика отличается разнообразием практических подходов и не существует в виде чётко определённого набора инструментов. Поэтому кластерная политика должна реализовываться только с учётом специфики его региональных особенностей экономики Узбекистана. Итак, процесс формирования индустрии туризма и её устойчивого развития как одной из важнейших отраслей региональной экономики в настоящее время невозможен только лишь с использованием существующих рыночных механизмов, без действий государства по оказанию реальной поддержки.

В Узбекистане принят Указ Президента « **О мерах по дальнейшему развитию внутреннего и паломнического туризма в Республике Узбекистан»**, который направлен на различные сегменты туристского рынка республики, дальнейшего повышения их конкурентоспособности, создания благоприятной и удобной внутренней и международной паломнической туристской среды, расширения транспортных маршрутов, повышения качества транспортных услуг, продвижения туристских продуктов, а также укрепления имиджа нашей страны как безопасного места для путешествий и отдыха.[8]

В соответствии с Государственной программой на 2021 год, установлено, что с 1 марта 2021 года по 1 июня 2022 года в рамках популяризации внутреннего туризма в порядке, определяемом Кабинетом Министров, внедряется механизм возмещения части следующих расходов на путешествия по Узбекистану:

авиаперевозчикам – в размере 25 процентов стоимости авиабилета по авиасообщениям на направлениях внутреннего туризма;

туроператорам и турагентам – в размере 15 процентов стоимости авиа- и железнодорожных билетов по турам, организуемым для граждан и лиц без гражданства, постоянно проживающих в Республике Узбекистан, а также в размере 10 процентов стоимости услуг средств размещения по размещению (гостиничные услуги). При этом возмещение части данных расходов

предоставляется при условии не менее одной ночевки в средствах размещения, расположенных в регионах, в которые осуществлено путешествие[9].

В настоящее время в Самарканде создается новый туристический кластер. Здесь будет 8 гостиниц и ряд туристических зон. Комплекс возводится на территории в 212 гектаров на побережье гребного канала в Самаркандском районе. Согласно проекту, здесь будет 10 объектов, в том числе конгресс-холл, гостиницы и зоны отдыха. В настоящее время идет строительство конгресс-холла, караван-сарая "Вечный город" и 8 гостиниц. Две 22-этажные гостиницы будут пятизвездочными, остальные – четырехзвездочными. Строящийся центр станет туристическим хабом. Здесь также будут необходимые условия для проведения международных мероприятий. Центр планируется ввести в эксплуатацию в 2022 году. [10]

Таким образом, государству здесь отводится роль катализатора государственно-частного партнёрства, предполагающего коллективные усилия с целью определения и внедрения эффективного экономического рычага в качественном росте туристических кластеров.

Литература:

1. Tourism Highlights Edition 2003, WTO, Madrid, Spain
2. Послание Президента РУ Ш. Мирзиёева Олий Мажлису.- Самаркандский вестник, 23 декабря 2017г.
3. Намазбеков М. Кластерное развитие в условиях глобализации: опыт зарубежных стран // Analytic. - 2005. -№3. - С. 8-14.
4. Войнаренко М.П. Кластерные модели объединения предприятий в Украине // Экономическое возрождение России, 2007. - №4(14).
5. Кетова Н.П. Роль территориально-отраслевых кластеров в модернизации экономики региона // Материалы Ш Всероссийской научной конференции («Домбайские чтения») «Модернизация экономики Юга России и новые стратегии региональной экономической политики», пос. Домбай КЧР, 12-16 апреля 2007 г. - г. Черкесск: Карачаево-Черкесская государственная технологическая академия, 2007. - С.61.
6. Указ Президента РУ « О мерах по обеспечению ускоренного развития туристической отрасли Республики Узбекистан».- Народное слово, 7 декабря 2016 года.
7. podrobno.uz
8. lex.uz
9. norma.uz
10. spytnik.uz

Худайберганов Дилшод Тухтабаевич – УрДУ “Туризм ва иқтисодиёт” факультети “Туризм ва меҳмонхона хўжалигини бошқариш” кафедраси доценти, и.ф.н.
Аминова Мақсуда Саминовна - УрДУ “Туризм ва иқтисодиёт” факультети “Иқтисодиёт” кафедраси катта ўқитувчиси

ТУРИСТИК КЛАСТЕРЛАРНИ ТАШКИЛ ЭТИШ ИМКОНИЯТЛАРИ

Аннотация. *В статье анализируются возможности организации туристических кластеров с учетом мирового опыта и выделяются их различные особенности.*

Abstract. *This article analyzes the possibilities of organizing tourist clusters, taking into account world experience, and highlights their various features.*

Ключевые слова. *Туризм, кластер, туристический кластер, синергетический эффект, туристское направление, ресурс*

Key words. *Tourism, cluster, tourist cluster, synergistic effect, tourist destination, resource*

Бугунги кунда туризм хизматларини ривожлантиришдаги мавжуд муаммоларни бартараф этиш йўлларидан бири кластер ҳисобланади. Туризмга иқтисодиётнинг стратегик тармоғи мақомини берилиши ушбу соҳани инновацион ривожланишга қаратилган янги ташкилий-иқтисодий механизмларини жорий этишини тақозо этади. Бундай механизмларнинг муҳим воситаларидан бири сифатида кластерлар хизмат қилади.

Кластернинг муҳим хусусияти ҳамкорлик ва рақобатнинг уйғунлашувидир. Турдош ва бир хил маҳсулотларни ишлаб чиқарувчи ташкилотлар қўшилган қиймат занжирининг маълум бўғинини ташкил қилиб, тўғридан-тўғри рақобат қилишларига қарамасдан, стратегик бирлашмаларни ҳамкорликда ташкил қиладилар.

Кластерлар маълум иқтисодий муҳитда фаолият кўрсатиб, кўпгина ҳолларда уларнинг рақобатбардошлиги мазкур муҳитга боғлиқ бўлади. Рақобат муҳити кластерларга турлича таъсир қилиб, баъзи ҳолларда уларнинг ривожланишига тўсқинлик қилса, бошқасида ўсишига сабаб бўлади. Кластерлар давлат ва хусусий сектор ҳамкорлиги тамойили асосида шаклланади ва фаолият кўрсатади. Кластерларнинг шаклланиши ва амал қилишининг дастлабки босқичларида давлат муҳим ўринни эгаллаб, туристик бизнес намояндалари билан яқин стратегик ҳамкорлик олиб бориши мақсадга мувофиқ. Амалиётда ўз самарадорлигини кўрсатган давлат ва хусусий мулкнинг турли ўзаро ҳамкорлик шакл, модел ва механизмлари мавжуд. Жойларда кластер ташаббусларини ривожлантиришни давлат кластерни ташкил қилувчилар ўртасида мулоқот платформаларини жорий қилиш, кадрларни қайта тайёрлаш ва қўшимча таълим дастурларини амалга ошириш эвазига маҳаллий иш кучларининг малакасини ошириш ва хорижий сайёҳларни жалб қилиш мақсадида ҳудуд брендини яратиш орқали қўллаб-қувватлайди.

Кластерларнинг муваффақиятли ривожланиши учун барқарор ривожланиш стратегиясини қўллаш талаб қилинади. Яъни, бу ерда гуруҳлар турли хил манфаатдор томонларнинг бирлаштирилиши ва иқтисодиётнинг рақобатбардош устунлигига эришишга йўналтирилган соғломлаштиришнинг янги ташкилий шаклидир. Шу боисдан ҳам, кластер сиёсатининг мақсади бизнес ва минтақанинг ривожланиши учун истиқболли имкониятлар яратишдан иборат. Шундай қилиб, кластерга бирлашган ҳар бир гуруҳ 5-10 йил давомида узоқ муддатли бизнесни ривожлантириш стратегиясига таъсир қилади.

Кластерларни аниқлаш учун минтақанинг алоҳида соҳаларида туризмнинг ўзига хос хусусиятларини аниқлаш лозим. Бундай таҳлил туристик ва рекреацион комплекснинг рақобатбардошлиги, барқарорлиги ва унинг кластер салоҳиятини тавсифловчи мезон асосида тузилади ҳамда уларга маҳаллийлаштириш, ихтисослашув ва ишлаб чиқариш коэффициентлари киради.

Республикамизда қабул қилинган қонунда туристик кластер - комплекс туристик хизматлар ҳамда турист ва экскурсантнинг эҳтиёжларини қаноатлантириш учун зарур бўлган бошқа қўшимча хизматлар кўрсатувчи мустақил ташкилотлар ҳамда якка тартибдаги тадбиркорлар мажмуи, деб келтирилган.[53] Дарҳақиқат, туристик кластерлар комплекс туристик хизматлар кўрсатиш, туристик фаолиятнинг рақобатбардошлилиги ва сифатини ошириш мақсадида туристик маҳсулотни шакллантиради, тарғиб этади ва реализация қилади.

Туристик кластерлар бутун дунёда тарқалган бўлиб, ривожланган мамлакатларда кенг қўлланилиши билан бирга ривожланаётган ва ўтиш даврида бўлган иқтисодиётларда ҳам учрайди.

Туризм соҳасида кластерларнинг шаклланиши ва фаолият кўрсатиши умумий қонуниятлар асосида амалга ошиши ҳамда ушбу соҳада намоён бўлиш хусусиятлари аниқланган. Кластерларнинг моҳияти уни ташкил этадиган ўзаро боғлиқ фирмаларнинг хизматларни етказиб берувчилар, жойлаштириш муассасалари ва бошқа қўшимча хизматлар, туристик маҳсулотларни сотиш каналлари ҳамда истеъмолчи (турист) каби қўшилган қиймат занжирида ўз аксини топади.

Туристик кластернинг рақобатбардошлиги ва жозибадорлиги қўшилган қиймат занжирининг ҳар бир бўғинида амалга ошаётган жараёнлар алгоритми ва динамикасини узлуксиз тадқиқ қилишни тақозо этиб, кластерни ташкил этувчи субъектларга барқарор ўсишнинг оптимал йўлларини ишлаб чиқишга кўмаклашади. Ушбу хусусият ва имкониятларни ҳисобга олган ҳолда туризм кластери қуйидаги бир қанча афзалликларга эгалиги билан ажралиб туради:

- биринчидан, агломерация самараси билан ажралиб турадиган сайёҳлик корхоналарининг географик жиҳатдан маҳаллийлаштирилган бирлаштирувчиси бўлиб ҳисобланади.

- иккинчидан, туризм кластерида муаммо географик концентрацияни ҳисобга олган ҳолда ифодаланади.

[53] Ўзбекистон Республикасининг “Туризм тўғрисида”ги Қонуни. 2019 йил 18 июнь. // Манба: www.lex.uz

Туризмга кластер ёндашуви хос бўлиб, бундай ривожланиш туристик кластерларини шакллантиришни тақозо этади. Сабаби туристик кластер туристик хизматларни кўрсатувчи географик бир-бирига яқин жойлашган корхона, ташкилот ва муассасаларнинг бирлашмаси сифатида намоён бўлади. Туристик кластерни яратишдан мақсад - синергетик самара ҳисобидан туристик бозорида ҳудуднинг рақобатбардошлигини оширишдан иборат.[54] Бунда синергетик самара кластер таркибига кирувчи корхона ва ташкилотларнинг самарадорлигини ошириш ва инновацияларни рағбатлантириш ҳамда янги йўналишларни ривожлантиришини рағбатлантиришда намоён бўлади.

Туризм соҳасида кластер ёндашувида туризмнинг мезодаражадаги рақобатбардошлигини ошириш учун кластерлаштириш сиёсатини амалга оширишини тақозо этади. Бу ерда туристик кластерларни шакллантириш туристларнинг кўзлаган саёҳат мақсадларига биноан уларнинг сайёҳлик эҳтиёжларини қондира оладиган, инфратузилмага эга бўлган ва мосланувчан сайёҳлик таклиф тизими билан характерланадиган стратегик тижорат бирлиги сифатидаги туристик кластерларни ташкил этиш жараёни ҳисобланади.

Туризм соҳасида кластер ёндашуви ва кластерлаштириш асосида туристик-рекреацион кластерларни ташкил этиш амалга оширилади. Бунинг учун республикамизга хос бўлган турли мамлакатлар тажрибаларини ҳисобга олиш мақсадга мувофиқ. Хусусан, кўпчилик мамлакатларда кластер тажрибасини ўрганиш натижасида И.В.Пилипенко томонидан унинг қуйидаги тармоқ ва ҳудудий шакллари алоҳида ажратиб кўрсатилади:[55]

- тармоқ кластерлар (халқаро меҳнат тақсимотида муваффақиятли ихтисослашган қишлоқ хўжалиги, ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш тармоқлари субъектларининг ўзаро боғлиқ гуруҳлари);

- ҳудуддий кластерлар (маълум бир ҳудудда географик жиҳатдан зич жойлашган бир-бирига ўхшаш ёки тўлдирувчи маҳсулотларни ишлаб чиқариш ҳамда кластер аъзолари ўртасида маълумот алмашувининг йўлга қўйилганлиги эвазига халқаро даражада рақобатбардошлигини барқарор сақлаб турган ўзаро боғланган корхоналар гуруҳи).

Демак, туристик кластерлаштиришнинг моҳияти сайёҳлик салоҳиятга эга бўлган турли ҳудудларни муайян тамойил ва мезонлар орқали сайёҳлар оқимини ўзига жалб қила оладиган туристик кластерларга бирлаштириш жараёни сифатида намоён бўлади. Бунинг натижасида сайёҳлик талаб ва таклиф бирлигининг маркетинг усулида бошқариш тизими яратилади ҳамда шакллантирадиган жозибадор туристик кластерларнинг рақобат устунлиги ошади.

Шуларга асосан, Ўзбекистон шароитида туристик кластерлаштириш жараёни қуйидаги босқичларда амалга оширилади:

---

[54] Туристские кластеры понятие, цели, структура. http://www.stihi.ru/2015/05/20/1442

[55] Пилипенко И.В. (2005а) Конкурентоспособность и формы организации производства в регионах России. // «Взаимодействие городских и сельских местностей в региональном развитии». Сборник материалов XXII ежегодной сессии экономико-географической секции МАРС, Саратов, 4-6 июня 2005 г. - М.: ИГ РАН. 2005. С. 42-51.

- туристик кластер мижозларининг саёҳат мақсадини аниқлаш. Бу босқичда туристик кластерларнинг асосий мижозлар гуруҳи ва уларнинг саёҳатдан кўзланадиган мақсадлари аниқланади. Натижада, мижозларнинг “ташкил қилинган” ёки туристик воситачилар ёрдамида ташриф амалга оширадиган ҳамда “ташаббускор сайёҳлар” ёки ўзлари воситачиларсиз саёҳат қиладиган гуруҳларга ажратиш мақсадга мувофиқ бўлади.

- туристик кластерга кирадиган объектларни танлаш. Бу жараёнда шаклланадиган туристик кластерга киритадиган диққатга сазовор жойлар, туристик масканлар, саёҳатгоҳ ва туристик инфраструктура объектлари танлаб олинади. Туристик мажмуанинг объектлари танлаб бўлингандан кейин, уларнинг қайси сифат даражасида қарор топганлиги турли кўрсаткичлар орқали аниқлаб олинади.

- туристик кластерларни шакллантирувчи асосий омилларини аниқлаш ва уларни таҳлил қилиш. Унга Иқтисодий лойиҳаларнинг шакллантирувчи таъсирчан омиллари хос бўлиб, бу ўз ичига туристик кластерлаштиришнинг кластернинг сиёсий нуқтаи назардан барқарорлиги ва кишилар ҳаётига хавф-хатар етказмаслиги, кластер ҳудудида диққатга сазовор жойлар ва агротуристик жозибадор масканларнинг мавжудлиги, агротуристик ҳудудларда сайёҳлик оқимни вужудга келтирувчи бозор сегментларининг мавжудлиги, агротуристик ҳудудлар жойлашган кластерларда доимий яшайдиган аҳоли ва меҳнат ресурсларининг мавжудлиги, агротуристик ҳудудларгача етиб борадиган равон йўлларнинг мавжудлиги ҳамда яшаш, овқатланиш ва кўнгилхушлик қилиш учун тегишли инфраструктуранинг мавжудлиги каби омилларни олади.

- туристик кластерлаштиришнинг тамойилларини асослаш. Унга асосан, Ўзбекистонда агротуристик кластерлаштириш сиёсати туристик жозибадор жойларни мувофиқлаштириш, тематик туристик жозибадор жой ва масканларни уйғун бирлаштириш, туристик оқимни сайёҳлар нигоҳидан яратиш ва уни назорат қилиш ҳамда саёҳатгоҳларни бозор усулида бошқариш каби тамойиллар асосида амалга оширилади.

- туристик кластерлаштиришнинг мезонларини ишлаб чиқиш. Бунга асосан туристик кластерлаштириш жараёнида кўламлилик, доимийлик, фойдалилик, хилма-хиллик ва узвийлилик каби мезонлар бўйича туристик ҳудудлар асосида жозибадор туристик кластерларни яратиш имкони вужудга келади.

- рақобатбардош туристик кластерларни ташкил этиш. Бу босқичда туристик талабга мос келадиган туристик салоҳиятидан келиб чиқадиган кластерлар яратилади.

- туристик кластер менежменти тизимини ташкил этиш. Туристик кластерлаштиришнинг ушбу босқичи дестинацион менежмент концепциясининг туристик таклиф ва талабининг уйғунлаштириш ғоясига асосланади.

- туристик кластерларни ривожлантириш стратегияларини танлаш. Бундай стратегиялар ҳужумкор, ҳимоя, тақлид, қарам ва таҳмон каби стратегияларга ажратилади.

Ушбу кластер шакллантирувчи босқичларда стратегик тижорат бирлиги сифатидаги туристик кластерларни ташкил этиш ва ривожлантириш имкони вужудга келади.

Республикамиз шароитида туристик кластерлар туристик ҳудуддан кескин фарқ қилиб, институционал тузилмага эга бошқариладиган макон сифатида намоён бўлади ҳамда ўзига ўхшаш бошқа кластерлар билан рақобатлаша олади. Бундай ҳолатда маълум туристик потенциалга эга маконлар, туризм иқтисодиёти тадқиқотчилари томонидан халқаро эътироф этилган маъноларида, яъни унга геоиқтисодий ёндашганда туристик ҳудуд, маркетинг томонидан қаралганда дестинация ва менежмент томонидан ёндашилганда туристик кластер қўлланилади.

Шунингдек, республика минтақаларида туристик-рекреацион кластерларни ташкил этиш учун дестинацияни ҳисобга олиш лозим. Туристик дестинация - сайёҳлар гуруҳи томонидан маълум вақт мобайнида саёҳат қилиш учун мўлжалланган ва хизмат етказиб берувчилар инновацион ёндашувлар асосида таклиф қилган туристик маҳсулотини сотиш учун танлаган мақсадли географик жой бўлиб қаралади. У туризм соҳасини барқарор ривожланишини баҳолашда ишлатиладиган дестинацион маҳсулот, рақобат ва стратегик тадбиркорлик фаолияти бирлиги сифатида намоён бўлади.

Умуман олганда, республика минтақаларда туристик кластерларни ташкил этиш учун инновацияларга ҳам алоҳида эътибор қаратилади. Бу илмий, моддий, ахборот, моддий, молиявий, фойдаланилмаган ва интеллектуал каби ички асосий ресурс унсурларни ўз ичига олади. Минтақада туристик кластерлар шакллантириш учун туристик ресурс кластери инновацион салоҳиятини баҳолаш тақозо қилинади. Бу қуйидаги усуллар орқали таъминланади:

- кластернинг инновацион сиёсати учун стратегия ва мақсадларни, жумладан, минтақанинг рекреацион туризмни ривожлантириш соҳасидаги сиёсати ва стратегиясини шакллантириш;
- сифатли бошқарув қарорларини қабул қилиш учун маълумотлар базасини яратиш;
- таҳлил ва статистик ҳисоб, шунингдек, минтақалараро ёки туристик ресурс кластерининг мавжуд натижаларини халқаро даражада қиёслаш;
- туристик ресурс кластери фаолиятига манфаатдор томонларни кенг жалб қилиш.

М.Т.Алимова - СамИСИ “Менежмент” кафедраси профессори, и.ф.д.
Д.З.Норкулова - СамИСИ “Туризм” кафедраси мудири, PhD.

ТУРИСТИК КЛАСТЕРЛАРНИ РИВОЖЛАНТИРИШ БИЛАН БОҒЛИҚ ТАДҚИҚОТЛАРНИНГ ИЛМИЙ-НАЗАРИЙ ТАҲЛИЛИ

Аннотация: *Мақолада туристик кластерларни ривожлантириш билан боғлиқ илмий тадқиқотларнинг илмий-назарий таҳлили келтирилган.*

Калит сўзлар: *туристик кластер, кластерли ёндашув, изоҳ, таъриф, комплекс тавсиф, мақсадли гуруҳлар.*

Annotation: *The article presents a scientific and theoretical analysis of scientific research related to the development of tourist clusters.*

Keywords: *tourist cluster, cluster approach, comment, description, comprehensive description, target groups.*

Туристик фаолият самарадорлигини оширишда кластерли ёндашувдан фойдаланиш имкониятлари тўғрисида Л.Канина, К.Энц ва Дж.Харрисон, Дж.Джексон ва П.Мерфи, А.Макиавелли, С.Нордин, М.Новелли, Б.Шмитс, Т.Спенсер, М.Монфорт каби хорижий олимлар ўзининг илмий ишларида тўхталиб ўтишган. Шунигдек, туризм индустриясини ривожлантиришда кластерли ёндашувдан фойдаланишнинг назарий, амалий ва услубий жиҳатларини МДҲ олимларидан К.З.Адамова, А.Ю.Александрова, А.Е.Бойко, А.А.Власенко, А.А.Дроздецкая, Ю.А.Маркова, Н.С.Мартышенко, А.В.Митрофанова, Ю.Ю.Морозов ва бошқалар ўз тадқиқотларида кенг кўламда кўриб чиқишган. Меҳмондорчилик ва туризм соҳасида кластерни шакллантириш ва ривожлантириш хусусиятларини Р.Тинслей, П.Линч, К.Холлар алоҳида ўрганиб чиққанлар. Дж.Ритчи ва Дж.Крауч, К.Гутьерес ва И.Бордаслар Портернинг рақобатбардошлик моделини турли хил туристик ҳудудларга қўллашни тавсия этишган. К.Караманидис ушбу моделни Грециянинг туризмига мослаштирган бўлса, Э.Кок эса ундан Туркиянинг туристик кластерини таҳлил қилишда фойдаланган. Бу борада Бутунжаҳон Туризм Ташкилоти ҳам туризмда кластерли ёндашувга бағшланган бир қатор тадқиқотлар олиб борган.

Кўпчилик олимлар ўз тадқиқотларида кластерли ёндашувлардан келиб чиққан ҳолда, «туристик кластер» тушунчасинининг моҳиятини очиб беришга қаратилган таърифларни келтиришган (1-жадвал). Ушбу таърифларда «туристик кластер» тушунчаси уч хил ёндашув, яъни тизимли, тузилмавий ва жараёнли ёндашувлар асосида таҳлил қилинган.

1-жадвал

«Туритсик кластер» тушунчасининг изоҳига турли ёндашувлар

муал.	таъриф	ёндашувнинг хусусияти
Митрафанова А.Н.	Бозор муносабатларининг ривожланиши шароитида туризмни фазовий ташкил этишнинг долзарб шакли ҳисобланиб, бу	Туристик кластернинг шаклланиш шароитлари белгилаб

	шароитлар фаолиятнинг турли шакллари қаторида туризмни ташкил этишга янги талабни келтириб чиқаради.[56]	берилган.
Коль О.Д.	Йирик шаҳар хўжалиги тармоқларига тнгишли турли хил тадбиркорлик тузилмаларининг ҳудудий жиҳатдан чекланган ва ўзаро боғланган мажмуи ҳисобланиб, уларнинг фаолияти туристик маҳсулот истеъмолчиларининг маънавий ва эмоционал кечинмалари учун шароит яратиш ҳамда шаҳарнинг миллий ва халқаро туризм бозорларида рақобатбардошлигини оширишга йўналтирилган.[57]	Туристик кластер таркибига кирувчи тадбиркорлик тузилмаларининг фаолияти мақсади белгиланган.
Морозова Ю.Ю.	Аниқ бир ҳудудда тўпланган, туризм соҳасининг ижтимоий институтлари гуруҳи, яъни: туроператорлар, турагентлар, жойлаштириш муассасалари, умумий овқатланиш ташкилотлари, транспорт ташкилотлари, олий ўқув юртлари, илмий тадқиқотчилик институтлари, давлат бошқаруви органари, ва ҳ.к. бир-бирини тўлдирувчи, алоҳида ташкилотлар ва бутун кластернинг рақобатбардошлик устунликларини оширувчи ташкилотлар гуруҳидир.[58]	Туристик кластер таркибидаги мақсадли гуруҳлар ҳамда уларнинг фаолият мақсадлари белгиланган.
Шепелев И.Г.	Туритсик маҳсулотни ишлаб чиқиш ва реализация қилиш фаолияти билан бирга туризм билан боғлиқ бошқа фаолият турлари билан шуғулланувчи ташкилот ва корхоналарнинг ягона чекланган ҳудуд доирасида тўпланиши.[59]	Туристик кластер фаолияти предмети белгиланган.
Хваджа А.Н., Рассадин Б.И.	Одатда якка тарзда фаолият юритувчи бошқарув тузилмалари ва ташкилотларнинг ҳудудий ресурсларни энг фойдали йўналишда тақдим этиш, ҳудудий туристик маҳсулотларни шакллантириш, уларнинг ички, ҳудудлараро ва халқаро бозорларида ҳаракатларини таъминлаш ва реализация	Туристик кластер таркибидаги мақсадли гуруҳлар фаолияти предмети белгиланган.

[56] Региональный туристский кластер как форма пространственной организации туризма (на примере Калининградской области). Автореферат диссертации на соискание учёной степени кандидата географических наук. Калининград. 2010.

[57] Концептуальные основы формирования кластера туристских предпринимательских структур по въездному туризму в крупном городе // Проблемы современной
экономики. 2010. № 1 (33)

[58] Кластерный подход к управлению организациями туристского бизнеса. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук.
Сочи. 2011.

[59] Туристско-рекреационные кластеры – механизм инновационного совершенствования системы стратегического управления развитием регионов // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). 2012. № 3. С. 10.

	қилиш бўйича кучларини бирлаштириши ва кооперацияси.[60]	
Маевский Д.	Ижтимоий-иқтисодий фазо соҳалари ва тармоқлари ташкилотлари ва корхоналарининг ҳудудий-ишлаб чиқариш тўридир.[61]	Туристик кластернинг тармоқли ва ҳудудий хусусиятлари кўрсатиб берилган.
Бени М.	Ўзаро боғлиқликдаги фаолияти иқтисодий, ижтимоий, сиёсий соҳаларда синергия билан тавсифланувчи ҳамда рақобатбардош устунликларга эришиш мақсадида, ташкилотларнинг ўзаро таъсир этиши орқали ишлаб чиқариш занжирини мувофиқлаштиришга йўналтирилган, туристик хизматларни тақдим этишнинг аниқ сифати даражасига эга, аниқ бир ҳудудда тўпланган туристик аттракторлар мажмуасидир.[62]	Туристик кластер доирасида мақсадли гуруҳлар фаолиятининг тавсифи ва мақсади белгиланган.
Диас А.	Иқтисодий, экологик, ижтимоий, маданий ва бошқа кўринишдаги меҳнатга оид фаолият турларининг географик жиҳатдан бир жойда тўпланиши ҳисобланиб, бунда маҳаллий қатнашувчилар ва институтлар туристик маҳсулот қадр-қийматини ошириш учун ўзаро таъсирлашадилар ва боғланадилар.[63]	Туристик кластер фаолияти турлари ва унинг фаолият мақсади кўрсатиб ўтилган.
Монфорт М.	Туризм индустриясининг тадбиркорлик тузилмалари (турагентлар, жойлаштириш ва овқатланиш муассасалари, турли хил кўринишдаги парклар, аквапарклар ва ҳ.к.), туристик аттракторлар, бошқа тармоқлар бизнес-тузилмалари, коммуникация, транспорт инфратузилмаси, табиий ресурслар, сиёсий шароитлар мажмуасидир.[64]	Туристик кластернинг объектлари белгилаб берилган.
Куна С.К.	Битта ҳудудда тўпланган, туристик маҳсулотни ишлаб чиқаришда қатнашувчи, ўзаро вертикал (туризм индустриясининг ички маҳсулот ишлаб чиқиш занжири) ва горизонтал алоқалар (туристик маҳсулотни тақдим этиш жараёнида қатнашувчи ташкилотлар ўртасида ахборотларнинг ўзаро	Туристик кластер қатнашчилариларини нг ўзаро таъсири ва боғлиқлигига урғу берилган.

[60] Туристские кластеры как инструмент роста конкурентоспособности экономики Сирии // Проблемы современной экономики. 2011. № 4. С. 378–382.

[61] Маевский Д. П., Лучко О. Н., Кулагина Е. В., Грицай М. А., Мокеев Г. И. Структурно-функциональная модель туристско-рекреационного кластера Омской области // Учёные записки университета им. П.Ф. Лесгафта. 2012. № 10. С. 99–104.

[62] Beni M. (2003). Globalização do Turismo: Megatendências do Sector e a Realidade Brasileira, Editora Aleph, São Paulo.

[63] Dias A. (2000), «Tourism as a leverage sector in the new model of economic growth», «Tourism Sustainability and Territorial Organization» Proceedings of XIIth Meeting 4th-10th July. 1999. Faro, Portugal.

[64] Monfort M., V. M. (2000). Competitividad y factores críticos de éxito en la «hotelería de litoral»: experiencia de los destinos turísticos Benidorm y Peñíscola (Doctoral Dissertation, Universidad de Valência, Espanha, 2000).

	алмашинуви) орқали боғланган компаниялар ва институтлар гуруҳидир.[65]	
Осминкина А.Д.	Маълум бир ҳудуд доирасида ўзаро боғланган ташкилотлар гуруҳи, яъни: туроператорлар, турагентлар, жойлаштириш соҳаси, туристик хизматлар етказиб берувчилар, транспорт ташкилотлари, инфратузилма, олий ўқув юртлари, илмий тадқиқотчилик институтлари ва ҳ.к. бир-бирини тўлдирувчи, алоҳида ташкилотлар ва бутун кластернинг рақобатбардошлик устунликларини оширувчи ташкилотлар гуруҳидир.[66]	Туристик кластердаги мақсадли гуруҳларнинг таркибига кирувчи қатнашчилар алоҳида белгилаб берилган.
Кружалин В.И.	Ҳудуднинг рекреацион потенциалидан фойдаланган тарзда туристик оқимларни шакллантирувчи ва уларга хизмат кўрсатувчи, географик жиҳатдан яқин жойлашган, ўзаро боғланган ташкилотлар, жамоатчилик ташкилотлари ва улар билан боғланган давлат бошқаруви органлари.[67]	Туристик кластер таркибидаги мақсадли гуруҳларнинг фаолият предмети белгиланган.
Капоне Ф.	Туризм индустриясида фаолият юритувчи географик жиҳатдан тўпланган ташкилот ва институтлар гуруҳи, шунингдек туристик хизматлар етказиб берувчилари, туристик хизматлар кўрсатувчи ташкилотлар, давлат органлари, ижтимоий ташкилотлар, университетлар.[68]	Туритсик кластер таркибидаги мақсадли гуруҳлар ажратиб кўрсатилган.
Тарасёнок А.И.	Маълум бир дестинация ташриф буюрувчиларига хизмат кўрсатишнинг ягона технологик жараёнида бирлаштирилган ёки туристик талабнинг битта сегменти ё битта турист томонидан истеъмол қилинадиган туристик маҳсулотни шакллатиришда қатнашувчи туристик мажмуа ташкилотлари гуруҳи.[69]	Туристик кластер таркибига киритилган тадбиркорлик тузилмаларининг хусусиятлари белгилаб берилган.
Россия Федерацияси ФМД	Маданий ва рекреацион йўналишдаги объектларнинг – зарурий таъминловчи инфратузилма билан жиҳозланган коллектив жойлаштириш муассасалари, овқатланиш ва ҳамроҳ сервис ташкилотлари.[70]	Туристик инфратузилма туристик кластернинг таркибий қисми сифатида белгиланган.

[65] Cunha S. K. and Cunha, J.C. (2005), «Tourism cluster competitiveness and sustainability proposal for a systemic model to measure the impactof tourism on local development №, BAR. 2(2). art. 4, pp. 47–62, July/Dec.

[66] Осминкина А. Д. Исследование возможностей создания информационно-аналитических моделей для построения и управления туристскими кластерами (на примере Владимирской области) // Алгоритмы, методы и системы обработки данных. 2009. №14. С. 100–105.

[67] Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования: Труды 5 международной науч.-практ. конф. МГУ им. М. В. Ломоносова, геогр. фак-т, Москва, 28–29 апреля 2010. СПб.: Д. А. Р. К., 2010. С. 26.

[68] Capone F. (2004). «Regional Competitiveness in Tourism local Systems», 44 European Congress of the European Regional Science Association, Regions and Fiscal Federalism, Universidad the Porto.

[69] Тарасёнок А. И. Геоэкономика туризма: учеб. пособие. Минск: Новое знание; ИНФРА-М, 2011. С. 151.

[70] Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации на 2011–2018 годы». Электронный ресурс. URL: http://правительство.рф/. Дата обращения 30.01.2013.

Созиева З.И.	География жиҳатдан чегараланган ўзаро боғлиқликдаги ташкилотлар гуруҳи, яъни ихтисослаштирилган хизматлар етказиб берувчилар, инфратузилма, таълим марказлари, давлат бошқаруви органлари ва бошқа ташкилотлар. Бу ташкилотларнинг фаолияти бир-бирини тўлдирувчи ҳисобланиб, қуйидаги ягона иккита мақсадни амалга оширишга йўналтирилган: 1) туристик-рекреацион фаолият воситасида саёҳат қилиш, дам олиш, даволаниш ва хордиқ чиқаришнинг бошқа шаклларига нисбатан ижтимоий эҳтиёжларни қондириш; 2) рекреацион ҳудуднинг ижтимоий-иқтисодий ривожланиши ва аҳоли ҳаёти сифатини ўстиришга хизмат қилувчи рақобатбардош иқтисодий тармоқни шакллантириш.[71]	Туристик кластернинг таркибий гуруҳлари ва улар фаолиятининг мақсади белгиланган.

Илмий асарларда «туристик кластер» тушунчасига келтирилган таърифларнинг илмий-назарий таҳлиллари шундан далолат берадики, П.М.Маевский, О.Н.Лучко, Е.В.Кулагина, М.А.Грицай, Г.И.Мокеев, Е.Г.Кропинова, М.Монфорт, С.К.Куна каби олимларнинг илмий қарашлари ушбу тушунчанинг мазмун ва моҳиятини очиб беришда тизимли ёндашувга асосланган бўлиб, «туристик кластерлар» уларнинг объектлари (туритсик аттракторлар, туристик инфратузилма) ва субъектларининг (туристик кластер қатнашчилари) мажмуаси сифатида талқин этилган.

Тузилмавий ёндашувлар асосида ишлаб чиқилган таърифларда «туристик кластерлар» субъектлар тузилмаси сифатида изоҳланган. Хусусан, И.Г.Шепелев, Ю.А.Маркова, О.Д.Коль, А.Д.Осминкина, А.И.Тарасенок каби мутахассислар томонидан берилган таърифларда туристик кластернинг субъектлари сифатида фақатгина тадбиркорлик фаолияти субъектлари кўриб чиқилган. Аммо Ю.Ю.Морозова, В.И.Кружалин, З.И.Созиева, Ф.Капоне томонидан берилган таърифлар бирмунча комплекс тавсифга эга бўлиб, улар туристик кластер субъектлари доирасига тадбиркорлик фаолияти субъектлари билан бир қаторда, давлат ҳукумати органлари ва ижтимоий ташкилотларни ҳам киритишган.

Жараёнли ёндашувга асосланиб берилган таърифларда туристик кластер биргаликдаги ҳаракатлар, кооперация жараёни сифатида талқин этилган. Бундай нуқтаи назарни А.И.Митрофанова, А.Н.Хваджа, Б.И.Рассадин каби олимлар ўз илмий асарларида илгари суришган.

Шундай қилиб, бизнинг фикримизча, туристик кластер – бу ҳудуднинг рекреацион салоҳиятидан самарали фойдаланиш асосида ҳудудий туризм тизимининг рақобатбардошлигини таъминлаш мақсадида туристик маҳсулотни

[71] Созиева З. И. Формирование стратегии кластерного развития туристско-рекреационного комплекса региона: на примере Республики Северная Осетия-Алания: дис. канд. экон. наук: 08.00.05 / Созиева Залина Игоревна; [Место защиты: Рос. эконом. акад. им. Г. В. Плеханова]. Москва, 2009.

шакллантириш ва реализация қилишнинг технологик жараёнида бевосита ёки билвосита қатнашувчи ва давлат бошқарув органлари, таълим муассасалари, илмий тадқиқот институтлари билан ўзаро узвий алоқада бўлган, географик жиҳатдан яқин жойлашган ташкилотлар ҳамда уларнинг ўзаро ҳамкорликдаги ижтимоий-иқтисодий муносабатлари мажмуидан иборат очиқ иқтисодий тизимдир.

Нарзиев Мирфайз Махмуджонович - докторант 2 курса специальности Экономика сферы услуг, Бухарский государственный университет

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ СОЗДАНИЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ КЛАСТЕРОВ И ПРИМЕНЕНИЕ ИХ В РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН

Аннотация: *В последние годы развития туристического бизнеса на основе кластерного подхода все чаще обсуждается в научных и деловых кругах. Такой подход будет способствовать комплексному развитию сектора услуг, повышению конкуренции, инноваций, качества обслуживания клиентов и репутации страны на международном туристическом рынке.*

Ключевые слова: *туристический кластер, инновации, сотрудничество, государственно-частное партнерство.*

Аннотация: *Сўнгги йилларда туризм бизнесини кластерли ёндашув асосида ривожлантириш илмий ва ишбилармон доираларда тобора кўпроқ муҳокама қилинмоқда. Ушбу ёндашув, хизмат кўрсатиш соҳасининг комплекс ривожланишига ёрдам беради, рақобат, инновация, харидорларнинг тажрибаси ва халқаро туризм бозорида мамлакат обрўсини оширади.*

Калит сўзлар: *туризм кластери, инновация, ҳамкорлик, давлат-хусусий шерикчилиги.*

Abstract: *In recent years, the development of the tourism business based on the cluster approach has been increasingly discussed in scientific and business circles. This approach will contribute to the integrated development of the service sector, increasing competition, innovation, customer service quality and the country's reputation in the international tourism market.*

Key words: *tourism cluster, innovation, cooperation, public-private partnership.*

В современных условиях глобализации, развитие сферы гостеприимство и туристического бизнеса находится под влиянием внешних и внутренних изменений, которые заставляют предприятия гостиничного хозяйства искать новые стратегии, инструменты и методы управления, основанные на системных и комплексных подходах. Для развития туристической сферы Узбекистана, процессы совмещения и интеграция гостиничных предприятий, формирование новых режимов и структур управления становятся актуально.

Развития туристического бизнеса на основании кластерного подхода показал свою эффективность в развитых странах мира. Кластерный подход развития подразумевает в определенной территорию концентрация нескольких фирм работающих в одной сферы деятельности.

Понятие кластера и его теоретического обозначения в своих научных трудах представил профессор Гарвардского университета Майкл Портер.

В своей книге «Международная конкуренция: конкурентные преимущества стран»[72] Портер описывает кластер как группу географически взаимосвязанных компаний и связанных организаций, которые работают вместе в определенной области и дополняют друг друга. Географический размер кластера может расширяться от одного города к другому или даже к ряду соседних государств. Кластер можно рассматривать как систему взаимосвязанных фирм и организаций, которые вместе образуют систему ценностей.

Хорватия - страна, где широко используется кластерный подход, и успешный пример в развитии гостиничной индустрии. Здесь членами кластера являются Министерство национального туризма, гостиничные комплексы, туроператоры, рестораны, концессии, транспортные организации, сувенирные магазины, музеи и университеты. Созданы кластерные рабочие группы по маркетингу и брендингу, жилищной организации, человеческим ресурсам, инфраструктуре, законодательству и нормативно-правовой базе.

Стратегия развития туристического кластера в Хорватии - это стратегия экономической диверсификации. Посредством диверсификации будут созданы уникальные туристические маршруты для жителей Хорватии и иностранных туристов в ответ на высокое качество и конкурентоспособность туристических продуктов.

Профессор Российского государственного экономического университета имени Плеханова С.В. Валеева в своем исследовании приводит различные популярные модели кластерообразования (таблица 1)[73].

Таблица-1. *Модели формирования и управления кластером*

Модели формирования и управления кластером		
	Модели	**Особенности модели**
1.	Североамериканская модель	Стимулирование инновационных кластеров, поддержка грантов, создание агентства кластерного развития. Требуется участие малого бизнеса.
2.	Западноевропейская модель	Ведущая роль будет отведена образовательным и научным учреждениям. Основная форма поддержки - финансирование НИОКР, формирование инфраструктуры инновационного развития.
3.	Скандиновские	Государство работает как заказчик. Основная форма

[72] А. Маршалл. «Принципы экономической науки», 1890, Англия.

[73] С.В. Валеева. “Развитие концепции кластерного подхода в туризме”, Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, Москва, 2016.

	модели	поддержки - финансирование научно-технического сотрудничества, инвестиционных проектов.
4.	Индийская модель	Кластеры финансируются за счет иностранных инвестиций.
5.	Китайская модель	Инициаторами выступают государства и регионы. Формирование кластеров будет вращаться вокруг крупных промышленных и высокотехнологичных организаций. Инновации максимально интегрированы.
6.	Японская модель	Акцент будет сделан на крупный бизнес, работающий по долгосрочному контракту с малым бизнесом.

Развитые страны создают кластеры в разных секторах экономики и успешно ими управляют, а также создают единый кластерный веб-сайт по всей стране, через который можно получить последние новости, связанные с отраслью кластера, взаимный обмен информацией, экспертную помощь соискателям кластеров и другую актуальную информацию (таблица 2)[74].

Анализ этих веб-сайтов показывает, что, согласно теории кластеров М. Портера (повышение конкурентоспособности региона), территория штата делится на группы в зависимости от развития конкретного производственного сектора или сектора услуг в этом регионе, и это называется кластерной картой.

Карта кластера - это карта, на которой четко показаны все прямые и косвенные участники производственного или сервисного процесса, интенсивность их развития и взаимодействия. Он состоит из трех компонентов: ядра кластера (например, гостиница), соответствующих секторов (туристические организации, туроператор/турагент, транспорт, общественное питание и т.д.) и ресурсов (море, исторические памятники, горные леса и т.д.).

Таблица-2. *Веб-сайты Центра кластерного развития в странах*

Веб-сайты Центра кластерного развития в странах		
1.	США	http://www.clustermapping.us/
2.	Европа	http://www.clusterobservatory.eu/
3.	Россия	https://cluster.hse.ru/
4.	Англия	http://www.bcned.co.uk/
5.	Япония	https://www.jetro.go.jp/en/invest/region/icinfo.html
6.	Канада	https://www.clustermap.ca/app/scr/is/ccmp/web#!/en/home

[74] Создано автором.

7.	Китай	https://www.china-briefing.com/news/chinas-city-clusters-plan-to-transform-into-19-super-regions/

Изучая международный опыт, в Республике Узбекистан планируются создать туристические кластеры. В частности, Бухарская область является одним из лидеров в сфере туризма. 2020 год объявлен годом «Бухара – столица исламской культуры»[75] и проводиться множество онлайн конференций и семинаров по религиозной тематике. Не смотря на пандемию, в городе активно строится новые гостиницы, хостелы, рестораны и другие объекты сферы туризма. Повышается квалификация сотрудников сферы услуг, состоялось церемония открытия тематического центра «Bukhara Desert Oasis & Spa»[76], на побережье Тудакуля открылся новый пляжный курорт «Silk Road Family Resort»[77] и другие.

В результате крупномасштабных реформ и привлечение инвесторов в сфере туризма Узбекистана, средства размещения Бухарской области интенсивно расширяется и в настоящие время в области общее число средств размещения составляет 365, а мест у них 8573 (рисунок 1)[78].

Вышеизложенный международный опыт показывает что, формирование туристических кластеров осуществляется в несколько этапов, к которым относятся следующие:

1. ***Определить спрос на новую услугу***: Анализируется, где находится туристический объект/достопримечательность, какой сегмент рынка она обслуживает, какие дополнительные услуги и новые туристические маршруты можно создать в низкий туристический сезон с учетом спроса. Объект может быть расположен на набережной, в деловом или историческом центре города, так что он может обслуживать пляжников или бизнесменов на пляже;

2. ***Определить участников кластера***: Определите участников кластера и договоритесь о взаимодействиях между ними. Например, если у туристического объекта нет собственного комфортабельного и удобного транспорта, она может работать как с транспортной компанией на кластерной основе, так и с другими туристическими организациями.

3. ***Создание нового турпродукта и его маркетинг.*** Формирование нового домашнего продукта и его маркетинг. После того, как гостиница/объект сформировала новую услугу с участниками кластера, она должна проинформировать об этом иностранных и отечественных туристов. Через Интернет, газеты, телевидение, выставки и другие маркетинговые инструменты.

---

[75] Национальное информационное агентство Узбекистана: https://uza.uz/ru/society/bukhara-stolitsa-islamskoy-kultury-18-02-2020

[76] Официальный веб-сайт Государственного комитета Республики Узбекистан по развитию туризма: https://uzbektourism.uz/ru/newnews/view?id=1328

[77] Официальный веб-сайт Государственного комитета Республики Узбекистан по развитию туризма: https://uzbektourism.uz/ru/newnews/view?id=1305

[78] Составлено автором на основании статистических данных с официального веб-сайта Государственного комитета Республики Узбекистан по развитию туризма.

4. ***Продажа и продвижение нового турпродукта***: Стимулы к продаже новых продуктов, основанные на принципе «дефект», процесс бронирования нового продукта для иностранных и местных гостей, период от прибытия до отъезда и организованного возвращения домой, теплые воспоминания и возвращение гостей. Достижение цепочки создания стоимости.

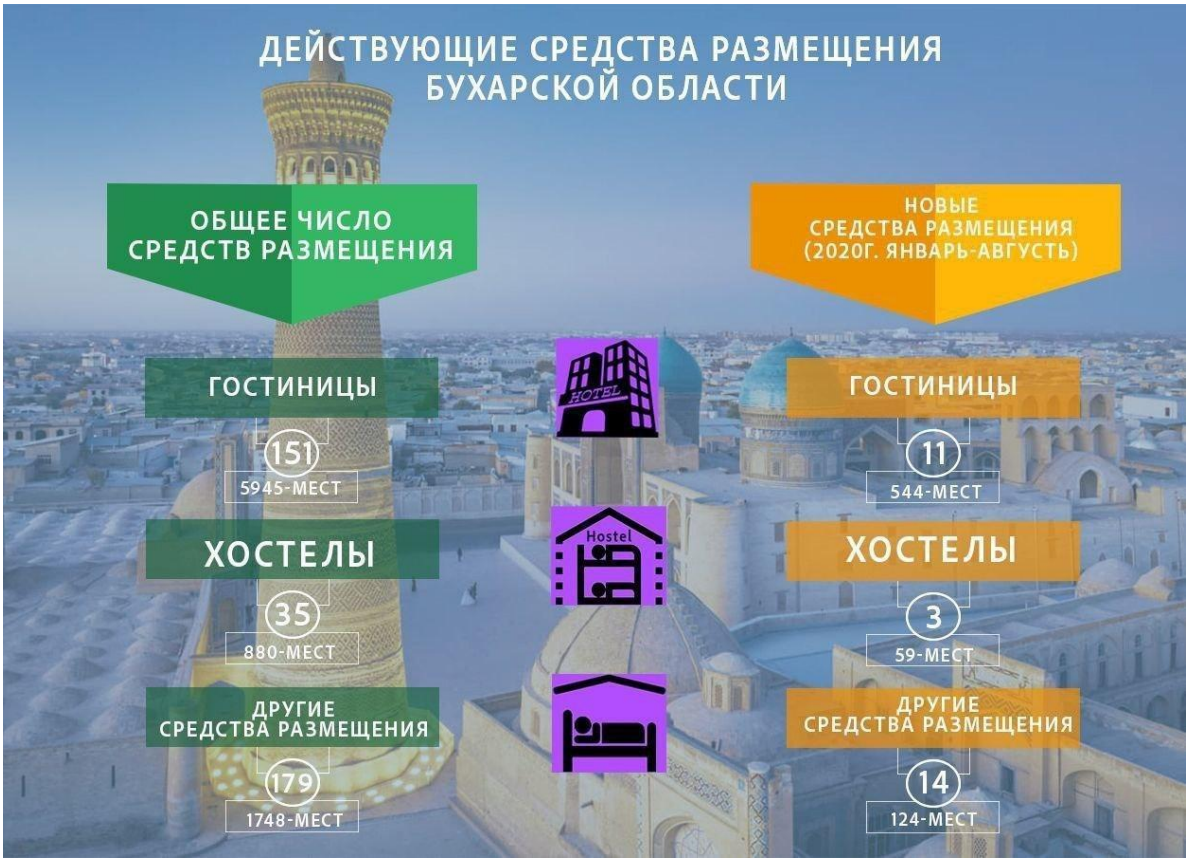


Рисунок 1. *Действующие средства размещения Бухарской области*

5. ***Послепродажный мониторинг нового турпродукта***: Мониторинг новинок. При этом посетители могут собрать свои положительные и отрицательные отзывы о продукте с помощью анкеты, электронной почты или телефона, и на следующих этапах устранить эти недостатки.

6. ***Расширить кластер за счет увеличения туристического потенциала региона***: Увеличить туристический потенциал территории кластера, привлечь иностранных и отечественных инвесторов, пригласить других новых участников с целью расширения кластера на основе государственно-частного партнерства.

В настоящее время в Бухарской области ведется активная работа по созданию кластеров гастрономического и религиозного туризма. Основой для этого служит национальная кухня и «Семь Святых Пиров» Древней Бухары.

Список литератур:

1. А. Маршалл. «Принципы экономической науки», 1890, Англия.

2. С.В. Валеева. “Развитие концепции кластерного подхода в туризме”, Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, Москва, 2016.

3. Официальный веб-сайт Государственного комитета Республики Узбекистан по развитию туризма: https://uzbektourism.uz/cyrl

Бекжанов Дилмурад Йўлдашович - Урганч давлат университети “Иқтисодиёт” кафедраси катта ўқитувчиси

ТУРИСТИК КЛАСТЕРЛАРНИ ШАКЛЛАНТИРИШ ВА РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ ХОРИЖ ТАЖРИБАЛАРИ

Аннотация. *Мақолада туристик кластерларни шакллантириш ва ривожлантиришнинг назарий асослари ва илғор хорижий мамлакатлар тажрибалари ёритилган, шунингдек, Ўзбекистонда туристик кластерларни ташкил қилиш ва ривожлантириш бўйича илмий таклиф ва тавсиялар берилган.*

Калит сўзлар. *туризм, ҳудуд, рақобатбардошлик, инновация. туристик кластер, стратегия*

Annotation. *The article describes the theoretical-methodological basis for the formation and development of tourism clusters and the experiences of highly developed countries as well as scientific proposals and recommendations for the organization and development of tourism clusters in Uzbekistan.*

Keywords. *tourism, region, competitiveness, innovation. tourist cluster, strategy*

Янги Ўзбекистонни барпо қилиш бўйича олиб борилаётган ислоҳотларда туризм соҳасини жадал суръатлар билан ривожлантиришга катта эътибор қаратилмоқда. 2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг ҳаракатлар стратегиясида мамлакатимизда туризм индустриясини жадал ривожлантириш, иқтисодиётда унинг роли ва улушини ошириш, туристик хизматларни диверсификация қилиш ва сифатини яхшилаш, туризм инфратузилмасини кенгайтириш вазифалари белгилаб олинди. Бунда халқаро тажрибаларни ўрганган ҳолда, миллий ва худудлар миқёсида туризм соҳасини инновацион ривожлантириш стратегияларини ишлаб чиқиш орқали худудларнинг рақобатбардошлигини ошириш, шунингдек, туризмни миллий иқтисодиётнинг барқарор ривожланган истиқболли тармоқларидан бирига айлантириш муҳим аҳамият касб этади. Буни жаҳон тажрибаси ҳам тақозо этмоқда.

М. Портер “кластер - бу хом ашё ва бошқа ресурслардан маҳсулот ишлаб чиқариш ва сотишда ўзаро ҳамкорликда фойдаланишга қаратилган бир-бирига

яқин тармоқлардан ташкил топган ҳудудий занжирдир” дея таърифлаган[79]. Унда ички тармоқ тузилмасининг таркиби кластер моделини яратишда асосий мезон сифатида қараган. Бунда кластер назариясида нафақат жуғрофий жиҳатдан чегараланишига эътибор қаратилган, балки тармоқнинг узоқ муддатли даврда ресурсдан фойдаланишни ҳисобга олган ҳолда ривожланиш имкониятларини ҳам ҳисобга олинган. Кластер кўп қиррали фаолият турлари ва турли катталикдаги корхоналарни ўзига қамраб олиши мумкин.

Ҳудудий тармоқ кластерининг ривожланишини кластерда фаолият юритаётган корхоналарнинг ишлаб чиқариш самарадорлиги ва инновацияни қўллаш имкониятини ошириш қобилияти билан боғланган. Бунда кластер самараси кластернинг қулай микроиқтисодий чора-тадбирлар натижаси сифатида ёритилган. Бунга яна қуйидагилар тегишли ҳисобланади:

1. Зичлик бўйича устунлик. Кластерда ишлаб чиқариш омилларини ўзаро келишув асосида тақсимланиши натижасида унга киришга бўлган тўсиқларнинг камлиги.

2. Трансакциявий харажатлар бўйича устунлик. Бозорни ривожланиши бўйича ўзаро ахборот алмашиниш имкониятининг мавжудлиги.

3. Бирлашув жиҳатдан устунлик. Ишлаб чиқариш ва маркетинг фаолиятидаги ҳамкорликнинг турли шаклларида намоён бўлади.

4. Ҳудудда локал бозорларнинг мавжудлиги. Кластер субъектлари ҳудуддаги бозорда кенг фаолият олиб бориш имконияти пайдо бўлади.

Юқоридаги кластерга оид хусусиятларнинг мавжудлиги натижасида кластерда фаолият олиб бораётган корхоналар бир тарафдан ишлаб чиқариш самарадорлигини ошириш ва инновацияларни жалб қилиш имкониятини кучайтирса, иккинчи тарафдан ҳамкорликда тадбиркорлик фаолияти юритишда таваккалчилик хавфи якка тартибдагига нисбатан пасаяди.

Туристик кластер турмаҳсулотни рақобатбардошлигини ошириш учун дестинациядаги туристик хизмат етказиб берувчилар, туристик ташкилотлар ва бошқа қанташчиларнинг горизантал ва вертикал тарзда барқарор алоқаларининг йўлга қўйилиши натижасида мақсадли ва жуғрофий жойлашув нуқтаи назаридан бирлашишида намоён бўлади. Туристик кластернинг шаклланиши натижасида туристик дестинациянинг туристик бозорда улуши доимий тарзда ошиб боради.

Ҳудудларда туристик кластерни шакллантириш бўйича янги бошқарув механизмларини ишлаб чиқиш ва ҳар бир вилоят, шаҳар, туман алоҳида рақобатбардош кластер сиёсатини олиб бориш бўйича алоҳида стратегияга эга бўлиши лозим. Туристик кластерни ташкил қилиш ва мувофиқлаштириш давлат-хусусий шерикчилик асосида ҳудудий давлат бошқарув органлари томонидан олиб борилиши мақсадга мувофиқ ҳисобланади.

Бу бирлашма ихтиёрий тарзда ташкил этилиши ва фаолият юритиш вақти давомида бюрократик тўсиқларнинг қўйилмаслиги, шунингдек, давлат томонидан янги қурилиш ишларини олиб боришни режалаштириш, йирик лойиҳаларни амалга ошириш, ҳудудда қулай инвестициявий муҳитни яратиш,

[79] Porter, M.E. On Competition, Boston.2008. pp12-20

атроф-муҳит, моддий-маънавий меросни асраш ва фавқулодда ҳолатларда иқтисодий субъектлар қўллаб қувватланиши керак.

Туристик кластерлар қуйидаги муҳим тамойиллар асосида шаклланади ва фаолият юритади:

1) хўжалик юритувчи субъектларнинг бир ҳудудда жойлашганлиги;
2) қўшилган қиймат занжирининг яратилишида кластер қатнашчиларининг чуқур технологик кооперацияга киришиши;
3) ўзаро ҳамкорликдаги алоқа ва рақобатнинг уйғунлиги;
4) инновациявийлиги;
5) давлат-хусусий шерикчилиги.

Таҳлилларга кўра, туристик кластерларни ташкил қилишдаги хорижий тажрибалар ичида энг муваффақиятга эришган давлатларда бири бу *Хорватия туристик кластери* ҳисобланади. Бу давлатда кластер қатнашчилари сифатида миллий туризм министрлиги, меҳмонхона комплекслари, туроператорлар, ресторанлар, транспорт корхоналари, дўкон эгалари, музейлар ва таълим, илм-фан муассасалари қаралади. Маркетинг ва бренд, янги маҳсулот яратиш, кадрлар тайёрлаш, инфратузилма, норматив-ҳуқуқий хужжатлар ва фаолиятни тартибга солиш каби масалаларни ечиш учун махсус кластер ишчи гурухи тузилган. Хорватияда туристик кластерларни ривожлантириш стратегияси иқтисодиётни диверсификация қилиш стратегияси ҳисобланади. Туризм соҳасини диверсификация қилиш орқали туристик маҳсулотни сифатини ошириш ва мамлакат туризм индустриясини халқаро миқёсда рақобатбардошлигини оширишга эришилади. Хорватияда туристик кластер стратегиясининг муваффақиятга эришиши кластер қатнашчиларининг самарали ўзаро ҳамкорликдаги фаолиятининг натижаси ҳисобланади. Бу туристик кластерни ривожлантириш стратегияси асосида қуйидаги тамойиллар ётади: кенг миқёслилик, диверсификация, моддий ва маданий меросни сақлаш, барқарорлик, жамиятда туризмни ривожлантириш бўйича ғоялар интеграцияси, сервис хизмат кўрсатиш сифати, кластер иштирокчиларнинг бу жараёнда ихтиёрий тартибда иштироки.

Бу стратегияни амалга ошириш учун қуйидаги стратегик мақсадлар қўйилган:

- ресурслардан ўзаро ҳамкорликда фойдаланиш ва уларни биргаликда бошқариш;
- манфатдор томонларни, шу жумладан, маҳаллий ҳамжамият вакилларини бу жараёнда фаол қатнашишини кафолатлаш;
- истеъмолчилар, тадбиркорлар ва маҳаллий аҳолини туризм соҳаси ва кўрсатиладиган хизматларга ижодий ёндашувини қўллаб қувватлаш ва ривожлантириш;
- хусусий ва давлат сектори вакилларининг ўзаро ҳамкорлиги;
- туристик дестинацияларда кооперацион алоқаларни ривожлантириш ва дестинациялар ўртасида рақобат курашини кучайтириш.

Яна бир эътиборга молик кластерлардан бири *Жанубий Каролина (АҚШ) туристик кластериди*р. Бу кластер битта штатда жойлашган бўлиб, турли хил

мезонлар асосида фаолият юритувчи 11 та туристик дестинациядан ташкил топган. Бу кластернинг фаолиятига давлат аралашуви паст даражада ҳисобланади, лекин локал доирада фаолият юритувчи илмий тадқиқот, таълим муассалари ва маҳаллий, шунингдек, миллий миқёсда фаолият кўрсатувчи туристик ташкилотлар билан самарали ҳамкорлик муносабатларини йўлга қўйган

Ямайка туристик кластери. У жаҳондаги энг катта туристик кластерлардан бири бўлиб, унда 2,5 млн. киши иш билан таъминланган. Бу кластерни бошқариш худди Америка тажрибаси каби марказлашмаган модел шаклида амалга оширилади ва уни ривожлантириш давлат туристик стратегиясининг бир элементи сифатида қаралади. Бу туристик кластерга йилига 1,5 миллиондан ортиқ туристлар ташриф буюради.

Греция "Вино, гастрономия ва туризм" кластери. У мамлакатнинг ғарбида жойлашган бўлиб, "ажойиб вино, мазали овқат ва яхши дам олиш" билан машҳур бўлган агротуристик маскандир. Кластерда Греция аграр университети ва ахборот технологияларни ривожлантириш минтақалараро маркази билан ҳамкорликда электрон тижорат ва маркетинг самарали ташкил қилинган.

Шри Ланка туристик кластери. Кластер туризм соҳасида фаолият олиб борувчи 1630 та фирмани ўзига бирлаштирган бўлиб, бу фирмалар асосан, Буюк Британия, Франция, Германия ва Ҳиндистондан келган туристларга хизмат кўрсатишади. Туристик кластер фаолиятини юритиш ва бошқариш "Миллий туристик ташкилот" томонидан амалга оширилади. Туристик кластернинг ривожлантириш жараёнида Коломбо ва Парадента шаҳарларидаги университетлар илмий салоҳиятга эга ходимлари кўмагидан кенг фойдаланилади.

Янги Зеландия туристик мультикластери. У асосан мамлакатнинг 6 та туристик дестинациясини ўзи ичига қамраб олади, асосан инглиз тилида гаплашувчи мамлакатлар Буюк Британия, АҚШ, Австралия ва Канададан келувчи туристларни жалб қилишга йўналтирилган. Бу кластер деярли барча турдаги тарихий-маданий, экологик, саргузашт, дам олиш, агротуризм ва бошқаларни жамлаган мультитурпакет шаклида таклиф қилади.

Европа мамлакатларидан Италия ва Францияда ҳам туристик кластерлар ривожланган. Ҳозирги пайтда Италияда 199 та туристик кластер фаолият юритмоқда. Булар асосан мамлакат шимоли ва марказий қисмларида кенг тарқалган бўлиб, ҳудуд аҳолисининг 40 фоиздан ортиғи айнан шу туристик кластерларда иш билан банд ҳисобланади. Францияда хукумат томонидан туристик кластерлар занжирини қўллаб қувватлашга эътибор қаратилган бўлиб, туристик кластерларни ташкил қилиш ва ҳар бир ҳудудда туризм соҳасини режалаштириш учун Франция ҳудудий режалаштириш агентлиги ташкил қилинган.

Австралия ва Янги Зеландия каби мамлакатларда ҳудудий кластерларни ташкил қилишга "Инновация ва ҳудудларни ривожлантириш" маркази маъсул ҳисобланади. Бу марказ икки мамлакат ўзаро келишуви асосида Австралиядаги

Балларта университети қошида фаолият юритади. Илмий-тадқиқот марказида асосан замонавий кластерларни ташкил қилиш илмий-услубий жиҳатдан ўрганилади ва самарали кластер моделлари лойиҳаси ишлаб чиқилади.

Кластерлар фаолиятини ҳудудий ва иқтисодий жиҳатдан аниқ режалар асосида амалга оширилаётган давлат - бу Хитой ҳисобланади. Хитойда мамлакат миқёсида кластерларни ташкил қилиш бўйича ягона давлат сиёсати мавжуд ва у асосан кластерларни маҳаллийлаштиришга қаратилган. Хитойда узоқ муддатли ривожланиш стратегиясини самарали амалга ошириш эвазига 2025 йилга қадар мамлакатдаги кластерлар сонини 6700 тага етказиш режалаштирилган.

Тадқиқотимиз натижасида туристик кластерни ташкил қилиш, унинг фаолиятини амалга ошириш ва бошқариш бўйича халқаро тажрибаларни умумлаштирдик (1-жадвал).

1-жадвал

Туристик кластерларни ташкил қилиш ва бошқаришдаги хорижий моделлар[80]

Модел	Моделнинг ўзига хос жиҳатлари таснифи
Шимолий Америка	Инновацион кластерларни ривожлантириш давлат грантлари орқали қўллаб қувватланган. Кластерни ривожлантириш бўйича агентлик ташкил қилинган. Кластер қатнашчилари ичида кичик бизнес вакиллари бўлиши зарурий талаб ҳисобланади
Ғарбий Европа	Илм-фан ва таълим муассалари кластерни шакллантиришда муҳим рол ўйнайди. Инновацион фаолият, инфратузилмани ривожлантириш бўйича тадқиқот ва лойиҳалар молиялаштириш орқали давлат томонидан қўллаб қувватланади
Скандинавия давлатлари	Давлат бу жараёнда буюртмачи сифатида иштирок этади. Илмий фаолият, технологик кооперациялар ва инвестициявий лойиҳалар давлат томонидан молиялаштириш орқали қўллаб қувватланади
Ҳиндистон	Кластерлар фаолиятига хорижий инвестицияни жалб қилиш эвазига молиялаштирилади
Хитой	Давлат ва ҳудудлар кластерни ташкил қилиш ва ривожлантириш ташаббускорлари ҳисобланади. Кластерлар йирик компания ва замонавий технологиялар эга корхоналар атрофида ташкил қилинади
Япония	Йирик бизнес вакиллари кичик корхоналар билан узоқ муддатга мўлжалланган шартномаларни тузиш орқали амалга оширилади

Тадқиқот натижасида ҳулоса тариқасида, хорижий туристик кластерлар фаолиятини таҳлил қилиш орқали Ўзбекистонда туристик кластерларни ташкил

[80] Манба: муаллиф ишланмаси

қилиш ва ривожлантириш учун зарур бўлган қуйидаги асосий жиҳатларга эътибор қаратишни таклиф қиламиз:

- туристик кластер иштирокчилари ўзаро алоқаларида занжирли боғланишга асосланган стратегияни амалга оширилиши;
- туристик кластер ташкил қилинадиган минтақани ижтимоий-иқтисодий ривожланиши учун етарли даражадаги бошқарув механизмларининг мавжудлиги;
- давлат бошқарув органларининг сиёсий фаолиятидаги самарадорлик;
- ресурслар истеъмоли ва халқаро бозорларга чиқишда барча кластер иштирокчиларининг манфаатдорлиги;
- кластерни шакллантириш ва самарали фаолият юритишида таълим ва илмий ташкилотларнинг фаоллиги.

Низамов А.Н. - СамДУ “Инсон ресурсларини бошқариш” факультети доценти
Амиров А.М. - СамДУ таянч докторанти

АГРОТУРИСТИК КЛАСТЕР ШАКЛЛАНИШИНИНГ НАЗАРИЙ ВА МЕТОДОЛОГИК АСОСЛАРИ

Аннотация. *Мақолада ҳудудда агротуристик кластерни шакллантиришнинг замонавий жиҳатлари муҳокама қилинган. Агротуризм соҳасида кластер стратегиясини амалга ошириш ҳудуд рақобатбардошлигини ошириш ва уни янги иқтисодий ўсиш моделига олиб чиқишга имкон яратаётгани кўрсатилган.*

Калит сўзлар. *Агротуризм, кластер, туристик хизматлар, тармоқлар, агросаноат мажмуаси, диверсификация, инфратузилма.*

Abstract. *The article deals with the modern aspects of the formation of a rural tourism cluster in the region. It is shown that the implementation of the cluster strategy in the field of agro-tourism in the region makes it possible to increase the competitiveness of the region and bring it to a new model of economic growth.*

Keywords. *Agrotourism, cluster, tourist services, sectors, agro-industrial complex, diversification, infrastructure.*

Агросаноат мажмуасидаги (АСМ) интеграцион жараёнларнинг ривожланишини ўрганиб, иқтисодчилар АСМда иқтисодий кластерларни шакллантириш ижтимоий-иқтисодий мақсадга мувофиқдир деган хулосага келишди. Ушбу ёндашувга асосан кластерни Г.Б.Клейнернинг саноат кластерларининг тизимли-интеграциион назарияси нуқтаи назаридан кўриб чиқамиз [2].

Ушбу назарияга кўра иқтисодий тизимлар «вақт-макон» координаталаридаги объектлар, жараёнлар, муҳит ва лойиҳалар билан ифодаланади.

Инновацион кластернинг асосий вазифаси - ресурс салоҳияти ва иқтисодий ўсиш нуқталарини аниқлаш бўлиб, шунингдек ҳар бир кластерни алоҳида ва умумий АСМ ни ривожлантириш стратегиясини белгилайди.

Ҳудудий тармоқлар мажмуаларини ривожлантиришнинг муҳим йўналишларидан бири бу ҳудудларда кластер сиёсатини амалга оширишдир.

Биринчидан, ҳудудий инновацион кластерлар технологик тармоқ таркибига кирувчи янги технологиялар, билимлар, маҳсулотларни ўз ичига олиб, қўшма илмий базага асосланган барқарор тақсимот тизимини англатади.

Иккинчидан, кластер корхоналари ички ихтисослашув ва стандартлаштиришни амалга ошириш, инновацияни жорий этиш орқали харажатларини минималлаштириш имкониятларига эга бўлган қўшимча рақобатбардош афзалликларга эга.

Учинчидан, инновацион кластерларнинг муҳим хусусияти, уларнинг таркибида ҳудуд иқтисодиёти инновацион ўсиш нуқталарни шакллантиришга имкон берадиган мослашувчан тадбиркорлик тузилмалари - кичик корхоналарнинг мавжудлигидир.

Тўртинчидан, ҳудудий инновацион кластерлар кичик тадбиркорликни ривожлантириш учун ниҳоятда муҳим: улар кичик фирмаларга маълум бир ишбилармонлик майдонига хизмат кўрсатишда юқори даражадаги ихтисосликни таъминлайди, шу билаан бирга уларни саноат корхонаси капиталига иштирок этишни, шунингдек фаол фикр алмашиш ва мутахассислардан билим ва кўникмаларни тадбиркорларга беришни амалга оширади.

Бизнинг нуқтаи назаримиз шундан иборатки, ҳудудий кластерлар, айниқса агротуристик кластерлар Ўзбекистонда агротуризмни ривожлантиришнинг етакчи воситаси бўлиши мумкин. Кластернинг асосида агротуризм билан шуғулланадиган ва фаолияти агротуризм билан боғлиқ бўлган ташкилотлар фаолият юритиши керак. Бундан ташқари, кластер аъзолари географик жойлаштирилган ва уларнинг фаолияти аниқ ташкил этилган бўлиши лозим.

Кластер моделини жорий этишнинг асосий вазифаси - бу тадбиркорлар психологиясини ўзгартириш, бу уларнинг умумий иқтисодий манфаатлар йўлида кластер бирлашмалари барча аъзоларининг ҳалол, очиқ ва ўзаро манфаатли ҳамкорлик қилиш имкониятларини тушунишига олиб келади.

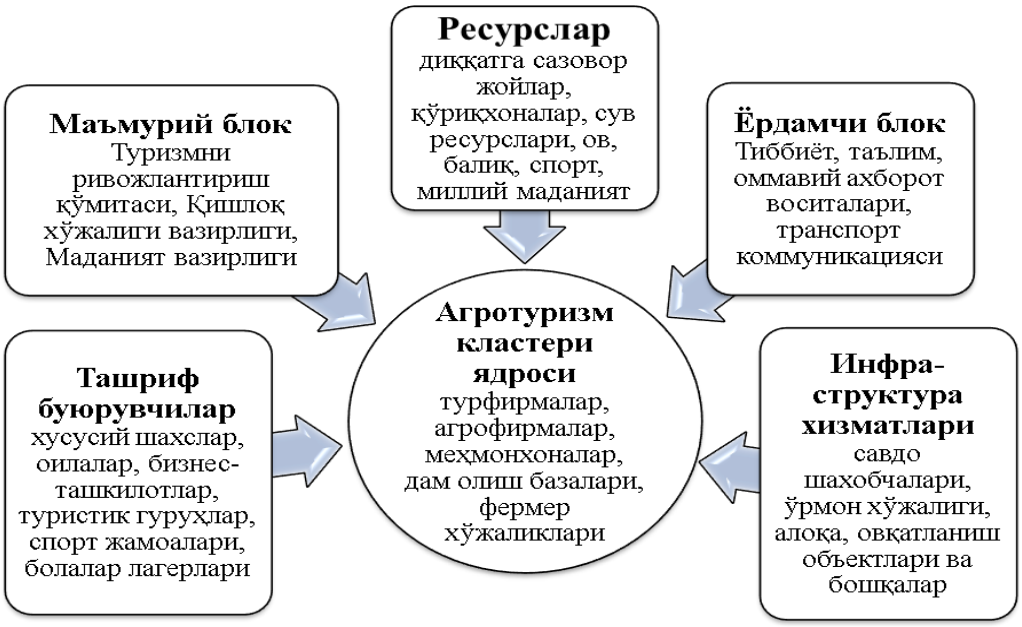
Шундай қилиб, агротуристик кластер (инг. cluster-тутам, бир бош) - маълум бир ҳудудда тўпланган ўзаро боғлиқ хўжалик юритувчи субъектлар гуруҳи (асбоб-ускуналар етказиб берувчилар, товар ва хизматлар ишлаб чиқарувчилар, илмий ва таълим муассасалари) бўлиб, бир-бирини тўлдирувчи ва алоҳида хўжалик юритувчи субъектлар, бутун кластер ва умуман маҳаллий ҳудуд рақобатбардошлигини оширишни таъминлайди. Бунда кластер субъектлари ўз мустақиллигини бутунлигича сақлаб қолади.

Хорижий агротуристик кластерлар ривожланишини таҳлил қилиб, биз бундай кластерларни яратиш натижасида иқтисодий ва ижтимоий самарадорлик турларини аниқладик (1-расм).

Кластерни яратишдан мақсад - бу алоҳида агрофирмаларнинг агротуристик хизматларини кўрсатишнинг ягона тизимига бирлаштириш ва марказлаштиришдир. Бу тизим бошқа туристик ресурсларни ҳам ўз ичига олиши керак: музей ва тарихий объектлар, дам олиш, маданият, овқатланиш, халқ ҳунармандчилиги, сайёҳлик ва транспорт хизматлари. Бундан ташқари, бошқа манфаатдор объектларни, яъни фермер хўжаликлари, қишлоқ хўжалиги корхоналари, мактаблар ва бошқаларни кластерга киритиш мақсадга мувофиқдир. Натижада, агротуристик кластер ҳудудий туристик бозор инфратузилмасини мустаҳкамлашга ёрдам беради ва маҳаллий иқтисодиётнинг ўсишида муҳим роль ўйнайди. Ундан ташқари бир қатор ижтимоий ва иқтисодий муаммоларни ҳал қилишга имкон беради: кичик бизнес ҳисобига туризм инфратузилмасини яратиш, янги иш ўринларини яратиш ва қишлоқ аҳолиси фаровонлигини ошириш. Қуйида ҳудуддаги агротуристик кластер тизимини келтирамиз (2-расмда).



1-расм. Агротуристик кластерни яратиш самарадорлиги



2-расм. Агротуризмнинг кластер тизими

Ҳозирги кунда агротуристик кластер ривожланишига тўсқинлик қилувчи бир қатор омиллар мавжуд бўлиб, уларга қуйидагиларни келтиришимиз мумкин: ишбилармонлик муҳити сифати ва тармоқ бирлашмаларининг самарадорлигининг пастлиги, бизнес ва илм-фан вакиллари ўртасида етарлича юқори даражадаги ишонч, илмий-тадқиқот муассасалари ва бизнес ўртасидаги заиф алоқалар, кластер эҳтиёжларига нисбатан таълим муассасалари таълим дастурларининг мавжуд эмаслиги ва бошқалар.

Юқорида айтилган фикрлардан келиб чиқиб, ҳудуддаги салоҳиятли кластерларни аниқлашнинг қуйидаги алгоритмини таклиф этамиз.

1. Маркетинг тадқиқотлари, тегишли бозор сегментларини таҳлил қилиш ва жаҳон бозорини ҳисобга олган ҳолда ҳудуднинг мавжуд ихтисослашуви ва ресурс салоҳиятига мувофиқ маҳсулот ва хизматларнинг истиқболли турларини аниқлаш.

2. Прогноз босқичи (танланган товар ва хизматлар бўйича бозор тенденциялари). Ушбу босқичда товар ва хизматларнинг ҳудудий, республика ва жаҳон ишлаб чиқариш нархлари динамикаси ва ҳажмларини ўрта ва узоқ муддатли прогнозлашга амалга оширилади.

3. Кластер ядросини (хизмат кўрсатиш) яратишга қодир корхоналар фаолияти самарадорлигини аниқлаш. Ушбу босқичда тегишли корхона ва ташкилотларнинг молиявий барқарорлиги ва фаолияти самарадорлиги кўрсаткичлари таҳлил қилинади.

4. Кластерни ривожлантириш учун ресурслар мавжудлигини аниқлаш. Истиқболли маҳсулотлар, хом ашё, молиявий ресурслар, ишлаб чиқариш қувватлари ва бошқа имкониятлар билан таъминланган корхоналар таҳлил қилинади.

5. Кластерлар фаолияти учун зарур бўлган инфратузилма элементларини яратиш имкониятларини таҳлил қилиш. Кластер инфратузилмаси салоҳияти (транспорт, логистика, энергетика, ахборот) таҳлил қилинади.

6. Кластернинг салоҳиятли иштирокчилари (ишлаб чиқарувчилар, таъминотчилар) ўртасидаги ўзаро таъсир даражасини аниқлаш. Ушбу якуний босқичда истиқболли корхона ва ташкилотлар раҳбарларининг анкета сўрови асосида кластернинг салоҳиятли иштирокчилари ўртасида ўзаро ҳамкорлик даражаси аниқланади.

Агросаноат мажмуаси корхоналари, деҳқон-фермер хўжаликлари ва ҳудудий кластерлар фаолиятини диверсификация қилишни ривожлантириш нафақат ишлаб чиқаришни қайта ташкил этиш ҳамда инновацияларни жорий этиш натижасида аҳоли бандлигини таъминлашга, балки ҳудудларнинг ноёб ресурс салоҳиятидан оқилона фойдаланиш ва қишлоқ жойларининг ривожланишини таъминлашга ёрдам беради. Кластер тизими фаолияти натижасида максимал иқтисодий, ижтимоий ва сиёсий фойда олиш учун агротуристик корхоналар фаолияти давлат ва воситачилик тузилмалари томонидан қўллаб-қувватланиши ва тўлиқ мувофиқлаштирилиши зарур.

Хулоса қилиб айтганда, агротуристик кластерни ҳар қандай географик жойлашуви даражасида вилоят, шаҳар ва қишлоқ ҳудудлари бўйича ажратиш мумкин. Иқтисодиётни анъанавий тармоқлар нуқтаи назаридан эмас, балки кластерлар нуқтаи назаридан ўрганиш, тармоқларнинг ўзаро боғлиқлиги ва уйғунлигини, технология, инвестиция, ахборот ва касбий кўникмаларни тарқатиш йўлларини аниқлашга, шунингдек, давлат кўмагига муҳтож заиф бўғинларни аниқлашга имкон беради.

Тармоқлараро шерикчилик ва ўзаро муносабатларсиз агротуризмнинг кластер моделини ривожлантириб бўлмайди. Кластернинг асосий ғояси - бу ҳамкорликни ривожлантириш. Албатта, бунга эришиш осон эмас. Кластерни ташкил этиш ва ишга тушириш - бу ўзига хос мантиққа эга бўлган анча мураккаб жараён ҳисобланади. Кластер нафақат аналитик восита, балки тармоқ ва ҳудуднинг ривожланишидаги ташкилий восита функциясини ҳам амалга оширади. Кластернинг технологик компоненти жуда муҳимдир, бу ўз навбатида юқори даражадаги ихтисослашган хизматларни таъминлайди. Булар менежмент, маркетинг, логистика ва ахборот технологияларидир. Шу сабабли, кластер тизимини ривожлантиришнинг барча босқичларида маркетинг тадқиқотларига эътибор бериш, унинг янги стратегик йўналишларини ишлаб чиқиш ва доимий равишда тадқиқот ишларни олиб бориш муҳимдир.

Фойдаланилган адабиётлар

1. Зенкова, М.Г. Кластерный подход как инструмент продвижения агротуристического продукта (на примере зеленого маршрута «Валожынскія гасцінцы) / М.Г. Зенкова // Сб. науч. статей студ., магистр., аспирантов / Белорус. гос. ун-т – Минск, 2012. – С. 106–108.

2. Лученок, С.А. Агротуризм – инструмент возрождения села / С.А. Лученок // Вес. Бел. дзярж. ун-та. – 2006. – № 5. – С. 71–77.

3. Михайличенко, А. Туристические кластеры как форма социального диалога и развития региона / А. Михайличенко [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://gisap.eu/ru/ node/19007. – Дата доступа: 10.04.2013.

4. Печаткин, В.В. Теоретические и практические аспекты формирования конкурентоспособных кластеров в регионах России / В.В. Печаткин, С.М. Гаймалова // Проблемы современной экономики. – 2009. – № 3 – С. 31.

5. Dahmen, E. Entrepreneurial Activity and the Development of Swedish Industry, 1919– 1939 / E. Dahmen. – Stockholm, 1950. – 342 с.

6. Сыроижко, В.В. Системный подход к выбору управленческих решений при рыночном саморегулировании развития организации / В.В. Сыроижко // Российское предпринимательство. – 2008. – № 6, вып. 2 (113). – С. 96–100.

7. Яшева, Г.А. Формирование кластерной политики как направление повышения конкурентоспособности национальной экономики / Г.А. Яшева // Клуб субъектов инновационного и технологического развития России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://innclub.info/wp-content/uploads/2011/02/яшева_236_конк_кач_д.doc. – Дата доступа: 11.03.2013.

Ибрагимов Ибодулла Хасанович – доцент кафедры маркетинга, к.э.н.
Мусабаева Лариса Алишеровна – преподователь кафедры Экономический анализ и статистика

ИНФРАСТРУКТУРА ТУРИЗМА КАК ОСНОВА РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОГО КЛАСТЕРА

Аннотация: *В статье рассматривается место и роль инфраструктуры в развитии определенного национального туристского кластера. Уделено внимание развитию инфраструктуры туризма страны, способной обеспечить устойчивый приток туристов с учетом специфики национального туристского продукта.*

Ключевые слова: *инфраструктура туризма, комплексный подход к удовлетворению спроса, принцип поэтапного развития инфраструктуры туризма, государственно-частное партнерство,*

Аннотация: *Мақолада маълум бир миллий туризм кластерини ишлаб чиқишда инфратузилманинг ўрни ва роли кўриб чиқилган. Миллий туристик маҳсулотнинг ўзига хос хусусиятларини ҳисобга олган ҳолда туристларнинг барқарор оқимини таъминлай оладиган мамлакат туризм инфратузилмасини ривожлантиришга еътибор қаратилган.*

Калит сўзлар: *туризм инфратузилмаси, талабни қондиришга интеграциялашган ёндашув, туризм инфратузилмасини босқичма-босқич ривожлантириш тамойили, давлат-хусусий шериклик,*

Annotation: *The article examines the place and role of infrastructure in the development of a particular national tourism cluster. Attention is paid to the development of the country's tourism infrastructure, capable of providing a steady influx of tourists, taking into account the specifics of the national tourist product.*

Keywords: *tourism infrastructure, an integrated approach to meeting demand, the principle of phased development of tourism infrastructure, public-private partnership.*

По мнению некоторых авторов, инфраструктура – это совокупность различных обслуживающих отраслей и видов деятельности по обеспечению материального производства и необходимого уровня жизни населения. Согласно другому пониманию, под инфраструктурой подразумевается совокупность объектов и инженерно-технических сооружений для обеспечения эффективного функционирования предприятий сферы материального производства, жизнедеятельности в пределах конкретной территории. В других случаях специалисты предлагают рассматривать инфраструктуру как часть материально-технической базы, обеспечивающую общие условия развития экономических и социальных процессов.

Следует отметить, что, несмотря на различные трактовки понятия «инфраструктура», все авторы без исключения пытаются охарактеризовать посредством данной категории, сознательно создаваемые человеком общие условия для эффективного течения производственных процессов. Обобщая различные мнения, можно определить инфраструктурный объект (или объект инфраструктуры) как целостный функционирующий объект, деятельность которого создает общие условия производства и социального развития.

Представляется, что под инфраструктурой туристской отрасли следует понимать систему материальных объектов и видов деятельности по оказанию туристских услуг населению, способствующих укреплению здоровья и трудоспособности.

Туризм в Республике Узбекистан является приоритетным направлением развития несырьевого сектора экономики. Основной целью развития туризма в Узбекистане является создание современного высокоэффективного и конкурентоспособного туристского комплекса, на базе которого будут обеспечиваться условия для развития отрасли как сектора экономики, интеграции в систему мирового туристского рынка и развитие дальнейшего международного сотрудничества в области туризма.

Для развития инфраструктуры туризма страны, способной обеспечить устойчивый приток туристов с учетом специфики национального туристского продукта, необходимо осуществить комплекс первоочередных мер, представленный в концепции развития инфрастуктуры туризма 2017-2025 годы.

Учитывая, что Узбекистан обладает уникальным природным потенциалом, в страны есть все возможности для развития различных видов туризма: культурно-познавательного, экологического, экстремального, делового, оздоровительного и другие. Как отмечают международные эксперты

в области туризма, состояние развития туристской отрасли в Узбекистане за последние годы характеризуется его поступательным и устойчивым развитием. За рубежом Узбекистан начинают рассматривать как одну из наиболее стабильных стран с уникальными туристскими возможностями.

Туристская инфраструктура Узбекистана на современном этапе развития туризма находится на стадии бурного роста. Но данный стремительный подъем обслуживающей сферы туризма удовлетворит потребности туристов только в недалеком будущем, в то время как в настоящее время, существующая инфраструктура не обеспечивает удовлетворение всех запросов как отечественных, так и иностранных туристов.

Развитие инфраструктуры туризма представляет собой комплексный подход к удовлетворению спроса, как на стратегические объекты жизнеобеспечения туристов, так и на отдельные объекты роскоши, которые создают добавленную стоимость туристских услуг.

Решение инфраструктурных проблем, таких как: транспортное обеспечение, инженерное, надежное энергоснабжение, возведение очистных сооружений, строительство новых отелей, санаториев и пансионатов, спортивных объектов, формирование современных пляжей носит крупномасштабный характер, требующий значительных объемов финансирования.

Необходимо объединение усилий государства и предпринимательских структур в целях повышения эффективности реализации запланированных в программах задач и принятие мер по активизации государственно-частного партнерства в виде концессий, контрактов, аутсорсинга и др. Однако государственно-частное партнерство в виде концессии сдерживается тем, что законодательно не предусмотрен порядок обеспечения обязательств государства перед концессионером, означающей отсутствие гарантий защиты их финансовых вложений. Это делает рискованным применение концессионных соглашений для частного бизнеса.

В рамках стимулирования государственно-частного партнерства следует расширить применение аутсорсинга для достижения целей программ, что позволяет государственному заказчику сконцентрировать внимание на ключевых функциях управления целевой программой, более эффективно осуществлять контроль за ходом ее реализации. К тому же специализированная компания, обладая необходимой квалификацией в выполнении переданных функций, может намного повысить качество их исполнения.

Инвестирование в развитие инфраструктуры туризма должно предусматривать процессы масштабирования проектов по объему вложений средств бизнесом и государством на основе критерия доходности и сроков окупаемости; деятельность по обеспечению открытости системы путем размещения информации о существующих и разрабатываемых проектах в сети интернет на сайте министерства туризма и спорта Республики Узбекистан.

В развитии региональной туристской инфраструктуры должен присутствовать принцип поэтапного развития инфраструктуры туризма на

основе государственно-частного партнерства при использовании государственной и муниципальной собственности. Он предполагает разработку программ развития инфраструктуры туризма; выделение приоритетных направлений строительства и реконструкции объектов туриндустрии; разработку маршрутов, имеющих наиболее высокую привлекательность для населения в перспективе; предоставление информации населению о замыслах развития туриндустрии.

Принцип поэтапного развития инфраструктуры туризма на основе государственно-частного партнерства при использовании государственной и муниципальной собственности предполагает разработку методики развития инфраструктуры туризма. Данная методика развития региональной инфраструктуры туризма включает в себя общие направления для программ регионов.

Подходы к построению данных региональных программ основываются на принципе согласования задач по развитию инфраструктурного потенциала данного региона и программ развития туризма в регионе. Предлагаемый подход позволит более эффективно и в сокращенные сроки повысить качество жизни населения в стране и создать региональные программы организованного массового отдыха.

Развитие инфраструктуры туризма в условиях слабой материально – технической базы практически невозможно без осуществления мероприятий по привлечению иностранных инвестиций. В силу того, что туризм является капиталоемкой отраслью, для создания высокоразвитого туристского хозяйства необходимы инвестиционные средства. Некоторые развивающиеся страны решают подобную проблему, обращаясь к услугам иностранного капитала. Для того чтобы развитие туризма при иностранных инвестициях оказывало благоприятное влияние на экономику региона (страны), желательно строительство и эксплуатацию туристских объектов производить в непосредственном контакте с местной властью.

Распространенным способом взаимодействия государственных органов с инвесторами является создание кластерных зон развития туризма. Данный механизм развития туризма позволяет инвесторам вкладывать инвестиции не в один проект, а в комплекс туристских объектов.

В рамках кластерных инициатив особо важным является возможность привлечения инвестиций для развития туристской инфраструктуры. Особенностью возникновения туристского кластера является необходимость создания технологических связей (в основном бизнес - связей) между предприятиями и секторами экономики, участвующими как в производстве, так в реализации туристского продукта и услуг, т.е. создании условий реализации туристско-рекреационного потенциала региона. Поэтому для государства эффективнее, когда инвестор создавая кластерный комплекс заинтересован в развитии не только основного производства, но и вспомогательных объектов инфраструктуры.

В Указе Президента Республики Узбекистан от 5 января 2019 г., № УП-5611 «О дополнительных мерах по ускоренному развитию туризма в Республике Узбекистан», говорится, что в стране последовательно реализуются комплексные меры по развитию туризма как одной из стратегических отраслей национальной экономики, обеспечивающей ее диверсификацию и ускоренное развитие регионов, создание новых рабочих мест, повышение доходов и качества жизни населения, а также улучшение инвестиционной привлекательности.

Либерализация визового режима, упрощение порядка регистрации иностранных граждан, предоставление льгот и преференций для развития туристской отрасли позволили создать благоприятные условия для эффективного продвижения национального туристского потенциала как на внутреннем, так и на внешних рынках.

Вместе с тем, проведенный анализ показывает несовершенство нормативно-правовой базы, регулирующей туристскую отрасль, отсутствие правил оказания отдельных видов туристских услуг и широко применяемых в мировой практике визовых режимов, дифференцированных по категории иностранных граждан, срокам и целям их пребывания.

Ускоренному развитию туризма также препятствует нехватка средств размещения и объектов инфраструктуры, особенно в туристский сезон, недостаточная скоординированность системы перевозок пассажиров различными видами транспорта, а также низкая организация информационной поддержки туристов об имеющемся туристском потенциале, неэффективность маркетинговых кампаний по пропаганде внутреннего туризма, особенностей объектов культурного наследия и паломничества в регионах страны.

Реализация указанных мер в Концепции развития сферы туризма в Республике Узбекистан в 2019 — 2025 годах позволит обеспечить гармонизацию отечественной нормативно-правовой базы с международными стандартами и нормами, сформировать благоприятные условия для развития туристской отрасли, обеспечить эффективное использование экономических ресурсов для повышения роли данной отрасли в экономике, в том числе обеспечить в 2025 году рост экспорта туризма с 951 млн до 2,2 млрд долларов США.

Для развития инфраструктуры туризма и сопутствующей инфраструктуры во всех регионах республики с учетом потребностей и запросов туристов, в частности:

- разработка комплекса мер по развитию туристской индустрии, включающих в себя не только строительство новых и реконструкцию действующих средств размещения, но и развитие сопутствующей инфраструктуры (объектов общественного питания, транспортно-логистических структур, индустрии развлечений, учреждений культуры и спорта, объектов туристского показа и других) с учетом спроса;
- упрощение механизма реализации проектов по строительству гостиниц и других объектов туристской инфраструктуры, создание

предпринимателям дополнительных условий для повышения качества своих услуг, а также стимулирование привлечения всемирно известных брендов гостиничного бизнеса в Узбекистан;

- поэтапное развитие средств размещения, стимулирование строительства больших, средних, малых гостиниц и хостелов, а также сосредоточение на реконструкции и модернизации существующих отелей;
- создание уличной инфраструктуры (подъездных путей, тротуаров, малых архитектурных форм, санитарно-гигиенических узлов, элементов благоустройства для людей с ограниченными возможностями и др.), в том числе в туристско-рекреационных центрах, с учетом современных международных стандартов;
- внедрение и развитие единой унифицированной системы туристской навигации, установку унифицированных указателей туристской навигации на улицах, в местностях, внутри зданий и сооружений, являющихся объектами туристского показа, на транспортных средствах, транспортных узлах, автомобильных дорогах.

Туристские кластеры формируются на базе ключевых туристско-рекреационных ресурсов региона. Например, будут созданы условия для строительства сети гостиниц, караван-сараев на отрезке Великого Шелкового пути. Также разрабатывается Концепция создания современных многофункциональных туристских центров мирового уровня в Ташкентской, Самаркандской, Сурхандарынской, Бухарской и Наманганской областях. Планируемая сумма привлечения инвестиций по данным проектам более 30 млрд. долларов США.

Развитие инфраструктуры туризма напрямую связано с созданием сети транспортной инфраструктуры. Для развития внутреннего и въездного туризма важным условием является доступность авиа, железнодорожного, автомобильного и водного транспорта для всех категорий туристов. Учитывая, что большинство иностранных туристов прибывают в Узбекистан авиатранспортом, необходимо обновить авиапарк, расширить географию пассажирских авиаперевозок, определить взвешенную ценовую и тарифную политику в целях увеличения туристского потока, повысить качество обслуживания.

Для внутреннего туризма наибольший интерес представляет автомобильный транспорт. Здесь также необходимо провести анализ популярности автомобильных дорог среди туристов и сконцентрировать внимание именно на этих направлениях в целях улучшения качества автодорог, развития придорожной инфраструктуры, создание мотелей.

Для развития конкурентоспособной туристской индустрии важное стратегическое значение имеет строительство международного транспортного коридора Западная Европа - Западный Китай. Именно в рамках данного транспортного коридора планируется создание национального туристского кластера страны, что позволит туризму республики занять свою нишу на туристском рынке не только в Центрально-азиатском регионе, но и на

Азиатско-Тихоокеанском и европейском рынках. Данный транспортный коридор, протяженностью 2700 км, проходит по территории всех областей Узбекистана, на пути следования которого проживает около пяти миллионов человек. В рамках создания туристского кластера необходимо строительство вдоль указанного транспортного коридора 30 объектов придорожной инфраструктуры, 8 мотелей через каждые 600 км, а также проектов крупных туристских комплексов, завершение которых планируется в период реализации программы форсированного индустриально-инновационного развития к 2015 году.

В целях контроля и анализа состояния придорожной туристской инфраструктуры в регионах предполагается создание рабочих комиссий для нанесения на проектируемую дорожную карту существующих и перспективных объектов на республиканских трассах и местных дорогах, ведущих к уникальным туристским зонам отдыха, памятникам археологии, истории и природы.

Также необходимо проанализировать обеспечение выделения земельных участков местными исполнительными органами для строительства объектов придорожной инфраструктуры вдоль транспортного коридора; обеспечение разработки типового проекта строительства объектов придорожной инфраструктуры; привлечение инвестиций в развитие объектов инфраструктуры; обеспечение мер по льготному финансированию и налогообложению малых и средних предприятий, участвующих в создании сопутствующих туризму производств.

Также необходимо отметить такой сдерживающий фактор развития туристской отрасли как недостаточное развитие инфраструктуры гостиничного бизнеса, а также ограниченность финансовых средств на строительство и реконструкцию основных фондов гостиничных предприятий. В целях форсированного развития столь немаловажного сегмента туристской отрасли Узбекистана необходимо определить приоритеты первоочередного строительства сети гостиниц, гостевых домов и мотелей, а также кемпингов в рамках реализации проекта "Еврокемпинг" на региональном уровне, направленного на строительство сети гостиниц категории трех-, двухзвездочные и туркласса в некоторых регионах:

Учитывая прогноз, к концу 2021 года в стране необходимо построить гостиницы на 368300 койко-мест.

В целом рассматривая состояние развития туризма в Узбекистане на современном этапе необходимо отметить, что отрасли уделяется большое внимание на государственном уровне. Министерством туризма совместно с инвесторами был разработан перечень инновационных проектов развития туризма. Учитывая темпы развития и строительства инфраструктуры туризма как в регионах, так и в крупных прорывных проектах республиканского значения, необходимо констатировать, что в перспективе отечественная отрасль туризма будет конкурентоспособна на международном рынке туризма.

Фойдаланилган адабиётлар

1. Мусабаева Л.А. Формирование национального туристского бренда. Монография, С.: 2019.
2. Ибрагимов И.Ҳ. Туристик маҳсулот яратишнинг маркетинг концепцияси. Рисола. СамИСИ, Самарқанд 2014 йил. –114 бет
3. Ибрагимов И.Ҳ. Мусабаева Л.А, Туристик кластер корхоналарида интегралашган маҳсулот яратиш стратегияси. “Иқтисодиётни ривожлантиришда кластер ёндошуви” мавзусидаги Республика илмий-амалий анжумани 2014 йил 20 – ноябр. СамИСИ.
4. Панкрухин А. П. Маркетинг территорий: маркетинг страны, //www.koism.rags.ru.

Dushanova Yulduz Faxriddinovna - Buxoro Davlat Universiteti «Turizm va mehmoxona xo’jaligi» kafedrasi o’qituvchisi.

O’ZBEKISTONDA TURISTIK KLASTERLAR YARATILISHI YUZASIDAN QABUL QILINAYOTGAN HUQUQIY-ME’YORIY HUJJATLAR, QONUNLAR VA FARMONLAR TAHLILI

Xozirgi kunda turizm sohasi jadal sur'atlar bilan rivojlanib borayotgan iqtisodiyotning bir tarmog‘i bo‘lib, davlat tomonidan soxani rivojlantirish borasida qator qaror va farmonlar ishlab chiqilmoqda. O’zbekiston Respublikasi turizm siyosatini boshqarish bo’yicha Turizm qonuni ishla chiqilgan bo’lib, qonun Qonunchilik palatasi tomonidan 2019-yil 16-aprelda qabul qilingan bo’lib, Senat tomonidan 2019-yil 21-iyunda ma’qullangan. Turizm to’g’risidagi qonun 10 bob va 45 moddadan iborat. Qonunning 4-bob, 17-19-moddalarida turistik zonalar va turistik klasterlarga tarif keltirilgan. Qonunning 17-moddasiga ko’ra, Turistik zonalar-muayyan chegaralarga ega bo‘lgan, bir yoki bir necha turistik resurslar (tabiiy, tarixiy, ijtimoiy-madaniy, davolash-sog‘lomlashtirish obyektlari, shuningdek turistlar va ekskursantlarning ehtiyojlarini qanoatlantira oladigan boshqa obyektlar) joylashgan, kirish turizmini va ichki turizmni, turistik industriyani rivojlantirish, turistik resurslarni muhofaza qilish hamda ulardan oqilona foydalanish maqsadida tashkil etilgan hudud turistik zonadir. Turistik zonalar davlat organlari hamda boshqa tashkilotlarning, shuningdek tadbirkorlik faoliyatini amalga oshiruvchi yuridik va jismoniy shaxslarning taklifiga ko‘ra tashkil etiladi. Turistik zonalar respublika yoki mahalliy darajada tashkil etiladi. Respublika darajasidagi turistik zonalar O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining va O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining qarorlari asosida, mahalliy darajadagi turistik zonalar esa vakolatli davlat organi bilan kelishilgan holda Qoraqalpog‘iston Respublikasi Vazirlar Kengashi, viloyatlar va Toshkent shahar hokimliklarining qarorlari asosida tashkil etiladi. Turistik zonalarni aniqlashda ularda turistik resurslarning mavjudligi, shuningdek ushbu hududlarning turizm turlarini rivojlantirish uchun potensial imkoniyatlari inobatga olinadi.

Qurilayotgan turistik industriya obyektlarining mulkdorlari va (yoki) egalari turistik zonalarning hududlarida turistik resurslar barpo etilayotganda, shuningdek ulardan foydalanilayotganda ushbu obyektlarning mavjud mahalliy ijtimoiy-iqtisodiy, tarixiy, ilmiy, badiiy, madaniy muhitga yoki boshqa tashkiliy-maqsadli muhitga va infratuzilma muhitiga uyg‘unlashuvini nazarda tutishi shart. Turizm sohasi subyektlari turistik zonalar hududlarida o‘z faoliyatini tashkil etishda va amalga oshirishda atrof tabiiy muhitga, madaniy meros obyektlariga hamda muhofaza etiladigan tabiiy hududlarga nisbatan ehtiyotkorlik bilan munosabatda bo‘lishni ta’minlashi shart. Turistik zonalarda amalga oshiriladigan turistik faoliyat va qonun hujjatlarida taqiqlanmagan boshqa faoliyat turistik zonalarni tashkil etish maqsadlariga monelik qilmasligi kerak.

18-modda. Turistik zonalarning turlari

Turizmni kompleks rivojlantirish va turistik resurslarni lozim darajadagi holatda saqlash, tegishli hududning turistik salohiyatini oshirish, shuningdek ularni rivojlantirishga investitsiyalar jalb qilinishini rag‘batlantirish maqsadida turistik zonalarning quyidagi turlari tashkil etilishi mumkin:

- erkin turistik zona;
- kichik turistik zona;
- maxsus turistik zona.

Erkin turistik zona erkin iqtisodiy zonaga tenglashtiriladi. Erkin turistik zonaga va erkin turistik zonaning ishtirokchilari sifatida ro‘yxatga olingan tadbirkorlik subyektlariga nisbatan erkin iqtisodiy zonalar to‘g‘risidagi qonun hujjatlarining qoidalari, shu jumladan erkin iqtisodiy zonalar va ularning ishtirokchilari uchun nazarda tutilgan imtiyozlar hamda preferensiyalar tatbiq etiladi. Kichik turistik zona kichik sanoat zonasiga tenglashtiriladi. Kichik turistik zonalarga nisbatan kichik sanoat zonalari to‘g‘risidagi qonun hujjatlarining qoidalari tatbiq etiladi. Maxsus turistik zona belgilangan maxsus hudud bo‘lib, unda turistik resurslar va ushbu hududda muayyan turistik mahsulotni shakllantirish hisobidan turistlarga xizmat ko‘rsatilishini ta’minlovchi turistik industriya obyektlari jamlanadi. Maxsus turistik zonani tashkil etishda ushbu zona ishtirokchilari uchun shartlar, imtiyozlar va preferensiyalar belgilanishi mumkin.

19-modda. Turistik klaster - kompleks turistik xizmatlar hamda turistning va ekskursantning ehtiyojlarini qanoatlantirish uchun zarur bo‘lgan boshqa qo‘shimcha xizmatlar ko‘rsatuvchi mustaqil tashkilotlar hamda yakka tartibdagi tadbirkorlar majmui turistik klasterdir.

Turistik klasterlar kompleks turistik xizmatlar ko‘rsatish, turistik faoliyatning raqobatbardoshliligi va sifatini oshirish maqsadida turistik mahsulotni shakllantiradi, targ‘ib etadi va realizatsiya qiladi. Unga Jumladan, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 16 avgustdagi PQ-3217-sonli “2018-2019 yillarda Turizm sohasini rivojlantirish bo‘yicha birinchi navbatdagi chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi qaroriga muvofiq, Qoraqalpog‘iston Respublikasi Vazirlar Kengashi, viloyatlar va Toshkent shahar hokimliklari hamda boshqa tashabbuskorlardan tushadigan tematik ko‘ngilochar bog‘lar, madaniyat ob'ektlari (milliy muzeylar, galereyalar), turistik-rekreasion hududlar va klasterlar tashkil etish, sayyohlik namoyishining alohida

ob'ektlarini qurish va imijga doir boshqa loyihalarni amalga oshirish bo‘yicha chet el va mamlakatimiz sarmoyadorlarining mablag‘lari, tijorat banklari kreditlari, mahalliy ijro hokimiyati organlarining byudjetdan tashqari mablag‘larini jalb qilish hisobiga turizm sohasida yirik investisiya loyihalarini amalga oshirish va soha bilan bog‘liq infratuzilmani rivojlantirish uchun davlat ko‘magini olishga doir taklif va buyurtmalarni har yili ko‘rib chiqish ko‘zda tutilgan.

Ushbu bo’limda O’zbekiston Respublikasi tomonidan turistik klasterlar va turistik zonalarni yaratish va shakllantirishga oid ishlab chiqarilgan qaror va farmonlar, ularning bajarilish holatini tahlil qilamiz.

	Qaror/farmon nomi	**Qaror/farmon mohiyati**	**Amalga oshirilgan ishlar**
 	O’zbekiston Respublikasi Prezidenti farmoni, 2017-yil 5-dekabr, PF-5273-son “Chorvoq” erkin turistik zonasini tashkil etish to’g’risida	Erkin turistik zona hududida zamonaviy mehmonxona majmualari, madaniy-sog‘lomlashtirish, savdo-ko‘ngilochar va turistik ahamiyatdagi boshqa obyektlar qurish; erkin turistik zonada zamonaviy turizm infratuzilmasi obyektlari (mehmonxona majmualari, madaniy-sog‘lomlashtirish, savdo-ko‘ngilochar va turistik ahamiyatdagi boshqa obyektlar)ni, turistlarga xizmat ko‘rsatish uchun zarur sharoitlarni ta’minlagan holda maxsus funksional va mavsumiy rekreatsion dam olish zonalarini yaratish bo‘yicha loyihalarni amalga oshirish uchun xorijiy va mahalliy investorlarning investitsiyalarini jalb qilish.	”Chorvoq” ETZning bosh rejasi bo‘yicha ishlab chiqilgan hujjatlarni taqdim etishdi. Ushbu hujjatlar uch qism - “Bildirsoy loyihasi”, “Chimyon loyihasi” hamda “Nanay loyihasi” qismlaridan iborat. Fransiya Taraqqiyot agentligi ”Chorvoq” erkin turistik zonasining bosh rejasi va biznes rejasini ishlab chiqishga qaratilgan 750 ming yevro grant mablag‘i taqdim etganidan so‘ng, 2018 yilning 21 noyabrida Fransiya davlatining “Geode” kompaniyasi boshchiligida “Orex Loisirs”, “Patriarch”, “Epode” va “CDA Management” kompaniyalari ”Chorvoq” ETZning Bildirsoy, Chimyon va Nanay hududlarini o‘rganish, batafsil bosh rejasi va biznes rejasini ishlab chiqish yuzasidan Toshkent viloyati hokimligi bilan kelishuv imzolagan.

 (Xitoy Sian uslubidagi ko'cha)  (Yevropa uslubidagi qurilish)	O’zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi qarori, 2017 yil 30 iyun, 450-son “2017-2019 yillarda Samarqand viloyatining turizm salohiyatini jadal rivojlantirish chora-tadbirlari to’g’risida”	Samarqand shahri hududida xorijiy investorlar bilan hamkorlikda turistlarning to‘laqonli dam olishi uchun sharoitlarni ta'minlaydigan, turli xizmat ko‘rsatish darajasidagi zamonaviy mehmonxonalar, kottejlar, ko‘ngilochar va savdo markazlari, shuningdek amfiteatr, turli millatlar taomlarini tayyorlaydigan restoranlar, kafelar, bouling markazlari, karaoke-bar, suvenir do‘konlari va boshqa turizm infratuzilmalarini o‘z ichiga oladigan «Samarkand city» turizm hududini yaratish; Samarqand tumanidagi Respublika eshkak eshish kanali hududida yil bo‘yi sport o‘quv-mashg‘ulotlarini o‘tkazish shart-sharoitiga ega bo‘lgan zamonaviy sportzal, sport maydonlari, yopiq basseyn, shuningdek	Pekinda O‘zbekiston Tashqi iqtisodiy faoliyat Milliy banki va Xitoydagi “China Construction Engineering Design Group Corporation Ltd” arxitektura va dizayn kompaniyasi o‘rtasida Samarqand shahrining bosh rejasi konsepsiyasini ishlab chiqish va “Samarkand City” turistik zonasi hamda SHHT – 2022 sammiti munosabati bilan quriladigan obyektlarni tashkil etish bo‘yicha shartnoma imzolandi. Kelishuvga ko‘ra, ushbu ishga bosh rejachi, tajribali shaharsoz, professor Sun Syaolun rahbarligidagi loyihachilar guruhi jalb etiladi. Ma’lumot uchun aytish mumkinki, “China Construction Engineering Design Group Corp. Ltd” – Xitoyning yetakchi loyihachi kompaniyasi bo‘lib, 2017 yil yakunlariga ko‘ra, 1,58 milliard dollar ishlab, mamlakatdagi loyihachi tashkilotlar orasida ikkinchi o‘rinda bo‘lgan. Qayd etish joizki, iyunda

 (Turar joy majmuasi)		Samarqand viloyati va Samarqand shahri aholisi, viloyatga tashrif buyuruvchi mehmonlar va turistlarning oilaviy dam olishlarini tashkil etishga qaratilgan oilalar uchun mehmonxonalar va kottejlar majmui hamda boshqa dam olish infratuzilmasini o‘z ichiga olgan sport-so g‘lomlashtirish va turizm-dam olish hududini barpo etish.	Tashqi iqtisodiy faoliyat Milliy banki Pekinda “Xitoy Ipak yo‘li” fondi bilan “Samarkand City” turistik zonasi qurilishi loyihasi bo‘yicha anglashuv memorandumini imzolagandi. Mazkur loyiha Samarqand shahrining mashhur tarixiy va madaniy markaz sifatidagi turistik salohiyatini oshirish va “XXI asr Ipak yo‘li durdonasi” yaratilishini ta’minlaydi. Shuningdek, "Ipak yo'li" mehmonxonalar majmuasiga, Samarqandning Markaziy maydoniga, Yevropa va Xitoy uslubida quriladigan ko'chalarga, shuningdek, turar-joy binolarining dizayni haqida ham ma'lumot berildi.
	O’zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi qarori, 2017-yil 14-oktabr, 825-son “Qadimiy	Buxoro shahri G‘ijduvon ko‘chasi va “Ko‘xna va boqiy Buxoro” madaniy majmuasi oralig‘ida joylashgan 10 gektar joyda barpo etiladi. Zona maydonida pastqavatli zamonaviy mehmonxonalar, madaniy-sog‘lomlashtirish	Asli o‘zbekistonlik bo‘lgan rossiyalik milliarder Alisher Usmonov superzamonaviy turistik majmua bo‘lmish — “Qadimiy Buxoro” loyihasida beg‘araz homiylik sharti bilan ishtirok etmoqda. Loyiha qiymati umumiy 92.3mln AQSH dollarini tashkil etib,

	Buxoro” turizm zonasini qurish loyihasini amalga oshirishga doir tashkiliy chora-tadbirlar to’g’risida	va savdo-ko‘ngilochar markazlarini barpo etish rejalashtirilgan. Ularda kunu-tun chet ellik sayyohlarga xizmat ko‘rsatish va maroqli hordiq chiqarish ta’minlanish; Turistik zonada turli shoular, tarixiy voqealarni aks ettirgan teatrlashtirilgan konsert tomoshalari namoyish etiladi va folklor ansambllari bilan bir qatorda zamonaviy estrada xonandalari chiqishlari, modalar namoyishi va boshqa tomoshabop tadbirlar tashkillashtirish.	shundan, 18.6 mln AQSH dollari qiymatidagi 1 ta 150 kishilik 3 yulduzli mehmonxona; 45.3 mln AQSh dollari 330 xonadan iborat 4 yulduzli mehmonxona; 5,2 mln AQSH dollari qiymatida konferens zal; 3,7 mln AQSH dollari miqdorida ko’p tarmoqli kompleks; 7,6 mln AQSh dollari qiymatida hashamatli restoranlar; 4,5 mln AQSH dollari miqdorida sog,lomlashtirish markazlari va 7,4 mln AQSH dollari miqdorida villalar, yopiq suv havzalari, spa, fitnes klublar va mashinalar uchun avtoturargohlar qurilish ishlari olib borilmoqda.

1-jadval. O’zbekiston Respublikasi Prezidenti va Vazirlar Mahkamasi tomnidan ishlab chiqilgan qaror va farmonlar tahlil

Manba: lex.uz ma’lumotlariga asosan muallif tomonidan tayyorlandi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro’yxati

1. O‘zbekiston Respublikasining “Turizm to‘g‘risidagi” qonuni. № 549 02.07.2019.
2. “O‘zbekiston Respublikasi turizmni rivojlantirish davlat qo‘mitasi faoliyatini tashkil etish to‘g’risida” O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori. O‘zbekiston Respublikasi qonun hujjatlari to‘plami, 2016-yil, 49-son, 559-modda.
3. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining O‘zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta’minlash chora-tadbirlari to‘g‘risida” 2016-yilning 2-dekabrdagi farmoni, PF-4861-son
4. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 19-maydagi 2017-2019 yillarda Buxoro shahri va Buxoro viloyati turizm salohiyatini jadal rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g’risida gi PQ-2980-sonli qarori.
5. O’zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 5-dekabrdagi “Chorvoq” erkin turistik zonasini tashkil etish to’g’risidagi PF-5273-sonli farmoni.
6. O’zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2017-yil 30-iyundagi “2017-2019 yillarda Samarqand viloyatining turizm salohiyatini jadal rivojlantirish chora-tadbirlari to’g’risidagi” 450-farmoni.
7. O’zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2017-yil 14-oktabrdagi “Qadimiy Buxoro” turizm zonasini qurish loyihasini amalga oshirishga doir tashkiliy chora-tadbirlar to’g’risida”gi 825-sonli qarori.
8. Sayyohlarining O‘zbekiston Respublikasiga kelishi va ketishi tartibi to‘g‘risida gi nizom. O‘zbekturizm MK 13.09.2004 - yil 23- son.
9. Turizm faoliyatini amalga oshirish va litsenziyalash tartibini takomillashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida gi. 2014 y 24-mart 616-son qarori.
10. O‘zbekiston Respublikasi Davlat Qo‘mitasi Turizm statistikasi bo‘yicha uslubiy nizom , 18-yanvar, 2012-yil.
11. “Ўзбекистонда туристик кластерларни ривожлантиришнинг меъёрий-ҳуқуқий асослари” Халкаро илмий- амалий конференция. Бухоро-2019
12. Turizm klasterlarini shakllantirish va klaster ishtirokchilarining manfaatlar tizimi Бухоро давлат университети магистрантлар ва иктидорли талабаларнинг “Тафаккур ва талкин” мавзусидаги илмий-амалий онлайн конференцияси. Бухоро 2020. (696-700 р)
13. “Buxoroni “KICHIK-HAJ” maqomiga ega ziyoratgohga aylantirishning ustuvor yo’nalishlari” И.ф.д., профессор Навруз-Зода Б.Н., БухДУ II-босцич магистранта Душанова Ю, Xalqaro ilmiy-amaliy anjuman 24-fevral 2020 yil Buxoro
14. https://daryo.uz/2018/11/14/klasterlar-agrar-sohaning-lokomotivi
15. https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_restaurant_chainsfile:///C:/Users/UtenteSI/Downloads/Comparative_analysis_of_a_tourism_cluster_in_the_B.pdf
16. https://cyberleninka.ru/article/n/klastery-v-turizme-osobennosti-klassifikatsii-protsess-formirovaniya-i-metody-otsenki
17. https://xn----dtbhaacat8bfloi8h.xn--p1ai/cluster-turism

Усманова Зумрад Исламовна – и.о. доцента кафедры «Маркетинг» СамИЭС, PhD по экономике

ФОРМИРОВАНИЕ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО КЛАСТЕРА В РЕГИОНАХ

Аннотация. *В статье рассматриваются проблемы повышения эффективности туристско-рекреационной деятельности с учетом различных предприятий (организаций, учреждений), основная деятельность которых связана с удовлетворением потребностей человека в развлечениях, причины большого количество присутствующих организаций на рынке туристско-рекреационной деятельности. С целью объеденения различных отраслей связанных с формированием турпродукта предлагается создание на местах туристско-рекреационного кластера.*

Abstract: *The article discusses the problems of increasing the efficiency of tourist and recreational activities, taking into account various enterprises (organizations, institutions), the main activity of which is related to satisfying human needs for entertainment, the reasons for the large number of organizations present in the market of tourist and recreational activities. In order to unite various industries related to the formation of a tourist product, it is proposed to create a local tourism and recreation cluster*

Ключевые слова: *эффективность туристско-рекреационной деятельности, туристско-рекреационные услуги, формирование туристско-рекреационного кластера, смежные отрасли экономики работающие на туризм.*

Key words*: the effectiveness of tourist and recreational activities, tourist and recreational services, the formation of a tourist and recreational cluster, related sectors of the economy working for tourism.*

Значение туризма в мире постоянно растет, что связано с возросшим влиянием этой сферы на экономику. Туризм является существенным источником доходов, занятости, способствует диверсификации экономики, создавая отрасли, обслуживающие данную сферу.

Туристско-рекреационные услуги представляют один их самых распространенных объектов международной торговли. Рынок туризма подвержен воздействию разнообразных факторов, поэтому возможность предвидеть хотя бы некоторые тенденции его развития создает условия для повышения объективности планирования маркетинговых отношений на внутренних и международных тур-рынках.

С обретением независимости в Узбекистане была заложена основа для регулирования туристической деятельности и возрождения исторического и культурного наследия народа. С того момента когда одной из целевых и приоритетных задач явилось «….формирование и последовательная реализация целостной концепции развития туризма, придание туризму статуса

стратегического сектора экономики, превращение этой отрасли в мощный инструмент устойчивого развития, структурных преобразований и диверсификации экономики, который должен стать локомотивом для ускоренного комплексного развития всех регионов и сопряженных отраслей, осуществление системных мер по увеличению вклада туризма в создаваемом валовом внутреннем продукте, доходах местных бюджетов, обеспечению занятости, повышению уровня и качества жизни населения»[81], - политика в области развития туризма была возведена в ранг государственной. Постоянное внимание руководства страны к формированию и развитию единой отрасли туризма в республике уже сегодня приносит свои ощутимые плоды, все больше привлекая в Узбекистан бизнесменов и общественных деятелей международного туристического бизнеса.

Действительно, эта отрасль обладает высоким инвестиционным мультипликативным эффектом: одно рабочее место в туризме создает семь новых рабочих мест в других отраслях и секторах, связанных с туризмом кооперативной цепью[82].

Исследование проблемы повышения эффективности туристско-рекреационной деятельности показывает, что имеет место недооценка туристско-рекреационной деятельности, которая не получает еще приоритетности как важнейшая сфера социально-экономической деятельности. Отсюда одностороннее представление о месте и роли ее в жизнеобеспечении современного общества и недооценка туризма как одной из важнейших отраслей экономической деятельности .

По основным характеристикам индустрию туризма можно отнести к раздробленным отраслям, состоящим из множества мелких и средних организаций, большинство из которых составляют частные, причем ни одна из них не играет существенной роли в объеме продаж отрасли, К причинам, объясняющим большое количество присутствующих на рынке туристско-рекреационной деятельности организаций, относятся следующие:

1.Низкие входные барьеры, которые позволяют небольшим организациям входить в отрасль быстро и без каких-либо серьезных финансовых затрат.

2.Отсутствие экономии на масштабах производства позволяет малым организациям конкурировать с крупными при практически одинаковом уровне издержек.

3.Покупателям, с точки зрения организации бизнеса, предназначения товара (услуги), рекламы, требуются относительно небольшие объемы товаров (услуг), ориентированных на их запросы. Так как спрос на какой-либо конкретный вид товара (услуги) невелик, объем продаж не может поддерживать производство, продвижение и сбыт товара (услуги) на уровне, необходимом для крупных организаций.

---

[81] Из Указа Президента Республики Узбекистан «О мерах по ускоренному обеспечению туристской отрасли Республики Узбекистан» УП -4861 от 2 декабря 2016 года

[82] Енджейчик И. Современный туристский бизнес. Экостратегии в управлении фирмой. Пер. с польского.М: Финансы и статистика, 200, 10с.

4.Рынок использования товара (услуги) ограничен географически, поэтому местные производители имеют конкурентоспособные преимущества, поскольку лучше знают предпочтения потребителей и особенности своего рынка.

5.Потребительский спрос па рынке настолько разнообразен, что требуется большое количество организаций, чтобы его удовлетворить.

К отрасли туризма относятся предприятия (организации, учреждения), чья основная деятельность связана с удовлетворением потребностей человека в развлечениях. Такими предприятиями являются:

- предприятия с ярко выраженным развлекательным характером деятельности - цирки, зоопарки, аттракционы, игротеки, парки отдыха и т.п.;
- разнообразные зрелищные предприятия - стационарные и передвижные театры, кинотеатры, изостудии, концертные организации и коллективы (оркестры, ансамбли, мюзик-холлы);
- предприятия, обеспечивающие занятия физической культурой и спортом (искусственные бассейны, спортивные залы, клубы и т.д.), а также проведение спортивно-зрелищных мероприятий (стадионы);
- предприятия, способствующие приобщению к культурным ценностям (библиотеки, музеи, тематические выставки).
- Отрасли промышленности, выпускающие соответствующие оборудование и инвентарь, также должны входить в состав индустрии развлечений.

В этой связи формирование туристско-рекреационного кластера на уровне конкретного региона является действенным и очень востребованным инструментом решения проблем не только развития туризма, но и смежных отраслей экономики способствующих созданию привлекательных турпродуктов. Туристско-рекреационный кластер региона способен повысить эффективность деятельности входящих в его состав субъектов хозяйствования. Для последних усиливается обмен информацией и внедрение нововведений, облегчаются вопросы координации совместных действий, появляется возможность совместного использования инфраструктурных объектов, обслуживающих туристов. Становится реальностью подготовка кадров в крупных образовательных структурах, сравнение хозяйствующими субъектами-конкурентами эффективности деятельности друг у друга. На территории функционирования туристско-рекреационного кластера возникает возможность создания благоприятных условий для появления новых структур, связанных с располагаемыми в регионе трудовыми ресурсами соответствующей квалификации, особых режимов налогообложения и инвестиционной деятельности в рамках хозяйствования участников кластера.

Таким образом, кластерная организация туристской сферы экономики имеет явные преимущества: она «работает» на систему интересов участников кластера и создает благоприятные условия для устойчивого социально-экономического развития соответствующей территории.

Ибрагимов И.Ҳ. – СамИСИ “Маркетинг” кафедраси доценти, и.ф.н.
Қаландаров У.Ҳ.- СамИСИ “Олий математика” кафедраси к.ўқ., т.ф.н.

ТУРИСТИК КЛАСТЕРЛАР ЖОЗИБАДОРЛИГИНИ БАҲОЛАШНИНГ МАТЕМАТИК ЕЧИМИ

Аннотация: *Ушбу мақола рекреацион ҳудудларнинг жозибадорлигини баҳолашга илмий ёндашуви масаласи алгебраик усуллар асосида кўриб чиқишга бағишланади.*

Калит сўзлар: *минтақавий туристик кластер ҳудудлари, транспорт имкониятлар, табиий-экологик ва ижтимоий-иқтисодий шароитлар, рекреацион-туристик инфратузилманинг ҳолати, табиий ва экологик жозибадорлик, ҳудуднинг ижтимоий-иқтисодий ривожланиш даражаси, ҳудуднинг рекреацион ва туристик шароитларини баҳолаш индекси, хос вектор ва келишув (мустаҳкамлик) индекси, элементлар даражалари матрицаси.*

Аннотации: *Статья посвящена рассмотрению проблемы научного подхода к оценке привлекательности рекреационных территорий на основе алгебраических методов.*

Ключевые слова: *территории регионального туристского кластера, транспортные возможности, природно-экологические и социально-экономические условия, состояние рекреационно-туристической инфраструктуры, природная и экологическая привлекательность, уровень социально-экономического развития региона, индекс оценки рекреационных и туристических условий кластера, собственный вектор и показатель согласованности, матрица уровней элементов.*

Annotations: *The article is devoted to the consideration of the problem of a scientific approach to assessing the attractiveness of recreational areas based on algebraic methods.*

Key words: *territories of the regional tourist cluster, transport opportunities, natural-ecological and socio-economic conditions, state of recreational and tourist infrastructure, natural and ecological attractiveness, level of socio-economic development of the region, index of assessment of recreational and tourist conditions of the cluster, own vector and indicator consistency, element level matrix.*

Туризмда кластерларлаш ва уларнинг ташкилий-ҳуқуқий шаклланиши ва уларнинг инфраструктуравий жиҳатларини илмий асослашга бағишланган кейинги ўн йил давомида кўплаб тадқиқотлар олиб борилди. Уларнинг натижалари даврий илмий нашрларда эълон қилиб келинмоқда. Бу соҳада таниқли маҳаллий муаллифлар сифатида М.М. Мухаммедов, М.Қ. Пардаев, И.С. Тўхлиев, Д.Ҳ. Асланова, М.Т. Алимова, Ш.А. Мусаева ва бошқаларни кўрсатиш мумкин. Ушбу масалага бундай эътиборнинг қаратилиши туризм индустриясининг ҳозирда жаҳон иқтисодиётининг энг йирик, энг даромадли ва энг жадал ривожланаётган тармоқларидан бири эканлигидир. Бугунги кунда туризм жаҳон ялпи миллий маҳсулотининг 10% ни ташкил қилади ва 2025

йилга қадар Жаҳон Сайёҳлик Ташкилотининг прогнозларига кўра, Ўзбекистон дунёдаги энг машҳур сайёҳлик манзилига айланиши таъкидланмоқда.

Шу билан бирга, Самарқанд туристик ҳудудида туризмни ривожлантиришга бир қатор ижобий ва салбий омиллар мавжуд, масалан кейинги ўн йиллар давомида шаҳарнинг асосий қисмида тинимсиз қурилишларнинг олиб борилиши, юз йиллар давомидаги тарихга айланган биноларнинг бузиб ташланиши, ягона, мукаммал шаҳарсозлик концепциясининг йўқлиги, унинг "кўҳналик" колоритига салбий таъсирини ўтказмоқда.

Дастлаб, саёҳлик агентликлари ва сайёҳлик базалари директорларидан шунингдек, минтақа ҳудудида табиий ва ижтимоий-маданий ресурсларни ўрганаётган тадқиқотчилардан иборат экспертлар гуруҳи (респондентлар) ташкил этилади. Экспертлар белгиланган мезонлар асосида ўрганилаётган дам олиш масканлари жозибадорлигини омилларга мос равишда тартиблаштириш чиқилади. Ҳар бир мезоннинг аҳамиятлиги 1дан 20 балл оралиғида белгилаб чиқилади. Барча экспертларнинг умумий балли (масалан 12 кишидан иборат) рекреацион ҳудуднинг жозибадорлиги омилларининг аҳамиятини баҳолаш ва тегишли рангларни белгилашга имкон беради (1-жадвал).

1-жадвал

Рекреацион ҳудудлар жозибадорлиги омилларини баҳолаш[83]

Факторлар гуруҳи	**Факторлар**	**Баллар йиғиндиси**	**Ўртача вазн**
1) табиий	Табиий қадамжолар	18	1
	Иқлим	63	5
	Манзара ландшафти	192	17
2) ижтимоий	Маданий ва архитектура иншоотлари	150	12
	Маданий тадбирлар	168	14
	Этнографик қадамжолар	237	20
	Ярмарка ва кўргазмалар	222	10
	Туристларга муносабат	114	6
	Хавфсизлик	69	16
3) тарихий	Археологик обидалар	188	19
	Шахслар монументлари	224	13
	Тарихий мақомга эга жойлар	153	11
4) рекреацион ва анимацион	Спорт иншоотлари	144	15
	Маънавий манбаалар (музейлар, ботаник боғлар, парклар ва ҳ.)	186	8
	Хордиқ манзиллари	96	
	Кунги очар масканлар	87	7
5) инфраструктура,	Транспорт ўтказувчанлиги	33	3

[83] Жадвалда келтирилган рақамлар эвристик тахминий рақамлар

овқатланиш ва жойлаштириш объектлари	Жойлаштириш имкониятлари	27	2
	Овқатланиш имкониятлари	105	9
	Савдо хизматлари	48	4

Юқори вазнли омиллар (табиий қадамжолар, иқлим, турар жой имкониятлари, транспорт мавжудлиги, савдо хизматлари, хусусан, умумий овқатланиш айланмаси, экологик қулайлик, шунингдек, умумий хавфсизлик) Самарқанд туристик минтақаси ҳудудларининг табиий ресурслари ва ижтимоий-маданий салоҳиятини янада чуқур таҳлил қилиш учун асос бўлади.

Самарқанд туристик минтақаси ҳудудларининг рекреацион ва туристик соҳасининг ҳолатини тавсифловчи параметрлар 4 йўналишда кўриб чиқилди:

1. транспортнинг ўтказувчанлиги;
2. рекреацион ва туристик инфратузилма;
3. табиий ва экологик жозибадорлиги;
4. ҳудуднинг ижтимоий-иқтисодий ривожланиш даражаси.

Ҳар бир йўналиш учун экспертлар нуқтаи назаридан энг аҳамиятли ва ички туризмнинг тегишли соҳасини анча тўлиқ тавсифловчи тўртта кўрсаткич аниқланди.

Самарқанд туристик маркази кластерларида Транспорт имкониятлари мавжудлигини тўртта алоҳида хусусиятлари кўрсаткичлари билан баҳолаш мумкин: вилоят марказидан маскангача бўлган масофа, автомобил йўллари сони, вилоят марказидан ҳудудгача ўртача сафар вақти, ҳудудни зиёрат қилиш учун мавжуд транспорт турлари сони.

Ҳудуднинг ижтимоий-иқтисодий ривожланиш даражаси умумий хавфсизлик, бозор ва ижтимоий инфратузилмани ривожлантириш ҳамда тиббий ёрдам олиш имконияти нуқтаи-назаридан мазкур ҳудуднинг сайёҳлар учун жозибадорлиги нуқтаи назаридан баҳоланади. Таҳлил учун ҳудуд ривожланишининг тегишли жиҳатларини бевосита ёки билвосита тавсифловчи кўрсаткичлар танлаб олинади:

1. аҳоли жон бошига ўртача ойлик пул даромадлари;
2. 10000 аҳоли жон бошига рўйхатдан ўтган жиноятлар сони;
3. аҳоли сони;
4. 10000 киши бошига шифохона ётоқ сони.

Муайян ҳудуд учун кўриб чиқилаётган кўрсаткичнинг ҳар бир қиймати учун 0 дан 1 гача бўлган мос вазнда қуйидаги формула ёрдамида ҳисобланади:

$$r = \frac{k}{\max k},$$

бу ерда r – k- кўрсаткичнинг вазни (ранги);

max k-барча кўриб чиқилган ҳудудлар учун k кўрсаткичининг энг юқори қиймати.

Агар кўрсаткич якуний кўрсаткичга салбий таъсир кўрсатса (масалан, рўйхатга олинган жиноятлар сони), кўрсаткичнинг поғонаси қуйидаги формула ёрдамида ҳисобланади:

$$r = 1 - \frac{k}{\max k}.$$

Бундан ташқари, маълум бир йўналишни тавсифловчи кўрсаткичларнинг ҳар бир блоки учун ҳар бир муайян ҳудуд учун умумий ранглар жамлаб ҳисобланади.

Муайян ҳудуднинг рекреацион ва туристик шароитларини баҳолаш индексини (РТШБИ) ҳисоблаш учун қуйидаги формуладан фойдаланилади:

$$РТШБИ = К_тТ + К_иИ + К_эЭ + К_сС, (1)$$

бу ерда: Т-транспорт имкониятлари мавжудлигини баҳолаш;

И-рекреацион ва туристик инфратузилманинг ҳолатини баҳолаш;

Э-табиий ва экологик жозибадорликни баҳолаш;

С- ҳудуднинг ижтимоий-иқтисодий ривожланиш даражасини баҳолаш;

Кт, Ки, Кэ, Кс — мос параметрларининг вазн коэффициенти.

Танланган йўналишларнинг ҳудуднинг рекреацион ва туристик жозибадорлигига таъсир даражасининг фарқлари туфайли йўналишлар бўйича баҳолар интеграл кўрсаткичдаги турли вазн коэффициентларига мос келади.

Рекреацион- туристик ҳудуд жозибадорлиги			
иқтисодий жозибадорлиги	Эстетик жозибадорлик		Рекреацион жозибадорлик
Транспорт имкониятлари	Рекреацион-туристик инфраструктура	Табиий-экологик жозибадорлик	Ижтимоий-иқтисодий ривожланиш даражаси

2-расм. Ҳудуднинг рекреацион-туристик жоҳибадорлигига таъсир этувчи элементлар иерархияси

Муаммонинг иерархияси ўрнатилгандан сўнг мезонларнинг устуворликлари белгиланади. Бу ҳолда элементлар юқори даражадаги ҳар қандай элементга таъсири билан ўзаро боғлиқ жуфт элементлар бир-бири билан таққосланади. Боғланган таққослашлар натижалари одатда тескари симметрик матрица кўринишида ифодаланади. Матрицанинг a (i,j) элементи иерархиянинг i элементига нисбатан намоён бўлиш интенсивлиги бўлиб, мезонларнинг 1 дан 9 гача нисбий муҳимлик шкаласи бўйича баҳоланади (1 — мезонларнинг бир хил аҳамияти, 9-бирининг иккинчисидан мутлақ устунлиги). Агар, i элементни j билан таққослаб a (i,j) = b га эга бўламиз.

Ҳар бир сатҳдаги матрицалар сони юқори сатҳдаги мезонлар сонига тенг. Ҳар бир матрица учун хос вектор ва келишув (мустаҳкамлик) индекси ҳисобланади (мустаҳкамлик бузилиши даражаси ҳақида маълумот беради).

$$ИМ = (л_{max} — n)/(n — 1),$$

бу ерда ИМ – мустаҳкамлик индекси;

$л_{max}$ - боғланган таққосламалар матрицасининг максимал қиймати;

n - матрицанинг тартиби сони.

Агар мустаҳкамлик индексининг қийматини шу тартибли матрицанинг тасодифий мустаҳкамлигига мос сонга бўлсак, мустаҳкамлик нисбатини (НМ) эга бўламиз. ОС қиймати мақбул бўлиши учун 10% ёки ундан кам тартибда бўлиши керак.

Бир сатҳнинг бошқасига таъсир даражасини сонли шаклда белгилайлик. Ҳисоблашлар юқори нуқтадан бошланади. Дастлаб, 2 даража элементлари 1 даража элементларига қандай таъсир қилишини ҳисоблаймиз. Бунинг учун боғланган таққосламалар матрицасини тузамиз (2-жадвал). Унинг элементлари 1 дан 9 гача бўлган шкала бўйича тузилган таққослашлар ва шунга мос равишда уларнинг тескари қийматлари жуфтланади. Эксперт маълумотлари асосида боғланган таққослашлар амалга оширилди.

2-Жадвал

Рекреацион ҳудудларнинг жозибадорлиги омилларини баҳолаш

	Иқтисодий жозибадорлик	**Эстетик жозибадорлик**	**Рекреацион жозибадорлик**
Иқтисодий жозибадорлик	1	1/4	1/7
Эстетик жозибадорлик	4	1	½
Рекреацион жозибадорлик	7	2	1
ИМ=0,01	НМ=0,002		

Устуворликлар вектори ёки хос вектор, кейин берилган матрица учун ҳисобланади. (А нол бўлмаган вектор Х А матрицанинг хос вектори дейилади агар тенглама АХ = λХ қаноатлантирилса, бу ерда λ-маълум сон. Агар вектор узунлиги 1 тенг бўлса, Х вектор нормаллашган дейилади.)

2-жадвалда кўрсатилган матрицанинг хос векторини ҳисоблаймиз. Бу векторнинг элементлари нормаллашган, яъни иккинчи даражали ҳар бир элементнинг 1-даражали ўрнатилган мезонга нисбатан вазнини кўрсатади. Устувор вектор қуйидаги шаклга эга: (0.09; 0.31; 0.60). Шундай қилиб, ҳудуднинг туристик жозибадорлигига рекреацион жозибадорлик энг кўп таъсир кўрсатади (0.60 қиймати).

Кейинги, учинчи даражали элементлар (рекреацион ва туристик соҳа ҳолатини тавсифловчи кўрсаткичлар блоклари) 2-даражали ҳар бир элементга қандай таъсир этишини (туристик жозибадорликнинг асосий жиҳатлари) аниқлаш лозим. Бунинг учун жуфт таққосламалар матрицалари тузилади. Жами 3 та матрицага эга бўламиз (иккинчи даражали элементлар сони бўйича) ва бу матрицалар учун хос векторларни ҳисоблаймиз. Бу учта хос векторлардан устиворлик матрицасини тузамиз.

Матрицадаги устуворлик векторлари устунларда жойлаштирилган. Олинган матрицани ўнг топмондаги иккинчи даражали устувор векторга кўпайтириш керак.

$$\begin{pmatrix} 0,29 & 0,06 & 0,06 \\ 0,57 & 0,16 & 0,57 \\ 0,05 & 0,59 & 0,23 \\ 0,09 & 0,19 & 0,14 \end{pmatrix} \cdot \begin{pmatrix} 0,09 \\ 0,31 \\ 0,60 \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} 0,0807 \\ 0,4429 \\ 0,3254 \\ 0,1510 \end{pmatrix}$$

Натижада 4 ўлчовли устуворликлар векторига эга бўламиз. Бу вектор 3 даражали элементлар қандай қилиб 2 даражали элементларга 1 даражали элементлар орқали таъсир этишини кўрсатади.

Ҳисоб-китоблар шуни кўрсатадики, туристик ва рекреацион инфратузилманинг ҳолати (қиймати 0.443) ва табиий ва экологик жозибадорлиги (қиймати 0.325) каби омиллар Самарқанд минтақавий туристик жозибадорлигига энг катта таъсир кўрсатади. Шу билан бирга, мутахассисларнинг фикрича, ҳудуднинг транспорт билан таъминланганлиги ва ҳудуднинг ижтимоий-иқтисодий ривожланиш даражаси каби омиллар дам олиш учун жой танлашда унчалик муҳим эмас.

Самарқанд рекреацион ва туристик шароитларининг интеграл баҳосини (1) формула бўйича ҳисоблаш орқали, натижаларни муайян жадвалда кўрсатиш мумкин. Олинган натижалар худди юқорида кўриб чиқилган каби ҳар бир ҳудудга (кластер) баҳо бериб чиқилади. Белгиланган баҳолашга кўра ҳар бир кластер ҳудудлари учун уларни янада ривожлантириш учун дастурлар ишлаб чиқилиши амалга оширилади.

Фойдаланилган адабиётлар

1. Ибрагимов И.Ҳ. Туристик маҳсулот яратишнинг маркетинг концепцияси. Рисола. СамИСИ, Самарқанд 2014 йил. –114 бет
2. Ибрагимов И.Ҳ. Мусабаева Л.А, Туристик кластер корхоналарида интеграллашган маҳсулот яратиш стратегияси. “Иқтисодиётни ривожлантиришда кластер ёндошуви” мавзусидаги Республика илмий-амалий анжумани 2014 йил 20 – ноябр. СамИСИ.
3. Панкрухин А. П. Маркетинг территорий: маркетинг страны, //www.koism.rags.ru.
4. Дж.Бернет, С.Мориарти, "Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход", 2001 г.
5. Саати Т. Л. Элементы теории массового обслуживания и ее приложения / пер. с англ. Е. Г. Коваленко; под ред. И.Н. Коваленко. М.: URSS Либроком, 2010. 519 с.

Xamitov M.X. – SamISI “Turizm” kafedrasi katta o’qituvchisi
Egamberdiyev S.S. – SamISI talabasi

TURISTIK KLASTER TUSHUNCHASINING TURIZM SOHASIDAGI O’RNI

Аннотация. *Целью статьи является теоретическое обоснование процессов формирование кластеров в туризме, как действенный механизм управления туризмом Узбекистана.*

Ключевые слова: *туристический кластер, определение, кооперативные сети, конкурентоспособность, туристическая дестинация.*

Annotation. *The purpose of the article is theoretical substantiation of the processes of formation of clusters in tourism, as an effective mechanism for managing Tourism of Uzbekistan.*

Keywords: *tourism cluster, definition, cooperative networks, competitiveness, tourism destination,area.*

So'nggi yillarda respublikamizda turistik klassterlarni mintaqaviy ixtisoslashuvning strategik ahamiyatga egasi bo’g’ini sifatida belgilanishi tasodifiy emas. Xalqaro-kitoblarga ko'ra, turistik sohada xo’jalik yurituvchi subyektlaring ishlashi yaqinidan bog'liq bo’lgan milliy iqtisodiyotning 32 ta tarmog'ini rivojlantirishga ta'sir qiladi. Turistik tarmoqlarning xususiyligi, uning rivojlanishini boshqarish uchun mexanizmlarni shakllantirishga klassterli yondoshuvdan foydalanishni belgilaydi. Klaster- o’zaro bog’liq bo’lgan elementlar tarmog’i: ishlab chiqaruvchilar, yetkazib beruvchilar, iste'molchilar, qo’shimcha qiymat yaratishga yo’naltirilgan ilmiy-tadqiqot institutlari. Klaster yondashuvining muvaffaqiyati va samaradorligi mintaqaviy aglomeratsiya - ishlab chiqaruvchilar va iste'molchilarga qarash, tarmoq effektlari va o’zaro bilim, ko'nikma, malakaga ega katta bo'lgan biznesning, hukumatning, jamoatchilikning o’zaro hamkorligi, eng yaxshi o'zbek va chet el tajribasini qo’llash asosidagi ijodiy sinergetik ta'sirlardan foydalanishga asoslanadi.

Turizm klasteri - bu turizm sohasida xizmat ko'rsatuvchi tashkilotlarning birlashmasi. O'z tarkibida u doimo bir-biri bilan o'zaro aloqada bo'lgan kichik va yirik firmalarga ega. Ular bitta mintaqada bitta hududda joylashgan. Ish ichki (mamlakat ichkarisida sayohat) va tashqi yo'nalishda (tashqi sayohat) amalga oshiriladi.

Davlat darajasida bunday uyushmalar uchun vazifalar mavjud. Bunday holda sayyohlik klasteri - mamlakatdagi sayyohlik komponentlarining kontsentratsiyasi. Ya'ni, davlat dunyo sayyohlik markaziga aylanadi deb taxmin qilinadi.

Katta shakllanish hisobiga klasterdagi korxonalar faoliyati yanada samaraliroq bo'ladi deb taxmin qilinadi. Yangi yo'nalishlarni ishlab chiqish, innovatsion tizimlar va texnologiyalarni jalb qilish ishlari amalga oshiriladi.

Klasterli yaratish, mintaqaning rasmini va uning istiqbollarini, bu tuzilishda yangi elementlarni yaratish va rag'batlantirishni rag'batlantiradi.

Madaniy va sayyohlik birlashmalari qadriyatlarni saqlab qolish muammolariga e'tibor qaratishga yordam beradi. Rossiya uchun sayyohlar guruhlarini yaratish turizm xizmatlarining sifatini yaxshilashga turtki bo'ladi.

Turizm klasterining asosiy atributlari quyidagilarni o'z ichiga oladi:

Kosmik - sub'ektlar ajratilgan hudud (TDA) doirasida o'z takliflarini qat'iy tanlangan (ichki va chet elda) maqsadli bozorda joylashtirib faoliyat yuritadilar.

Subyektlarning soni va tuzilishi - ko'p tarmoqli subyektlarning muhim massasi va yaxshi rivojlangan infratuzilma - turizm klasteri muvaffaqiyatining asosiy shartlari. Diversifikatsiya biznesning korxonalari va boshqa bo'linmalarining (notijorat tashkilotlari, mahalliy hokimiyat organlari, ilmiy-tadqiqot, ilmiy ishlanmalar, universitetlar) tashkiliy-huquqiy shakli, mulk turiga va turistik qiymatlar zanjiridagi raqobatdosh va hamkorlik qiluvchi, klaster brokeri yoki animatori tomonidan muvofiqlashtirilgan.

Hamkorlik fonlari - klasterlar asosi va kelajakdagi samaradorlikning asosiy sharti - bu ishonch (cheklangan opportunistik moyillik), shuningdek ixtisoslashuv, bilim almashish va axborot oqimi (tranzaktsion xarajatlarning cheklanganligi).

Munosabatlar - rasmiy va norasmiy xarakterdagi ishbilarmonlik va ijtimoiy aloqalar va yuqori intensivlik, ham kooperativ, ham raqobatdosh, kuchli ta'sir o'tkazish, bilim va axborot tarqalishi bilan ajralib turadi.

Poydevor qoidalari - klasterni yaratish jarayoni tizim yondashuvi va ochiq a'zolikka asoslangan bo'lishi kerak

Ko'rish va vazifa - rivojlanishning umumiy traektoriyasi (yirik firmalar kichikroq sheriklar faoliyatini katalizatsiyalashadi, tadbirkorlik nodavlat subyektlar tomon kengayadi) va TDAning sayyohlardan qoniqish va raqobatbardoshligini oshirishga yo'naltirilgan jamoaviy protseduralar.

Imtiyozlar - rivojlanishning qulay sharoitlari, ko'p va tezlashuv effektlari, ajoyib raqobatbardoshlik va innovatsionlik, ko'lam va sinergiya iqtisodiyoti, yuqori rivojlanish dinamikasi, yangi biznes imkoniyatlari va (Evropa Ittifoqi va boshqa) mablag'larni sotib olish imkoniyati.

Mahalliy hokimiyat idoralari davlat-xususiy sheriklik, TDA biznesini, kommunal va texnik infratuzilmasini moliyalashtirish doirasida klaster tashabbuslarini yaratish, ishlashi va rivojlanishi uchun potentsial yaratishi mumkin.

Turizm klasterini yaratish jarayoni doimiy xarakterga ega bo'lishi kerak, chunki uzoq muddatli istiqbolda ijobiy ta'sirlar kuzatilishi mumkin: turizm takliflari ixtisoslashuvi va farqlanishi; daromadlarni o'sishi, mahalliy fuqarolarni sayyohlik sohalarida yoki sohalarga yo'naltirilgan ishbilarmonlik faoliyatida ilhomlantirish; tadbirkorlikni rag'batlantirish va yangi biznes va turistik mahsulotning innovatsion dinamikasini yaratish; ish o'rinlari yaratish va turizmga takliflarni yanada sifatli qilish; ijtimoiy kapitalni to'plash va tranzaktsion xarajatlarni pasaytirish; TDA va barcha klaster a'zolarining raqobatdosh ustunligi; ishbilarmonlik xavfini kamaytirish va javobgarlikning tarqalishi; mintaqadagi ko'plab aktyorlarning tadbirkorlik ko'nikmalaridan foydalanish; yaxshi aloqa va tashkiliy ta'lim samarasi.

Klasterga asoslangan turizmni rivojlantirish asoslarini tashkil etuvchi asosiy strategik asos barcha TDA (nafaqat klaster a'zolari) uchun ijobiy ta'sir ko'rsatadi

(miqyosi va sinergiya iqtisodiyoti). Bu TDA raqobatbardoshligini yaxshilaydi va barcha sub'ektlar va mahalliy fuqarolarni kuchaytiradigan tashqi ta'sirlarning manbai hisoblanadi (katta ijtimoiy va iqtisodiy faoliyat, stereotiplar va xurofotlarni yo'q qilish).

Muvaffaqiyatli klaster tashabbuslarining belgilovchilariga quyidagilar kiradi: xususiy omilning ustunligi; davlat institutlarining katalitik funktsiyasi (investitsiya siyosati, innovatsiya va tadbirkorlikni rivojlantirish); uzoq muddatli istiqbolda jamoatchilik rolining pasayishi; shaffof innovatsiyalar va klaster siyosati (masalan, umumiy tashabbuslarni moliyalashtirish); benefitsiarlarning keng tarqalishi va samarali maslahat va baholash mexanizmlari

Mahalliy hokimiyat idoralari davlat-xususiy sheriklik, TDA biznesini, kommunal va texnik infratuzilmasini moliyalashtirish doirasida klaster tashabbuslarini yaratish, ishlashi va rivojlanishi uchun potentsial yaratishi mumkin.

Turizm bizning hayot tarzimizning ajralmas qismiga aylandi va shu tariqa ishlab chiqaruvchilar va iste'molchilar butun dunyoga tarqaldi. Kelajakdagi turizm tendentsiyalari shuni ko'rsatadiki, sayohatchilar nafaqat "u erda" bo'lish, balki ishtirok etish, o'rganish va tashrif buyurgan joylarini sinab ko'rish bilan shug'ullanishadi.

Xulosa qilib aytadigan bo‘lsak, turizm juda keng imkoniyatlarga ega bo‘lgan tarmoq hisoblanadi. Bundan tashqari zamonaviy turizmda har qanday holatlar inobatga olinishi kerak, Ananaviy usullar orqali, qo‘shimcha xodimlardan foydalangan holdami yoki bo‘lmasa, innovatsion texnologiyalarni joriy qilib bo‘lsada, barcha mijozlar tarkibiga maksimum xizmat ko‘rsata olish turizm salohiyatini oshiradi. Bundan tashkari, turistik klasterlarning iqtisodiy samaradorligi jarayoni chuqurligi klasterlari tomonidan yaratilgan va davom ettiriladigan barqaror qiyomat zanjirlar mavjudligida ko'rinishda bo'ladi. Asosiy (turistik) klasterni qulab-quvvatlovchi klasterlar (oziq-ovqat, agro-sanoat va boshqalar) bilan konvertatsiyasining keskinligi va samaradorligi. Ishlab chiqilgan turistik klasterlarning qiymat zanjirlarini ko'rib chiqish-quvvatlaydi va ishga tushirdi.

II ШЎЪБА. ҲУДУДЛАРДА ТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНТИРИШ СУРЪАТЛАРИ ВА ҲУДУДИЙ ТУРИСТИК КЛАСТЕРНИ ШАКЛЛАНТИРИШ ЗАРУРАТИ

Асланова Д.Х. – проректор по научной работе и инновациям СамИЭС, проф.

АНАЛИЗ ВОЗМОЖНОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИСТСКОГО КЛАСТЕРА В САМАРКАНДСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация: *В статье на основе разработанной методики по идентификации туристских кластеров, базирующейся на коэффициентах локализации, проведён анализ возможности формирования регионального туристского кластера в Самаркандской области.*

Ключевые слова: *кластер, идентификация, метод, локализация, факторный анализ, количественные методы, качественные методы, индекс, коэффициент, регион.*

Annotation: *Based on the developed methodology for the identification of tourist clusters, based on localization coefficients, the article analyzes the possibility of forming a regional tourist cluster in the Samarkand region.*

Key words: *cluster, identification, method, localization, factor analysis, quantitative methods, qualitative methods, index, coefficient, region*

На сегодняшний день кластеры, характеризующиеся полиотраслевой спецификой, являются ключевыми механизмами повышения конкурентоспособности территорий.

В экономической и экономико-географической литературе термин «кластер» стал интенсивно использоваться лишь в последние два десятилетия, после публикации статьи американского экономиста М.Портера «Конкурентные преимущества стран». По мнению М. Портера, кластер представляет собой «группу географически соседствующих взаимосвязанных компаний и связанных с ними организаций, действующих в определенной сфере, характеризующихся общностью деятельности и взаимно дополняющих друг друга» [1]. В своих исследованиях М.Портер обратил внимание на то, что наиболее конкурентоспособные в международных масштабах фирмы одной отрасли обычно не бессистемно разбросаны по разным развитым государствам, а имеют свойство концентрироваться в одной и той же стране, а порой даже в одном и том же регионе страны. Это не случайно. Одна или несколько фирм, достигая конкурентоспособности на мировом рынке, распространяет свое влияние на ближайшее окружение: поставщиков, потребителей и конкурентов. В свою очередь, успехи окружения оказывают положительное влияние на дальнейший рост конкурентоспособности данной компании. В итоге формируется "кластер" - сообщество фирм, тесно связанных отраслей, взаимно способствующих росту конкурентоспособности друг друга. Портер в своих

исследованиях отмечал, что «...конкурентоспособные отрасли стран не распространены равномерно по экономике, а соединены в то, что я называю кластерами, состоящими из отраслей хозяйства страны, соединенных друг с другом различными связями» [2]. По данным специалистов Гарвардской школы бизнеса, на долю кластеров в США приходится более 32% занятых, в Швеции - около 39%, а производительность труда в кластерах развитых стран выше на 44%, чем в среднем по стране [3].

Вместе с тем проблема идентификации перспективных кластерных консолидаций для их поддержки средствами кластерной политики остается открытой для дискуссий ученых-экономистов.

В зарубежной практике проведения научно-прикладных исследований применяются разнообразные как качественные, так и количественные методы идентификации и оценки кластеров, включая экспертные оценки, анкетирование, интервьюирование, инструментарий теории сетей и графов, SWOT и PEST-анализ, расчет показателей географической концентрации и локализации, анализ агломерационных эффектов, матриц «затраты-выпуск».

Ввиду того что формирование кластерных механизмов экономического развития связано с действием целого ряда факторов, которые зачастую достаточно трудно формализовать, приоритетное значение в большинстве стран имеют именно качественные методы оценки кластеров, которые иногда подкрепляются количественным анализом. Однако современная статистическая база, позволяет сформировать и применить на практике систему количественных методов анализа кластеров, обеспечивающую выявление важных эмпирических закономерностей становления и функционирования кластеров в экономике.

В связи с этим актуальность и востребованность формирования комплексного алгоритма оценки кластеров, имеющего, в первую очередь, количественную интерпретацию, определяется возрастающей ролью кластеров в развитии регионального экономического пространства.

Целью данной статьи является формирование методики идентификации туристских кластеров в регионах Узбекистана. Данная цель реализована на примере Самаркандской области Республики Узбекистан.

В дополнение к методике бальной оценки признаков формирования регионального туристского кластера важно использовать традиционные методы кластерного анализа. Одним из таких методов является – анализ коэффициента локализации, показатель территории (ПТ), позволяющий определить степень развития туристской специализации в Самаркандской области, что также свидетельствует о динамике развития регионального туристского кластера. Данный метод является доступным, позволяет получить результат за короткий период времени.

Метод кластерного анализа ПТ (показатель территории), представляет собой простое соотношение долей занятости: доля занятости в региональной отрасли от общей занятости в региональной экономике к доле занятости в национальной отрасли от общей занятости в национальной экономике. Если ПТ

равен 1,0 то это означает, что региональная экономики имеет такую же долю занятости в отрасли, как и страна в целом. Если же ПТ превышает 1,25, то это расценивается, как свидетельство региональной специализации в данном секторе [4].

В нашей работе данный метод доработан, используется интегрированный показатель, из ряда других индикаторов, связанных с характеристикой развития сферы туризма, сравниваемый на национальном и региональном уровнях.

И так, для анализа возможности формирования регионального туристского кластера в Самаркандской области мы воспользовались “интегрированным коэффициентом локализации”. На сегодняшний день в научных исследованиях и в научной литературе по направлениям “региональная экономика”, “экономическая география”, авторами для оценки специализации региона в производственной сфере используется коэффициент локализации. По нашему мнению, данный показатель можно использовать при анализе спезиализации региона в сфере туризма, и оценить возможности формирования регионального туристского кластера в данном регионе. Для этой цели мы использовали ряд индикаторов отражающих развитие туристской инфраструктуры на уровне региона (I_{sam}) и на уровне государства (I_{uz}), а также коэффициенти локализации для регионального и национального уровней (K_{uz}; K_{sam}), которые будут расчитываться при помощи приведённых индикаторов.

Система оценивания следующая:

1. В случае, если значение индикатора расчитанного для регионального уровня ($I_{i(sam)}$; i-порядковый номер индикатора) больше значения индикатора расчитанного для национального уровня ($I_{i(uz)}$; i-порядковый номер индикатора), то есть $I_{i(sam)}>I_{i(uz)}$, тогда соответственно коэффициент локализации для регионального уровня принимает значение “2” $K_{i(sam)}=2$, а коэффициент локализации для регионального уровня принимает значение “0” $K_{i(uz)}=0$;
2. В случае, если значение индикатора расчитанного для регионального уровня ($I_{i(sam)}$) равно значению индикатора расчитанного для национального уровня ($I_{i(uz)}$) $I_{i(sam)} =I_{i(uz)}$, тогда соответственно коэффициент локализации для регионального уровня принимает значение “1” $K_{i(sam)}=1$, а коэффициент локализации для регионального уровня принимает значение “1” $K_{i(uz)}=1$;
3. В случае, если значение индикатора расчитанного для регионального уровня ($I_{i(sam)}$) меньше значения индикатора расчитанного для национального уровня ($I_{i(uz)}$) $I_{i(sam)}<I_{i(uz)}$, тогда соответственно коэффициент локализации для регионального уровня принимает значение “0” $K_{i(sam)}=0$, а коэффициент локализации для регионального уровня принимает значение “2” $K_{i(uz)}=2$;
4. Интегрированный коэффициент локализации по региону исчисляется как $K_{sam} = \sum_{i=1}^{n} K_{i(sam)}$ (n – число индикаторов включённых в анализ), а для национального уровня как $K_{uz} = \sum_{i=1}^{n} K_{i(uz)}$. Если подтвердится неравенство $K_{sam}>K_{uz}$, тогда подтвердится вывод о возможности формирования регионального туристскиго кластера в Самаркандской области.

В исследовании рассматриваются показатели, позволяющие оценить концентрацию предприятий индустрии туризма на уровне национальной и региональной экономики (см. табл.-1).

Таблица-1

Показатели, использованные в анализе (за 2018 г.)

$К_1$	доля занятого населения в туристских фирмах в общей структуре занятости, в %.
$К_2$	доля занятого населения в гостиницах и аналогичных средствах размещения в общей структуре занятости, в %.
$К_3$	доля занятого населения в специализированных средствах размещения в общей структуре занятости, в %.
$К_4$	доля предприятий и организаций сферы туризма в общем количестве зарегистрированных предприятий и организаций в экономике, в %.
$К_5$	доля гостиниц и аналогичных средств размещения в общем количестве зарегистрированных предприятий и организаций в экономике, в %.
$К_6$	доля специализированных средств размещения в общем количестве зарегистрированных предприятий и организаций в экономике, в %.
$К_7$	доля гостевых домов в общем количестве зарегистрированных предприятий и организаций в экономике, в %.
$К_8$	коечный фонд (число мест в гостиницах и аналогичных средствах размещения, на тысячу жителей).
$К_9$	коечный фонд (число мест в специализированных средствах размещения на тысячу жителей).
$К_{10}$	туристская нагрузка на регионы (число обслуженных посетителей в туристских организациях на км^2).
$К_{11}$	туристская нагрузка на регионы (число обслуженных посетителей в гостиницах и аналогичных средствах размещения на км^2).
$К_{12}$	коечный фонд (число мест в гостиницах и аналогичных средствах размещения на км^2).
$К_{13}$	коечный фонд (число мест в специализированных средствах размещения на км^2).

На основе данных государственного Комитета Республики Узбекистан по Статистике нами были расчитаны индексы туристской специализации и соответствующие коэффициенты локализации для регионального и национального уровней (см. табл. 2-15).

1. $К_1$- доля занятого населения в туристских фирмах в общей структуре занятости, в процентах (см. табл.-2).

Таблица-2

К1- доля занятого населения в туристских фирмах в общей структуре занятости, в %

Республика Узбекистан	Самаркандская область
0,019	0,027

Система оценивания: $I_{1(sam)}$= 0,027; $I_{1(uz)}$=0,019; $I_{1(sam)}>I_{1(uz)}$. Следовательно, $К_{1(sam)}$=2; $К_{1(uz)}$=0.

2. $К_2$- доля занятого населения в гостиницах и аналогичных средствах размещения* в общей структуре занятости, в процентах (табл.-3).

Таблица-3

$К_2$- доля занятого населения в гостиницах и аналогичных средствах размещения* в общей структуре занятости, в %

Республика Узбекистан	Самаркандская область
0,065	0,067

Система оценивания: $I_{2(sam)}$= 0,067; $I_{2(uz)}$=0,065; $I_{2(sam)}>I_{2(uz)}$. Следовательно, $K_{2(sam)}=2$; $K_{2(uz)}=0$.

3. K_3–доля занятого населения в специализированных средствах размещения* в общей структуре занятости, в процентах (табл.-4).

Таблица-4

K_3– доля занятого населения в специализированных средствах размещения* в общей структуре занятости, в %

Республика Узбекистан	Самаркандская область
0,102	0,047

Система оценивания: $I_{3(sam)}$=0,047; $I_{3(uz)}$= 0,102; $I_{3(sam)}<I_{3(uz)}$. Следовательно, $K_{3(sam)}=0$; $K_{3(uz)}=2$.

4. K_4-доля предприятий и организаций сферы туризма в общем количестве зарегистрированных предприятий и организаций в экономике, в процентах (табл.-5)

Таблица-5

K_4- доля предприятий и организаций сферы туризма в общем количестве зарегистрированных предприятий и организаций в экономике, в %

Республика Узбекистан	Самаркандская область
0,148	0,228

Система оценивания: $I_{4(sam)}$= 0,228; $I_{4(uz)}$= 0,148; $I_{4(sam)} >I_{4(uz)}$. Следовательно, $K_{4(sam)}=2$; $K_{4(uz)}=0$.

5. K_5 - доля гостиниц и аналогичных средств размещения в общем количестве зарегистрированных предприятий и организаций в экономике, в % (табл.-6)

Таблица-6

K_5 - доля гостиниц и аналогичных средств размещения в общем количестве зарегистрированных предприятий и организаций в экономике, в %

Республика Узбекистан	Самаркандская область
0,255	0,422

Система оценивания: $I_{5(sam)}$=0,422; $I_{5(uz)}$=0,255; $I_{5(sam)}>I_{3(uz)}$. Следовательно, $K_{5(sam)}=2$; $K_{5(uz)}=0$.

6. K_6- доля специализированных средств размещения в общем количестве зарегистрированных предприятий и организаций в экономике, в процентах (табл.-7).

Таблица-7

K_6- доля специализированных средств размещения в общем количестве зарегистрированных предприятий и организаций в экономике, в %

Республика Узбекистан	Самаркандская область
0,131	0,106

Система оценивания: $I_{6(sam)}$=0,106; $I_{6(uz)}$=0,131; $I_{6(sam)} <I_{6(uz)}$. Следовательно, $K_{6(sam)}=0$; $K_{6(uz)}=2$.

7. K_7-доля гостевых домов в общем количестве зарегистрированных предприятий и организаций в экономике, в процентах (табл.-8).

Таблица-8

$К_7$- доля гостевых домов в общем количестве зарегистрированных предприятий и организаций в экономике, в %

Республика Узбекистан	Самаркандская область
0,0003	0,0009

Система оценивания: $I_{7(sam)}$=0,0009; $I_{7(uz)}$=0,0003; $I_{7(sam)}>I_{7(uz)}$. Следовательно, $K_{7(sam)}$=2; $K_{7(uz)}$=0.

8. $К_8$- коечный фонд (число мест в гостиницах и аналогичных средствах размещения, на тысячу жителей) (табл.-9).

Таблица-9

$К_8$ - коечный фонд (число мест в гостиницах и аналогичных средствах размещения, на тысячу жителей)

Республика Узбекистан	Самаркандская область
1,203	1,228

Система оценивания: $I_{8(sam)}$=1,228; $I_{8(uz)}$= 1,203; $I_{8(sam)}>I_{8(uz)}$. Следовательно, $K_{8(sam)}$=2 балл, $K_{8(uz)}$=0.

9. $К_9$–коечный фонд (число мест в специализированных средствах размещения на тысячу жителей) (табл.-10).

Таблица-10

$К_9$- коечный фонд (число мест в специализированных средствах размещения на тысячу жителей)

Республика Узбекистан	Самаркандская область
1,747	0,888

Система оценивания: $I_{9(sam)}$=1,747; $I_{9(uz)}$=0,888; $I_{9(sam)}>I_{9(uz)}$. Следовательно, $K_{9(sam)}$=2 балл, $K_{9(uz)}$=0.

10. $К_{10}$–туристская нагрузка на регионы (число обслуженных посетителей в туристских организациях на км^2) (табл.-11).

Таблица-11

$К_{10}$ - туристская нагрузка на регионы (число обслуженных посетителей в туристских организациях на км^2)

Республика Узбекистан	Самаркандская область
1,588	2,412

Система оценивания: $I_{10(sam)}$=2,412; $I_{10(uz)}$=1,588; $I_{10(sam)}>I_{10(uz)}$. Следовательно, $K_{10(sam)}$=2 балл, $K_{10(uz)}$=0.

11. $К_{11}$ - туристская нагрузка на регионы (число обслуженных посетителей в гостиницах и аналогичных средствах размещения на км^2) (табл.-12).

Таблица-12

$К_{11}$ - туристская нагрузка на регионы (число обслуженных посетителей в гостиницах и аналогичных средствах размещения на км^2)

Республика Узбекистан	Самаркандская область
4,735	13,787

Система оценивания: $I_{11(sam)}$=2,412; $I_{11(uz)}$=1,588; $I_{11(sam)}>I_{11(uz)}$. Следовательно, $K_{11(sam)}$=2 балл, $K_{11(uz)}$=0.

12. K_{12} - коечный фонд (число мест в гостиницах и аналогичных средствах размещения на км^2) (табл.-13).

Таблица-13

K_{12} - коечный фонд (число мест в гостиницах и аналогичных средствах размещения на км^2)

Республика Узбекистан	Самаркандская область
0,091	0,261

Система оценивания: $I_{12(sam)}$=0,261; $I_{12(uz)}$=0,091; $I_{12(sam)}>I_{12(uz)}$. Следовательно, $K_{12(sam)}$=2 балл, $K_{12(uz)}$=0.

13. K_{13} - коечный фонд (число мест в специализированных средствах размещения на км^2) (табл.-14).

Таблица-14

K_{13} - коечный фонд (число мест в специализированных средствах размещения на км^2)

Республика Узбекистан	Самаркандская область
0,132	0,205

Система оценивания: $I_{13(sam)}$=0,205; $I_{13(uz)}$=0,132; $I_{13(sam)}>I_{13(uz)}$. Следовательно, $K_{13(sam)}$=2 балл, $K_{13(uz)}$=0.

Таблица-15

Сравнительный анализ показателей территории на региональном и национальном уровнях

индекс	Ўзбекистон Республикаси	Самарқанд вилояти	коэффициент	Ўзбекистон Республикаси	Самарқанд вилояти
I_1	0,019	0,027	**K_1**	0	2
I_2	0,065	0,067	**K_2**	0	2
I_3	0,102	0,047	**K_3**	2	0
I_4	0,148	0,228	**K_4**	0	2
I_5	0,255	0,422	**K_5**	0	2
I_6	0,131	0,106	**K_6**	2	0
I_7	0,0003	0,0009	**K_7**	0	2
I_8	1,203	1,128	**K_8**	0	2
I_9	1,747	0,888	**K_9**	2	0
I_{10}	1,588	2,412	**K_{10}**	0	2
I_{11}	4,735	13,787	**K_{11}**	0	2
I_{12}	0,091	0,261	**K_{12}**	0	2
I_{13}	0,132	0,205	**K_{13}**	0	2
∑	10,216	19,580	∑	6	20

Таким образом, по результатам анализа, интегрированный коэффициент локализации по региону $K_{(sam)}$=20 (оптимальное значение: $K_{(sam)оптимал}$=26), свидетельствует о высокой специализации Самаркандской области сфере туризма, о концентрации туристских предприятий в географическом пространстве, что подтверждает процесс кластерообразования в Самаркандской

области. Данное утверждение можно увидеть и в ниже приведённом рисунке, где сопоставляются коэффициенты лаколизации. (см. рис. -1)

Идентификации кластеров посвящаются отдельные исследования. Перед нами стоит выбор: можно воспользоваться информацией по существующим кластерам, а можно сначала провести идентификацию одним из представленных методов. Рассмотренные в работе подходы по идентификации кластеров не являются единственными, и исследователи в соответствии с целью своей работы, возможностями и спецификой изучаемого региона и сферы туризма, разработали собственный подход.

Проведенное исследование показало, что уровень развития предприятий индустрии туризма в Самаркандской области выше, чем в среднем по Республике Узбекистан.

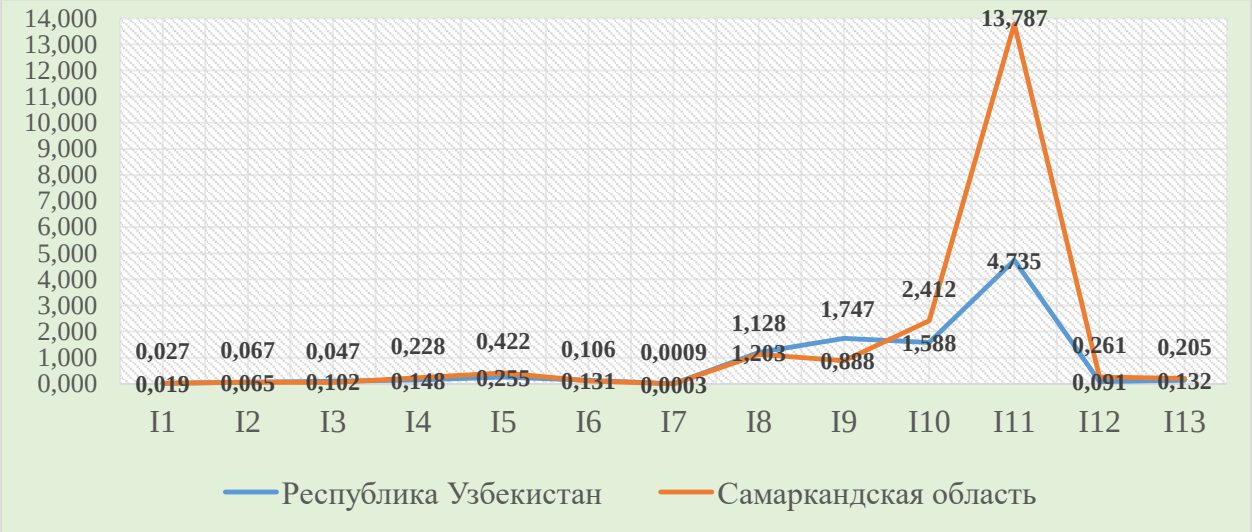


Рис.-1. Сравнительный анализ туристской специализации регионов

Значение индексов I_{10}, I_{11} показывает, о концентрации спроса на регион с высоким туристским потенциалом (на нашем примере Самаркандская область), а значение индексов I_4, I_5, I_7 свидетельствуют об соответствующей концентрации предложения, что доказывает о возможностях формирования регионального туристского кластера в Самаркандской области.

Значение индексов I_3, I_6, I_9 свидетельствуют о том, что в Самаркандской области инфраструктура специализированных средств размещения развита слабо, что является сдерживающим фактором при рассмотрении данной территории для формирования регионального туристско-рекреационного кластера.

При этом необходимо учитывать, что интегральный показатель рассчитывался соответственно статистическим данным на весь регион, однако уровень развития инфраструктуры и количество предприятий в сфере туризма и рекреации на территории области различно, а следовательно, если рассматривать данные показатели по территориям, являющимися точками роста сферы туризма, то можно предположить, что интегрированный показатель по данным территориям стремится к $К_{оптимал}$, что является очевидным доказательством экономической активности в данной сфере, приводит к мысли, что региональный

туристский кластер действительно формируется на территории Самаркандской области.

Список использованной литературы

1. Портер М. Конкуренция. М.: Изд. дом «Вильямс», 2005. 608 с.
2. Портер, М. Э. Конкуренция: учеб. пособие: пер. с англ. / М. Э. Портер. М.: Изд. дом «Вильямс», 2000. С. 205.
3. Сомова Е. Промышленные кластеры. Зарождение, функционирование и упадок // Мировая экономика и международные отношения. 2011. № 4. С. 117-121.
4. Ткаченко А. А., Файбусович Э. Л. Территориальная организация - общий предмет исследования географии и регионологии // Регионология. 1994. № 4. стр. 160-167.

М.Қ.Пардаев – СамИСИ профессори, и.ф.д.
И.Р.Бердикулова – СамИСИ катта ўқитувчиси

ПАНДЕМИЯДАН КЕЙИНГИ ШАРОИТИДА ТУРИСТИК КЛАСТЕРЛАР ОРҚАЛИ МАМЛАКАТИМИЗДА ИҚТИСОДИЙ-ИЖТИМОИЙ МУАММОЛАРНИ ҲАЛ ҚИЛИШ ЙЎЛЛАРИ

Аннотация*: мақола пандемиядан кейинги шароитида туристик кластерлар орқали мамлакатимизда иқтисодий-ижтимоий муаммолар, хусусан, ишсизлик, бандлик ва озиқ овқат хавфсизлиги каби масалалар билан боғлиқ муаммоларни ҳал қилиш йўлларига бағишланган. Шунингдек, мақолада ушбу муаммоларнинг ечими бўйича тегишли саккизта тавсиялар айтилган. Мазкур масала юзасидан келажакда қандай тадқиқотлар олиб бориш лозимлигига ҳам алоҳида аҳамият берилган.*

Калит сўзлар*: туризм, туристик кластер, пандемия, озиқ-овқат хавфсизлиги, ишсизлик, ижтимоий-иқтисодий муаммолар, иш билан бандлик, транспорт, меҳмонхона, овқатланиш, бозор.*

Аннотация: *Статья посвящена путям решения социально-экономических проблем в нашей стране через туристические кластеры в постпондемической среде, в частности, таким вопросам, как безработица, занятость и продовольственная безопасность. В статье также содержится восемь актуальных рекомендаций по решению этих проблем. Особое внимание было уделено дальнейшим исследованиям по этому вопросу.*

Ключевые слова: *туризм, туристический кластер, пандемия, продовольственная безопасность, безработица, социально-экономические проблемы, занятость, транспорт, гостиница, общественное питание, рынок.*

Annotation: *The article is devoted to ways of solving social and economic problems in our country through tourism clusters in a post-pondemic environment, in particular, such issues as unemployment, employment and food security. The article*

also contains eight topical recommendations for solving these problems. Particular attention was paid to further research on this issue.

Key words: *tourism, tourist cluster, pandemic, food security, unemployment, socio-economic problems, employment, transport, hotel, public catering, market.*

Кириш.

Пандемия бугунги кунда жуда катта муаммоларни келтириб чиқармоқда. Булар жумласига 1-мақолада қайд этилганидек, ишсизлик, озиқ-овқат хавфсизлиги, камбағалликнинг кўпайиши кабилар билан боғлиқ муаммолардир. Муҳтарам Президентимиз 2020 йил 8 апрелда Озиқ-овқат хавфсизлигини таъминлаш, томорқачиликни ривожлантириш масалалари бўйича, 14 апрель куни эса ушбу масалани янада чуқурлаштириш ҳамда озиқ-овқат маҳсулотларини ишлаб чиқариш ҳажмини янада оширишга қаратилган видеоселектр ўтказиб, қишлоқ хўжалиги ва озиқ-овқат соҳаси вакиллари учун ушбу инқироз катта синов бўлиши билан бирга, кенг имкониятлар даври эканлигини ҳам қайд этди. Бу борада кечиктириб бўлмайдиган чораларни кўриш йўллари ҳам кўрсатиб берилди. Зеро, мамлакатимиз аҳолиси, вақтинча карантин сабабли уйда ўтиргани билан озиқ-овқат истеъмолини чекламайди. Булардан келиб чиқиб, Давлатимиз раҳбари томонидан қишлоқ хўжалик соҳасига алоҳида эътибор қаратди. Бу бежиз эмас албатта, чунки озиқ-овқатга бўлган эҳтиёжнинг 80 фоиздан ортиқроғини айнан шу соҳада етиштирилади. Бундан ҳам кўриниб турибдики, пандемия шароитида туризм тўхтаб қолгани билан озиқ-овқат истеъмоли тўхтаган эмас. Демак, ҳар қандай шароитда ҳам қишлоқ хўжалик соҳаси узлуксиз фаолият кўрсатиб турмоғи лозим.

Бундай шароитда қишлоқ туризмини ривожлантириш мақсадга мувофиқ бўлади. Бунинг асосий ҳаракатлантирувчи механизмларидан бири, туристик кластерлар бўлиб ҳисобланади. Бунда қишлоқ хўжалик соҳаси туризмга озиқ-овқат маҳсулотларини мунтазам етказиб бериш керак бўлса, туризм эса, қишлоққа туристларнинг ташрифларини таъминлайди. Бундан икки соҳа ҳам манфаатдор бўлиб ҳисобланади. Бундан келиб чиқиб, таъкидлаш жоизки, туристик кластер ўзига тегишли ва керак бўлган соҳа билан ҳамкорлик қилиши ва кластер таркибида фаолият кўрсатиши мумкин.

Таҳлил ва натижалар.

Дунё мифёсида туризмнинг мамлакатлар иқтисодиётидаги ўрни йилдан-йилга ошиб бормоқда. Жумладан, Бутунжаҳон туристик ташкилотнинг маълумоти бўйича 2018 йилда туризмнинг ЯИМдаги ҳиссаи Филипинда 24,7 %ни, Тайландда 21,6 %ни, Гонг Конгда 17,4 %ни, Мексикада 17,2 %ни, Австрияда 15,4 %ни, Испанияда 14,6 %ни, Италияда 13,2 %ни, Туркияда 12,1 %ни, Хитой билан Буюк Британияда 11,0 %ни, Австралияда10,8 %ни ташкил қилмоқда.

Бугунги кунда қишлоқ хўжалиги муҳим соҳа сифатида мамлакатимизда аҳолининг даромадларини ошириш, бандлигини таъминлаш, озиқ-овқат хавфсизлигини тўлиқ бартараф қилиш билан бирга, мева ва сабзовотларни хорижий мамлакатларга экспорт қилишдек катта имкониятларга ҳам эга. Чунки

соҳа ходимларининг ўз кучларини тўлиқ сафарбар қилиб ишлаши, иш натижаси бўйича чексиз манфаатдорликка эга бўлиши учун ҳамма имкониятлар яратилиб берилган. Бунга эришиш учун жорий йилда қишлоқ хўжалик маҳсулотларини, айниқса мева-сабзавот ва картошкаларни етиштириш ҳажмини икки баробар ошириш зарурлиги Президентимиз томонидан бир неча бор видеоселекторларда уқтирилиб келинмоқда.

Шунингдек, мамлакатимизда ички туризмни ривожлантириш масаласига ҳам тизимли равишда аҳамият берилиб келиниши натижасида бир қатор муаммолар ҳам ўз ечимларини топмоқдалар.

Муаммоларнинг ечимлари ва тавсиялар. Мамлакатимизда пандемия вужудга келтирган иқтисодий инқирозни юмшатиш, бир қанча соҳаларни жонлантиришў бўйича қабул қилинаётган фармон ва қарорларда аҳоли, айниқса қишлоқ хўжалик ходимлари олдига бир қанча устувор вазифаларни қўйди. Бу вазифалар қанчалик мураккаб бўлмасин, кечиктириб бўлмайдиган вазифалар эканлиги ҳам қайд этилмоқда. Буларни умумлаштириб, қуйидагиларни таъкидлаш мумкин.

Биринчидан, мамлакатимизда мавжуд суғориладиган ва экин экиладиган ерлардан самарали фойдаланишни йўлга қўйиш кераклиги, бирор қарич ер ҳам бекор ва беэътибор қолмаслигига эришиш лозим. Ҳар бир қарич ердан имкон қадар уч марта, бўлмаса икки марта ҳосил олиш чораларини кўришга тўғри келмоқда. Бунга қандай эришиш чоралари ҳам аниқ кўрсатиб берилди ва бу борада намунали ишлар қилинмоқда. Аммо ушбу ишни самарали ташкил қилишда бутун мамлакатимизда аҳолининг барча қатлами бунга катта аҳамият берилиши лозим бўлмоқда..

Иккинчидан, ҳар бир ҳудудга мос экинларни экиш, янги ҳосилдор навларни етиштириш, имконияти бор жойларда замонавий инновацион технологияларга асосланган иссиқхоналарни кўпайтириш, томорқадан самарали фойдаланиш масаласи ҳам кун тартибидаги муҳим ва устувор вазифалар сифатида белгилаб берилган. Бу борада ҳам қилинадиган ишларни бутун мамлакатимиз бўйлаб оммалаштириш лозим. Бу ерда турли инновацион технологиялардан фойдаланишни йўлга қўйиб, ушбу тажрибаларни оммалаштириш чоғида ички туризмни ҳам ривожлантириш имкониятлари яратилади.

Учинчидан, ҳосилдор ва сермаҳсул чорва молларини кўпайтириш ҳам бугунги куннинг кечиктириб бўлмайдиган вазифалари сирасига киришини таъкидлаб, хориждан келтирилган, мамлакатимизга мослаштирилган чорва молларини барча ҳудудларга тарқатиб, тегишли маҳсулдорликни кўтаришга эришиш омилларига ҳам эътиборни қаратиш лозимлиги ҳам ўта долзарб масалалар сирасига киради. Ушбу тадбирларни ҳам тегишли тарзда йўлга қўйиб, ушбу тажрибаларни оммалаштириш учун тажрибаларни ўрганиш ва экологик туризмни ҳам ривожлантириш имкониятлари яратиш мақсадга мувофиқдир.

Тўринчидан, янги ерларни ўзлаштириш, уруғчиликни ривожлантириш, четдан олиб келинаётган уруғларни ўзимизда етиштириш ва минерал ўғитларни

шуларга мос ҳолда ишлаб чиқариш масаласига ҳам алоҳида аҳамият берилиши лозимлиги ҳам устувор вазифалардан биридир. Янги ерларни фақат экинлар учун эмас, бир қисмини туристик маскан сифатида ҳам ўзлаштиришга қаратиш, у ерда ҳам экологик уйларни барпо қилишга ҳам катта аҳамият бериш лозим. Шу йўл билан озиқ-овқат хавфсизлиги билан бирга ишсизлик муаммолари бир вақтнинг ўзида ҳал бўлиш имконияти яратилади.

Бешинчидан, мамлакатимизга импорт қиладиган қишлоқ хўжалик маҳсулотлари, айниқса ғалла ва бошқа маҳсулотлар ўрнини қоплаш билан бирга, уларнинг ўрнига мева-сабзавот маҳсулотларини экспорт қилиш масаласи ҳам устувор вазифалардан бири эканлигини ҳам инобатга олган ҳолда фаолият олиб бориш чораларини кўриш лозим. Бунинг учун ишлаш, ишлаганда ҳам самарали, илм-фанга таянган ҳолда ишлаш кераклиги кун тартибига қўйилган муҳим масалалардан биридир. Бунда фан, таълим ва амалиёт интеграциясини яратишни тақозо қилади.

Олтинчидан, чорва молларига озуқа, қишлоқ хўжалик экинларига минерал ўғитларни ҳам етиштириш масаласига алоҳида аҳамият берилмоқда. Шу билан бирга, алоҳида эътибор ихтисослашган хўжаликларни ташкил қилишга ва улар фаолиятини ривожлантиришга қаратиш мақсадга мувофиқдир. Бундай корхоналардан самарали фойдаланиш учун ҳам буларда инновацион ва рақамли технологиялардан фойдаланишни йўлга қўйиш лозим. Бундай объектлар биринчидан ҳам тажриба майдони сифатида ўрганилиши лозим бўлса, иккинчидан туристик объект сифатида ҳам фойдаланиш мумкин бўлади. Бундай объектлар Янги Ўзбекистоннинг янги туристик объектлари сифатида ўзларини намоён қилади.

Еттинчидан, яна бир муҳим устувор вазифалардан бири уй шароитида банд бўлишга қаратилган бир қанча ишларни, хусусан, қорамол боқиш ва чорвачиликнинг бошқа турларини ҳам ривожлантириш, парандачилик, балиқчилик, ипакчилик, асаларичилик, касаначилик каби ишларни амалга ошириш лозимлигига ҳам алоҳида аҳамият берилиши керак бўлган чоралардан биридир. Бунда одамларни ўзини-ўзи иш билан таъминлаш тамойили асосида фаолият кўрсатишга йўналтириш лозимдир. Ҳозирги шароитда ўзини ўзи иш билан банд қилиш учун жуда катта имкониятлар очилди. Бу борада 2019 йил 5 мартда Ўзбекистон Республикаси Президентининг «2019 йилда аҳоли бандлигини таъминлаш ва янги иш ўринларини ташкил этиш бўйича давлат буюртмаси тўғрисида» ПҚ-4227-сонли қарори, ушбу қарорнинг ижросини таъминлашга қаратилган Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2019 йил 9 июлда “Ўзини ўзи банд қилган фуқароларга вақтинчалик меҳнат гувоҳномаси бериш тартиби тўғрисида”ги 566-сонли қарорлари қабул қилинди. Ушбу қарорда ўзини ўзи банд қилиш ҳисобига ўзини меҳнат даромади билан таъминлайдиган шахсларнинг меҳнат фаолиятини тартибга солиш мақсад қилиб олинган эди. Бунга мувофиқ 2019 йил 1 сентябрдан бошлаб ўзини ўзи банд қилган фуқароларга вақтинчалик меҳнат гувоҳномалари, уларнинг эгаларига меҳнат стажини ҳисобга олиш ва рағбатлантирувчи имтиёзлардан фойдаланиш ҳуқуқи берилишини назарда тутадиган тартиб жорий қилиди.

Саккизинчидан, барча тадбирларни молиялаштириш, имкон қадар тадбиркорларнинг, шу жумладан туризм билан шуғулланувчиларнинг ҳам ўз маблағлари ҳисобидан, етишмаган жойларда тижорат банклари маблағларидан самарали фойдаланиш механизмини янада такомиллаштириш ҳам муҳим масалалар сифатида қаралмоқда. Ушбу имкониятлардан ҳам самарали фойдаланишни йўлга қўйиш мақсадга мувофиқ. Чунки, иқтисодиётни, шу жумладан туризм соҳасини тиклаш бўйича жуда катта бюджет маблағлари ва хорижий кредитлар йўналтирилган.

Келгуси тадқиқот йўналишлари. Мамлакатимизда келажакда ички ва кирувчи туризм билан бирга зиёрат туризмининг ривожланиши кутилмоқда. Буларни самарали амалга ошириш учун туристик кластерларни ташкил қилишни тақозо қилади. Ушбу вазифалардан келиб чиқиб, қуйидаги йўналишларда тадқиқотлар олиб бориш мақсадга мувофиқ, деб ҳисоблаймиз. Буларга:

Биринчидан, зиёрат туризмида туристлар асосан мусулмон мамлакатларидан ташриф буюрадилар. Шу туфайли зиёрат туризмининг ўзига хос хусусиятлари ва уни ривожлантириш ҳамда самарадорлигини ошириш масалалари муҳим аҳамият касб этади. Буни инобатга олиб, бир қанча тадқиқотлар мамлакатимизда ва унинг алоҳида ҳудудларида зиёрат туризмини ривожлантиришга бағишланиши мақсадга мувофиқ. Мазкур туризм “Ҳалол стандарт”ларга мос озиқ овқат ва бошқа истеъмол товарларини талаб қилади. Бу борада қатор тадқиқотлар олиб борилиши мақсадга мувофиқ.

Иккинчидан, мусулмон мамлакатларидан келадиган туристларнинг талабларини ўрганадиган алоҳида социологик сўровларга асосланган тадқиқотлар ўтказиб, балки улар учун алоҳида талабларга жавоб берадиган меҳмонхоналар ва бошқа яшаш масканларини барпо қилиш бўйича таклифлар ва тавсиялар ишлаб чиқиш ҳам мақсадга мувофиқдир.

Учинчидан, туризм соҳасини ўз-ўзидан ривожлантириб бўлмайди. Унга жуда катта инфратузилма ва ёндош тармоқлар субъектлари лозим бўлади. Шу туфайли туристик масканларни янгидан барпо қилишда ушбу масалаларни лойиҳадан бошлаб, охиригача етказиш бўйича тадқиқотлар ҳам долзарб бўлиб ҳисобланади. Шу йўналишда “Туристик кластер”ларни ташкил қилиш ҳам долзарб масалалар сирасига киради.

Хулоса қилиб айтганда мамлакатимизда олиб борилаётган одилона сиёсат туфайли, бугунги такликали кунларда ҳам хавотирга ҳеч қандай ўрин қолдирилмаяпди. Бор имкониятларимизни ишга солган ҳолда халқимизни бугунги кунидан ҳам рози бўлиб, қийинчилик паллада шукур қилиб, бундай вақтни енгиш учун сабр қилиб яшашга чорламоқда. Аммо бирор киши, миллатидан, динидан, фуқаролигидан қатъи назар, бугун мамлакатимиз раҳбари ва ҳукумати эътибордан четда қолаётган эмас. Шунинг ўзи ҳам жамиятимизнинг инсонпарварлигидан далолат бериб турибди. Бундай мамлакатни бутун дунёга тараннум қилиш учун ҳам туризмни ривожлантиришга катта аҳамият бериш лозим бўлмоқда.

Навруз-зода Шоҳрӯ Бахтиёр - Бухоро давлат университети таянч докторанти

ЁШЛАР ТУРИЗМИНИ КЛАСТЕР ЁНДАШУВИДА РИВОЖЛАНТИРИШ ХУСУСИЯТЛАРИ

Аннотация*: В статье рассматриваются особенности формирования туристского кластера в молодежном туризме и сформулированы основные атрибуты молодежно-туристического кластера, а также показаны влияния кластерного формирования на конкурентоспособность турстской дестинации.*

Ключевые слова: *туристский кластер, молодежный туризм, молодежно-туристический кластер, агломерация, цепочка добавленной стоимости, инновация.*

Abstract*: The article examines the features of the formation of a cluster in youth tourism and developed the main attributes of youth tourism cluster, and also shows the influence of cluster formation on the competitiveness of a tourism destination.*

Keywords: *tourism cluster, youth tourism, youth tourism cluster, agglomeration, value chain, innovation.*

Кластер ёндашувида туризмни ривожлантириш туристик фаолиятнинг ўзига хос хусусиятлари ва ҳудуднинг туристик маҳсулотига жалб қилинган корхоналар агломератининг биргаликдаги ҳаракатлари билан боғлиқ. Майкл Портер агломерат тушунчасини қуйидагича таърифлайди: “... умумий ва бир-бирини тўлдирувчи элементлар билан боғлиқ бўлган белгиланган ҳудуддаги ўзаро боғлиқ муассасалар, корхоналарнинг географик гуруҳланиши. Географик қамров битта шаҳар ёки штатдан бутун мамлакатга ёки ҳаттоки қўшни давлатлар тармоғига қараб фарқ қилади… кўпгина агломератларга ўз аъзоларини қўллаб-қувватловчи тижорат ва бошқа хусусий уюшмалар киради [3].

Закарелли [6] таърифига кўра, тўлиқ кластер технология билан боғлиқ баъзи бошқа хусусиятларни, шунингдек рақобатбардошлик, экологик ва маданий барқарорлик, ҳаёт сифати ва тизимли алоқалар натижасида синергия билан боғлиқ хусусиятларни ўз ичига олиши керак.

Турли хил элементларнинг комплекс гуруҳи, шу жумладан туристик компаниялар ёки корхоналар томонидан кўрсатиладиган хизматлар (жойлаштириш, овқатлантириш, сайёҳлик агентликлари, сув ва истироҳат боғлари ва бошқалар); туристик таътил тажрибалари натижасида таъминланган бойлик, ўзаро боғлиқ компаниялар ва саноат тармоқларнинг кўп ўлчовли бирлашмаси; алоқа ва транспорт инфратузилмаси; қўшимча тадбирлар (тижорат фондлари, байрам анъаналари); қўллаб-қувватлаш хизматлари (таълим ва ахборот); табиий ресурслар ва институционал сиёсат [2].

Монтфорт кластерни характеристикалар ва таркибий қисмлар сифатида таъкидлаган бўлса, Бени уни белгилашда компания тармоқларини яратиш орқали агентлар ва ҳамкорлик ўртасидаги бирлашишни таъкидлайди:

Туризм кластери - бу юқори сифатли ускуналар ва хизматлар, ижтимоий ва сиёсий бирдамлик, ишлаб чиқариш занжири ва ассоциатив маданият ўртасидаги боғлиқлик ва таққослаш ва рақобатбардош стратегик устунликларни келтириб чиқарадиган компанияларнинг тармоқларида мукаммал бошқариш билан таъминланган, чекланган географик макон ичида катта аҳамиятга эга бўлган туристик диққатга сазовор жойлар гуруҳи. [1]

Туризм индустрияси рекреация ва саёҳат соҳасини ривожлантиришда кластерли ёндашувга мос келадиган бир қатор хусусиятларга эга.

Туризм соҳаси тармоқлараро алоқаларнинг кенглиги, қисмли тузилиши билан бошқа соҳалардан ажралиб туради, бу баъзи тадқиқотчиларга туризмни иқтисодиётнинг бир тармоғи сифатида таснифлашнинг қонунийлиги, кичик ва ўрта бизнеснинг устунлиги, туристик маҳсулотнинг номоддий табиати, унинг ишлаб чиқарувчилар ва истеъмолчилар томонидан турлича қабул қилиниши ва бошқалар тўғрисида шубҳа қилишга асос бўлади. Буларнинг барчаси туристик кластерларнинг пайдо бўлиши ва ривожланишида муҳим аҳамият касб этади. Улар ўзларининг ҳар бир иштирокчиларига ўзларини бутунликнинг бир қисми сифатида ҳис қилишга ёрдам беради.

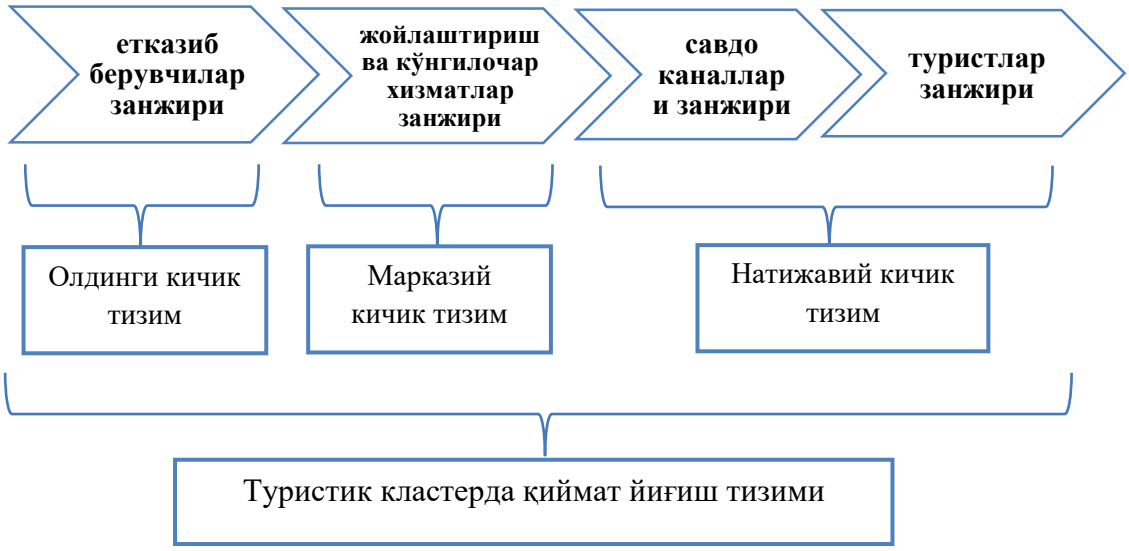
Туристик кластерлар глобал ҳодисадир. Улар асосан ривожланган мамлакатларга хос, лекин ривожланаётган ва ўтиш даври иқтисодиётига эга бўлган мамлакатларда ҳам улар ёқ эмас. Дунёдаги муваффақиятли ва истиқболли туризм кластерларининг бир нечта намуналари келтириб ўцак. АҚШда Нала водийсида вино туризми кластери мавжуд; Австралияда Квинсленд штатининг экотуризм кластери шаклланган. Мексикадаги Канкун курорти туристик кластер шаклида фаолият кўрсатади, Индонезияда эса о.Бали курорти туристик кластернинг ёркин мисолидир.

Туризм соҳаси кластерларнинг шаклланиши ва ишлашининг умумий қонуниятларини ҳамда уларнинг ушбу соҳада намоён бўлишининг ўзига хослигини таъкидлайди. Юқорида таъкидлаб ўтилганидек, кластернинг моҳияти унинг таркибига кирувчи фирмаларнинг қиймат занжирлари кўринишидаги ўзаро алоқалари орқали очиб берилади. Қўшимча қиймат – бу тўғридан-тўғри маълум бир корхонада, маълум бир фирмада қўшилган товарлар ва хизматлар қийматининг бир қисми. Корхонада ишлаб чиқариш фаолиятининг ҳар бир тури қўшимча қиймат яратади. Муайян кетма-кетликда тизилган - бири иккинчисининг давомида - улар фирма ичидаги қиймат занжирларини ҳосил қилади. Рақобат устунлигига эришиш учун фирма ўзининг қиймат занжирини ҳам, уни йетказиб берувчилар ва истеъмолчилар билан боғлайдиган ташқи занжирларни ҳам оптималлаштириши керак. Динамик равишда ривожланаётган кластер турли хил қиймат занжирларини ўз ичига олади, уларнинг барчаси М. Портер қийматларни йиғиш тизими деб атади (value system, "қийматлар тизими" деб таржима қилинади).

Туризм кластерида қийматларни тўплаш тизимига тўрт турдаги йетказиб берувчилар (биринчи навбатда транспорт компаниялари), турар жой ва кўнгилочар муассасалар, туристик маҳсулотларни тарқатиш каналлари (туроператорлар, сайёҳлик агентликлари), шунингдек харидор-туристларнинг ўз қийматлари занжирлари киради (1-расм).

Бутунжаҳон туристик ташкилотининг маълумотларига кўра, сайёҳнинг йетти кунлик узоқ туристик марказда бўлиши давомида 10 дан 20 тагача занжир хизмат кўрсатади. Улар экскурсия бюроси, махсус туристик китоблар дўконлари ва суғурта компанияларидан тортиб, эсдалик дўконлари, валюта айирбошлаш шахобчалари, таксилар ва бошқалардан иборат 30-50 та турли компанияларни жалб қилади.

Кластернинг яна бир муҳим хусусияти – бу ҳамкорлик ва рақобатнинг комбинациясидир. Баёнотнинг зиддиятли кўринишига қарамай, тадқиқотлар унинг ҳақиқийлигини тасдиқлайди. Бир хил ёки ўхшаш маҳсулотларни ишлаб чиқарадиган ва қиймат занжирининг бир хил бўғинига мансуб компаниялар тўғридан-тўғри рақобатчилардир, айни пайтда улар кўпинча қўшма стратегик иттифоқларни тузадилар.



1- расм. Туристик кластерда қиймат йиғиш тизими[84]

Буни Австралиянинг Квинсленд штати, Тропик Шимолий Квинсленднинг экотуризм кластерининг ривожланиши тасдиқлайди. Австралиянинг ушбу тез ривожланаётган ҳудудида туризм ялпи ҳудудий маҳсулотнинг 24% дан ортиғини ташкил этади [4]. Бутунжаҳон табиий ва маданий мерос обйектлари рўйхатига киритилган нам тропик ўрмонлар ва катта тўсиқ рифи, Аборигенлар маданияти, шунингдек, қулай иқлим шароити ташриф буюрувчиларнинг катта оқимини ўзига жалб қилади. Тропик Шимолий Квинсленд дам олиш маскани сифатида 1980 йилларда маҳаллий туризм саноати ва минтақавий бюронинг

[84] Manba: Pudlic-Private Sector Cooperation: Enhancing Tourism Competitiveness / WTO Business Council. Madrid: WTO, 2000. P.88.

ушбу ҳудудни ички ва халқаро сайёҳлик бозорларида тарғиб қилиш бўйича биргаликдаги саъй-ҳаракатлари туфайли машҳур бўла бошлади. Ривожланишнинг дастлабки босқичида бир нечта сайёҳлик компаниялари бир-бири билан яқин ҳамкорликни ёълга қўйишган эди. Туризм саноатининг нисбатан кичик ҳажми ва корхоналарнинг географик яқинлиги жуда паст транзакцион харажатлар билан ҳамкорликни осонлаштирди – ишни ташкил қилишнинг билвосита, боғлиқ харажатлари, маълумотлар олиш, музокаралар олиб бориш, йетказиб берувчиларни топиш, шартномалар тузиш ва бажариш, ҳуқуқий ҳимояни таъминлаш ва улар ўртасида ишонч муносабатларини ўрнатиш каби. Фақатгина биргаликда улар ўсишга ва рақобатбардошликка эришишлари мумкин эди. Масалан, туризмнинг айрим турларини ривожлантириш бўйича келишилган позиция, айниқса freeride, яъни тоғ чанғисида эркин ҳаракатланиш ва тоғ қияликларида тайёрланмаган трассаларда сновборд ҳамкорликнинг ҳаракатлантирувчи кучи эди.

Туризм ва меҳмондўстлик соҳасида кластер тузилмалари фаол ривожланаётганига қарамай, Ўзбекистон шароитида ҳам, чет элда ҳам ёшлар туризми соҳасида кластерлар яратишга кам эътибор қаратилмоқда. Ушбу ҳодисанинг сабаблари асосан ёшлар туризмининг хусусиятларига боғлиқдир (хусусий бизнес учун ушбу ёналишнинг ҳар доим ҳам даромадли эмаслиги, истеъмолчиларга ва уларнинг хавфсизлигига эътиборнинг кучайиши в.б.) функционал мажбуриятлари у ёки бу жиҳатдан ёшларни таъминлаш ва ҳимоя қилиш билан боғлиқ бўлган турли вазирликлар ва идоралар томонидан қатъий назорат ва тартибга солиш зарурлиги. Шу билан бирга, самарали фаолият кўрсатадиган ёшлар туризмининг миллий, минтақавий ва муниципиал кластерлари тизимини яратиш умуман соҳа олдида турган кўплаб муаммоларни ҳал қилишга имкон беради.

Ёшлар туризми соҳасидаги кластер – бу жамоат, институт ва муассасаларнинг кўп функционал бирлашмаси, шунингдек, маълум бир ҳудуд ёки минтақанинг замонавий инновацион технологияларига асосланган, ижтимоий-демографик устуворликлар ва жамиятнинг маданий-ахлоқий қадриятларига асосланиб, биргаликдаги фаолияти давлат томонидан белгиланадиган ва тартибга солинадиган туризм бозори ва унга алоқадор тармоқлар корхоналарининг бирлашмасидир.

Шуни таъкидлаш керакки, ушбу таъриф ва универсал талқин ўртасида бир қатор фарқлар мавжуд. Буларга қуйидагилар киради:

- ёшлар туризми кластери таркибида ёшлар учун туристик маҳсулотни яратиш ва сотиш жараёнида туристик бозор корхоналари ва турдош саноат тармоқлари билан таққослаганда давлат муассасаларининг устуворлиги.
- ижтимоий ва демографик афзалликларнинг устувор аҳамияти, жамиятнинг маданий ва ахлоқий қадриятлари, фақат моддий ва молиявий манфаатларга эришишга эътиборни қаратмаслик;
- ёшлар туризмининг кластерли таълими асосан маълум бир ҳудуд, муниципалитет ёки маълум бир минтақада тўпланган.

Ёшлар туризмида кластер тизими анъанавий туризмдан кўра янги инновациялар, техника-технология, мобил алоқа, интернет билан боғлиқ бўлган хусусиятлари билан ажралиб туради. Ёшлар камроқ ташриф буюрадиган ҳудудларда туристик кластерларни вужудга келтириш натижасида ушбу регионга ёшларнинг ташрифи ҳам таъминланади. Ёшлар учун кластер яратишдан мақсад, нафақат ўша ҳудуд ёшлари ҳаётининг сифат жиҳатидан яхшиланиши, балки ёш туристларнинг ташрифи ҳам кўпаяди. Бундан ташқари, ёшларга ўз-ўзини ривожлантириш, уларни фаол лойиҳа фаолиятига жалб қилиш учун имкониятлар яратилади. Шу билан бир қаторда кластер яратилган ҳудуд ҳам бундан катта наф кўради. Яъни, дам олишнинг янги турларини шакллантириш, минтақа ҳақида ижобий фикрни шакллантириш, ёшларни ушбу минтақада қолиб кетиши учун имкониятлар пайдо бўлади.

Ёшлар ўз саёҳатлари давомида қизиқарли тассауротларга эга бўлишлари учун туризми кластер доирасида турли кўнгилочар хизматлар, ақлни чархловчи ўйинларни ташкил этиш мумкин. Амалий кўникмалар, амалиётга ёналтирилган курслар, психологик тренинглар, ижодий устахоналар, дизайн устахонаси, ақлий ҳужум машқлари шулар жумласидандир.

Фойдаланилган адабиётлар:

1. Beni, M. C. (2003). Globalização do turismo: megatendências do setor e a realidade brasileira. São Paulo: Aleph. 74-bet.

2. Monfort, M., V. M. (2000). Competitividad y factores críticos de éxito en la "hotelería de litoral": experiencia de los destinos turísticos Benidorm y Peñíscola (Doctoral Dissertation, Universidad de Valência, Espanha, 2000). 46-bet.

3. Porter, M. E. (1999). Competição. (2nd ed.). Rio de Janeiro: Campus.211-212 betlar.

4. Public-Private Sector Cooperation: Enhancing Tourism Competitiveness / World Tourism Organization Business Council. Madrid: WTO, 2000.

5. Sieglinde Kindl da Cunha, João Carlos da Cunha /Tourism cluster competitiveness and sustainability: proposal for a systemic model to measure the impact of tourism on local development http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S180776922005000200005#:~:text=The%20Tourism%20Cluster%20Concept,in%20the%20region's%20tourism%20product

6. Zacarelli, S. B. (2004). Estratégia e sucesso nas empresas. (4th ed.). São Paulo: Saraiva. 200-bet.

7. Гришин, С.Ю. Теоретико-методологические подходы к формированию кластеров в сфере детско-юношеского туризма / С.Ю. Гришин, Г.А. Карпова // Вестник Российской академии естественных наук (Санкт-Петербург).- 2015. -№ 3. - С. 82-86.

8.Туристские кластеры: содержание, границы, механизм функционирования https://tourlib.net/statti_tourism/aleksandrova3.htm

Матякубов У.Р. - Урганч давлат университети 3-босқич докторанти, и.ф.н., доцент

ОРОЛБЎЙИ МИНТАҚАСИДА ТУРИЗМ СОҲАСИНИ СТРАТЕГИК РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ ТАШКИЛИЙ-ИҚТИСОДИЙ ЖИҲАТЛАРИ

Аннотация. *Ушбу мақолада минтақада туризмни ривожлантиришнинг ташкилий ва иқтисодий механизмлари маҳаллий ва хорижий манбалар асосида таҳлил қилинган. Таҳлил қилинган адабиётлар асосида, мамлакатимизнинг Оролбўйи минтақасида туризмни стратегик ривожлантиришнинг ривожлантиришнинг ташкилий-иқтисодий жиҳатлари очиб берилган.*

Аннотация. *В статье анализируются организационно-экономические механизмы развития туризма в регионе на основе местных и зарубежных источников. На основе проанализированной литературы раскрыты организационно-экономические аспекты стратегического развития туризма в регионе Приаралья.*

Annotation. *This article analyzes the organizational and economic mechanisms of tourism development in the region on the basis of local and foreign sources. On the basis of the analyzed literature, organizational and economic aspects of the strategic development of tourism in the Aral Sea region are revealed.*

Туризм бугунги кунда маҳаллий бюджет даромадларини манбаи, аҳоли бандлигини ва турмуш даржасини ошириш воситаси, ижтимоий- маданий муҳитни ривожлантиришнинг муҳим омили сифатида XXI асрнинг асосий фенемонига айланди. Минтақада туризмни ташкилий-иқтисодий шароитларини самарали ривожланишини таъминлаш, давлат сиёсатининг минтақавий туризмни тартибга солиш бўйича белгилган вазифаларини ечиш билан эришилади.

МДҲ ва мамлакатимиз олимлари томонидан минтақаларда туризмни ривожлантиришнинг ташкилий ва иқтисодий жиҳатлари бўйича кўпгина тадқиқотлар амалга оширилган. Жумладан, Л.В.Васильева[85] томонидан минтақада туризмни барқарор ривожланишини таъминлайдиган ташкилий ва иқтисодий механизмларини шакллантиришнинг муҳим тамойиллари очиб берилган. Г.Л.Белов[86] ўз тадқиқотларида минтақада туризмни мақсадли-дастурли бошқарувини ривожлантиришнинг самарали ташкилий-иқтисодий механизмларини назарий ва методологик асосларини ёритиб берган. Д.Т.Ахобадзе[87] ишларида ҳудудларда туризм ва реакреация ривожлантиришнинг стратегик устуворликларини амалга оширишнинг ташкилий-иқтисодий механизмлари тадқиқ қилинган. Шунингдек, рус олими

[85] Васильева Л.В. Организационно-экономический механизм обеспечения устойчивого развития туризма в регионе. Кандидат экономический наук…дисс. Автореферат, Санкт-Петербург, 2006. – с.20.

[86] Белов Г.Л. Организационно-экономический механизм программно-целевого управления развитием туризма в регионе. Кандидат экономический наук…дисс. Автореферат, Чебоксары, 2006. – с.20.

[87] Ахобадзе Д.Т. Организационно-экономические механизмы реализации стратегических приоритетов развития туризма и рекреации на Северо-Западе России. Экономические и социальной перемены: факты, тенденции, прогноз 2(6) 2009. с.107

М.М.Валиев ўз тадқиқот ишларида минтақада туризмни ривожлантириш таъминлайдиган омилларни ташкилий ва иқтисодий вазифлар тизими кўринишида таклиф қилган (1-расм).



1-расм. Минтақада туризмни ривожлаништиришда ташкилий-иқтисодий вазифалари тизими [88]

Шунингдек, мамлакатимиз иқтисодчи олимлари И.С.Тухлиев, Ғ.Х.Қудратов ва М.Қ.Пардаевлар[89] томонидан миллий, минтақавий ва маҳаллий даражаларда туристик фаолият натижаларини иқтисодий баҳолаш масалалари атрофлича таҳлил қилинган. Шунингдек, Б.С.Бердиёров[90] ўз тадқиқот ишларида Ўзбекистонда экологик туризмнинг ривожланиш шарт-шароитлари ва ташкилий-иқтисодий механизмларини баҳолашни ёритган бўлса, М.Т.Алимова[91] ҳудудий туризм бозорини самарали ривожлантиришнинг ташкилий-иқтисодий механизмларини очиб берган. Ундан ташқари,

[88]М.М.Валиев.Организационно-экономические основы развития регионального туризма в рыночной экономике. Кандидат экономических наук…дисс. Автореферат, Москва, 2004.-с.25

[89] Тухлиев И.С., Қудратов Ғ.Ҳ., Пардаев М.Қ. Туризмни режалаштириш. Дарслик. Т.: “Иқтисод ва молия”. 2008.- 246 б.

[90] Бердиёров. Б.С. Экотуризм ва унинг Ўзбекистон туризм бозоридаги ўрни. и.ф.н.дисс - Самарқанд, 2010. 145 б.

[91] Алимова М.Т. Ҳудудий туризм бозорининг ривожланиш хусусиятлари (Самарқанд вилояти мисолида). и.ф.д. дисс.-Самарқанд, 2017. 272-б.

Ж.Н.Абиев[92] ҳудуднинг ўзига хос хусусиятларидан келиб чиқиб, туризмни ривожлантириш учун бир қанча ташкилий-иқтисодий механизмлардан фойдаланиш зарурлигини асослаган бўлса, Ш.Рузиев[93] томонидан минтақаларда тарихий-маданий туризмни ташкилий-иқтисодий механизмининг илмий-назарий асослари, тамойиллари ва концепцияси ишлаб чиқилган.

Юқори қайд қилиб ўтилган олимлар томонидан минтқаларда туризмни ривожлантиришнинг ўзига хос равишда ташкилий-иқтисодий жиҳатлари ёритиб берилган бўлсада, мамлакатимизнинг экологик вазияти инқирозли бўлган ва юқори туристик салоҳиятга эга Оролбўйи минтақасида туризмни стратегик ривожлантиришнинг ташкилий-иқтисодий жиҳатлари атрофлича тадқиқ қилинмаган. Туризм соҳаси ривожланган давлатлар тажрибаси кўрсатишича, туризмни ривожлантириш учун, узоқ муддатли тенденцияларни ҳисобга олган ҳолда, тегишли инфратузилма ҳамда бир қатор зарур шарт-шароитлар яратилиши керак.

Тадқиқотларимиз жараёнида, юқорида келтирилган адабиётларни таҳлил қилиб, ҳамда рус олими М.М.Валиевнинг минтақада туризмни ривожлаништириш-нинг ташкилий ва иқтисодий вазифалари тизимига асосланиб, Оролбўйи минтақасида туризмни стратегик рожлантиришнинг ташкилий-иқтисодий механизмларини таклиф қилдик (2-расм).

Оролбўйи минтақасида туризмни стратегик ривожлантиришнинг ташкилий механизмларига минтақавий туризм сиёсатини шакл ва усулларини қўллаш, замонавий инновацион ёндошувлар асосида минтақада туризмни ривожлантириш стратегиясини ишлаб чиқиш, минтақавий туризмни бошқаришнинг ташкилий тизимини яратиш, минтақада туризмни стратегик ривожлантиришда халқаро ва маҳаллий лойиҳаларни жорий қилиш, минтақада туризм соҳасини ўсиш омилларини аниқлаш, минтақада туристик ресурсларнинг жойлашуви ва интеграциялашуви киритиш мумкин.

Оролбўйи минтақасида туризмни стратегик ривожлантиришнинг иқтисодий механизмларига соҳага ички ва хорижий сармояларни йўналтириш, минтақада туризмни ривожлантиришнинг давлат ва ҳудудий дастурларини ишлаб чиқиш, минтақада туризмни стратегик ривожлантиришда давлат-хусусий шерикчилиги имкониятларидан фойдаланиш, минтақа туризм соҳасига рақамли иқтисодиёт, блокчайн технологияларини қўллаш, минтақада туризм бизнесини қўллаб-қувватловчи молиявий механизмларнинг амалга ошириш белгиланган.

[92]Абиев Ж.Н. Миллий иқтисодиётда туризм тармоғини ривожлантиришнинг ташкилий-иқтисодий механизмларини такомиллаштириш // иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) диссертацияси автореферати. Самарқанд СамИСИ, 2018. -65 б.

[93] Рузиев.Ш. Ўзбекистонда туризмни ривожлантириш ташкилий-иқтисодий механизмининг илмий-методик асослари. «Biznes-эксперт». №11 (131)-2018.



2-расм. Оролбўйи минтақасида туризмни стратегик ривожлантиришнинг ташкилий-иқтисодий механизмлари[94]

[94] Муаллиф ишланмаси

Оролбўйи минтақасида туризмни бошқаришнинг ташкилий тизимини яратиш мақсадида Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2016 йил 2 декабрдаги ПҚ-2666 сонли «Ўзбекистон Республикаси туризмни ривожлантириш Давлат Қўмитаси фаолиятини ташкил этиш тўғрисида»ги қарорига мувофиқ[95], Ўзбекистон Республикаси Туризмни ривожлантириш Давлат Қўмитасининг Қорақалпоғистон Республикаси бўйича ҳудудий бошқармаси ва Хоразм вилояти бўйича, туризмни ривожлантириш департаментлари ташкил қилинган. Қорақалпоғистон Республикаси туризмни ривожлантиришнинг ҳудудий бошқармаси ҳамда Хоразм вилояти туризмни ривожлантириш департаментларига минтақанинг туристик салоҳиятини ошириш, туризм субъектлари фаолиятини тартибга солиш, туризм соҳасидаги дастурлар ва лойиҳаларни амалга оширилишини мониторинг қилиш ва бошқа вазифалари юклатилган.

Оролбўйи минатқасида туризмни стратегки ривожлантириш мақсадида бир қанча давлат ва ҳудудий дастурлар қабул қилинган ҳамда чора-тадбирлар белгиланган. Жумладан, Ўзбекистон Республикаси Президентининг “2017-2021 йилларда Хоразм вилояти ва Хива шаҳрининг туризм салоҳиятини комплекс ривожлантириш Дастури тўғрисида[96]”ги қарори, Ўзбекистон Республикаси Президентининг “2017-2021 йилларда Оролбўйи минтақасини ривожлантириш Давлат Дастури тўғрисида”ги қарори[97], Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг “2019-2020 йилларда Хоразм вилоятида туризм соҳасини ривожлантириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги қарори[98], “2019-2021 йилларда Қорақалпоғистон Республикасининг Мўйноқ туманини жадал комплекс ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш” Дастури ҳамда “Қорақалпоғистон Республикасида туризм соҳасини 2019-2021 йилларда жадал ривожлантириш” бўйича чора-тадбирлар киритиш мумкин.

Оролбўйи минтақасида кичик туристик зоналарни ташкил бўйича ҳам сезиларли ишлар амалга оширилмоқда. Жумладан, Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг “2019-2020 йилларда Хоразм вилоятида туризм соҳасини ривожлантириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги қарорига мувофиқ, Урганч шаҳридаги Шовот канали бўйида -“Шовот” кичик туризм зонасини ҳамда Хива шаҳридаги “Ғовук кўл” кичик туризм зонасини ташкил этиш белгиланган. Шунингдек, Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ўзбекистон Республикасида туризм соҳасини янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисидаги[99]” 5781-сон фармонига ҳамда Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг “Оилавий меҳмон уйлари

[95] Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2016 йил 2 декабрдаги «Ўзбекистон Республикаси туризмни ривожлантириш Давлат Қўмитаси фаолиятини ташкил этиш тўғрисида»ги ПҚ-2666 сонли қарори.

[96]Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 7 февралдаги “Ички туризмни жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПҚ-3514-сонли қарори

[97] Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 18 январдаги 2731-сонли “2017 - 2021 йилларда Оролбўйи минтақасини ривожлантириш Давлат Дастури тўғрисида” қарори

[98]Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг “2019-2020 йилларда Хоразм вилоятида туризм соҳасини ривожлантириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги 2019 йил 13 февралдаги 119-сон қарори

[99] Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2018 йил 7 августдаги “Оилавий меҳмон уйлари фаолиятини ташкил этиш тўғрисида”ги 631-сонли қарори

фаолиятини ташкил этиш тўғрисида” ги қарорларига мувофиқ, фуқаролар йиғинлари ҳудудларида 20 тадан кам бўлмаган оилавий меҳмон уйлари ташкил этилганда ва туристлар учун камида беш хил хизмат турлари (яшаш ва/ёки овқатланиш бўйича хизматлардан ташқари) кўрсатилган тақдирда уларга «Туризм маҳалласи», «Туризм қишлоғи» ёки «Туризм овули» мақомини бериш назарда тутилган. Шундан келиб чиққан ҳолда Қорақалпоғистон Республикасининг Элликқалъа, Мўйноқ, Чимбой туманлари, Хоразм вилоятининг Урганч, Янгиариқ, Боғот ва Хива туманлардаги фуқаролар йиғинларига “Туризм маҳалласи”, “Туризм овули” ва “Туризм қишлоғи” мақомини бериши белгилнган.

Оролбўйи минтақасида туризмни стратегик ривожлантиришнинг ташкилий-иқтисодий механизмларини тўлақонли амалга оширилиши ҳамда такомиллаштирилиши Қорақалпоғистон Республикаси ва Хоразм вилоятида туризм инфратузилмасини ривожлантириш, хорижий ва маҳаллий сайёҳлар оқимини кўпайтириш, аҳоли турмуш фаровонлигини ошириш, янги иш ўринларини очиш ва маҳаллий бюджет даромадларини кўпайтиришда шунингдек, ҳудуд экспорт салоҳиятини оширишда муҳим аҳамият касб этади.

Ловягин Алексей Александрович - института экономики, управления и сервиса, ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет имени Г.Р.Державина», Россия, Тамбов
Беляев Алексей Викторович - кандидат экономических наук, доцент, ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина», Россия, Тамбов

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В РОССИИ

***Аннотация**: В статье рассматривается современное состояние и перспективы развития экологического туризма в России. Сравниваются показатели площадей заповедников и других охраняемых государством территорий в разных странах мира, а также доходы от отрасли туризма. Также рассматриваются показатели посещения особо охраняемых территорий туристами в России. Главной целью статьи является поиск путей развития, по которым может пойти экологический туризм в России.*

***Ключевые слова**: экология, экологический туризм, сохранение природы, национальные парки, заповедники.*

В настоящее время среди всего разнообразия видов туризма, экологический туризм занимает особое место. За рубежом данный вид туризма достаточно развит и с каждым годом становится все популярнее. В нашей стране данное направление только начинает развиваться и пока что не входит в перечень приоритетных направлений отдыха не среди отечественных туристов, не среди туристов из-за рубежа. Тем не менее данное направление туризма

имеет большой потенциал для развития и в дальнейшем оно может стать востребованным в нашей стране. Так как Россия довольно богата природными ресурсами страна и здесь очень много красивых мест куда человек мог бы отправиться отдохнуть, также Россия занимает лидирующие позиции в мире по количеству заповедников и ООПТ.

Термин экологический туризм впервые был использован на конференции мексиканским экологом Эктором Себальосов в 80-х 20 века. В нашей стране термин стали использовать примерно в тоже время при разработке маршрутов «Кругобайкальской железной дороги». В наше время существует несколько десятков определений экологического туризма и большинство из них сводится к сохранению природы. По мнению международного общества туристов, экологический туризм — это ответственное путешествие в природные районы, которое сохраняет окружающую среду, поддерживает благополучие местного населения и включает в себя интерпретацию и обучение. [14].

Экотуризм - это объединение природы, сообществ и экологически безопасных путешествий. Это означает, что те, кто внедряет, участвует и продает экотуризм, должны придерживаться следующих принципов экотуризма:

- Сведите к минимуму физическое, социальное, поведенческое и психологическое воздействие.
- Повышайте осведомленность и уважение к окружающей среде и культуре.
- Обеспечьте положительный опыт как посетителям, так и хозяевам.
- Создавайте финансовые выгоды как для местного населения, так и для частного сектора.
- Предложите посетителям незабываемые интерпретирующие впечатления, которые помогут повысить чувствительность к политическому, экологическому и социальному климату в принимающих странах.
- Проектировать, строить и эксплуатировать объекты с низким уровнем воздействия.
- Признавайте права и духовные убеждения коренных народов в вашем сообществе и работайте в партнерстве с ними для расширения прав и возможностей. [14]

Преимущества экотуризма заключается в том, что в отличии от других направлений экотуризм может не только улучшить благосостояние региона и его жителей, но и помогает сохранить природные богатства регионов.

В наше время экотуризм развивается довольно быстро и является перспективным направлением туристической сфере. По оценкам многих экспертов, на сегодня экологический туризм охватывает до 25% мирового рынка туризма.

Наша страна богата различными природными объектами, памятниками, заповедниками, национальными парками. Это подтверждают данные о площади заповедников и других охраняемых государством территориях в таблице 1. Но

не смотря на все богатства, экологический туризм развит довольно плохо. Причинами данной ситуации является плохое финансирование, отсутствие мотивации, слабо развитый маркетинг.

Таблица 1 – Страны с наибольшей площадью заповедников и других охраняемых государством территорий. [12]

	Площадь заповедников и других охраняемых государством территорий, км^2		Площадь охраняемых территорий в % от общей площади территории стран	
	2010	2018	2010	2018
США	4754908	4760491	48,4	48,4
Австралия	1344858	4501619	17,4	58,2
Россия[2)]	415,7[2)]	2377473[3)]	2,43[2)]	13,9 [3)]
Новая Зеландия	1308909	1312904	488,9	490,4
Канада	1002074	1226898	10,1	12,4
Япония	444420	484797	117,6	128,3
Индонезия	364785	418405	19,1	21,9
Франция	181189	306789	33,0	55,9
Испания	152755	227430	30,2	45,0
Индия	198075	203864	6,0	6,2

[1)] По методологии Международного союза охраны природы (IUCN). По зарубежным странам источник информации: база данных ОЭСР.

[2)] До 2014 г. – государственные природные заповедники и национальные парки, с 2014 г. – все категории особо охраняемых природных территорий федерального, регионального и местного значения.

[3)] За 2019 г. их площадь составила 2387890 км^2 , доля в общей площади страны – 13,9 %.

Из данных представленных в таблице выше видно, что Россия находится среди стран лидеров по площади занимаемой заповедниками и другими охраняемыми территориями. Россия обладает территориями сравнимыми с такими странами, как Канада, Австралия, Новая Зеландия, но по уровню развития экологического туризма заметно отстает от них.

Всего в России на 2019 год насчитывается около 12 тысяч ООПТ федерального, регионального и местного значения, общая площадь которых на составляет 238789,0 тыс. га, что составляет 13,9 % от площади страны. В 2018, 2017, 2016, 2015 гг. данный показатель составлял 13,9 %, 12,4 %, 12,4 %, 12,1 % соответственно.

Федеральное значение имеют 295 ООПТ, в том числе государственных природных заповедников 108, национальных парков 63, государственных природных заказников 60, памятников природы 17, дендрологических парков и ботанических садов 47. Общая площадь ООПТ федерального значения составляет 73798,0 тыс. га.

Согласно статистике, за 2019 год численность посетителей заповедников и национальных парков достигла 9 млн. чел. При этом основная доля

показателей приходиться на внутренний туризм – доля иностранных граждан, посетивших заповедники и национальные парки федерального значения составила лишь 3 % от общего числа.

На диаграммах ниже представлены показатели посещения туристами эколого-просветительских объектов в государственных природных заповедниках и национальных парках.



Рис. 1. показатели посещения туристами эколого-просветительских объектов в государственных природных заповедниках и национальных парках в тыс. чел.[12]

Исходя из представленных данных о посещаемости, можно сделать вывод что за последние 5 лет количество посетителей, хоть и медленно, но увеличивалось. И стоит отметить что рост происходит в основном за счет отечественных туристов.

Несмотря на то, что количество туристов, посещающих заповедники и национальные парки растет, Россия все еще не может конкурировать с другими странами в уровне организации экологического туризма.

На рисунке 2 представлены показатели посещения национальных парков в РФ и других странах мира.

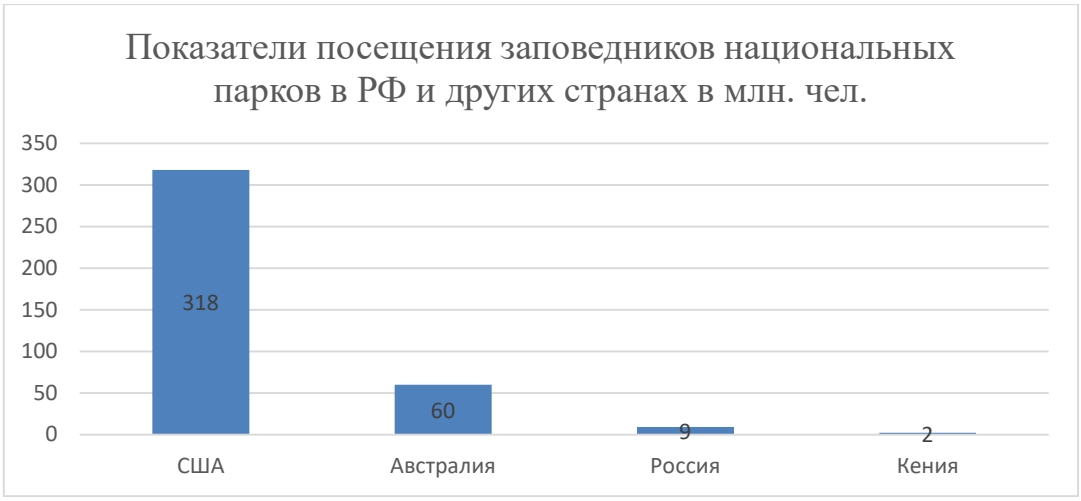


Рис. 2. показатели посещения национальных парков в РФ и других странах в млн. чел. [11]

Главными проблемами низкой посещаемости является низкий уровень развития инфраструктуры на территории национальных парков и заповедников, а также слабое финансирование и отсутствии маркетинговых кампаний по продвижению популярности данных объектов. Россия благодаря огромным запасам природных ресурсов и должному развитию отрасли, может стать одной из стран лидеров в области экологического туризма. Но на данный момент наша страна довольно сильно отстает по многим показателям. Согласно данным Ростуризма доход от экологического туризма России составляет 20 млн долл. в год, а доход лидера рынка США 20 млрд долл. в год. (рис. 3)



Рис. 3. Структура дохода разных стран от экотуризма в год, в млн. долл.[11]

За последние десятилетия, отрасль экологического туризма в России развивалась слабо. Но в настоящее время интерес к экологическому туризму в нашей стране возрос, стали появляться различные федеральные программы по

развитию туризма. Однако даже сейчас уровень поддержим отрасли довольно слабый, хотя данный вид туризма может стать отраслью специализации для определенных регионов. И возможно будет конкурентом для отраслей, которые в данный момент разрушают природу регионов.

Довольно важную роль играет расположение ООПТ на территории нашей страны. И в первую очередь, рационально было бы, развивать объекты на территории европейской части страны так как в этой части туристическая инфраструктура более развита, также в этой части страны проживает большая часть населения страны. К тому же добраться сюда из Европы значительно легче, что может послужить развитию въездного туризма.

Целями развития экологического туризма в нашей стране должно стать социально-экономическое развитие регионов и сохранение их природного потенциала.

Приоритетными задачами экотуризма должны стать:

-подготовка квалифицированных кадров

-использование гибкой ценовой политики

-разработка нового сегмента продукции

-активное продвижение экологического туризма

-совместная работа региональных властей и местного сообщества в развитии экотуризма

В результате проведенного анализа можно сделать вывод что России предстоит еще провести много изменений чтобы стать конкурентоспособной на мировом рынке экологического туризма. Однако, экологический туризм может положительно повлиять как на экономику регионов и страны в целом, так на экологическое состояние России. Тем самым сохранив природные богатства нашей огромной страны.

Список использованных источников

1. Березовая, Л. Г. История туризма и гостеприимства: учебник для СПО / Л. Г. Березовая. – М.: Издательство Юрайт, 2019.

2. Бугорский, В. П. Организация туристской индустрии. Правовые основы: учеб. пособие для СПО / В. П. Бугорский. – М.: Издательство Юрайт, 2019.

3. География туризма / Под ред. А.Ю. Александровой. М.: КНОРУС, 2016.

4. Джанджугазова Е.А. Маркетинг туристских территорий. Учебное пособие для академического бакалавриата (3-е издание, исправленное и дополненное), Москва, ЮРАЙТ, 2017

5. Дурович, А. П., Кабушкин, Н. И., Сергеева, Т. М. Организация туризма / А. П. Дурович, Н. И. Кабушкин, Т. М. Сергее; под ред. Н. И. Кабушкина. – М.: Новое знание, 2019.

6. Жигула, Л. Д. Основы экологического туризма / Л. Д. Жигула. – М.: Проспект, 2016.

7. Звягина Е.С., Рыбакова М.В. Экологический туризм как социальная, экологически ответственная практика в управлении особо охраняемыми природными территориями РФ // Государственное управление. Электронный вестник. 2015

8. Колбовский, Е. Ю. Экологический туризм и экология туризма / Е. Ю. Колбовский. – М.: Академия, 2011.

9. Министерство природных ресурсов россии – URL: https://www.mnr.gov.ru/– (Дата обращения: 13.05.2021).

10. Миронова Н.И. Развитие экологического туризма в России // Сервис в России и за рубежом. 2009.

11. Федеральное агенство по туризму. – URL: https://tourism.gov.ru/ – (Дата обращения: 13.05.2021).

12. Федеральная служба государственной статистики. – URL: https://rosstat.gov.ru/ – (Дата обращения: 13.05.2021).

13. *Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers*, UNEP and UNWTO, 2005

14. The International Ecotourism Society". Ecotourism.org. Retrieved 2021-05-13.

15. *The Case for Responsible Travel – Trends & Statistics 2016*. Center for Responsible Travel

Садуллаева А.А. - Ўзбекистон Республикаси Инвестициялар ва ташқи савдо вазирлиги, вазир котибияти бош мутахассиси

МИНТАҚАВИЙ ТУРИЗМ РИВОЖЛАНИШИНИНГ ЎЗИГА ХОС ЖИҲАТЛАРИ

Аннотация: *Ушбу мақолада “минтақавий туризм” тушунчасининг мазмун моҳияти, минтақавий туризмни ривожлантиришнинг муҳим шарт-шароитлари, минтақада туризм инфратузилмасининг таркиби ҳамда туризмни минтақа иқтисодиётига таъсир қилиш омиллари очиб берилган.*

Аннотация: *В статье раскрывается сущность понятия «региональный туризм», а также важные условия развития регионального туризма, структура туристической инфраструктуры региона и факторы влияющие на туризм в региональной экономике.*

Abstract: *The article reveals the essence of the concept of "regional tourism", as well as important conditions for the development of regional tourism, the structure of the tourism infrastructure of the region and factors affecting tourism in the regional economy.*

Бугунги кунда туризм минтақавий иқтисодиётни ривожлантиришнинг муҳим катализатори сифатида қаралмоқда. Туризм нафақат рекреацион ресурслардан фойдаланишга, балки экологик ва маданий хилма-хилликни

сақлаб қолишда ҳудуднинг умумий ишлаб чиқариш ва ижтимоий-маданий салоҳиятидан энг самарали фойдаланишга имкон беради. Унинг аҳамияти шундан иборатки, биринчидан, бу нисбатан кичик маблағ талаб қилиши, капиталнинг тез айланишига, иккинчидан, инфратузилмани модернизация қилишнинг самарали воситасига ҳамда учинчидан, мамлака, хусусан, минтақа иқтисодиётид янги иш ўринлари яратиш имкониятини яратади.

“Минтақавий туризм”ни тушунчасини аниқлашга ёндошувларни таҳлил қилиш унинг иккита талқинини очиб беради. Биринчиси, минтақанинг ўзини фенемон сифатида ўзига хос хусусиятлари, шу жумладан унинг турли ҳил таърифлари (географик, иқтисодий, ижтимоий, сиёсий, маданий ва б.қ) билан белгиланади. Иккинчиси, “туристик минтақа” таърифи билан боғлиқ. Бутунжаҳон савдо ташкилоти сайёҳлик минтақасини дам олиш ёки соғломлаштиришни ташкил қилиш учун зарур бўлган махсус бинолар ва хизматларнинг катта тармоғига эга бўлган ҳудуд сифатида белгилайди. Ушбу таърифдан келиб чиқадиган бўлсак, туристик минтақа мустақил деб ҳисобланиши учун барча зарур шарт-шароитларга эга бўлиши керак, яъни, “туристик минтақа” деганда сайёҳ ёки туристлар гуруҳи томонидан танланадиган ва хизмат кўрсатувчи томонидан сотиладиган туристик объектлар ва хизматлар кўрсатиладиган жой тушунилади.

“Минтақавий туризм” тушунчаси туризм соҳасида XX-асрнинг 90-йилларида кенг қўлланила бошлаган. Минтақавий туризм қўшни давлатларнинг интеграцияси жараёнига янги туристик, иқтисодий ва ҳаттоки сиёсий иттифоқларни яратган ҳолда катта ҳисса қўшиб келмоқда. Туризмни минтақалаштириш мамлакатлар ҳудудларида сайёҳлик индустриясини ривожлантириш учун қулай шароит яратади ҳамда мамлакатларга кўпроқ саёҳатчиларни жалб қилиш имконини бериб, туризмнинг барқарор ривожланиши таъминлайди.

МДҲ олимларидан, В.А.Квартальнов ва И.В.Зоринларга кўра, “Минтақавий туризм – бу маълум бир минтақага хос бўлган, туристик ривожланиш шароитлари бир хил ҳамда туристик ривожланиш даражаси ўхшаш бўлган мамлакатлар ёки ҳудудлардаги туристик фаолият” деб тушунилади[100]. Е.А.Зализнякнинг фикрига кўра, “минтақавий туризм” жуда мураккаб, уюшган тизим бўлиб, у маълум бир ҳудуд чегараларида туристик эҳтиёжларни қондириш функцияларини бажарадиган ва унинг ривожланиши учун зарур шарт-шароитлар билан боғлиқ бўлган кўплаб элементлардан (рекреацион ресурслар, туристик инфратузилма, экологик ва шахсий хавфсизлик ва бошқалар) ҳосил бўлади[101].

Минтақавий туризмни тўлиқ тавсифлаш учун уни ривожлантириш шартларини учта таркибий блокларга ажратиш мақсадга мувофиқ (1-жадвал).

[100] Менеджмент туризма: Туризм и отраслевые системы: учебник / И.В. Зорин, В.А. Квартальнов, Т.А. Ирисова [и др.]. - М.: Финансы и статистика, 2002. - 272 с.

[101] Зализняк Е.А. Региональный туризм: основные признаки и условия развития. Вестн. Волгогр. гос. ун-та. Сер. 3, Экон. Экол. 2011. № 2 (19). С.70-76.

1-жадвал

Минтақавий туризмни ривожлантиришнинг асосий шартлари[102]

Асосий омиллар	Тузилмавий элементлари
Ҳудудий-ресурсли	- Минтақа ҳудуди (туристик оқимлар йўналиш қандай) - Ҳудуднинг ресурслари табиий-географик, тарихий-маданий хусусиятлари
Ижтимоий-иқтисодий	- Туристик талаб ва эҳтиёжларнинг қондирилиши; - Маҳаллий меҳнат ресурслари билан таъминланганлиги: - Туризм турларини шакллантириш бўйича ахборотларнинг очиқлиги;
Ташкилий-бошқарув	- Минтақада туризм фаолиятин ташкил қилиш ва уни молиявий таъминлаш; - Туризм инфратузилмасининг ривожланиши; - Минтақанинг транспортга қулайлиги; - Туризм ривожланишини минтақавий режалаштириш; - Туризмни ривожланишини ҳудудий бошқаруви; - Минтақада туристлар хавфсизлиги таъминлаш

1-жадвалда келтирилган минтақавий туризмни ривожларнишининг гуруҳланиши самарали минтақавий сиёсатни шакллантиришга имкониятини яратади. Яъни, ҳудудий-ресурсли омилларни комплекс таҳлил қилиш, реакрацион имкониятлардан фойдаланиш самарадорлиги ва ресурс потенциалини аниқлашга имкон беради. Ижтимоий-иқтисодий омилларга минтақа туризм соҳасини меҳнат ресурслари билан таъминланганлигини, туристик талабнинг қаноатлантирилганлиги ҳамда туризм турларини шакллантириш бўйича ахборотларни олиш мумкинлигини киритиш мумкин. Шуниндек, ташкилий-бошқарув омиллар таҳлили минтақанинг мавжуд моддий-техник базасини ва минтақавий туризмни мувофиқлаштирилган бошқарув тизимини баҳолашга имкон беради.

Бугунги кунда минтақавий туризм фаолиятнинг истиқболли йўналишларидан бири ҳисобланади. Соҳа олимларидан Н.Г.Навикова[103] “Минтақавий туризм”нинг мазмун моҳиятини очиб туриб, “...бу соҳа биринчи навбатда кичик капитал қўйилмалари билан каптилнинг тез айланиш доирасини ташкил қилиши, иккинчидан, инфратузилмани модернизация қилишнинг самарали воситаси, учинчидан, минтақа иқтисодиёти учун янги иш ўринларини яратиш имкониятини беради”-дея таъкидлаб ўтади. Албатта, бугунги кунда туризм минтақалар инфратузилмасини ривожланишига ҳамда аҳоли бандлигини таъминлаш ва даромадини оширишда муҳим аҳамият касб этади.

[102]Ўша жойда

[103] Н.Г.Навикова. Регионнальный туризм как фактор социально-экономического развития экономики. Вестник ЮУрГУ. Серия «Экономика и менеджмент». 2016. Т. 10, № 2. С. 15–21

Туризм соҳасини минтақада барқарор ривожлантириш учун биринчи навбатда қуйидаги аниқ вазифларни бажаришни талаб қилади: минтақанинг туристик имкониятлари ва ресурслар билан таъминланганлигини баҳолаш, туризм соҳасига қизиқарли бўлган ўзига хос объектларни аниқлаш, туризм ривожланишининг муҳим омили бўлган туристик ресурсларни бошқариш билан боғлиқ масалалар.

Минтақада туризм диққатга сазовор жойларни томоша қилишга келган хорижий ва маҳаллий сайёҳлар ҳисобига ривожланади. Шу нуқтаи назардан олиб қараганда, сайёҳларга хизмат кўрсатиш инфратузилмаси муҳим рол ўйнайди. Минтақада саёҳларга қулайлик яратадиган бирламчи туризм инфратузилималарга транспорт, мижозларнинг ўзига хос индивидуал хусусиятларига мувофиқ жойлаштириш воситалари (ёшлар, қариялар, оилавий ва бошқалар), овқатланиш ва бошқа хизматлар киради.

Тадқиқотларимиз давомида минтақада туристларга хизмат кўрсатувчи инфратуизлманинг туристик хизматларни ишлаб чиқариш заруриятига қараб таркибий қисмларга ажратиб чиқдик. Ушбу инфратузилманинг фаолият кўрсатиши ва ривожланишининг ўзига хос хусусияти шундан иборатки унинг элементлари (объектлар, муассасалар, ташкилотлар) ўзаро бир-бирига таъсир ўтказади (2-жадвал). Индивидуал элементлар ва бутун инфратузилма комплексининг нафақат унинг ичига интеграциялашади (масалан, меҳмонхоналар, ресторонлар ва кафеларни ўзи ичига олган меҳмондўстликнинг ягона қуйи тизимини яратиш), балки ташқи муҳит билан бирлашади (масалан, туристик реакрацион муассасалар ва минтақанинг агросаноат мажмуасининг овқатланиш корхоналари).

2-жадвал

Минтақада туризм инфратузилмасининг таркиби[104]

Гуруҳлар	Тавсифи
I	Сайёҳатнинг мақсадини белгиловчи туристик жозибадор объектлар. Бунга туристлар учун қўшимча кўнгилочар кўринишдаги аттракцияларни киритиш (маданият, санъат, тарихий объектлар, спорт тадбирлари ва б.қ) мумккин.
II	Сайёҳнинг бутун тур давомида ҳаётий зарур эҳтиёжларини қондирувчи туризм инфратузилмаларини киритиш мумкин (транспорт хизматлари, жойлаштириш воситалари хизматлари, овқатланиш хизматлари).
III	Туристик минтақанинг ўзига хос хусусиятларини туристларда ижобий таассурот қолдириш мақсадида ташкил қилинган инфратузилмалар. Масалан, сувинерлар ишлаб чиқариш ва сотиш ҳамда маҳаллий анъаналарни ўзида мужассам қилган ўзига хизмат турларини таклиф қилиш (Туркияда –турк ҳаммоми, Финландияда –фин суанаси, Францияда – винотерапия муассасалари)
IV	Асосан маҳаллий аҳолига хизмат кўрсатиш ва сайёҳлар фойдалниши мумкин бўлган хизматлар (шаҳар транспорти, савдо, соғлиқни сақлаш муассасалари, банклар, ҳуқуқни муҳофаза қилиш

[104] Тадқиқотлари асосида муаллиф ишланмаси

	ташкилотлари, суғурта ташкилотлари, маший хизмат кўрсатиш корхоналари ва бошқалар)
V	Туристик мажмуаларни ҳар куни маълум режимда асосий ва қўшимча инфратузилманинг ишлашини қўллаб қувватлайдиган корхоналар (электр энергия, коммунал хизматлар, йўл иншоотлари, ўқув, илмий, ахборот ва бошқа муассасалар).
VI	Турли ҳил таъмирлаш ишларини бажариш, жиҳозларни ишга тушириш, шунингдек, туризм корхоналарини, туристик мажмуаларни ривожлантириш (масалан, янги меҳмонхоналарни қуриш ва эски меҳмонхоналарни реконструксия қилиш).

Шунингдек, минтақа иқтисодиётига туризм бевосита ва билвосита таъсир ўтказади. Ташриф буюраётган туристлар харажатлари бевосита туризм соҳаси корхоналари даромадини шакллантиради, шунингдек, туризм билан ўзаро боғлиқ тармоқлар ривожланишига билвосита таъсир қилади (3-жадвал).

3-жадвал

Туризмнинг минтақа иқтисодиётига бевосита ва билвосита таъсири[105]

№	Йўналишлар	Таъсири	
		Бевосита	**Билвосита**
1	Ялпи ҳудудий маҳсулот таркибига	+	-
2	Ҳудуд экспорт салоҳиятига	+	-
3	Аҳоли бандлигининг ошишига	+	+
4	Маҳаллий бюджет даромадларининг ошишига	+	-
5	Минтақа иқтисодиётининг ривожланишига	-	+
6	Аҳоли даромадининг ошишига	-	+
7	Инвестициялар оқимининг кўпайишига	+	+
8	Инфратузилмаларнинг ривожланишига	+	+
9	Транспорт, алоқа, коммунал, маиший хизматлар соҳаларининг мутаносиб равишда ривожланиши	-	+
10	Товар ва хизматлар истеъмол бозорининг ривожланишига	-	+

Минтақавий туризмнинг ривожланиши бевосита ялпи ҳудудий маҳсулотнинг кўпайшига, ҳудуд экспорт салоҳиятини ошишига, маҳаллий аҳолини иш билан таъминлашда, маҳаллий бюджет даромадларини оширишга таъсир қилади. Шунингдек, минтақавий туризм ҳудуд иқтисодиётининг ривожланишига, маҳаллий аҳоли даромадларини ошишига, минтақада транспорт, алоқа, коммунал, маиший хизматлар соҳаларининг мутаносиб

[105] Севастьнова С.А. Региональное планирование развития туризма и гостиничного хозяйство. Учебное пособие.-М.: КНОРУС, 2007. 23-с. асосида муаллиф ишланмаси

равишда ривожланишига ҳамда товар ва хизматлар истеъмол бозорининг ривожланишига билвосита таъсир қилади.

Туризм индустрияси ўз фаолиятида пул маблағлари бир қисмини банклар, аэропортлар, вокзаллар, суғурта компаниялари ва бошқа ташкилотлар хизматлари учун сарфлаб, уларни ривожланишига ҳисса қўшадилар. Пировардида "харажатлар-дармодлар-харажатлар..... харажатлар-дармодлар-харажатлар" занжири пайдо бўлади. Натижада, минтақада бу пул маблағлари қанчалик кўп сарфланса, иқтисодиёт ривожланади ва "мультипликатор самараси" шунча юқори бўлади. Ва аксинча, пул маблағлари қанчалик кам сарфланса ҳамда кўп товар ва хизматлар чет давлатларлардан импорт қилинса, "мультиплакатив самара" шунча паст бўлади.

Маълумки, сўнгги йилларда Ўзбекистонда туризм иқтисодиётнинг стратегик тармоғи сифатида қараш, ушбу соҳани барча ҳудудларни ва ўзаро боғлиқ тармоқларни комплекс равишда жадал ривожлантиришнинг етакчи кучига айланиши лозим бўлган иқтисодиётни диверсификациялаш, таркибий ўзгартириш ва барқарор ривожланишнинг кучли воситасига айлантириш, яратиладиган ялпи ички маҳсулотда, маҳаллий бюджет даромадларида туризмнинг улушини йилдан йилга кўпайтириш, иш билан бандликни таъминлаш, аҳолининг турмуш даражаси ҳамда сифатини ошириш бугунги куннинг долзарб масалаларидан бири ҳисобланади.

М.Қ.Пардаев – СамИСИ профессори, и.ф.д.
И.Р.Бердикулова – СамИСИ катта ўқитувчиси

ПАНДЕМИЯДАН КЕЙИНГИ ШАРОИТИДА ТУРИСТИК КЛАСТЕРЛАРНИНГ ИШСИЗЛИК ВА ОЗИҚ-ОВҚАТ ХАВФСИЗЛИГИНИ ҲАЛ ҚИЛИШДАГИ ЎРНИ

***Аннотация**: мақолада пандемиядан кейинги шароитида туристик кластерларнинг ишсизлик ва озиқ-овқат хавфсизлиги билан боғлиқ муаммоларни ҳал қилишдаги ўрни ёритилган. Ушбу муаммонинг қай аҳволда эканлиги аниқ рақамлар билан таҳлил қилинган бўлиб, уларни бартараф қилиш йўллари ҳам кўрсатиб берилган.*

***Калит сўзлар**: туризм, туристик кластер, пандемия, озиқ-овқат хавфсизлиги, ишсизлик, ёшлар, иш билан бандлик, авиация, темир йўл, меҳмонхоналар тармоғи, овқатланиш.*

***Аннотация:** В статье обсуждается роль туристических кластеров в решении проблем безработицы и продовольственной безопасности в постпондемических условиях. С конкретными цифрами проанализирована точная природа этой проблемы и показаны пути их преодоления.*

***Ключевые слова:** туризм, туристический кластер, пандемия, продовольственная безопасность, безработица, молодежь, занятость, авиация, железные дороги, сеть отелей, общественное питание.*

Annotation: *The article discusses the role of tourism clusters in solving the problems of unemployment and food security in post-pondemic conditions. The exact nature of this problem is analyzed with specific figures and the ways to overcome them are shown.*

Key words: *tourism, tourism cluster, pandemic, food security, unemployment, youth, employment, aviation, railways, hotel chain, public catering.*

Кириш.

Мамлакатимизда туризм соҳасини ривожлантиришга катта аҳамият берилмоқда. Бу туризмни ривожлантириш билан бирга мамлакатимизда озиқ-овқат хавфсизлигини таъминлашни ҳам тақозо қилади. Ушбу муаммоларни ҳал қилишда кластерларнинг сезиларни ўрни борлиги аниқланди. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг 2020 йил 29 декабрдаги Олий Мажлисга Мурожаатномасида "Мева-сабзавотчилик, ғаллачилик ва чорвачиликда ҳам 500 га яқин кластер ва кооперациялар фаолияти йўлга қўйилди. Бунинг натижасида, пандемиянинг салбий таъсирига қарамасдан, 1 миллиард долларлик мева-сабзавот экспорт қилинди"[106], деб таъкидлади. Демак шунча маҳсулот экспорт қилинган бўлса, бу ўзимиздан шунча озиқ-овқат маҳсулотлари ортиқ ишлаб чиқилди дегани. Бу масала озиқ-овқат хавфсизлигини таъминлашда муҳим роль ўйнайди. Бундан ташқари давлатимиз раҳбари ўзининг мурожаатномасида "Туризмни ривожлантириш бўйича 2021 йилда ҳам изчил ислоҳотларни давом эттирамиз. Айниқса, зиёрат туризми ва ички туризмни ривожлантиришга алоҳида эътибор берилади. Шунингдек, туризм объектлари атрофидаги ер майдонлари, сув ва йўл инфратузилмаларини яхшилаш учун бюджетдан 1 триллион сўм ажратилади"[107], деб таъкидлади. Бундан ҳам кўриниб турибдики, туризмни ривожлантириш билан хизматлар экспортини ҳам ривожлантиришга эришилади. Буларнинг ҳаммаси туристик кластерларни ташкил қилишни тақозо қилади. Масаланинг ушбу жиҳатлари ушбу мавзунинг ўта долзарб эканлигига асос бўлади.

Таҳлил ва натижалар.

Пондемия шароитида бир қанча муаммолар пайдо бўлди. Улардан бири вужудга келган **ишсизлик муаммоси** бўлса, яна бири айрим соҳаларнинг фаолияти ҳам тўхтаб қолди. Булардан бири туризм соҳасидир. Натижада пандемиянинг таъсирида ишсизлик муаммоси Ўзбекистон Республикасида ҳам бошқа давлатлар қатори асосий муаммолардан бирига айланди. Шу туфайли мамлакатимизда бандликни таъминлаш орқали ишсизликни қисқартиришга оид кенг кўламли ишлар амалга оширилиб келинмоқда. Мазкур масала мамлакатимиз миқёсида ва унинг ҳар бир ҳудуди бўйича ҳам аниқ "Йўл хариталари" ва дастурлар тузилиб, уларнинг ижроси таъминланмоқда. Аммо шуларга қарамасдан бандлик муаммоси сақланиб қолмоқда. Чунки, ҳар йили 500 мингдан зиёд ёшлар меҳнатга қобилиятли аҳоли таркибига қўшилмоқда.

[106] Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг 2020 йил 29 декабрдаги Олий Мажлисга Мурожаатномаси. // 30.12.2020 10:00.10.3К. https://review.uz/oz/post/poslanie-prezidenta-uzbekistana-shavkata-mirziyoyeva-oliy-majlisu.

[107] Ўша жойда.

Аммо яратилган янги иш ўринлари 350-400 мингтани ташкил қилади[108]. Агар аҳвол олдингидек сақланиб қоладиган бўлса, ишсизлар сони йилдан-йилга ортиб бораверади.

Пандемия шароитида ушбу муаммо, таъкидланганидек, янада кескинлашди. Бу нималар эвазига пайдо бўлганлигига эътиборни қаратадиган бўлсак, мазкур масала ҳам ўзига хос хусусиятларга эга бўлди. Биринчидан, жуда кўп корхоналар бошқа мамлакатлардаги каби ўз фаолиятини тўхтатди. Айниқса туризм, овқатланиш хизматлари, маиший каби хизматлар деярли фаолият кўрсатмади. Иккинчидан, ташқарида ишлаб юрган юртдошларимиз қайтиб келди ва уларнинг яна орқага қайтиб кетишга имконияти чекланиб қолди. Бу ерда тайёр иш жойлари улар учун атайлаб сақланиб турган эмас эди. Янги иш ўринларини яратишнинг ҳам имконияти чекланган эди. Учинчидан, ҳар йили минглаб янги меҳнатга қобилиятли аҳоли етишиб чиқади. Буларнинг ҳаммасига янги иш ўринлари керак бўлади. Мавжуд иш жойлари тўхтаб турган бир паллада буларга янги иш ўринларини очиб, иш билан таъминлаш имконияти ҳам чекланган эди.

Мамлакатимизда фаолият кўрсатиб турган ходимларнинг ишсиз бўлиб қолиш жараёни асосан хизмат кўрсатиш соҳаларида кескин намоён бўла бошлади, яъни хизмат кўрсатиш соҳалари – авиация, темир йўл, туризм, меҳмонхоналар тармоғи, овқатланиш ва бошқалар фаолияти деярли тўхтаб қолиши оқибатида иш ўринларида муаллақ ҳолатни вужудга келтирди. Соҳа мутахассисларининг фикрича, пандемия шароитида мажбурий “иқтисодий таътил”лар туфайли хизматлар соҳасининг айримларида хизмат кўрсатиш анча чекланди. Ўзбекистонлик меҳнат муҳожирларнинг 3 миллионга яқини Россия ва Қозоғистонда фаолият юритиши, ушбу давлатларда ҳам ҳозирги вақтда пандемиянинг таъсири туфайли, ишсизликнинг юзага келиши натижасида уларнинг маълум қисми ватанимизда эканлиги, чегараларнинг ёпилиши, ишчи кучи миграциясининг тўхталишига олиб келиши иқтисодий жараёнларга янада салбий таъсир кўрсатади. Қолаверса, Ўзбекистонда яшаётган 12-15 фоиз ёки 4-5 миллион аҳоли камбағаллик даражасида яшаётганлигини алоҳида таъкидлаб ўтиш лозим[109]. Буларнинг ҳам аксарият қисми муносиб иш ўринларига эга бўлмаганлар ва ишсизлардан иборатдир. Булардан ҳам кўриниб турибдики, ишсизлик муаммоси глобал муаммолар қатори мамлакатимизда ҳам ўзининг ечимини кутаётган, ечилиши унча осон кечмайдиган муаммолардан биридир.

Мамлакатимизда ишсизлик муаммосини ҳал қилиш ўта муҳим масалалар сирасига киради. Жаҳон банкининг камбағаллик даражаси бўйича минимал нормадан келиб чиқадиган бўлсак, бир киши бир кунда 19,3 минг сўм ўрта ҳисобда топиши лозим экан. Агар оилади 3 киши бўлса, уларнинг бир кунлик минимал даромади 57,9 минг сўмни ташкил қилиши лозим. Кўриниб турибдики, мамлакатимиз аҳолисининг ўрта ҳисобда 12-15 фоиз аҳолиси камбағал яшашади. Буларнинг даромади таъкидланганидек, бир кунда 19,3

[108] Пардаев М.Қ. Пардаев О.М., Пардаева О.М. Ўзини ўз банд қилиш йўллари. Илмийуслубий тавсия. Самарқанд, СамИСИ – 2020. – 21 бет.

[109] Пардаев М.Қ., Эштаев А. Пандемия шароитида иқтисодиёт: муаммолар ва уларнинг ечимлари хусусида.// “СЕРВИС” илмий-амалий журнали. 2020. Махсус сони. – 7 бет.

минг сўмдан кам. Бунда шуни инобатга олиш жоизки, оилада 5 киши истиқомат қилса, уларнинг иккитаси ишлайдиган бўлса, ўрта ҳисобда шу оилага 96,4 минг сўм керак бўлади. Агар икки киши ишласа, камида 50,0 минг сўмдан топишига тўғри келади. Бундан кам бўладиган бўлса, оилалар қашшоқ оилалар сафига кириб қолади[110]. Бундай ҳолатга барҳам бериш учун биринчи галда ишсизлик муаммосини ҳал қилиш лозим бўлади. Ишсизлик муаммосини ҳал қилишнинг йўлларидан бири янги кластерларни ташкил қилиш, деб ҳисобланмоқда. Демак кластерлар тизимида туристик кластерларни ҳам ташкил қилиш лозим бўлади.

Яна бир муҳим жиҳат, ҳозир мамлакатимизда пенсионерлар сони ва уларнинг аҳоли таркибидаги улуши ўсиб бормоқда. Бу аҳоли фаровонлигининг ошаётганлигидан, инсонларнинг ўртача яшаш умрининг узаяётганлигидан далолатдир. 2014 йилда барча аҳоли ўртасида пенсионерларнинг улуши 8,7 %ни ташкил қилган бўлса, 2019 йилга келиб 10,9 %ни[111]. 2021 йилнинг бошида 11,0 %ни ташкил қилмоқда. Аммо буларнинг ҳам кўп қисми оилавий тадбиркорлик ва ўзини ўзи банд қилиш тамойили асосида фаолият кўрсатиб келмоқда. Ушбу фаолият орқали пенсионерлар ҳам маълум даражада камбағалликни тугатишга оилалар даромадини оширишга хизмат қилади.

Ишсизлик муаммосини ҳал қилишда туризм кластерларининг муҳим аҳамиятга эга эканлиги шунда намоён бўладики, масалан, битта туристик фирма фаолиятини йўлга қўймоқчи бўлса, кўпи билан 5 киши банд бўлади. Агар кластер шаклида ташкил қилинадиган бўлса, транспорт, овқатлантириш, жойлаштириш, гид-таржимон ва ҳ.к. ҳизматларни кўрсатиш учун бир қанча кишиларнинг бандлиги таъминланади. Шу туфайли ҳозирги пайтда туризм соҳасида ҳам кластерларни ташкил қилиш масаласи долзарб масалалар сирасига кирмоқда.

Ҳозирги пайтда яна бир оғриқли муаммолардан бири **озиқ-овқат муаммоси** ҳам мамлакатимизни четлаб ўтган эмас. Ушбу муаммо мамлакатимизда коронавирус пандемиясининг таъсири натижасида юзага келадиган нозик муаммолардан биридир. Бунинг анча сабаблари бор, албатта. Биринчидан, карантин пайтида ишнинг нисбатан “тўхтаб” қолиши бўлса, яна бир муаммо халқаро алоқаларнинг узилиши, чегараларнинг ёпилиши, ташиш хизматларининг пасайиши, товар ва хизматларнинг алмашинуви билан боғлиқдир. Бир қатор давлатларда эпидемиолигик вазият ва карантин қишлоқ хўжалик ишларини батамом тўхтатиб қўйди. Дунёнинг кўпгина давлатлари озиқ-овқат ҳавфсизлигини таъминлаш мақсадида кўпгина маъмурий ва иқтисодий чекловларни қўлламоқда. Натижада бизнинг ҳамкорларимиз ҳам маҳсулотларни импорт қилиши ҳам бироз тўхтатиб қўйди. Биз айрим давлатлар билан юк айланиши тўхтатилмаганлиги туфайли, анча маҳсулотларни экспорт қилишга муваффақ бўлдик, холос. Аммо ҳамма мамлакатлар ҳам биз тутган йўлни тутган эмас.

---

[110] . Пардаев М.Қ. Пардаев О.М. Камбағалликни баҳолаш ва уни камайтириш йўллари. Илмийуслубий тавсия. Самарқанд, СамИСИ – 2020. – 14 бет.

[111]. Пардаев М.Қ. Пардаев О.М., Пардаева О.М. Ўзини ўз банд қилиш йўллари. Илмийуслубий тавсия. Самарқанд, СамИСИ – 2020. – 24 бет.

Жумладан, Россия буғдойини 1 июлгача четга олиб чиқишни тақиқлади. Россия бошқа донли маҳсулотлар – жавдар, арпа ва маккажўхори экспортини ҳам вақтинча тўхтатди, албатта буни мамлакат ички эҳтиёжларини қондириш зарурияти билан изоҳлайди. Бизнинг ҳамкорларимиздан бири бўлган Қозоғистон ҳам ўзининг доимий ҳамкорлари бўлган қўшнилари – Ўзбекистон, Тожикистон, Қирғизистон ва Афғонистонга 1 августгача ҳар ой 200 минг тонна буғдой, 60 минг тонна ун экспорти квотасини жорий этди. Евро Осиё Иқтисодий Иттифоқи ҳудудидан ташқарига пиёз, саримсоқ, жавдар, шолғом, гуруч, ёрма, ғалла-дон, қорабуғдой, тариқ, бутун донли ун, тозаланган гречка, соя дуккаклари, кунгабоқар уруғларини олиб чиқиш 30 июнга қадар тақиқланди. Ушбу маҳсулотларнинг асосий ишлаб чиқарувчилари - Россия ва Қозоғистон бўлишади. Украина эса жорий йилнинг 1 июлига қадар гречкани экспортга чиқаришни тақиқлади. Осиё давлатлари дуккакли маҳсулотлар ва гуруч экспортига квота белгилади. Умуман олганда барча давлатларда ичкарида озиқ-овқат муаммосини ҳал қилишнинг чора-тадбирлари ишлаб чиқила бошлади. Бундай шароитда Ўзбекистон қандай йўл тутиши керак, ушбу муаммоларни ҳал этиш учун нима қилиш лозим ва яна нима ишларни амалга ошириш мумкин, деган савол кўндаланг бўлиб турибди.

Ишсизлик ва озиқ-овқат хавфсизлиги билан боғлиқ муаммоларни ҳал қилиш йўлларидан бири кластер бўлса, яна бир йўналиши, бугунги кунда томорқадан самарали фойдаланиш ва ички туризмни ривожлантириш билан боғлиқдир. Бугунги кунда ҳукумат томонидан томорқадан янги лойиҳаларни амалга ошириш учун давлат бюджети томонидан 350 миллиард сўм ажратилди, “Ҳар бир оила – тадбиркор”дастури, мева-сабзавот ва чорвачилик маҳсулотлари етиштириш ҳажмини 2 баробарга ошириш, қорамол боқиш бўйича оилавий кооперация фаолиятини йўлга қўйиш, ҳар оилани парранда боққан даври учун 500 минг сўмдан рағбатлантириш каби вазифалар ижроси бўйича амалий чора-тадбирлар кўрилаётганлигини алоҳида таъкидлаб ўтиш лозим[112]. Шу билан бирга қишлоқларда қишлоқ туризмини ривожлантириш, бир қанча соҳаларни ўзида мужассамлаштирган кластер шаклидаги “Экологик уйлар”ни ташкил қилиш ҳам муҳим аҳамиятга эга.

Экологик уйларда туристларга шу ернинг ўзида сут ичмоқчи бўлса, экологик уйга қарашли сигир, эчки ёки туя сутини соғиб берилади, агар балиқ эмоқчи бўлса, экологик уйга (кластер)га қарашли ҳавузчадан балиқ ушлаб пишириб бериши мумкин. Гўшт емоқчи бўлса, шу экологик уйга қарашли чорва молларини (қўй, эчки, қуён кабилар) сўйиб пишириб беради. Мева ва сабзавотлар ҳам шу ернинг ўзида етиштирилиб туристларга тақдим этилади. Кўриниб турибдики, кластер масаласи туризмда ҳам бир қанча муаммоларни ҳал қилади.

Хулоса.

Мамлакатимизда озиқ-овқат ва ишсизлик муаммосининг ечимини ҳал қилишнинг ҳозирги пайтдаги энг оддий ва қулай йўлларидан бири турли

[112] Пардаев М.Қ., Эштаев А. Пандемия шароитида иқтисодиёт: муаммолар ва уларнинг ечимлари хусусида.// “СЕРВИС” илмий-амалий журнали. 2020. Махсус сони. – 7-8 бетлар.

йўналишларда кластерларни ташкил қилиш (шу жумладан туристик кластерлар) билан биргаликда томорқадан унумли фойдаланиш, қишлоқ ҳўжалиқ маҳсулотлари етиштириш билан бирга ички ва экалогик туризмни ривожлантириш ҳисобланади. Албатта, бутун мамлакат аҳолисининг ҳаёти уйда кечаётган бир пайтда тўқ яшашнинг муҳим омиллардан бири қишлоқ жойларида томорқа ва қишлоқ хўжалигидан фойда олишдан бошқа яна нима бўлиши мумкин? Томорқада меҳнат қилинса, биринчи навбатда, маҳаллий ва ишсиз аҳоли банд бўлади. Иккинчидан эса, оилага қўшимча даромад келади. Келмаганда ҳам, ўзини-ўзи қишлоқ хўжалик маҳсулотлари, яъни озиқ-овқат маҳсулотлари билан таъминлайди. Россия, Қозоғистон ва бошқа давлатлардан келган меҳнат муҳожирларимизнинг асосий қисми қишлоқ жойлардаги аҳоли таркибига киради. Давлатлар ўртасидаги чегараларнинг ёпиқлиги, халқаро ишчи кучи миграциясининг вақтинчалик секинлашганлигини инобатга олиб, томорқадан унумли фойдаланиш, қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари етиштириш жараёнида вақтинчалик ишсиз ҳисобланган меҳнат муҳожирларини ҳам ушбу жараёнга фаол қатнашишлари мақсадга мувофиқ бўлади. шу тариқа ишсизлик ва озиқ-овқат хавфсизлиги масалаларини бироз юмшатиш мумкин бўлади.

Асланова Д.Х. – проректор по научной работе и инновациям СамИЭС , проф.
Алимова М.Т. – проф. кафедры «Менеджмент» СамИЭС

ТУРИСТСКИЙ КЛАСТЕР – ДЕЙСТВЕННЫЙ МЕХАНИЗМ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА

Аннотация: *В статье проанализировано преимущество, которое даёт образование туристского кластера для его участников, а также для субъектов региональной экономики. Приведены эффекты от создания туристского кластера.*

Ключевые слова: *туристский кластер, эффект снижения трансакционных издержек, эффект охвата, синергетический эффект.*

Annotation: *The article analyzes the advantage that gives the formation of the tourist cluster for its participants, as well as for subjects of the regional economy. The effects of creating a tourist cluster are presented.*

Keywords: *tourist cluster, effect of reducing transaction costs, effect of coverage, synergistic effect.*

При рассмотрении туристского кластера необходимо проанализировать преимущества, которые дает его образование для участников, а также для субъектов региональной экономики, в рамках которого планируется его образовывать, что делает актуальной тему рассматриваемой статьи.

Преимущество и новизна кластерного подхода заключаются в том, что он придает высокую значимость территориальному и социальному аспектам, а также инновационному подходу экономического развития. Кроме того, он

предлагает эффективные инструменты для стимулирования регионального развития, которое проявляется в увеличении занятости, повышении конкурентоспособности региональных производственных систем, росте бюджетных доходов и др. Все это обуславливает на необходимость внедрения кластерного подхода для развития туристской отрасли Узбекистана, а также его регионов.

Формирование и функционирование туристских кластеров увеличивают внутренний и въездной туристские потоки, создают условия для развития предпринимательства, создания новых рабочих мест.

Целью создания туристских кластеров является повышение конкурентоспособности территории на туристическом рынке за счет синергетического эффекта, в том числе: повышения эффективности работы компаний, входящих в кластер, стимулирования инноваций, стимулирования развития новых направлений. Создание регионального кластера фактически определяет позиционирование территории и влияет на формирование имиджа региона. Кластерная модель индустрии туризма региона предполагает организацию взаимодействия четырех технологических групп участников, которые образуют технологическую основу кластера[113]:

– во-первых, инновационные научные лаборатории – опытные производства, в которых создаются основы новых технологий;

– во-вторых, внедренческие центры – общественные координационные советы по туризму в регионах;

– в-третьих, промышленно-технологические группы, способные осуществлять оснастку производства для создания новых компонентов туристского продукта;

– в-четвертых, маркетинговые группы способные продвигать продукт и его отдельные компоненты на рынок и формировать устойчивый спрос.

Туристский сектор экономики, базирующийся на кластерной организации, обладает преимуществами. Органы власти при таком подходе располагают действенным инструментарием по организации эффективного взаимодействия с бизнесом, в результате которого происходит более глубокое понимание показателей, характеризующих его состояние, а, соответственно, и тактических задач, необходимых для его успешного развития. Следствием этого является стратегическое планирование, основанное на реальном, целенаправленном и мотивированном использовании региональных ресурсов.

На наш взгляд, эффекты от создания туристского кластера можно разделить на внутренние и внешние (см. табл.-1).

Таблица-1

Эффекты от формирования туристского кластера

Эффект	Проявление в региональном туристском кластере	Проявление в регионе (внешние эффекты)

[113] Шепелев И.Г., Маркова Ю.А. Туристско-рекреационные кластеры – механизм инновационного совершенствования системы стратегического управления развитием регионов. // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал), №3(11), 2012 [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.sisp.nkras.ru.

	(внутренние эффекты)	
Эффект снижения трансакционных издержек	Взаимодействие участников кластера носит постоянный характер, это позволяет увеличить безопасность сделок	Кластерообразование в регионе является инструментом, позволяющим органам государственной власти снизить трансакционные издержки
Эффект масштаба производства	Развитие блока специализации кластера повлечет за собой развитие остальных участников кластера, следствием чего является расширение области «покрытия» кластера	Расширение области «покрытия» кластера позволяет выходить на новые рынки, что повлечет за собой обогащение региона. А это, в свою очередь, повлияет на развитие других отраслей региональной экономики
Эффект охвата	Кооперация участников кластера позволяет использовать многофункциональный фактор на различных предприятиях при минимизации трансакционных издержек, связанных с его передачей	Использование многофункционального фактора на различных предприятиях связано со снижением части бюджетных средств региона, направляемых на финансирование данного фактора производства
Антитриггерный эффект	Возникает за счет софинансирования нововведений участниками кластера	Региональные органы государственной власти являются координатором регионального туристского кластера, что позволяет контролировать использование финансовых ресурсов. Это приводит к стабильному получению ожидаемых положительных результатов
Эффект экологической ответственности	Снижение отрицательного воздействия кластера на экологию за счет появления способности внедрять новейшие достижения в области охраны окружающей среды	Снижение отрицательного воздействия на экологию региона приведет, во-первых, к улучшению здоровья населения, а во-вторых, к снижению затрат органов государственной власти на экологические программы региона
Синергетический эффект	Возрастание эффективности деятельности участников регионального туристского кластера в результате их интеграции	Возрастание эффективности развития региона в результате формирования региональных туристских кластеров

Внутренние эффекты от создания туристского кластера связаны с синергетикой, проявляющейся в действии его участников. Это обусловлено следующим:

– кооперация участников кластера позволяет эффективно использовать совокупный потенциал партнеров;

– устанавливаются долгосрочные связи, влекущие за собой повышение эффективности процесса обеспечения производства сырьем, материалами, конструкциями и т. п.;

– происходит повышение эффективности выполнения отдельных управленческих решений за счет упрощения системы, ее иерархичности;

– увеличивается надежность партнеров в инвестиционно-финансовой кооперации и т.д.

В туристском кластере выгоду имеют все стороны, которые содействуют его образованию – население, деловое сообщество, государство в лице региональных и центральных органов государственной власти. Кроме того, удовлетворяются интересы пассивных элементов региональной системы (развитие инфраструктурной и институциональной составляющих, обеспечения экологической безопасности и др.).

Региональный туристский кластер может служить конструктивной основой для эффективного взаимодействия частного сектора экономики, крупных предприятий, государственных административных структур и научных учреждений. При осуществлении кластерной технологии необходимо учесть различные группы интересов – как в стратегии развития отдельных кластеров, так и в стратегии развития самого региона.

Основные преимущества, которые дает кластер региону, можно обозначить как возможность эффективного использования ресурсов, доступ к передовым технологиям, увеличение количества налогоплательщиков и налогооблагаемой базы, расширение инструментов взаимодействия государства и бизнеса. Достижение таких результатов обеспечивается за счет перераспределения ресурсов, пространственной концентрации роста, эффектов перелива на территории.

Государством формирование и развитие кластера рассматривается, с одной стороны, как ресурс развития экономики территории, с другой – как потенциальная точка роста. В первом случае, к формированию данной структуры государство относится как к некому инвестиционному проекту. Эти проекты должны осуществляться с учётом эффективности вложений, бюджетной эффективности, экономической эффективности и социальной эффективности. Бюджетная эффективность формирования регионального туристского достигается за счёт дополнительных налоговых поступлений в соответствующий бюджет. Экономическая эффективность достигается за счёт роста масштабов производства и прибыльности компаний. Социальная эффективность обеспечивается за счёт создания новых рабочих мест, повышения доходов и уровни жизни населения, развитие социальной инфраструктуры.

Как результирующий показатель социально-экономического развития региона рассматривается ВРП на душу населения или производительность экономики, измеряемая величиной товаров и услуг на единицу человеческих, финансовых и природных ресурсов.

При рассмотрении органами государственной власти кластера как потенциальной «точки роста», можно выделить функциональные, структурные, институциональные и динамические эффекты от его деятельности в регионе. Основные социально-экономические эффекты, возникающие в регионе в ходе реализации кластерной политики:

Функциональные: наращивание объемов производства и доходов; активизация воспроизводственного процесса; повышение инновационной активности бизнеса; формирование нового человека (творчески активного); создание новых рабочих мест и повышение уровня жизни; развитие партнерских отношений и кооперации;

Структурные: формирование точек роста; рост наукоемкого сектора экономики; изменение затратной структуры экономики в сторону роста научно-образовательной составляющей и расходов на НИОКР; развитие региональной инфраструктуры, в т.ч. инновационной;

Институциональные: институциональная трансформация нормативно-правовой среды, форм и механизмов взаимодействия субъектов хозяйствования; формирование новой деловой культуры;

Динамические: ускоренное развитие отдельных производственных комплексов, отраслей; ускоренное развитие научной и научно-технической сферы.

В целом, преимуществом кластерного подхода для государства является возможность комплексно, системным образом рассматривать ситуацию в группе взаимосвязанных предприятий различных отраслей. Такой подход позволяет использовать его в качестве стержня развития экономики региона.

Наличие кластера оказывает непосредственное воздействие на прочих субъектов хозяйственной деятельности территории, поскольку данные структуры создают эффективные альянсы с различными предприятиями и учреждениями, органами власти. Эффективность таких альянсов определяется расширением возможности для производственного и инновационного роста как для предприятий – участников данной структуры, так и прочих хозяйствующих субъектов региона.

В сфере бизнеса при появлении туристского кластера позитивными моментами могут быть:

– возможность снижения барьеров выхода на рынок за счет унификации требований в рамках кластера;

– появление возможности достижения эффекта при организованном обучении персонала;

– повышение эффективности закупки снаряжения, оборудования и продуктов информационных технологий;

– упрощение и повышение получения доступа к заказам (клиентам);

– перенос положительной репутации кластера на его участников (бренды);

– появление возможности адаптации систем профессионального образования региона (финансирование за счет бюджетов) к потребностям предприятий кластера;

– региональные инновационные и иные программы, реализованные в регионе, могут учитывать интересы кластера.

Для предприятий кластера положительные экономические эффекты порождаются объединением. Объединение способствует наращиванию потенциала предприятий – участников данной структуры. Такой кластерный эффект возникает как результат сотрудничества и использования возможностей партнеров на длительный период в условиях сочетания конкуренции и кооперации. Поэтому эффективность создания и функционирования кластера рассматривается в литературе в основном через призму групповых интересов его участников. Выделяют следующие эффекты, присущие кластеру[114]:

– агломерационный эффект или эффект географической близости. К таким эффектам можно отнести экономию на масштабах производства, сокращение транспортных и логистических издержек, облегченный обмен знаниями и идеями, облегченный доступ к уникальным активам. Удаленность от ядра кластера прямо пропорциональна упущенным возможностям роста бизнеса;

– эффект сообучения, приводящий к увеличению уровня знаний для участников кластера. Процесс обучения рассматривается как новая парадигма функционирования компании;

– эффект межфирменной кооперации;

– инновационный эффект.

Результативность функционирования предприятий в кластере может оцениваться прибыльностью, восприимчивостью к инновациям, количеством созданных рабочих мест, а также наличием в нем социальных коллективов, работающих на принципах саморегулирования и форм доверия между участниками кластера, прозрачностью коммерческой деятельности внутри кластера.

Внутри кластерная конкуренция и географическая связанность создают давление на прочих участников региональной экономики. Анализ литературных источников показывает, что экономическими эффектами, возникающими в процессе влияния кластера на прочих участников хозяйственной деятельности региона, могут быть обозначены: эффект перетока знаний; эффект совместного использования инфраструктурных объектов; эффект стимулирования спроса; эффект привлечения инвестиций.

В кластере происходит постоянное совершенствование источников конкурентного преимущества, обеспечивается рост родственных и поддерживающих отраслей. Что касается развития родственных отраслей, то постоянное соперничество внутри кластера распространяется на другие

[114] Быкова А.А. Проблематика формирования инновационных кластеров// Инновации. 2009. №8 (30). – С. 40.

предприятия посредством передачи знаний и технологий, развития рыночных позиций и диверсификации регионального бизнеса, через каналы поставщиков и потребителей.

Эффективность функционирования кластера можно охарактеризовать показателями социального развития региона. Кластер стимулирует преумножение и сохранение рабочих мест, создание институтов гражданского общества, формирует новые стандарты образования, здравоохранения, деятельности судебных и правоохранительных органов, новые стандарты потребления и образа жизни населения.

Кроме того, кластерный подход избавляет от всякого рода нежелательных конфликтов, не только позволяет эффективно объединять людей в устойчивые экономические образования, но и способствует быстрому переходу из одного кластера в другой с наименьшими потерями. Такой подход способствует быстрому поиску партнеров по общему делу, стимулирует и поддерживает к объединению общих ресурсов, формирует нового креативного и творческого человека.

Наиболее важным результатом для экономики конкретной территории при появлении кластера станет гарантированное сохранение рабочих мест людям, работающим в предпринимательских структурах (в том числе в туристской сфере, смежных и сопутствующих отраслях). Также плюсом будут увеличение доли занятых в малом и среднем бизнесе, сохранение и увеличение налоговой базы, сокращение выплаты по безработице и т.д. Для экономики же государства в целом кластеры выполняют роль точек роста внутреннего рынка.

Обобщая вышеизложенное можно заключить, что региональный туристский кластер является источником следующих специфических эффектов:

1) *для участников кластера (производителей услуг):* повышение эффективности использования ресурсов; снижение издержек; доступ к новым ресурсам; повышение производительности, доходности, эффективности деятельности; рост качества предоставляемых услуг и в целом конкурентоспособности;

2) *для сторонних субъектов*, которые действуют в туристской отрасли (производители услуг): возможность использования объектов внутри кластерной инфраструктуры, новые идеи, формы введения бизнеса, методы сотрудничества и конкурентной борьбы и др.;

3) *для смежных отраслей*: устойчивый спрос на предоставляемые ресурсы, продукты, услуги;

4) *для потребителей услуг*: более высокое качество и разнообразие услуг;

5) *для региональных органов власти*: повышение налоговых и других поступлений в бюджет, оживление экономической ситуации, повышение предпринимательской активности, развитие региональной инфраструктуры и др.

Таким образом, выявление места и роли кластеров в экономике определяется их способностью удовлетворять интересы выгодополучателей – государства, бизнеса и населения.

Рузметов Б. - Урганч давлат университети профессори
Бахтияров Ш. - Урганч давлат университети ўқитувчиси

МИНТАҚАДА ТУРИСТИК-РЕКРЕАЦИОН КЛАСТЕРЛАРНИ ШАКЛЛАНТИРИШ ОМИЛЛАРИ

Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзияевнинг 2020 йил 29 декабрдаги Парламентга Мурожаатномасида "…Туризмни ривожлантириш бўйича 2021 йилда ҳам изчил ислоҳотларни давом эттирамиз. Айниқса, зиёрат туризми ва ички туризмни ривожлантиришга алоҳида эътибор берилади. Шунингдек, туризм объектлари атрофидаги ер майдонлари, сув ва йўл инфратузилмаларини яхшилаш учун бюджетдан 1 триллион сўм ажратилади", деб таъкидланган эди.

Минтақада туристик-рекрацион кластерларни шакллантиришда туризм инфратузилмасини ташкил этувчи транспорт, меҳмонхона хўжалиги, хизмат кўрсатувчи корхона ва ташкилотлар асосий ўрин эгаллайди.

Ушбу омилларни ҳолатини баҳолаш мақсадида рекреацион хизматлар бозорини кучли, заиф томонлари, мавжуд имкониятлар ва хатарларни аниқлашга ёрдам берувчи SWOT-таҳлил амалга оширилди (1-жадвал).

1-жадвал

Хоразм вилоятида туристик-рекреацион хизматлар бозорининг SWOT таҳлили[115]

Кучли томонлар	Заиф томонлар
1. Рекреация объектлари мавжуд бўлган ҳудудларнинг юқорн географик ва табиий салоҳияти; 2. Рекреация объектлари таркибида мижозлар учун турар жойларнинг мавжудлиги; 3. Рекреация объектларида турли маданий-маиший ва дам олиш хизматларининг мавжудлиги; 4. Рекреация хизматларидан фойдаланиш учун ўсиб бораётган реал талабнинг мавжудлиги; 5. Рекреация хизматларини таклиф этувчи муассасалар ва корхоналарда хизмат йўналишлари бўйича мутахассисларнинг мавжудлиги.	1. Мавжуд юқори салоҳиятдан максимал даражада фойдаланилмаслик; 2. Рекреация объектларидаги турар жойларнинг халқаро талабларга мос келмаслиги; 3. Мавжуд рекреация объектлари ва уларда фойдаланиш мумкин бўлган хизматлар тўғрисидаги ахборотларнинг етишмаслиги; 4. Рекреация хизматлари таклиф этувчи объектлар жойлашган ҳудудларда зарурий инфратузилмалар ва кластерларнинг етарли даражада шаклланмаганлиги ва хизматлар сифатининг паст даражаси.

[115] Муаллиф ишланмаси

Имкониятлар	Хатарлар
1 Ўзбекистонни ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш йўналишлари учун ички ва ташқи туризмни ривожлантириш тенденцияси; 2. Рекреацион туризм соҳасининг инвестицион жозибадорлигини ошириш; 3. Рекреацион хизматлар кўрсатиш базасини кенгайтириш имкониятлари; 4. Янги қувватларни ишга тушириш ва кластерларни шакллантириш хисобига янги иш ўринларини яратиш имконияти.	1. Давлатнинг рекреация хизматлари бозори билан боғлик иқтисодий сиёсатининг ўзгариши; 2. Халқаро ахборот тизимларига қўшилиш натижасида халқаро бозордаги етакчи туристик корхоналар билан рақобатнинг юзага келиши; 3. Рақобатчиларнинг пайдо бўлиши натижасида хизматлар ва даромадларнинг рақобатчилар ўртасида тақсимланиши.

Хоразм вилояти аэропортида амалга оширилган модернизация ишлари натижасида Урганч аэропорти халқаро аэропорт мақомини олди ва босқичма-босқич халқаро авиарейслар георафиясини кенгайтириб бормоқда. Бугунги кунда Урганч аэропорти Мюнхен, Милан, Вена, Санкт-Петербург, Минск, Москва ва Париж шаҳарлари билан тўғридан-тўғри авиарейслар орқали боғланган, Тошкент, Самарқанд, Қарши, Термиз шаҳарларига ички рейслар қатнови йўлга қўйилган.

Хоразмни Ўзбекистоннинг бошқа ҳудудлари билан боғланишида темир йўл ва автомобил йўллари катта аҳамиятга эга. Бугунги кунда Хоразм вилояти сайёҳларининг республика бўйлаб ҳаракатида “Тошкент-Хива-Тошкент” поезди кундалик ҳаракати, “Бухоро-Хоразм-Бухоро” тунги поезди ҳафтасига бир марта ва “Тошкент-Қарши-Урганч”, "Тошкент-Фарғона-Тошкент" йўналишидаги “Афсона” туристик поездлари буюртмага кўра ҳаракати йўлга қўйилган. Туристларнинг ҳудудлараро қатновида Бухоро-Урганч автомагистрали ҳам алоҳида ўринга эга бўлиб, глобал интернет тармоқларида хорижли сайёҳлар бу автомагистрал орқали Бухорога етиб боришга ўртача 8 соат вақт сарфлашларини ва йўлда чўл манзараларидан баҳраманд бўлишларини таъкидлаб ўтишган.

Транспорт инфратузилмасида ижобий ўзгаришлар қаторига "Тошкент-Хива-Тошкент" тезюрар поездини йўлга қўйилишини киритиш мумкин. Хоразмнинг пойтахт ва бошқа туристик марказлардан узоқда жойлашганлиги ва ҳудудлараро транспорт йўналишларининг камлиги сайёҳларнинг Самарқанд ва Бухорога ташрифларини Хоразм томонга давом эттиришлари имкониятларини чеклаб қўяётган эди (2-жадвал).

Бундан ташқари, Хоразм вилоятида ички транспорт таъминоти ва автомобил йўллари инфратузилмаси талаб даражасига етказиш туристик салоҳиятни фаоллаштиришга ижобий таъсир кўрсатади[116]. Вилоятда асосий

[116] Рузметов Б., ва бошқалар “Хоразм вилояти ва Хива шаҳрининг туристик салоҳиятини юксалтириш стратегияси ”. Жамоавий монография. “Инновацион ривожланиш” нашриёт матбаа уйи. Тошкент.2020

тарихий обидалар, зиёратгоҳларни боғловчи йўловчи транспортини жаҳон стандартлари даражасида ташкил этиш устувор вазифа ҳисобланади.

Хоразмга ташриф буюрувчи туристларнинг яна бир хусусияти шундаки, уларнинг вилоятдаги саёҳати давомийлигининг нисбатан қисқароқ эканлигида. Масалан, сайёҳлар Тошкент шаҳрида ўртача 2.8 кеча, Самарқандда 2.2 кеча ва Бухорода 2 кеча тунаб қолишса, Хоразмда бу кўрсаткич 1.6 кечани ташкил этади.

2-жадвал

Ўзбекистон темир йўл вокзаллари орасидаги масофа ва қатновлар сони

	Тошкент	**Самарқанд**	**Бухоро**
Тошкент (масофа, км) Темир йўл рейслари		344 Насаф, Шарқ, Афросиёб поездлари (ҳар куни)	616 Шарқ ва Тошкент-Бухоро-Тошкент тунги поезди (ҳар куни)
Самарқанд (масофа, км) Темир йўл рейслари	344 Насаф, Шарқ, Афросиёб поездлари (ҳар куни		250 Шарқ поезди (ҳар куни)
Бухоро (масофа, км) Темир йўл рейслари	616 Шарқ ва Тошкент-Бухоро-Тошкент тунги поезди (ҳар куни)	250 Шарқ поезди (ҳар куни)	
Урганч (масофа, км) Темир йўл рейслари	1080 Тошкент-Хива-Тошкент (хар куни)	737 Қарши-Ургенч-Қарши	660 Бухоро-Ургенч-Бухоро тунги поезди (жўнаш-жума, қайтиш- шанба)

Манба: “Ўзбекистон темир йўллари” АЖ маълумотлари.

Меҳмонхоналар фаолияти таҳлилларида яна бир муҳим кўрсаткич меҳмонхоналар бандлиги кўрсаткичидир. Бу кўрсаткич бир йил давомида қабул қилинган меҳмонлар тунаш кечаларини меҳмонхоналарнинг бир йиллик сиғими (киши-кечаларда) га нисбатига тенг бўлиб, унинг оптимал қиймати 62% ни ташкил этади. Бу кўрсаткич ҳам Хоразм вилоятида паст даражада. Бунинг сабаблари:

✓ Туристик мавсумнинг қисқалиги, меҳмонхоналар, асосан, 6 ой давомида фаол хизмат кўрсатишлари;

✓ Меҳмонхоналарда нарх қўйиш сиёсатининг замон талабларига жавоб бермаслиги деб ҳисоблаш мумкин.

Туризм хизматлари кўрсатувчи ташкилотлар. Юқори туристик салоҳиятига қарамасдан вилоятда фаолият олиб бораётган туристик ташкилотлар сони етарли эмас. Натижада, Хоразмда ташкил этилган сайёҳатлардан тушган тушумни бир қисми бошқа вилоятлар туристик ташкилотлар ҳисобига ёзилади.

Вилоятда туризм ташкилотларининг сони ва малакасининг пастлиги Хоразм туризм экспорти салоҳиятига ҳам салбий таъсир этади.

Туризм соҳасининг маданий, табиий ва рекреацион ресурслари. Маданий ва табиий ресурслар бўйича Хоразм жаҳон миқёсида муҳим ўрин тутади. Хоразмдаги мавжуд ресурслар вилоят туризм маҳсулотларини чуқур диверсификация қилиш ва туристик мавсумни узайтиришга имкон беради. Бундан ташқари, Хоразм тарихан илм-фан ўчоқларидан бири сифатида танилган. Сайёҳларга хизмат кўрсатишнинг энг қуйи даражаларидан то бошқарув даражасигача бу соҳада етарли тайёргарликдан ўтган малакали кадрларни тайёрлаш зарур.

Туризм маҳсулотини диверсификациялаш ва жозибадорлигини ошириш учун бошқа минтақалар, айниқса Қорақалпоғистон туризм ташкилотлари билан ўзаро фойдали ҳамкорликни кенг йўлга қўйилиши тавсия этилади. Глобал интернет тармоқларида Хоразмга ташриф буюрган кўп сайёҳлар Қорақалпоғистондаги Аёз қалъага ҳам саёҳат қилганлари ва аъло даражадаги таассуротлари ҳақида баён этганлар. Хоразм ва Қорақалпоғистон маҳаллий ҳокимият органлари ва туристик ташкилотларининг биргаликдаги ишлари орқали ҳар иккала томоннинг маданий ва табиий туризм ресурсларидан янада кенгроқ фойдаланиш, туристик маҳсулотларни диверсификациялаш, туризм ривожланишдан периферал туманлар ҳам фойда кўришларига эришиш, Хоразм маданияти асори атиқаларига ортиқча юкламани камайтиришга эришиш мумкин.

➢ ***Маданий хордиқ чиқариш ва кўнгилочар томошалар.***

Вилоятда замонавий истироҳат боғларидан ташқари қизиқарли тематик боғлар барпо этиш, масалан, кўп туристлар орасида “Хоразм эртаклар макони” сифатида танилганлигини ҳисобга олганда, Шарқ эртаклари мавзуидаги эксклюзив боғни барпо этиш мумкин, унда “Минг бир кеча”, “Аловиддин ва сеҳрли кўза” каби эртакларни жонлантирувчи персонажларни қўллаш, боғ ичида турли викториналар ва кичик совғалар улашилишини йўлга қўйиш мумкин. Хоразм тарихидаги афсонавий қаҳрамонлар жонланувчи намойишлар ташкил этиш тавсия этилади.

Бугунги кунда сайёҳларнинг савияси ва талаблари мунтазам кўтарилиб бораётганлиги туфайли туристик хизматлар кўрсатишда замонавий талабларни инобатга олиш ниҳоятда муҳимдир. Масалан, ҳозирги давр туризмининг барча шаклларида сайёҳнинг фаол иштироки ривожланиб бормоқда, ушлаб кўриш, ясаб кўриш, иштирок этиш ва ҳоказо. Ҳар бир туристик маршрут тузилганда, сайёҳларнинг камида битта фаолият турида иштирок этишларини таъминлаш

ҳисобга олиниши лозим. Масалан, ҳунармандчилик ярмаркаларида мунтазам мастер-класслар ташкил этилиши ва сайёҳларга элементар иштирок таклиф қилиниши мумкин. Бундан ташқари, ҳозирда Европа шаҳарларида кўча намойишлари кенг тарқалиб бормоқда, туристик шаҳарларнинг марказий кўчаларида жонли ҳайкаллар туриши, қизиқарли намойишлар уюштирилиши кузатилади. Хоразмда масалан полвонлар кураши, карнай гуруҳлари чиқиши каби миллий анъаналар намойишини ташкил этиш мумкин.

Хоразм вилоятида бу борадаги улкан салоҳиятдан оқилона фойдаланиш мақсадида 2020-2021 йилларда вилоятда туризмни ривожлантириш инвестиция дастури ишлаб чиқилган.

Мазкур дастурда Хоразмнинг туризм салоҳиятини ривожлантириш стратегияси белгилаб берилган. Унга кўра, келгуси икки йилда вилоятда 64 та инвестиция лойиҳаси амалга оширилади. Туризм лойиҳалари вилоятнинг барча туманларини қамраб олади. Инновацион-инвестицион лойиҳаларнинг қиймати 1 трлн. 97 млн.сўмни ташкил этади.

Мазкур инвестиция лойиҳаларининг ишга тушиши натижасида жойлаштириш воситалари сони **211 тага** (6958 ўрин), шундан, меҳмонхоналар 108 тага (5440 ўрин), оилавий меҳмон уйлари сони **103 тага** (1140 ўрин) етади.

Айни пайтда вилоятда 600 дан ортиқ балиқчилик фермер хўжаликлари мавжуд. Бу туристик-рекреацион кластерларни шакллантириш учун қулай имкониятдир. Ундан фойдаланиш мақсадида мавжуд 71 та кўлларда халқаро стандартлар даражасида хизмат кўрсатишни йўлга қўйиш орқали сайёхлар оқимини кўпайтириш мўлжалланмоқда.

Бу йўналишни ривожлантириш ва келгусида Хоразмни балиқчилик, яъни "Fishing culture" марказига айлантириш кўзда тутилган, Франция ва Россия телекомпаниялари билан Хоразм балиқчилигига бағишланган кўрсатувлар суратга олинган.

Хоразм вилоятида туристик-рекреацион кластерларни ташкил этиш туризм соҳасидаги узоқ муддатли ривожланиш тенденцияларига мос келади[117]:

✓ Кўп омиллар мобайнида халқаро туризмнинг барқарор ўсиб келаётганлиги;

✓ Хитой, Ҳиндистон, Россия Федерацияси, Яқин Шарқ ва Шарқий Осиёдаги ривожланаётган давлатларда туризм хизматларига ўсиб келаётган талаб ва бу давлатларнинг Ўзбекистонга нисбатан яқин жойлашганлиги;

✓ Ўзбекистон аҳолиси ва юқорида саналган давлатлар аҳолисининг жон бошига тўғри келадиган даромаднинг муттасил ошиб бораётганлиги;

✓ Ўзбекистондан ташқарида ва ичида ҳам Хоразмга рақобатчи туристик манзилларнинг жаҳон туризм бозорида ҳиссаси ошиб бораётганлиги.

✓ Ўзбекистон аҳолиси ичида ва Осиё давлатлари аҳолиси орасида зиёрат ва оилавий туризмга талабнинг катталиги.

Бу эса Хоразмни Буюк Ипак йўлидаги мавқеини янада мустаҳкамлашга, туризм тармоғини минтақа иқтисодиётини ўсиш манбаига айланишига хизмат қилади.

[117] Хоразм вилоятини ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш стратегияси. Тошкент. IFMR нашриёти 2015

Қўзибоев Боходир Аззамбой ўғли. - Самарқанд Давлат университети таянч докторанти

ИНКЛЮЗИВ ТУРИЗМ: МУАММОЛАР ВА ЕЧИМЛАР

Аннотация: *Ушбу мақолада аҳолини ижтимоий қўллаб-қувватлаш, алоҳида ҳимояга ҳамда махсус ёрдамга муҳтож аҳоли сегментига давлат томонидан алоҳида эътибор қаратилиши, имконияти чекланган фуқаролар учун зарур инфратузилмаларнинг яратилиши, ҳамда уларни ҳимоялаш кўрсатиб берилган.*

Аннотация: *В статье показана социальная поддержка населения, особое внимание государства к той части населения, которая нуждается в особой защите и особой помощи, создание необходимой инфраструктуры для людей с ограниченными возможностями, а также их защита.*

Annotation:*The article shows the social support of the population, the special attention of the state to that part of the population that needs special protection and special assistance, the creation of the necessary infrastructure for people with disabilities, as well as their protection.*

Калит сўзлар*: инклюзив туризм, ижтимоий қўллаб-қувватлаш, имконияти чекланган реабилитация, рекреация.*

Ключевые слова: *инклюзивный туризм, социальная поддержка, реабилитация инвалидов, отдых.*

Key words: *inclusive tourism, social support, rehabilitation of disabled people, rest.*

Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Харакатлар Стратегиясининг бешта устувор йўналишларидан бири “Ижтимоий соҳани ривожлантиришга йўналтирилган бўлиб айнан унда аҳолига мажбурий ижтимоий кафолатларни таъминлаш, аҳолининг эҳтиёжманд қатламларини ижтимоий ҳимоясини ҳамда кексалар ва имконияти чекланган шахсларни давлат томонидан қўллаб-қувватлашни кучайтириш, ижтимоий хизмат кўрсатишни яхшилаш, аҳолига ижтимоий хизматлар кўрсатишда давлат-хусусий шерикчилигини ривожлантириш” деб белгиланган [1].

Жамият тараққиётининг замонавий босқичга ўтиши билан туризм индустрияси ҳам ушбу ўзгаришларга мослашиб бормоқда. Туризм индустриясининг истиқболли йўналишларидан бири аҳолининг алоҳида эҳтиёжманд қатламини, биринчи навбатда ногиронлиги бўлган шахсларни туризмга жалб қилиш ҳисобланади. Шунинг учун ҳам мазкур мақоланинг мақсади – ушбу тоифадаги туристлар учун ўзига хос муҳит яратиш хусусиятлари ва муаммоларини ёритишга қаратилган. Туризмнинг ушбу тури дунё миқёсида кенг тус олмоқда, чунки жами туристларнинг 7% ногиронлиги бўлган шахслар ҳисобланади.

Мавзуга оид адабиётларнинг таҳлили. Алоҳида эҳтиёжманд аҳоли қатламининг атроф-муҳитга боғлиқлиги мамлакатимиз олимлари (Қ.Абдурахмонов, Н.Тухлиев, М.Пардаев, И.Тухлиев, Б.Сафаров, Д.Норкулова ва бошқалар) ва хорижий олимлар(В. Преображенський, М. Мироненко, И. Твердохлебов, И. Зорин, С.Сесьолкин ва бошқ.)нинг ушбу тоифадаги кишиларнинг таълим, ижтимоий, тиббий хизматларга бўлган эҳтиёжини ўрганиш ва қондириш масалалари, ижтимоий нормаларнинг мослашувчанлигини таъминлашга қаратилган илмий ишларида кенг ёритилган.

Туризм соҳасида турли шаклдаги соғломлаштириш хизматларини кўрсатиш муаммолари тиббиёт, психология, реабилитация, социология ва соҳага оид мутахассисларнинг илмий адабиётларида ҳам кенг ёритилган. Ушбу мавзу (И. Сеселкин, С.Махов, Д. Чепик, А. Петрова, Л. Волобуев “инклюзив туризмнинг ривожланиш муаммолари”; Е. Сигида “ногиронлик ва туризм: эҳтиёж ва оммабоплик”; Е. Холостова, Н.Дементьева “ижтимоий реабилитация”; М.Цыганов “ногиронларнинг бандлик соҳасига интеграциялашуви: ЕИ мамлакатларида ўтказилган сўров) каби Россия Федерацияси ва айрим хорижлик (Culham A. «Deconstructing Normalisation: Clearing the Way for Inclusion») олимларнинг илмий ишларида кўриб ўтилган.

Ушбу йўналишга бўлган қизиқишларнинг улканлиги олинган илмий муҳокамаларнинг туристик хизматлар бозорининг инклюзив сегменти ёки муҳитида қўлланилишини рағбатлантиради.

Кейинги йилларда инклюзив туризм нафақат дам олиш ва хордиқ чиқариш, танишув, балки кишиларнинг соғлиғини тиклаш, даволаш ва соғлом турмуш тарзини ташкил этиш билан ҳам уйғунлашиб кетмоқда. Шу муносабат билан Ўзбекистонда ижтимоий туризм ассоциацияси ташкил этилди.

Тадқиқот усуллари. Мақолада анализ ва синтез, абстракт-мантиқий таҳлил, кузатиш, қиёслаш, статистик таҳлил усулларидан фойдаланилди. Шу боис, библиографик тадқиқот натижасида имконияти чекланган ва ногиронлиги бўлган шахслар учун мўлжалланган инклюзив туризмни ривожланиш муаммолари ва истиқболлари таҳлил қилинган. Мақолада, Ўзбекистон Республикаси туризмни ривожлантириш давлат қумитаси ва БТТ манбалари маълумотлардан фойдаланнган.

Тадқиқот методологияси. Жамият тараққиётининг замонавитй тенденцияларини ҳисобга олган ҳолда шуни айтишимиз мумкинки, бугунги кунда ижтимоий қўллаб-қувватлаш, алоҳида ҳимояга ҳамда махсус ёрдамга муҳтож аҳоли сегменти ортиб бормоқда. Умумтан олинган халқаро стандартларга мувофиқ ушбу кишилар турли инклюзив тоифаларга кириттилади, туризм соҳасида эса бу инклюзив туристлар сегментидир. Маълумки, бугунги кунда “инклюзив туризм” атамаси илмий ва амалиёт жиҳатдан якуний тасдиғини топмаган ҳисобланади. Ушбу атаманинг бир нечта таърифлари мавжуд. ЕИ мамлакатларида имконияти чекланган кишилар учун мўлжалланган туризм сегменти “оммабоп туризм” ёки “барча учун мўлжалланган туризм” деб аталади. Бундай атама “барча учун туризм” (tourism for all), “оммавий туризм» (accessible tourism), “ногиронлар учун туризм”,

“инватуризм”, “паратуризм”, “тўсиқсиз туризм», “реабилитацион туризм», “ўқув-коррекцион туризм” ва бошқа атамалар билан ҳам уйғунлашиши мумкин. Бунда ушбу фаолият турининг ижтимоий реабилитация мақсади ўзгармасдан қолади [2].

Ушбу тушунчанинг якуний атамаси БМТ қошидаги ЮНВТО нинг 2009 йилда Астана (Қозоғистон) шаҳрида бўлиб ўтган 18-сессиясида қабул қилинган ва “туристик саёҳатларни соддалаштириш бўйича Декларация” га киритилган. Унда ЮНВТО га аъзо мамлакатлар учун ўз ҳудудларида имконияти чекланган кишилар учун туристик объектлар ва муасссасаларни барпо этишлари, улар учун мавжуд бўлган хизмат турлари, ташкилот ва муассасалар ҳамда мавжуд муаммолар тўғрисида аниқ ва ҳаммабоп ҳисобланган ахборотларни тақдим этиш тавсия қилинган [3, с. 132-135].

Кўпгина замонавий тадқиқотларда одатда “мослашувчан (адаптив) туризм”. Деб ҳам аталади. 1991 йилда БМТ бош ассамблеясининг Бутунжаҳон сайёҳлик ташкилоти (ЮНВТО) томонидан “90-йилларда имконияти чекланган кишилар учун туризм имкониятлари яратиш” (Creating Tourism Opportunities for Handicapped People in the Nineties) резоляцияси қабул қилинган бўлиб, кейинчалик (2005 йил, 16-сессия Сенегал, Дакар) ушбу атама “барча учун мўлжалланган туризм” (Accessible tourism for all) номи билан аталадиган бўлди [4].

Шундай қилиб “инклюзив туризм” атамаси ва “барча учун мўлжалланган туризм” синоним сўзлар ҳисобланади, “адаптив туризм” атамаси эса туризмнинг алоҳида эҳтиёжларга эга шахслар учун туристик фаолиятни ва сервис хизматларини ташкил этишга қаратилган мақсадли йўналишини ўзида акс эттиради. Бундай ёндашув “адаптив туризм”нинг табиий муҳитда туристик саёҳат тури сифатида қўлланилишига имкон беради. Аксинча, “тўсиқсиз туризм” атамаси эса туристик объект ва инфратузилмаларнинг мослашувчанлик даражасини ифодалаб маҳаллий туризм ёки экскурсия фаолиятида кенг қўлланилади [5; 6, с.129].

Таҳлил ва натижалар.

“Ҳаммабоп туризм” асосчиларидан бири Скотт Райан “Инклюзив туризмни ижтимоий интеграция сифатида тушунмоғимиз зарур”, – деб ҳисоблайди, [6, p. 65-78]. Ижтимоий интеграциянинг универсал йўлларидан бири эса туризм ҳисобланади. Шунинг учун туризм соҳасини “туризмнинг барча учун йўналтирилганлиги” тамойили асосида ташкил қилиш, туристик марказ ва объектлар инфратузилмасини барча тоифадаги ва имкониятли шахслар учун, шу жумладан ногиронлар, ёши катта кишилар ва уларнинг вакиллари, оила аъзолари ва васийлари, ёш болали оилалар учун мослаштириш зарурдир. [7].

Инклюзив туризмни туристик фаолият билан шуғулланувчи барча иштирокчиларни ҳамкорликка жалб қилувчи туризм шакли дейишимиз ҳам мумкин. Бу имконияти чекланган барча тоифадаги кишиларни, биринчи навбатда алоҳида эҳтиёжларга эга бўлган кишиларни туристик инфратузилмага

жалб қилиш орқали атроф муҳитнинг мобил, аудио-визуал, ва когнитив ҳаммабоплигидан фойдаланиш имкониятини яратиб бериш ҳамдир. [8].

Инклюзив реабилитацион-ижтимоий туризмнинг асосий концепцияси бундан 30 йил илгари ногирон меъмор Рон Мейсон ва унинг Шимолий Каролина давлат университетидаги ҳамкасблари томонидан шаклантирилган ҳамда амалга оширилган ҳаммабоп дизайннинг қуйидаги энг асосий тамойилларида ўз аксини топган [9]:

1. фойдаланишнинг тенглиги ва ҳаммабоплиги.
2. фойдаланишнинг мослашувчанлиги.
3. фойдаланишнинг соддалиги ва интуитивлиги.
4. ахборотларнинг ҳаммабоплиги.
5. хатоликларга сабрлилик.
6. кам жисмоний ҳаракатларни талаб этиши.
7. зарурий ўлчам, жой ва муҳитнинг мавжудлиги.

Ижтимоий туризмнинг иқтисодий самарадорлиги ва маҳсулдорлиги унинг алоҳида элементларини ўзида тўлиқ акс эттирувчи инфратузилманинг мавжудлигида эмас, балки туристик мақсадларда ташкил қилинган ҳамда барча тоифадаги кишилар учун тўлақонли дам олиш ва хордиқ чиқариш, жисмоний ва маънавий кучини самарали тиклашга имкон беришига боғлиқдир.

Масалан, Германияда маданий-танишув туризмини ривожлантириш мақсадида дам олиш ва хордиқ чиқариш жойлари имконияти чекланган ва камҳаракат фуқароларнинг эҳтиёжларини ҳам ҳисобга олган ҳолда жиҳозланган. Музей, театрларда ногиронлиги бўлган кишилар фойдаланиши мумкин бўлган кресло-аравачалар тақдим қилинади.

Туризм, замонавий ҳаётнинг муҳим ижтимоий ҳодисаси сифатида жамиятнинг ҳаётий фаолияига ҳам сезиларли таъсир кўрсатади [8]. Шу билан бир вақтда туризм яна бир муҳим функцияни – имконияти чекланган ва ногиронлиги бўлган кишилар учун ижтимоий-реабилитация функцияни бажаради.

Инклюзив туризм билан боғлиқ муаммоларни таҳлил қилар эканмиз, унинг атроф муҳитни ўрганиш ва рекреация воситаси сифатида муҳимлигини ва шу каби хусусиятларга эга эканлигини ҳам таъкидлаб ўтишимиз жоиз.

Инклюзив туризм ижтимоий (коммуникатив, ижтимоий-маиший, ижтимоий-педагогик, ижтимоий-маданий, ижтимоий-психологик мослашув) ва жисмоний реабилитация (соғломлаштириш, психо-эмоционал таъсир кўрсатиш, ижтимоий-маиший, ижтимоий-экологик реабилитация)нинг кенг турларини қамраб олади.

Бироқ, имконияти чекланган ва ногиронлиги бўлган кишиларни саёҳат, турли сайр-томоша ва экскурсияларга жалб қилиш учун туристик фаолиятнинг аксарият турларини улар учун ҳам мослашувчан, хавфсиз ва ҳаммабоплигини таъминлашимиз зарур бўлади [8].

Инклюзив туризмга таъсир қилувчи ва уни ташкил қилиш имкониятларини чекловчи омилларга қуйидагиларни киритишимиз мумкин [10, с.85-95]:

– потенциал туристларнинг жисмоний ҳолати (ногиронлик, чекланган имконият);

– потенциал туристларнинг моддий аҳволи;

– туристик сафарлар учун махсус транспорт воситаларининг мавжуд эмаслиги;

– жойлаштириш воситалари нархларининг сезиларли даражада юқорилиги;

– маъмурий тўсиқларнинг мавжудлиги (масалан, хорижий сафарларни расмийлаштириш билан боғлиқ расмиятчилик таомиллари);

– туризм ва хордиқ чиқаришни қўллаб-қувватловчи ижтимоий тадбирларнинг сустлиги ёки мавжуд эмаслиги;

– имконияти чекланган кишилар учун турмаҳсулотларга оид ахборотларни олиш имкониятининг мавжуд эмаслиги ёки турмаҳсулот маркетингининг сустлиги (туристик дестинацияларда имконияти чекланган кишилар учун турмаҳсулот ассортиментининг чекланганлиги);

– имконияти чекланган кишилар учун саёҳатлар уюштиришга зарурий мотивациянинг етишмаслиги.

Инклюзив турларга талабнинг сустлиги билан боғлиқ омиллардан бири ногиронлиги бўлган ва имконияти чекланган кишиларнинг туристик фаолият билан боғлиқ турли хатарларга берилувчанлиги, ўзларини ноқулай ҳис этишлари, ҳаракатланишнинг қийинлиги ёки чекланганлиги, кўриш, эшитиш имконияти чекланган кишиларда когнитив қобилиятларнинг суст намоён бўлиши, шунингдек “ҳаммабоп туризм” атамаси билан боғлиқ турли мавҳумликлар ҳисобланади.

Юқорида қайд этилган муаммоларни ҳал қилишда қуйидаги комплекс чора-тадбирларни амалга ошириш мақсадга мувофиқдир:

1. Аэропорт, темир йўл автовакзаллар, вагон ва автобуслар, махсус тўхташ жойлари, кўтариш қурилмалари, траволаторлар, махсус йўллар, транспорт воситаларини таъмирлаш кабиларни ўз ичига олган инклюзив туризмнинг транспорт ва дестинация инфратузилмасини яратиш.

2. Имконияти чекланган ва ногиронлиги бўлган кишилар ва асосий ишчилар улуши шундай шахслардан иборат бўлган юридик шахслар махсус меҳмонхоналар тармоғини кенгайтириш, солиқ имтиёзлари жорий этиш. Масалан ногиронлар учун махсус жиҳозланган меҳмонхона номер фондини 5 йил давомида солиқ тўловларидан озод қилиш.

3. Имконияти чекланган ва ногиронлиги бўлган шахсларнинг соғлиғини тиклаш, саёҳат қилиш имкониятини оширишга хизмат қилувчи даволаш-соғломлаштириш муассасалари (тиббий туризм) сонини кўпайтириш. Бу келгусида аҳолининг кам даромадли қатламларини ҳам туризмга жалб қилиш, мавсумдан ташқари даврларда ҳам саёҳат қилиш имкониятини оширишга хизмат қилади.

4. Имконияти чекланган ва ногиронлиги бўлган шахсларга кенг ассортиментдаги туристик хизмат турларини таклиф қилишни ташкил қилиш

орқали турфирма ва туроператорларнинг молиявий имкониятларини янада ошириш.

5. Имконияти чекланган ва ногиронлиги бўлган шахслар учун туристик-экскурсия хизматлари тўғрисидаги ахборотлар базасини шакллантириш ва зарурий ахборот билан таъминлаш; "барча учун мўлжалланган туризм" тамойили асосида ижтимоий туризмни ривожлантиришга қаратилган давлат дастурларини ишлаб чиқиш ва қабул қилиш.

Хулоса ва таклифлар.

1. Инклюзив туризм туризмнинг истиқболли йўналишларидан бири ҳисобланади. Жаҳон статистикаси шуни кўрсатмоқдаки, кейинги йилларда имконияти чекланган ва ногиронлиги бўлган шахсларнинг туризм ва саёҳат фаолиятига жалб қилиниши ортиб бормоқда.

2. Туризмнинг мазкур турининг пайдо бўлиши ва келгуси шаклланиши мазкур йўналишдаги назарий-методологик талқин ва ушбу атаманинг тушунча-атамашунослик аппаратининг алоҳида тадқиқ қилиниши билан боғлиқдир.

3. Мавжуд хорижий тажрибалар шуни кўрсатмоқдаки, инклюзив туризмнинг ривожланиши ва истиқболи аввало имконияти чекланган ва ногиронлиги бўлган шахсларни учун мўлжалланган меҳмонхона-ресторан ва транспорт хизматлари, ҳаммабоп табиий ва антропоген ҳудудларнинг мавжуд бўлишига боғлиқ ва шу кабилар.

4. Туризм соҳасида инклюзив туризмни жорий этиш аксарият мамлакатлар учун меъморий-техник, табиий, туристик, гастрономик, ижтимоий-маиший, ахборот ва бошқа йўналишларда қатор муаммоларнинг ҳал этилишини тақозо этади.

5. Инклюзив туризм соҳасида иш тажрибасига эга илғор мамлакатлар тажрибаси шуни кўрсатмоқдаки, мамлакатнинг миллий хусусиятлари, менталитети, иқтисодий тараққиёти ва унинг асосий омиллари, моддий-техника базасининг ривожланиш даражаси ва жамият аъзоларининг ушбу фаолият турини жорий этиш билан боғлиқ янгиликларни қабул қила олиш даражасини ўзида акс эттирмайди.

ФОЙДАЛАНИЛГАН АДАБИЁТЛАР

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг "Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича ҳаракатлар стратегияси" тўғрисида 2017 йил 7 февралдаги ПФ-4947-сон Фармони.

2. Белоусова, Н.В. Инклюзивный туризм в системе реабилитационной географии: от теории к практике: монографія / Н. В. Белоусова. – К. – Из-во ТАЛКОМ, 2018. 344 с.

3. Белоусова, Н. В. Теоретические аспекты развития инклюзивного реабилитационно-социального туризма в Украине / Н. В. Белоусова // Научный журнал «Научные записки Сумского государственного педагогического университета. Географические науки». – Сумы: СумГПУ имени А.С.Макаренко. – 2018. – Выпуск 9. –С.205-213.

4. Всемирная туристическая организация (UNWTO). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http: www.unwto.org.

5. Ван Циншен Теоретические и методологические аспекты рекреационной географии: современный подход / Ван Циншен [и др.] // Украинский географический журнал. – 2003. – №1. – С.45-49.

6. Сеселкин, И. А. Проблемы развития инклюзивного туризма / И. А. Сеселкин [и др.] // Ученые записки университета имени П.Ф. Лесгафта. – 2015. – № 11 (129). – С. 134-143.

7. The Costs of Inclusion / J. MacBeath, M.Galton, S. Steward et. al. Cambridge: Victoria Press, 2005. – 78 p.

8. Заярнюк, А. В. Социальная защита уязвимых слоев населения: отечественный и зарубежный опит / А. В. Заярнюк // Научные труды Кировоградского национального технического университета. Серия «Экономические науки». – Кировоград: КНТУ. – 2004. –Вып. 6. – С.132-135.

9. International Diplacement Monitoring Center. Latest IDP numbers bycountry. – Режим доступа: http://www.internaldisplacement.org/database

10. Сигида, Е. А. Инвалидность и туризм: потребность и доступность : монография / Е. А. Сигида, И. Е. Лукьянова. – М. : ИНФРА-М, 2015. – 106 с.

Каландаров У.Х. – стар.преп. СамИЭС
Каршибоев Х.К. – стар.преп.СамИЭС

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МИРОВОГО ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

Аннотация: *В статье рассматриваются проблемы оценки конкурентоспособности услуг на гостиничных предприятиях, в которых качество рассматривается как важный фактор конкурентоспособности объекта. В статье используются экспертный, факторный и параметрический методы оценки конкурентоспособности услуг на гостиничных предприятиях, также изучаются вопросы формирования требований и продаж через регрессионные ссылки.*

Ключевые слова: *обеспечение качества, «входящие», «исходящие», «общие» и «специфические» факторы, качество обслуживания, согласованность, надежность, точность, распознавание, скорость передачи данных, регрессия, соответствие цены и качества.*

Annatotsiya*: Maqolada mehmonxonalar korxonalarida xizmatlarning raqobatbardoshligini baholash muammolari ko'rib chiqiladi, bunda sifat ob'ektning raqobatbardoshligining muhim omili sifatida qaraladi. Maqolada mehmonxona korxonalarida xizmatlarning raqobatbardoshligini baholash uchun ekspert, faktorial va parametrik usullardan foydalaniladi, shuningdek regressiya aloqalari orqali talablar va sotuvlar shakllanishi o'rganiladi.*

Kalit so'zlar*: sifatni ta'minlash, "kiruvchi", "chiquvchi", "umumiy" va "o'ziga xos" omillar, xizmat ko'rsatish sifati, izchillik, ishonchlilik, aniqlik, tan olish, bod tezligi, regressiya, pul qiymati.*

Abstract*: The article deals with the problems of assessing the competitiveness of services at hotel enterprises, in which quality is considered as an important factor in the competitiveness of an object. The article uses expert, factorial and parametric methods for assessing the competitiveness of services in hotel enterprises, and also studies the formation of requirements and sales through regression links.*

Keywords*: quality assurance, "inbound", "outbound", "general" and "specific" factors, quality of service, consistency, reliability, accuracy, recognition, baud rate, regression, value for money.*

Туристический бизнес — одна из наиболее быстро развивающихся отраслей мирового хозяйства. По некоторым оценкам, международный туризм входит в число трех крупнейших экспортных отраслей, уступая нефтедобывающей промышленности и автомобилестроению.

Всемирный совет по путешествиям и туризму, промышленная группа со штаб-квартирой в Лондоне оценивают экономическую деятельность в области путешествий и туризма в 2017 г. в 3,6 трлн. долл., то есть приблизительно 11% валового мирового продукта, что делает ее самой крупной отраслью в мировой экономике. Современные доходы от туризма оценивают в триллионы долларов США, что сопоставимо с ВНП «великих» держав.

Вклад индустрии туризма в структуру ВНП стран, наиболее популярных для посещения, пока весьма скромен.

Наибольшие доходы от туризма в ВНП имеют Австрия (8%), Испания (5,8%), Швейцария (5,2%). По темпам развития туризма выделяются Китай, Мексика, США. Вместе с тем в некоторых странах доходы от туризма являются определяющей статьей ВНП: Бермудские острова — 34,7%, Сейшельские острова — 27,4%, Антигуа — 58,5%, Багамы — 52,1%. По статистике в 49 наименее развитых странах мира туризм занимает второе место после нефти в качестве источника поступлений в иностранной валюте.

Туризм, как доходная и инфраструктурная сфера экономики, еще с советских времен обладал преимущественной базой в Узбекистане, что выгодно отличало эту центрально-азиатскую республику от большинства бывших союзных субъектов. Обусловлено это явление, прежде всего, географическим положением республики, большим потенциалом в области организации туристических привлекательных маршрутов и т.д.

Все это полностью объясняет то, что туризм на сегодняшний день играет одну из главных ролей в мировой экономике и является в настоящее время одним из самых прибыльных видов бизнеса в мире. Поэтому вопросы о будущем данной отрасли мирового хозяйства, о ее перспективах и динамике ее развития в наступающем третьем тысячелетии столь важны. В результате – туризм является сейчас одним из самых динамично развивающихся видов международного бизнеса. Интерес к туризму предпринимателей очевиден и

объясняется рядом факторов. Во-первых, для того, чтобы начать заниматься туристским бизнесом, не требуется слишком больших инвестиций. Во-вторых, на туристском рынке вполне успешно взаимодействуют крупные, средние и малые фирмы. И при этом данный вид бизнеса позволяет быстро оборачивать капитал, а также (в сфере международного туризма) извлекать известные выгоды за счет валютных операций.

Ожидается постепенное смещение акцентов в развитии туризма от традиционных рынков Западной Европы, США, Японии и Канады к альтернативным рынкам, таким как Центральная и Восточная Европа, включая Россию, Китай, Южная Корея, Мексика, а также некоторые страны Ближнего Востока (табл.1.1.1.).

Таблица 1.1.1. Распределение объемов въездного туризма по регионам мира (международные туристские прибытия, млн. чел.)

Регионы мира	**Прибытия**				**Прогноз**	
	2010	**2012**	**2015**	**2019**	**2020**	**2025**
Всего	327,1	457,2	565,4	667,7	1006,4	1561,1
Африка	9,7	15,0	20,2	27,4	47,0	77,3
Америка (Северная и Южная)	64,3	92,8	108,9	130,2	190,4	282,3
Восточная Азия (Тихоокеанский регион)	31,1	54,6	81,4	92,9	195,2	397,2
Европа	212,0	282,7	338,4	393,4	527,3	717,0
Ближний Восток	7,5	9,0	12,4	18,3	35,9	68,5
Южная Азия	2,5	3,2	4,2	5,5	10,6	18,8

Одной из наиболее значимых тенденций развития мирового туризма является резкое усиление конкуренции на рынке туристического предложения как следствие появления все большего числа растущих стран с амбициозными планами привлечения туристов, а также перенасыщения на рынке однотипного туристского предложения. Рынок туризма весьма динамичен и незамедлительно реагирует на изменения условий приема туристов в туристских центрах. Например, цунами 2004 года в Тихоокеанском регионе серьезно пошатнуло позиции таких развитых туристских центров как Тайланд, Малайзия и Индонезия. В результате этого страны, стремящиеся сохранить, либо упрочить свои позиции на международном рынке, осуществляют планирование туризма на основе принципов устойчивого развития, предусматривают долгосрочные инвестиции в данную сферу и имеют четкие государственные стратегии развития туризма.

Основные составляющие стратегий, которые используются в мировой практике: детальный анализ собственных рынков с оценкой соотношения традиционных и перспективных направлений, учет общемировых тенденций и мультипликативного эффекта от развития туризма, проведение ежегодных

международных кампаний под определенными запоминающимися девизами, а также широкое использование возможностей передовых информационных технологий как базовой платформы общения с потребителями туристских услуг. Сфера туризма при успешном развитии может стать одним из ключевых элементов, позволяющих создать условия для достижения стратегических целей развития страны, а именно, повышения благосостояния населения на основе динамичного и устойчивого экономического роста, обеспечения занятости населения, повышения уровня удовлетворения социальных и духовных потребностей, создания потенциала для будущего развития государства и укрепления международных позиций. Немаловажной тенденцией современного туризма является повышение роли государственной политики развития туризма страны в целом, а также целевого продвижения отдельных туристских продуктов на отечественном и международном рынках (рис. 1).

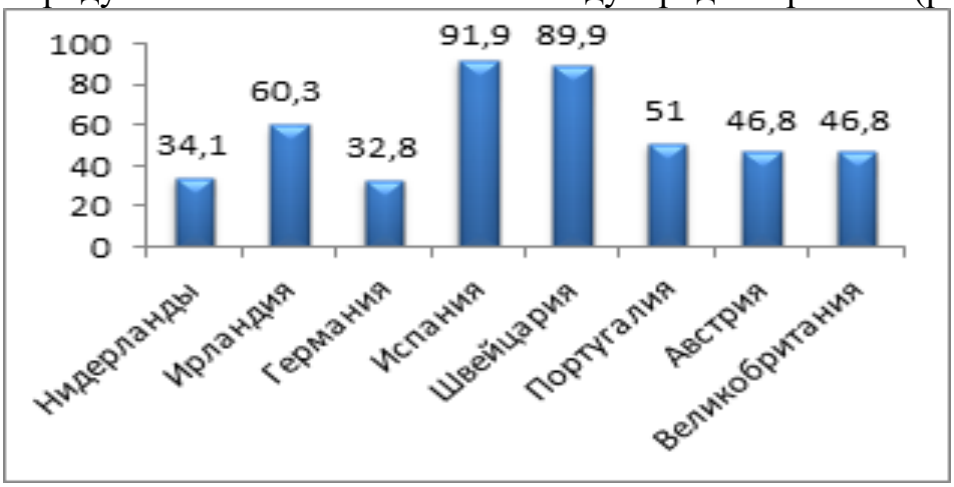


Рисунок 1.1. Бюджеты национальных туристских организаций, выделяемые на рекламу, млн. евро, 2018 г.

При условии проведения эффективной государственной политики туристская индустрия обеспечивает рост качества услуг, стимулирует развитие человеческого капитала, повышает качество жизни, создает и совершенствует инфраструктуру.

Список использованных источников

1. Азоев ГЛ. Конкуренция: Анализ, стратегия и практика. М.: ИНФРА-М, 1996.
2. Алексеев В. Практикум по маркетингу: Задачи, тесты, ситуации. М.: ИНФРА-М, 2001.
3. Амблер Т. Практический маркетинг. Издательство "Питер", 1999-400 с. (серия "Теория и практика менеджмента")
4. Андреева О.Технология бизнеса: Маркетинг: Учебное пособие. М.: ИНФРА-М, 1997.
5. Ассэль Г. Маркетинг: Принципы и стратегия. М.: ИНФРА-М, 2001.
6. Барышев А. Маркетинг: Учебник. М.: Академия, 2002.
7. Бейкер М. Маркетинг: Энциклопедия. СПб.: Питер, 2002.

8. Белявский И. Маркетинговое исследование: Информация, анализ, прогноз. М.: ИНФРА-М, 2001.

Mirzayeva U. – SamISI MMX-119 guruh magistranti
Ibadullayev N.E. – SamISI dotsenti

MEXMONXONA TIZIMIDA KLASTERLARNI TASHKIL ETISH AHAMIYATI

Annotatsiya: *Ushbu maqolada klasterlarni tashkil qilish bilan turizmning, xususan mexmonxona xo'jaligining ahamiyati aks ettirilgan va ularning faoliyatini rivojlantirishda oily ta'limning o'rni belgilab berilgan.*

Kalit so'zlar*: klaster, mehmonxona, turizm, turizm turlari, asosiy xususiyatlar*

Аннотация: *В статье подчеркивается важность туризма, особенно гостиничного бизнеса, в формировании кластеров и подчеркивается роль высшего образования в развитии их деятельности.*

Ключевые слова: *кластер, гостиница, туризм, виды туризма, ключевые особенности.*

Annotation: *This article highlights the importance of tourism, especially the hotel industry, in the formation of clusters and identifies the role of higher education in the development of their activities.*

Keywords: *cluster, hotel, tourism, types of tourism, key features*

Globallashuv va mintaqalashtirishni bir vaqtda kuchaytirish, raqobat jarayonlarini mahalliy darajaga o'tkazish, ishlab chiqarishni fazoviy tashkil etishning yangi shakllarining paydo bo'lishi zamonaviy iqtisodiy rivojlanishning o'ziga xos xususiyati hisoblanadi.

Klaster - bu hududiy yaqinlikdan tashqari, birlashtirilgan qiymat zanjirlarini yaratishga imkon beradigan o'zaro ta'sirni o'z ichiga olgan ma'lum xususiyatlar to'plamiga ega bo'lgan aniq iqtisodiy hodisa. Bu faqat klaster rezidentlari birgina sohada ishlamay, balki ma'lum bir guruh mahsulotlariga yo'naltirilganida mumkin bo'ladi. Klaster shahar, mintaqani rivojlantirishda mehmonxona yo'nalishi samaradorligini oshirishga qaratilgan dastur va rejalarni amalga oshirish maqsadida barcha manfaatdor tomonlarning birgalikdagi faoliyatini amalga oshirishda haqiqiy hamkorlik mexanizmidir. Klasterlar xususiy kompaniyalar va davlat idoralari o'rtasidagi munosabatlarni tartibga solish uchun mo'ljallangan. Mavjud tarmoqlararo aloqalardan foydalanish hamda davlat va xususiy sektor o'rtasidagi hamkorlik foydasiga ishlash, muloqot va sanoat kasbiy uyushmalarini rivojlantirish muhimdir. Klaster siyosatining maqsadi iqtisodiy rivojlanish darajasini oshirishdir.

Mehmonxona klasterini shakllantirishda xizmat ko'rsatuvchi tashkilotlar - transport va logistika, investitsiya va boshqalar, texnologiyalarni uzatish markazlari, xodimlarni baholash, uskunalarni ijaraga berish va ta'mirlash va boshqalar zichligi yuqori bo'lgan gorizontal tarmoq inshootlariga bo'ysunishida alohida rol o'ynaydi.

Klasterlash iqtisodiyotining asosiy xususiyatlari quyidagilarda namoyon bo’ladi:

1. Mulkchilik shakli, tashkiliy-huquqiy holati, sanoat va geografik mansubligi jihatidan xilma-xil bo'lgan tashkilotlarni yuqori qo'shimcha qiymatga ega yakuniy mahsulotni ishlab chiqarishning ajralmas tizimiga birlashtirish.

2. Klasterning barcha a'zolari ierarxik boshqaruv organlarini yaratishni talab qilmaydigan huquqiy va iqtisodiy mustaqilligini saqlab qoladilar, ma'muriy va tashkiliy xarajatlarni qisqartiradi. Klaster iste'molchilar, mintaqaviy hokimiyat va jamoatchilik ishtirokida sanoat, tadqiqot, savdo, moliya, transport va boshqa infratuzilma tashkilotlari vakillarining kengashi tomonidan boshqariladi.

3. Klaster ishtirokchilari o'rtasida yagona strategik asosda yagona maqsadga erishishda nafaqat bozor, raqobatdosh, balki ishonchli hamkorlik aloqalari o'rnatiladi.

4. Klaster doirasida yopiq mezostruktura sifatida yakuniy mahsulotni, shu jumladan tegishli mahsulotlarni ishlab chiqarish va sotish bo'yicha umumiy xarajatlarni va foyda, qiymatning oshishini hisobga olgan holda milliy iqtisodiy samarani hisobga olish mumkin bo'ladi. qo'shimcha va byudjet balansi, ijtimoiy va atrof-muhit ta'siri.

5. Klasterni mezostruktura sifatida davlat boshqaruvi, alohida korxonalar faoliyatini tartibga solishdan farqli o'laroq, tizimli boshqaruvni, mintaqalararo aloqalarni rivojlantiradi, davlat-xususiy investitsiyalari va innovatsion sheriklik asosida mintaqaviy innovatsiya va infratuzilma tizimini yaratishga imkon beradi.

Klaster yondashuvi kichik biznes uchun alohida ahamiyatga ega. Ba'zi tadqiqotchilar globallashuv va xalqaro raqobatning kuchayishi sharoitida kichik firmalarni saqlab qolishning yagona usulini ularni klasterlarga birlashtirishda ko'rishadi.

Klasterlarning milliy iqtisodiyotga ta'siri haqida gapirganda, shuni ta'kidlash mumkinki, masalan, AQSh iqtisodiyotida bandlikning 32% dan ortig'i, davlat sektorini hisobga olmaganda, klasterlar tomonidan ta'minlanadi. Shvetsiya iqtisodiyotida klasterlar davlat ishchilarini hisobga olmaganda, ish bilan band aholining 39 foizini ishlaydi. Bunday tarmoqlarda mehnat unumdorligi mamlakat o'rtacha ko'rsatkichidan 44 foizga yuqori. Bundan tashqari, Garvard biznes maktabi ma'lumotlariga ko'ra, klaster sektori mahalliy bozorga xizmat ko'rsatadigan tarmoqlarni rivojlantirishning asosiy harakatlantiruvchi kuchidir. Ammo asosiy narsa quyidagilar: ma'lum bir mamlakatda klasterlar qanchalik rivojlangan bo'lsa, aholining turmush darajasi va o'sha mamlakatda korxonalarning raqobatbardoshligi shunchalik yuqori bo'ladi.

Hudud sanoatini klasterlashning asosini innovatsiyalarga asoslangan modernizatsiya jarayoni tashkil etadi. Strukturaviy ravishda u texnik, texnologik, tashkiliy, boshqaruv va institutsional yangiliklarni qamrab oladi.

Zamonaviy sanoat siyosatining mazmuni sanoat klasterlarini tashkil etish va qo'llab-quvvatlash - bu hudud iqtisodiyotining kelajakdagi raqobatbardoshligining asosi bo'lishi kerak.

Mehmonxona klasteri asosan sayyohlik majmuasining bir qismi sifatida qaraladi. Ammo zamonaviy mehmonxonalar klasteriga birinchi navbatda o'zaro

bog'liq klasterlar majmuasi tomonidan tuzilgan murakkab mezoiqtisodiy tizim sifatida qarash kerak. Mahalliy mehmonxonalar klasteri - bu fan, sanoat, qishloq xo'jaligi, xizmat ko'rsatish, turizmning bir qator tarmoqlari bilan o'zaro bog'liq bo'lgan murakkab tizim bo'lib, uning faoliyati aholi uchun tovarlar va xizmatlar ishlab chiqarishdan tashqari, boshqa narsalar qatori foydalanish uchun tovarlar ishlab chiqarish va xizmatlar .. mehmonxona biznesida.

1-jadval

Klasterlarning mexmonxona xo'jaliklari bilan bog'liqligi

Klaster turlari	Mintaqa resurslari turlari	Turizm turlari	Mehmonxonalar turlari
Mashinasozlik va metallga ishlov berishning innovatsion va texnologik klasteri	Sanoat, innovatorlik markazlari, ilmiy-tadqiqot muassasalari	Biznes turizm Kongress turizm	De Luxe mehmonxonalari, butik mehmonxonalar, mehmonxonalar, mini-mehmonxonalar, idoraviy mehmonxonalar, SPA mehmonxonalar, biznes mehmonxonalar, mehmonxona majmualari
Yog'ochga ishlov berish klasteri	Yog'ochga ishlov berish sanoati korxonalari, xunarmandlar	Biznes turizm Kongress turizm	kongressi mehmonxonalari, mehmonxonalar, mini-mehmonxonalar, idoraviy mehmonxonalar, biznes mehmonxonalar, mehmonxonalar majmualari
Farmatsevtika klasteri	Farmatsevtika korxonalari, aptekalar	Biznes turizm Kongress turizm	turistik mehmonxonalar, idoraviy mehmonxonalar, SPA-mehmonxonalar, dam olish markazlari, biznes mehmonxonalar, mehmonxonalar majmualari
Kema qurish klasteri va dengiz klasteri	Kemasozlik korxonalari	Biznes turizm Kongress turizm	De Luxe, Butik mehmonxonalar, SPA-mehmonxonalar
IT klasteri	Ilmiy salohiyat	Kongress turizm Ta'lim turizmi Ilmiy turizm	kongressi mehmonxonalari, mehmonxonalar, mini-mehmonxonalar, idoraviy mehmonxonalar, biznes mehmonxonalar, mehmonxonalar majmualari
Radioelektronika, asbobsozlik, aloqa vositalari	Ilmiy salohiyat	Ishbilarmonlik turizmi	mehmonxonalar, mini mehmonxonalar, idoraviy mehmonxonalar,

va axborot-telekommunikatsiya korxonalari uyushmasi			biznes mehmonxonalar
Kosmik texnologiyalar, texnologiyalar va xizmatlar ishlab chiqaruvchilar klasteri va yo'l klasteri	Ilmiy salohiyat	Ta'lim turizmi	Xostellar, mini-mehmonxonalar, mehmonxonalar, kvartiralar va apart-mehmonxonalar, yotoqxonalar, yotoq va nonushta
Ijodiy klaster		Madaniyat va sport festivali va tadbir turizmi	Mehmonxonalar, mini mehmonxonalar, yotoq va nonushta
Turistik klaster	Tabiiy-iqlim	Ekskursiya turizmi	Mehmonxonalar, mini-mehmonxonalar, yotoq va nonushta, motellar
		Bolalar turizmi	Mehmonxonalar, mini-mehmonxonalar, lagerlar, yotoq va nonushta
		Rekreatsion turizm	Dam olish uylari. pensionatlar, sanatoriylar, SPA-mehmonxonalar, motellar, lagerlar, turistik markazlar
		Sog'liqni saqlash turizm	Sanatoriyalar, pansionatlar, dispanserlar, SPA-mehmonxonalar
		Yacht Tourism	De Luxe, Butik mehmonxonalar
		Qariyalar uchun sayohatlar	Dam olish uylari, pansionatlar, sanatoriylar, dispanserlar, mehmonxonalar
		Ekologik turizm	Ekologik qishloqlar

Klasterning ijtimoiy-iqtisodiy siyosati ma'lum bir mintaqa iqtisodiyotining o'ziga xos xususiyatlarini aks ettiradi; mintaqaning kadrlar salohiyati va uning shakllanish xususiyatlari sohaviy tuzilishga bog'liq. Mehmonxonalar klasterini rivojlantirish uchun o'rta va oliy ta'lim muassasalari negizida mehmondo'stlik sohasi korxonalari uchun mutaxassislar tayyorlaydigan ta'lim segmentini shakllantirish ustuvor vazifadir. Shu bilan birga, klasterning kadrlar salohiyati tarkibiga nafaqat

ta'lim muassasalari bitiruvchilari, balki menejmentning turli darajalaridagi mehmonxonalar sohasida amaliy tajribaga ega mutaxassislar, shuningdek, kasbiy qayta tayyorlashdan o'tgan mutaxassislar kiritilishi kerak.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Lisikova O.V., Lukyanenko E.V. Saratov turistik-rekreatsion klasteri: yaratish va rivojlantirish uchun zaruriy shartlar (1 qism) [Elektron resurs]. http://elskst.ucoz.ru/publ/rossijskie_konferencii/osobye_ehkonomic_news_zony_turistsko_rekreacionnogo _yra/^ikoua_o_y/4-1-0-77 (kirish sanasi 04.03.2021).
2. Yurasova O.A. Mintaqada klasterlarning shakllanishi va rivojlanishini boshqarish [Elektron resurs]. http://www.e-commerce.psati.ru/content/public/2010/1140/ (kirish sanasi 04.03.2021)
3. Demidov N. Peterburg energetika klasteri investitsiyalar, buyurtmalar va qidirmoqda rivojlanish istiqbollari // Ekspert [Sayt]. http://eng.expert.ru/northwest/2011/22/klasternyij-effekt (apellyatsiya sanasi 04.03.2021 y.)
4. Sankt-Peterburgning klaster loyihalari [Elektron resurs]. http://www.clusterprojects.spb.ru/project/6 (kirish sanasi 04.03.2011)
5. S.R.ni chizish Iqtisodiyotni klasterlashning mohiyati va asosiy shakllari. Iqtisodiyot, N 2 (30) [Elektron resurs]. http://www.m-economy.ru/art.php3?artid=25576 (davolash sanasi 04.03.2021).

Raximov Zafar Odilovich – Samarqand iqtisodiyot va servis instituti dotsenti.

SAMARQAND TURIZM DESTINATSIYASI HOLATI VA RIVOJLANISHI

Annotation: *The article discusses the current tourism potential of the Samarkand tourist destination and the work done to develop this sector. He also covered the reforms being implemented by the leadership of Samarkand region.*

Keywords: *tourism, tourism destination, inbound and domestic tourism, tourist flow, tourism services, tourist potential, hotels, family guest houses.*

Аннотация: *В статье рассматривается актуальный туристический потенциал Самаркандского туристического направления и работа, проделанная для развития этого сектора. Также рассматривается о реформах, проводимых руководством Самаркандской области.*

Ключевые слова: *туризм, дестинация туризма, въездной и внутренний туризм, приток туристов, туристические услуги, туристический потенциал, гостиницы, семейные гостевые дома.*

Hozirgi kunda turizmning, nafaqat, tarixiy yoki an’anaviy, balki, yangidan-yangi turlari, shakl hamda ko‘rinishlari vujudga kelmoqdaki, bu yangi tendensiyalar mazkur sohani valyuta kirib keluvchi manba sifatidagina emas, mintaqaviy

rivojlanishning asosiy faktorlaridan biri deb qabul qilinishiga olib kelmoqda. Bu esa globallashuv davrida vaqt o‘tishi bilan sohaning yangicha ko‘rinishlari va sifat ko‘rsatkichlari yuzaga kelishiga sabab bo‘lib, uni muntazam kuzatib borish, sohada faoliyat olib boruvchilar bilan bir qatorda, turizm iste’molchilarining ham dam olish davomidagi jarayonda ma’lum hudud qonuniyatlariga rioya qilish, ularga hurmat bilan munosabatda bo‘lish, yoinki, madaniyatli bo‘lishni, foydalanilayotgan va ko‘rib zavq olinayotgan barcha resurslarni kelajak avlodga bus-butun yetkazish maqsadida dam olish madaniyatiga rioya qilish bugungi kun turizmidagi dolzarb muammolardan biriga aylanmoqda.

Turizm umumiy ma’noda sayr-sayohatlar sarguzashtlarni ifoda etadi. Shu sababdan ular ijtimoiy turmush va mehnat jarayonlaridan tarkib topadi. Mamlakatimizning sayyohlik salohiyati jahonning turizmi rivojlanayotgan davlatlaridan kam emas. Bugungi kunda Samarqand turizm destinatsiyasida sayyohlarni nafaqat bir necha asrlik tarixiy obidalar bilan balki betakror tabiat manzaralaridan zavq olib mazmunli dam olish, sayr qilish, milliy urf odat va an’analar bilan yaqindan tanishish, sharq shirinliklari saxil meva sabzavot va bog‘dorchilik mahsulotlaridan tatib ko‘rish, sharqona bozorlarda xaridlarni amalga oshirish, muqaddas qadamjolarni ziyorat qilish, davolanish va boshqa imkoniyatlar mavjudligi bilan o‘ziga rom etmoqda.

Samarqand turizm destinatsiyasida 2019 yilning yanvar-dekabr oylarida davomida amalga oshirilgan ishlar tahlilini amalga oshiradigan bo‘lsak, 2019 yil yanvar-dekabr oylarida viloyatimizga jami 3 120 000 nafar sayyohlar, shundan 154 ta xorijiy davlatlardan 560 000 nafar xorijiy sayyohlar tashrif buyurgan bo‘lib, bu 2018 yilning mos davriga nisbatan 1,59 barobarga o‘sgan. Shuningdek, mahalliy sayyohlar soni 2 560 000 nafarni tashkil etib, bu ko‘rsatkich 2018 yilgi ko‘rsatkichga nisbatan 1,2 barobarga ortgan.

Samarqandning mavjud turistik salohiyatini qaraydigan bo‘lsak 2019 yil yanvar-dekabr oylari davomida jami 161 ta joylashtirish vositalari (1239 xona, 2841 o‘rin) ishga tushirildi:

- 33 ta mehmonxona (742 xona, 1683 o‘rin)
- 128 ta oilaviy mehmonxona uyi (497 xona, 1158 o‘rin)

Samarqandda bugungi kunda 296 ta joylashtirish vositalari faoliyat yuritayotgan bo‘lib, shundan 109 ta mehmonxona (2388 xona, 5238 o‘rin), 151 ta oilaviy mehmon uylari (589 xona, 1362 o‘rin), 29 ta xostel (250 xona, 738 o‘rin), 5 ta mehmon uyi (31 xona, 88 o‘rin), 2 ta butik otelni (68 xona, 132 o‘rin) tashkil qiladi.

Shuningdek, 243 ta turistik sinfga mansub transport vositalari, shundan, 93 ta mikroavtobuslar, 124 ta avtobus va 20 ta elektromobil, 174 ta turoperatorlar hamda 230 ta gid-tarjimonlar tomonidan mahalliy va xorijiy fuqarolarga sayyohlik xizmatlari ko‘rsatib kelinmoqda.

Samarqand turizm destinatsiyasida 2019 yil davomida xorijiy va mahalliy turistlar uchun 9 ta turizm axborot markazi tashkil etildi, 76 ta namunaviy sanitariya-gigiena shoxobchalari qurildi, 65 ta turistik ob’ektlarga olib boruvchi yo‘l ko‘rsatgich belgilari, 55 ta turizm ob’ektlarda Wi-Fi hududi tashkil qilindi.

Bundan tashqari, Samarqand viloyat vakillari tomonidan Italiya, Xitoy, Hindiston, Finlyandiya, Latviya, Rossiya, Birlashgan Arab Amirliklari, Germaniya va Ukraina davlatlarida o‘tkazilgan Xalqaro ko‘rgazmalarda viloyatning turizm salohiyati namoyish etildi.

Yaqin yillargacha sayyohlar uchun taklif etiladigan yo‘nalishlar asosan Samarqand turizm destinatsiyasi tarixiy obidalar va muzeylar bilan cheklanar edi. Bugungi kunga kelib, Samarqand turizm destinatsiyasida turizmning tarixiy-madaniy turlaridan tashqari ziyorat turizmi, turizm qishlog‘i, ekoturizm, agroturizm kabi sayyohlikning yangi tarmoqlari keng rivoj topmoqda.

Samarqand turizm destinatsiyasida ekoturizm yo‘nalishilar bo‘yicha Jomboy tumanida Zarafshon milliy bog‘i, Samarqand tumanidagi Ohalik va Mironqul tog‘li qishloqlari, Urgut tumanidagi Taxtaqoracha davoni, Beshkon, Omonqo‘ton hamda Qoratepa qishloqlaridagi suv ombori, Nurobot tumanidagi Sazag‘on, Anjirli, Jom, Ibrayim Ota qishloqlarida joylashgan dam olish joylari, Qo‘shrabot tumanidagi Pangat, Qizilbel, Qoratosh, Jonbuloq qishloqlaridagi shifobaxsh buloqlar va dam olish maskanlari shuningdek, Fozilman davlat o‘rmon xo‘jaligi sayyohlarga manzur bo‘lmoqda.

Undan tashqari, Samarqand turizm destinatsiyasida ziyorat turizmi yanada rivoj topmoqda. Sayyohlik salohiyatini oshirishda ziyorat turizmining roli juda katta hisoblanadi. Ziyorat turizmi muqaddas joylarni ziyorat qilish ma’rifiy sayyohatlarga yo‘naltirilgan haj va diniy turizmdan iboratdir.

Samarqanddagi eng yirik ziyorat turizmi ob’ekti bu Islom olamida juda katta hurmat bilan tilga olinadigan Imom al-Buxoriy qabrlari joylashgan ziyoratgoh hisoblanadi. So‘ngi yillarda ziyorat turizmi ob’ektlari soni ko‘payib bormoqda. Bugungi kunda Birinchi prezidentimiz Islom Karimov maqbarasi majmuasi, Xo‘ja Abdu Dorun, Xo‘ja Abdu Berun, Xo‘ja Is’hoq Vali, Shayx Xudoydodi Vali kabi ziyoratgohlar doimo sayyohlar e’tiborida. So‘ngi vaqtlarda mamlakatimizda «Turizm qishlog‘i»ni rivojlantirish bo‘yicha keng ko‘lamdagi ishlar olib borilmoqda.

Samarqand turizm destinatsiyasida ham turizmni yanada rivojlantirish uchun sayyohlik infratuzilmasi ob’ektlariga qaratilgan ustuvor investitsiya loyhalarini amalga oshirish, tarixiy obidalarni zamon talablari asosida rekonstruksiya qilish bu soha taraqqiyotida ijobiy natijalarni beradi. Turistik ob’ektlar atrofida zamonaviy servis shaxobchalarini tashkil etish esa, sayyohlarni jalb qilish bilan birgalikda ob’ekt joylashgan hudud aholisini ish bilan ta’minlashga va ularni doimiy daromad manbayiga ega bo‘lishiga xizmat qiladi.

Samarqand turizm destinatsiyasida turizm sohasida olib borilayotgan ishlar, sayyohlar uchun tashkil etilgan yangi yo‘nalishlar, yangi xizmatlar joriy etganini dunyo mamlakatlariga ma’lum qilish xorijdagi sayyohlik firma va kompaniyalari bilan hamkorlik o‘rnatish ushbu tarmoq rivojiga muhim hissa qo‘shadi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro’yxati:

1. Raximov Z.O., Xaitboev R., Ibadullaev N.E., Safarov B.Sh. Turopereyting. O‘quv qo‘llanma. – Toshkent: “Fan va texnologiya”, 2018, 300 bet.

2. Raximov Z.O. Turizmda tadbirkorlik. O‘quv qo‘llanma. – Samarqand: SamISI, 2019, 232 bet.

3. Raximov Z.O. Norkulova D.Z. Turistik destinatsiyalarni loyihalashtirish. O‘quv qo‘llanma. – Samarqand: SamISI, 2020, 188 bet.

Qahharov J.A. – SamISI assistenti
Tashnazarov S.A. – SamISI katta o’qituvchisi

GASTRONOMIYA TURIZMINI RIVOJLANTIRISHDA GO’SHTI BILAN TA’MINLASHNI TAKOMILLASHTIRISH

Annotatsiya: *Ushbu tezisda gostronomiya turizmini rivojlantirishda go’shtga bo’lgan talabning o’sishi va bu talabni qondirishda parranda go’shtidan foydalanish dolzarbligi asoslangan. Shuningdek parranda go’shtini afzalliklari undan tayyorlangan taomlar tahlili orqali izohlanga.*

Kalit so’zlar: *turizm, gastronomik turizm, parranda go’shti, talab***.**

Аннотация: *В этом тезисе основано растущем спросе на мясо в развитии гастрономического туризма и актуальности использования мясо птицы для обеспечения этого спроса. Также объяснена польза мясо птицы путем анализа продуктов, приготовленных из нее.*

Ключевые слова: *туризм, гастрономический туризм, мясо птицы, спрос.*

Annotation: *In this thesis analyzed on the growing demand for meat in the development of gastronomic tourism and the relevance of using poultry meat to meet this demand. The benefits of poultry meat are also explained by analyzing products prepared from it.*

Keywords: *tourism, gastronomic tourism, poultry, demand.*

Respublikamiz iqtisodiyotini barqaror suratlarda rivojlanishini ta’minlashda turizmni yanada rivojlantirish istiqbolli yo’nalishlardan hisoblanadi. Dunyo tajribasida turizmning asosiy yo’nalishlaridan biri gastronomic turizm bo’lib, mazkur turni ommalshtirish bo’yicha mamlakatimizda etarlicha imkoniyatlar mavjud. Turizmning bu turini rivojlantirish sohada ko’plam masalalarni yechishni taqozo etadi. Shu nuqtai-nazardan turistlarni oziq-ovqat maxsulotlari bilan to’la ta’minlash ularning sifatini, biologik qiymatini, ta’mini yaxshilash, bolalar taomlari va parhez taomlar ishlab chiqarishni kengaytirish masalalariga alohida e’tibor berilmoqda. Shu sababli turistlarga xizmat ko’rsatishda, ularni tarkibi balanslashtirilgan, ratsional ovqatlanishini tashkil etish muammosi aktual masalalardan hisoblanadi.

Ovqatlanish ratsionini ishlab chiqishda ularning tarkibida to’la qiymatli oqsillar bo’lishiga alohida e’tibor berish lozim. Chunki ular, o’sayotgan organizmda yangi to’qimalar vujudga kelishida, inson organizmida sintez bo’lmaydigan almashinmaydigan aminokislotalar bilan ta’minlash vazifasini bajaradi. Oqsillar hazm bo’lishida almashinmaydigan aminokislotalarning ma’lum nisbatdagi sifat miqdori ham muhim ahamiyatga ega.

Respublikamizda turistlarni ovqatlanishini ta’minlash go’sht maxsulotlariga bo’lgan talabni o’sishiga va ovqatlanish ratsionida hayvonot oqsillarini ko’paytirishini taqozo qilayapti.

Hozirgi paytda go’sht resurslarini ko’paytirishning bir necha yo’nalishlari mavjud. Bulardan asosiylari, qoramol sonini ko’paytirish, cho’l, dasht va tog’ zonalarida qo’y sonini ko’paytirish, kurka, o’rdak, g’oz, tovuqlarni ko’paytirish uchun moslashtirilgan xo’jaliklar ham parranda go’hti ishlab chiqarishni kopaytiradi. Parranda go’shti yirik shoxli mollar go’shtiga nisbatan biriktiruvchi to’qimalar miqdorining ozligi, nozikligi, tez hazm bo’lishi bilan ajralib turadi va qimmatli oziqaviy maxsulot sifatida tavsiflanadi.

Kurka-o’rdak go’shti o’ziga xos ta’mi nozikligi bilan ham ajralib turadi. Kurka-o’rdak go’shti yuqori biologik qiymatidan tashqari, xo’jalikka foydaliligi bilan ham ajrlib turadi. Kurka-o’rdakning tuxumini yig’ish shart emas, tuxumlar soni 13-14 taga yetgandan so’ng o’zi bosib jo’ja chiqaradi va bir mavsumda 2-3 marotaba 10-14 tadan jo’ja ochadi. 8-10 xaftalik jo’jalar vazni 2 kg ga yetadi. 6 oydan keyin ularning og’irligi 3 kg ga xo’rozlariniki esa 4 kg gacha yetadi.

Kurka-o’rdak go’shtining yuqori oziqaviy va biologik qiymatiga qaramasdan, ularda tayyorlanadigan pazandalik maxsulotlari va taomlari assortimenti ishlab chiqilmagan.

Yuqorida qayd etilganlarni e’tiborga olgan holda biz kurka-o’rdakning tirik vazni, so’yilgandan keyin chiqitlardan ajratilgandagi vazni, tana bo’lakchalari vazni va oziqaviy chiqitlar miqdorini aniqlashni, shuningdek, kurka-o’rdak go’shtidan yarim tayyor va tayyor maxssulotlar ishlab chiqarish texnologiyasini takomillashtirishni maqsad qilib qo’ydik.

Keltirilgan kurka-o’rdakning tirik vazni 1800 g.ni tashkil etdi. Ajralib chiqqan qon miqdori 90 g. bo’lib, tirik vaznining 4,9 % ni tashkil etdi.

Chala tozalangan tana vazni tirik vazniga nisbatan-90,1 % (1640g), texnik chiqitlar-10,9 % (200g), sub maxsulotlari-21,4 (390g), kulinar ishlov berishga tayyor tana vazni-57,7 % (1050g), chala tozalangan tana vazniga nisbatan esa 64% ni tashkil etdi. Texnik chiqitlar tirik vazniga nisbatan 10,9 % (200g) ni tashkil etdi.

Ishlov berilgan o’rdakning yoshi va vaznini etiborga olib quyidagi taomlar tayyorlash mumkin:

-yosh kurka-o’rdak bo’laklanmagan tanasini fol’gaga o’rab yoki o’ramasdan duxobkaga pishirish;

-qarri parrandalardan shurva tayyorlab, pishgan butun tanani duxobkada qizartirib olish;

-filesidan nachinkali yoki nachinkasiz kotletlar;

-bo’laklab qovurdoq, dimlama shurvalarda ishlatish;

-sub maxsulotlaridan farsh tayyorlash;

-suyakli sub maxsulotlarini (qanotli, bo’yni va h.k.lar) shurvalarda ishlatish.

Kurka-o’rdak go’shtidan tayyorlangan taomning oziqaviy qiymatini aniqlash maqsadida, quymoqqa o’ralgan kurka-o’rdak taomoning fizik-kimyoviy va aminikislotali tarkibini nazariy yo’l bilam aniqladik.

Taomning kimyoviy tarkibini aniqlaganda oqsil miqdori-34,2; yog’-30,9; uglevodlar-60,9 g.ni tashkil etdi. Kletchatka miqdori-3,5g.; mineral elementlardan: Na-163,5; K-2336,6; Ca-80,9; Mg-128,1; P-429,2; Fe-403,2 mg ni tashkilnetdi. Vitaminlardan B karotin-0,07; A-0,024; B_1-0,63; B_2-0,74; PP-12,68; C-70 mg ekanligi aniqlandi. Umumiy energiyik qiymati- 972 kkal hazm bo’luvchi qismining energitik qiymati-900,5 kkal bo’ldi.

Almashinmaydigan aminokislotalar: valin-1754,64; izoleysin-1420,3; leytsin-2580,6; metionin+sistin-1117,6; treonin-1521,2; triptofan-411; fenilalanin+tirozin-2016 mg ni tashkil etdi.

Qaymoqqa o’ralgan kurka-o’rdak go’shti taomning tarkibi aniqlaganda hamma aminokislotalar balansi aptimal miqdorda ekanligi, kurka-o’rdak go’shtidan tayyorlangan bu taom organaleptik ko’rsatkichlari, fizik-kimyoviy xossalari va aminokislotali tarkibi bilan yuqori oziqaviy va biologik qiymatga ega va tarkibi balanslashtirilganmaxsulot sifatida ishlatish mumkin.

Xulosa o’rnida shuni ta’kidlash joizki, gastronomik turizmni rivojlantirishda, turistlar ovqatlanishini samarali tashkil etishda go’sht magsulotlariga bo’lgan talabni qondirishda kurka-o’rdak go’shtinining o’rni beqiyos ahamiyat kasb etadi. Shuningdek, bu tur go’sht inson organizmi tomonidan tez o’zlashtirilishi hususiyati undan turistlar uchun taom tayyorlashda hamda parhez ovqatlar tayyorlashda o’ta muhim hisoblanadi.

Бердимуродов Азизжон Шукриллоевич – СамИСИ мустақил изланувчиси

ЭРКИН ТУРИСТИК ҲУДУДЛАРНИ САМАРАЛИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ ТАШКИЛИЙ-ИҚТИСОДИЙ МЕХАНИЗМИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШГА ТАЪСИР ЭТУВЧИ ОМИЛЛАР

Аннотация: *В статье рассматриваются этапы развития свободных экономических зон в стране, их экономическое значение, а также факторы, влияющие на совершенствование организационно-экономического механизма эффективного развития свободных туристических зон.*

Abstract: *The article examines the stages of development of free economic zones in the country, their economic importance, as well as factors affecting the improvement of the organizational and economic mechanism for the effective development of free tourist zones.*

Ключевые слова: *туризм, свободная экономическая зона, свободная туристическая зона, свободная туристическая зона Чарвак, влияющие факторы.*

Key words: *tourism, free economic zone, free tourist zone, free tourist zone Charvak, influencing factors.*

Эркин туристик ҳудудларнинг ривожланиш тарихи узоқ даврларга бориб тақалади. Ҳар бир давлат ўзининг географик жойлашуви, иқтисодий ривожланиш ҳолати каби кўрсаткичлар асосида эркин иқтисодий ҳудудларнинг ҳар хил формаларидан кенг фойдаланиб келган.

Ҳар қандай эркин иқтисодий ҳудудларни барпо этишдан асосий мақсад давлатнинг узоқ ва яқин муддатларга мўлжалланган вазифаларини ҳал этилишига қаратилади. Булар умумиқтисодий, ижтимоий, минтақавий, ташқи савдо сиёсати, илмий-техник натижаларини ҳаётга тадбиқ этиш каби мақсадлар бўлиши мумкин.

Эркин туристик ҳудудларни барпо этишдан асосий мақсад тўғридан-тўғри чет эл инвестицияларини жалб қилиш, валюта тушумларини ошириш, янги иш ўринларини барпо этиш, давлат даромадаларини ошириш ҳамда мамлакатнинг экспорт салоҳиятини янада юксалтиришдан иборатдир. Шу билан бирга, эркин иқтисодий ҳудудларда ишчи хизматчиларнинг малакаси нисбатан оширилади, айнан, шу ҳудудда иқтисодий ислоҳотлар тажриба сифатида ўрганилади, ижобий натижалар мамлакат миқёсида кенг қўлланиланади ва аксинча, салбий томонлари эса алоҳида бир ҳудуд мисолида зарар кўрилса-да, мамлакат миқёсида бундай катта зарарнинг олдини олиш имконияти туғилади. Одатда, бундай ҳудудда намунавий технологиялар қўлланилиб, унинг натижаси мамлакат миқёсида илғор тажриба сифатида намоён этилади, экспорт эса диверсификация қилинади.

Ўзбекистон Республикасида эркин иқтисодий ҳудудларни барпо этиш ишлари илк бор “Эркин иқтисодий зоналар тўғрисида”ги Қонун 1996 йил 26 апрель куни қабул қилинишидан бошланди. Шундан сўнг, “Жиззах эркин иқтисодий ҳудуди” (1996 йил), “Самарқанд” халқаро туризм бўйича махсус очиқ иқтисодий ҳудуд (1997 йил) ва Нукус шаҳрида эркин ишлаб чиқариш ҳудуди (1998 йил) барпо этилди. Аммо қонунни амалиётда жорий этиш бўйича етарли меъёрий ҳужжатлар ишлаб чиқилмаганлиги бу соҳада зарур бўлган тажриба ва билимнинг етарли даражада бўлмаганлиги ҳамда инфрастуктураларнинг заифлиги каби омиллар бундай эркин иқтисодий ҳудудларнинг самарали ишлашига салбий таъсир кўрсатди.

Жаҳон иқтисодиётидаги 2008 йилдаги инқироздан кейин илк бор Ўзбекистон Республикасида эркин иқтисодий ҳудудларни барпо этиш бўйича ишлар Жанубий Корея билан ҳамкорликда муҳокама этилди. Қисқа муддатдаги давр мобайнида мамлакатимиз эркин иқтисодий ҳудудлари ривожланиш тарихини қуйидаги бир нечта босқичларга бўлиб ўрганишни мақсадга мувофиқ деб ҳисоблаймиз:

1-босқич. 2008 йилда Навоий халқаро аэропорти ҳудудида “Навоий” эркин индустриал-иқтисодий зонасининг барпо этилишидан бошланди. Жанубий Кореялик мутахассисларнинг ҳамкорлиги билан бу эркин иқтисодий ҳудуд барпо этилди ва шу ҳудудда автомашиналарнинг эҳтиёт қисмларни ишлаб чиқиш, электрон маҳсулотлар ҳамда машинасозлик тармоқларига зарур бўлган электротехника маҳсулотларни тайёрлаш йўлга қўйилди. Бу ҳудудда ишлаб чиқариш корхоналарида жаҳон талабларига жавоб берадиган рақобатбардош

маҳсулотларни ишлаб чиқариш учун энг самарали чет эл илғор ишлаб чиқариш воситалари ва технологиялар жалб этилди.

2-босқич. 2012 йилда “Навоий” эркин индустриал-иқтисодий зонасининг тажрибасидан келиб чиққан ҳолда “Жиззах”, “Ангрен” махсус индустриал иқтисодий ҳудудларини барпо этиш бўйича амалий ишлар бошлаб юборилди. Бу ҳудудларда чет эл ва маҳаллий инвестицияларни жалб қилиш бўйича зарур шарт-шароитлар яратилди, юқори технологик ишлаб чиқариш воситалари, технологиялар жалб этилди, рақобатбардош маҳсулотлар ишлаб чиқариш йўлга қўйилиб, юқори даражадаги қўшимча қиймат яратилишига эришилди. Бу, ўз навбатида, ҳудуддаги мавжуд ресурслардан самарали фойдаланиш, қўшимча иш ўринларни яратиш ва аҳоли даромадларининг ошишига имконият яратди. Махсус эркин иқтисодий ҳудудларда шу соҳа билан боғлиқ бўлган халқ хўжалигининг бошқа тармоқлари ҳам ривожлана бошлади.

3-босқич. Мамлакатимиз қисқа давр ичида бўлса-да, эркин иқтисодий ҳудудлар бўйича тажрибага эга бўлди ва унга етарли даражада меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатлар қўшган ҳолда Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2016 йил 26 октябрдаги ПФ-4853 “Эркин иқтисодий зоналар фаолиятини фаоллаштириш ва кенгайтиришга доир қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги Фармони қабул қилинди. Натижада, “Навоий” эркин индустриал-иқтисодий зонаси, “Ангрен”, “Жиззах” махсус индустриал зоналари эркин иқтисодий зоналарга ўзгартирилиб, уларга ягона ҳуқуқий режим, солиқ ва божхона имтиёзлари берилди. Бундан кейинги яратилган барча эркин иқтисодий ҳудудларга худди шундай ҳуқуқ ва имкониятлар берилди. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 12 январдаги ПФ-4931 сонли Фармонига биноан Самарқанд вилоятининг Ургут туманида “Ургут”, Бухоро вилоятида, Ғиждувон туманида “Ғиждувон”, Фарғона вилоятининг Қўқон шаҳрида “Қўқон” ва Хоразм вилоятининг Ҳазорасп туманида “Ҳазорасп” эркин иқтисодий ҳудудлари барпо этилди. Бу ҳудудларда инвестицияларни жалб қилган ҳолда вилоятдаги мавжуд ишлаб чиқариш ресурслари ва имкониятлардан самарали фойдаланган ҳолда рақобатбардош маҳсулотларни чуқур қайта ишлаб чиқаришни йўлга қўйдилар.

Эркин иқтисодий ҳудудларни ташкил этишнинг асосий сабаби мамлакатни товарлар импортидан ҳимоя қилиб, маҳаллий саноат корхоналарини айнан, шу маҳсулотларни ишлаб чиқаришга йўналтириш бўлиб ҳисобланади.

Шунингдек эркин туристик ҳудудларни бошқариш тизимини осонлаштириш мақсадида маъмурий-бошқарув кенгашларига маҳаллий ва марказий бошқарув органларнинг маъмурий масъул шахслари жалб этилди.

“Чорвоқ” эркин туристик ҳудуди Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 5 декабрдаги ПФ-5273-сон Фармонига мувофиқ Тошкент вилоятининг туризм салоҳиятидан фойдаланиш самарадорлигини ошириш, замонавий инвестиция лойиҳаларини амалга ошириш орқали аҳолининг дам олиши ва туризм учун шароитларини яхшилаш, туризм хизматлари соҳасида янги иш ўринларини ташкил этиш ва аҳоли бандлиги ҳамда фаровонлигини ошириш мақсадида Тошкент вилоятида ташкил

қилинган. Мазкур қарор билан, ҳудуди 94 805 га. дан иборат “Чорвоқ” эркин туристик ҳудуди чегаралари, вазифалари, “Чорвоқ” ЭТЗ Дирекцияси, ДУК устави ва вазифалари белгиланган. Шу билан бирга, Вазирлар Маҳкамасининг 2018 йил 16 январдаги 29-сон қарори Низомининг талаблари асосида Дирекциянинг фаолияти белгилаб берилган ҳамда Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 21 декабрдаги ПФ-5600-сон Фармони билан эркин иқтисодий ҳудудлар фаолияти мувофиқлаштирилган.

“Чорвоқ” эркин туристик ҳудуди йил давомида туризмни ривожлантириш бўйича етарлича табиий ва климатик шароитларга эга, ёзги туризмни Чорвоқ ҳудуди ва сув омбори атрофида, “Угом-Чотқол” миллий боғи ҳудудида ривожлантириш имкониятлари катта, қишки туризмни ривожлантириш бўйича “Чимён” ва “Белдирсой” ҳудудида имкониятлар етарли. Денгиз сатҳидан 1600-3300 метр баландликликдаги тоғ тизмалари ва қияликларнинг жойлашуви “Чимён” ҳудудига йил давомида сайёҳларни жалб қилади. Тоғдаги қор 6 ой давомида эримасдан сақланади, бу эса ўз навбатида жаҳон талаблари даражасидаги тоғ-чанғи курорт комплексларини барпо этиш имконини беради. Бўстонлиқ туманининг қарийб 3 млн. аҳолига эга пойтахт Тошкент шаҳрига яқинлиги ушбу туманнинг туризм бўйича жозибадорлигини янада оширади. Бўстонлиқ тумани ўтган асрнинг 60 йилларидан буён туризм маркази ҳисобланиб, бугунги кунда 10 000 нафаргача аҳоли ушбу туманга дам олишга ташриф буюради.

Транспорт тизимининг такомиллашиши натижасида бугунги кунда бошқа вилоятлардан ҳам сайёҳлар оқими сезиларли равишда ортган. “Чорвоқ” эркин туристик ҳудудини ташкил этиш орқали инфатузилмаларни ривожланиши натижасида зиёрат, тоғ туризми, эко-туризм, қишки туризмга иштиёқманд хорижлик туристлар оқими кескин ошди. Шу билан бирга, турли қишки спорт мусобақалари, шу жумладан, қишки Осиё ўйинлари ўтказиш орқали ушбу ҳудудни оммалаштириш имкониятини ҳам яратиш мумкин.

Чорвоқда 10 та меҳмонхона ва пансионатлар, шундан энг йириклари «Чорвоқ оромгоҳи» (3*), «Charos Hotel» (4*); Белдирсойда – 3 та, шундан энг йириклари «Бельдерсай оромгоҳи» (4*), «Montella Park» Чимёнда – 8 та, шундан энг йириклари «Лайнер» (3*), «Nebesa», «Sky Village».

1-жадвал

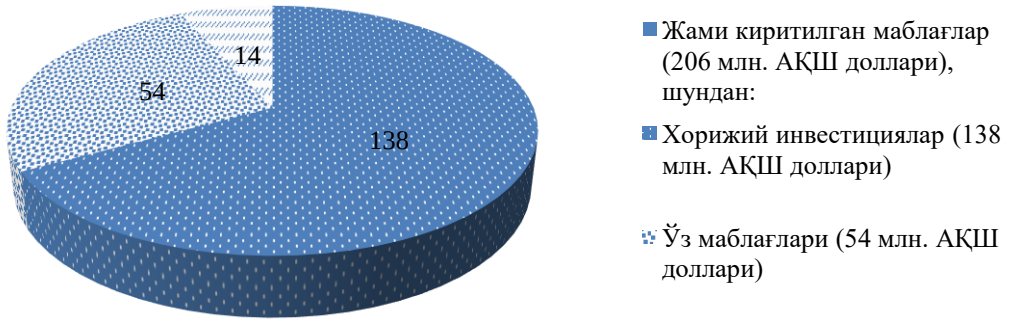
“Чорвоқ” эркин туристик ҳудудида 2021 йилда амалга оширилиши белгиланган лойиҳалар[118]

Манзил	Ташаббускор	Лойиҳа қиймати	Иш ўрни
Меҳмонхоналар			
Майдашкан тоғи	Wind Rose	50,0 млн. АҚШ доллари	350
Юсуфхона	Astrek Business	25,0 млн. АҚШ доллари	100
Тематик парклар			
Нанай қишлоғи	Nanaus Paradaise	5,0 млн. АҚШ доллари	70
Чимён қишлоғи	Ёшлар спорт маркази	5,0 млн. АҚШ доллари	50
Санаторийлар ва дам олиш масканлари			

[118] Тошкент вилояти ҳокимлиги сайти – www.toshvil.uz маълумотлари асосида муаллиф томонидан тайёрланган.

Чимён қишлоғи	Lahisam	13,0 млн. АҚШ доллари	300
Чимён қишлоғи	Chimgan	25,0 млн. АҚШ доллари	150

“Чорвоқ” эркин туристик ҳудудида 100 дан ортиқ турли туристик йўналишларда лойиҳаларни бўш ер майдонлари ҳамда бўш биноларда амалга ошириш учун таклифлар билдирган. “Чорвоқ” ЭТЗ ҳудудида хорижий ва маҳаллий тадбиркорлар томонидан 206 млн. АҚШ доллари миқдоридаги, шундан, чет эл инвестициялари 138 млн. АҚШ доллари, ўз маблағлари 54 млн. АҚШ доллари, банк кредити 14 млн. АҚШ долларини ташкил қиладиган жами 24 та инвестицион лойиҳалар эркин иқтисодий ҳудудлар ва кичик саноат ҳудудлари Маъмурий кенгаши томонидан маъқулланган ҳамда умумий 1 000 гектардан иборат бўлган ер майдонлари ажратилган.



1-расм. “Чорвоқ” ЭТЗ ҳудудида 24 та лойиҳага жалб этилган маблағларнинг манбалари (млн. АҚШ доллари)[119]

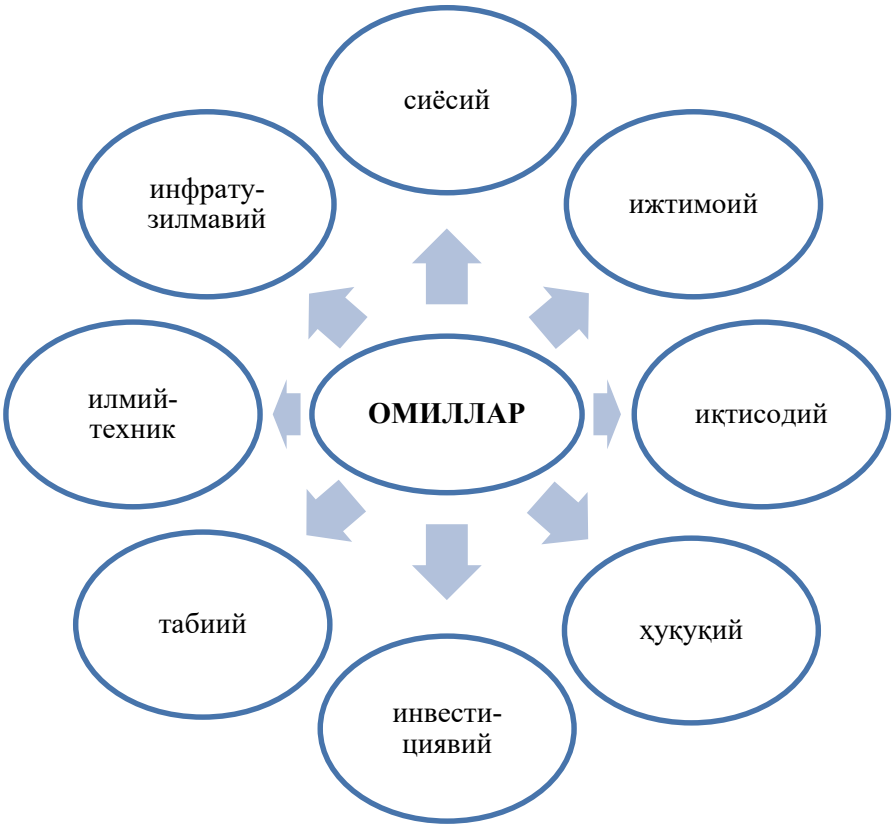
Ҳозирда маъмурий кенгаш томонидан маъқулланган жами лойиҳалар қиймати 109,3 млн. АҚШ долларини ташкил этадиган 4 та лойиҳанинг қурилиш ишлари олиб борилмоқда. Маҳаллий ва хорижий инвесторлар томонидан жами 59,3 млн. АҚШ доллари миқдорида инвестиция жалб қилиниб, шундан, 42,4 млн.АҚШ доллари хорижий инвестиция сифатида киритилган. Ушбу лойиҳалар ишга тушгандан сўнг 560 та иш ўрни ҳамда 1 110 та ўринга эга бўлган меҳмонхоналар ташкил этилиши кўзда тутилган.

Маъмурий кенгашнинг 2019 йил 18 сентябрдаги 49-сон, 2019 йил 3 октябрдаги 50-сон, 2019 йил 30 октябрдаги 51-сон ҳамда 2019 йил 18 декабрдаги 54-сон йиғилиш баёни билан маъқулланган жами қиймати 96,7 млн. АҚШ долларини ташкил этадиган 18 та лойиҳани “Чорвоқ” эркин туристик ҳудуди иштирокчиси сифатида рўйхатдан ўтказиш ишлари амалга оширилмоқда. Бундан ташқари, жами қиймати 211 млн. АҚШ долларини ташкил қиладиган, шундан, 116,6 млн. АҚШ доллари хорижий инвестиция бўлиши кутилаётган 43 та турли туристик лойиҳалар “Чорвоқ” эркин туристик ҳудудига жалб қилинган.

Бизнинг фикримизча, эркин туристик ҳудудларни самарали ривожлантиришнинг ташкилий-иқтисодий механизмини такомиллаштириш бир

[119] “Чорвоқ” эркин туристик зонаси дирекцияси маълумотлари асосида муаллиф томонидан тайёрланган.

қатор зарурий омилларга боғлиқ бўлиб, уларнинг мавжудлиги ЭТҲларнинг самарали ривожланишини таъминлайди (2-расм).



2-расм. Эркин туристик ҳудудларни самарали ривожлантиришнинг ташкилий-иқтисодий механизмини такомиллаштиришга таъсир этувчи омиллар[120]

2-расмда келтирилган омилларнинг тавсифи ҳақида қисқача тўхталиб ўтамиз (2-жадвал).

2-жадвал

Эркин туристик ҳудудларни самарали ривожлантиришнинг ташкилий-иқтисодий механизмини такомиллаштиришга таъсир этувчи омилларнинг тавсифи[121]

Омиллар	Тавсиф
Сиёсий	Сиёсий барқарорлик, давлат органлари фаолиятининг очиқлиги, давлатларо сиёсий барқарор муносабатлар тизими
Ижтимоий	Демографик ўсиш, ёш таркиби, ишга лаёқатли аҳоли динамикаси, аҳоли саводхонлиги, халқаро миграция жараёни
Иқтисодий	Аҳолининг даромад даражаси, ЯИМ динамикаси,

[120] Муаллиф томонидан ишлаб чиқилган.
[121] Муаллиф томонидан ишлаб чиқилган.

	инфляция даражаси, бандлик ҳолати
Ҳуқуқий	Тадбиркорлик фаолияти билан боғлиқ расмиятчилик, меъёрий-ҳуқуқий базанинг мавжудлиги, ҳуқуқий кафолат ва чекловлар
Инвестициявий	Қулай инвестициявий муҳит, инвесторлар учун яратилган имтиёзлар тизими, маҳаллий ишбилармонлик муҳити, солиқ, божхона ва бошқа маъмурий имтиёзлар
Табиий	Табиий ресурслар, экологик ресурслар, иқлим, флора ва фауна, тарихий-маданий ресурслар, географик жойлашув
Илмий-техник	Ахборот технологияларининг ривожланиш ҳолати, илм-фан ва ишлаб чиқаришнинг интеграциялашуви, инновацион ривожланиш даражаси
Инфратузилмавий	Транспорт-логистика, алоқа-коммуникация, коммунал хизматларнинг яхши йўлга қўйилганлиги

Мазкур омилларнинг биринчиси **сиёсий омиллардир.** Бу давлатнинг сиёсий жиҳатдан барқарорлик даражаси, давлат органлари фаолиятининг очиқлиги, қўшни ва узоқ хориж давлатлари билан сиёсий алоқаларнинг яхши йўлга қўйилганлиги кабиларда намоён бўлади. Давлатнинг сиёсий баркарорлиги инвесторнинг келгусидаги фаолиятини режалаштириши ва ишонч билан олдинга интилишига имкон беради.

Иккинчиси, **ижтимоий омиллардир.** Ижтимоий омилларга аҳолининг демографик ўсиши, ёш таркиби, ишга лаёқатли аҳоли динамикаси, аҳоли саводхонлиги, халқаро миграция жараёни кабиларни киритиш мумкин. Хорижий инвестицияларни жалб килишга, асосан, аҳолининг саводхонлиги, ишчи кучининг малака даражаси, меҳнат қилиш этикаси, меҳнат унумдорлиги даражаси муҳим ўрин эгаллайди.

Учинчиси, **иқтисодий омиллар** бўлиб ҳисобланади. Бунга аҳолининг даромад даражаси, ЯИМ динамикаси, инфляция даражаси, бандлик ҳолати кабилар киради. Мазкур омил ЭТҲни самарали ривожлантиришнинг ташкилий-иқтисодий механизмини такомиллаштиришнинг энг муҳим омилларидан бири бўлиб, ҳар қандай инвестор иқтисодий жиҳамдан ўсиш имкониятлари юқори бўлган давлатлар иқтисодиётига инвестиция киритишни исташи билан характерланади.

Тўртинчиси, **ҳуқуқий омиллардир.** Ҳуқуқий омилларга тадбиркорлик фаолияти билан боғлиқ расмиятчиликлар, фаолият билан боғлиқ меъёрий-ҳуқуқий базанинг мавжудлиги, тадбиркорлир учун ҳуқуқий кафолатларнинг мавжудлиги кабилар киради. Бизнингча, эркин туристик ҳудуднинг фаолият юритиши билан боғлиқ меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатларнинг мавжудлиги ва унга оғишмай амал қилиниши, суд-ҳуқуқ тизимининг тўлиқ мустақиллиги тадбиркорлик, қолаверса инвестицион муҳитнинг жозибадрлигига улкан таъсир кўрсатади.

Бешинчиси, **инвестициявий омиллардир.** Бунга мамлакатдаги қулай инвестициявий муҳитнинг мавжудлиги, инвесторлар учун яратилган имтиёзлар тизими, маҳаллий ишбилармонлик муҳити, солиқ, божхона ва бошқа маъмурий имтиёзларнинг амал қилиши кабиларни киритиш мумкин.

Олтинчиси, **табиий омиллар.** Табиий омилларга туризм фаолияти учун табиий ресурсларнинг мавжудлиги, ҳудуднинг иқлим шароити, флора ва фауна ҳолати, ҳудуднинг географик жойлашуви, шунингдек тарихий-маданий ресурсларнинг мавжудлигини келтириш мумкин.

Еттинчиси, **илмий-техник омиллардир.** Илмий-техник омилларга ҳудудда ахборот технологияларининг ривожланиш ҳолати, илм-фан ва ишлаб чиқаришнинг интеграциялашуви, инновацион ривожланиш даражаси кабилар киради. Маълумки, эркин туристик ҳудудларнинг асосий вазифаларидан бири – илм-фан ва ишлаб чиқаришнинг интеграциялашувига эришишдир, бу илмий ишланмалар ва инновацион ғояларни ЭТҲда амалга оширишда намоён бўлади.

Саккизинчиси, **инфратузилмавий омиллардир.** Албатта инфратузилма ҳар қандай фаолиятни ривожлантиришда энг муҳим омиллардан саналади. Бунга ишлаб чицариш учун ер майдонларидан фойдаланиш, ерни ижарага олиш шартлари ва муддати, транспорт тизими, коммунал хизматлар, электр энергиясининг мавжудлиги, сув таъминоти даражаси, телекоммуникациянинг ривожланиш даражасининг яхши йўлга қўйилганлигини санаб ўтиш лозим.

Ибрагимов Ибодулла Хасанович – СамИСИ “Маркетинг” кафедраси доценти, и.ф.н.
Мусабаева Лариса Алишеровна – СамИСИ “Иқтисодий таҳлил ва статистика” кафедраси ассистенти

ЎЗБЕКИСТОН ТУРИСТИК МАҲСУЛОТИНИ СИЛЖИТИШНИНГ ИЛМИЙ АСОСЛАРИ

Аннотация: *Мақолада Ўзбекистоннинг туристик кластер сифатида образини жаҳон туризм бозорида силжитишнинг муҳим жиҳатлари илмий асосда очиб берилган. Жаҳоннинг етакчи мамлакатларида олиб борилаётган тажрибалар асносида брендни яратиш ва уни самарали силжитиш масаласига эътибор қаратилган.*

Калит сўзлар: *мамлакатнинг туристик имижи, миллий туристик маҳсулот, туристик маҳсулотни силжитиш ва позициялаш, туристик кластерлар имижини шакллантириш босқичлари, сайёҳлик маскани имижини шакллантиришнинг учта асосий воситаси, слоган, мавзулар ва позициялаш; кўргазмали тимсоллар ва воқеалар ҳамда ҳаракатлар.*

Аннотация: *В статье раскрываются важные аспекты продвижения имиджа Узбекистана как туристического кластера на мировом туристическом рынке. Особое внимание уделяется опыту ведущих стран*

мира, которые ориентируются на создание бренда и его эффективное продвижение.

Ключевые слова: *туристический имидж страны, национальный туристский продукт, продвижение и позиционирование туристского продукта, этапы формирования имиджа туристских кластеров, три основных средства формирования имиджа туристической дестинации, слоган, тематика и позиционирование; визуальные символы, события и действия.*

Annotations: *The article reveals important aspects of promoting the image of Uzbekistan as a tourism cluster in the world tourism market. Special attention is paid to the experience of the leading countries of the world, which are guided by the creation of a brand and its effective promotion.*

Key words: *tourist image of the country, national tourist product, promotion and positioning of a tourist product, stages of forming the image of tourist clusters, three main means of forming the image of a tourist destination, slogan, theme and positioning; visual symbols, events and actions.*

Давлатнинг туристик образи Ўзбекистонни янги туристик манзил сифатида позициялаштириш соҳасидаги маркетинг мажмуасини рағбатлантиришнинг бошланғич нуқтасидир. Шу ўринда, Жаҳон Сайёҳлик Ташкилотининг мамлакат қиёфасини (имижини) таърифини қўллаш аҳамиятлидир, «мамлакатнинг барча хусусиятларини, ўз тажрибалари доирасида ва маълум бир тасвирни яратишга таъсир қилувчи афсоналарни таққослашдан келиб чиқадиган ҳиссий ва оқилона ғоялар мажмуидир”[122].[4].

Деярли барча ривожланган мамлакатлар туризмнинг ривожланишини рағбатлантиради. Бу мақсадлар учун давлатларнинг брендлар яратилади ва уларнинг имижи ишлаб чиқилади. Бу тактика ўзини тўлиқ оқлайди, чунки бундай ҳолатда нафақат муайян дам олиш маскани номи, балки бутун мамлакат нафақат сайёҳларни, балки халқаро инвесторларни жалб қилиш учун ҳам самаралидир.

Ўз имижини силжитишни дастлабки давлатлардан бири Испания бўлиб, унга кейинчалик Сингапур, Туркия, Малайзия, Греция ва Руминия қўшилишди. Мамлакат ҳақида унинг қадамжоларини унинг инвестициялар учун жозибадорлиги учун қисқача ҳикоя қиладиган видеороликлар яратиш билан бирга, баъзи мамлакатлар ўз брендларини яратишга эришдилар. Шунга мувофиқ мазкур давлатларнинг брендини акс эттирувчи логотиплари пайдо бўла бошлади. Энди бир неча мамлакатларнинг расмий веб-сайтларида оригинал, бежирим, энг муҳими-давлатларнинг расмий “ташриф қоғозлари” пайдо бўлди. Шундай қилиб, Испания мамлакатнинг номини ташкил этувчи ёркин қизғиш қуёш ва ўйноқи ҳарфлари билан ифодаланадиган ESPANA номи битилган ташриф логотипи кириб келди. Руминиянинг “юзи” бироз ўзига хос. Ушбу мамлакатнинг бренди мамлакатнинг таниқли бўлган барча жойларини тоғлар, денгиз ва қуёшни бирлаштиради.

[122] Рус тилидан муаллифларнинг эркин таржимаси

Шу ўринда Руминиянинг тажрибалари эътиборга моликдир. Кўп йиллар давомида Руминия коропортлари, дам олиш масканлари кўплаб сайёҳларни жалб қилиб келар эди бироқ, 2000 йиллар бошидан Руминияга саёҳлар кам кела бошлади. Бунинг сабаблари меҳмонхоналарнинг эскиргани ва модернизацияни талаб қилар, сервис паст даражада, нархлар эса юқори эди. Саёҳларда нима учун Руминияга бориш керак, у ерда нимани кўриш мумкин? деган савол турар эди.

Руминия туризм бизнеси доиралари вазиятни тузатиш учун айнан шу саволга жавоб бериш учун "информацион майдон" ташкил этиш кераклигини тушуниб етдилар. Мамлакатнинг 36 компанияси бирлашиб Конференция ва кўргазма ташкилотчилари Миллий Ассоциациясини (ККТМА) тузишдилар. Ассоциация жиддий имкониятларга эга бўлди: ўтган йили унга киритилган компанияларнинг хизматларидан Руминияга ташриф буюрган 160 минг сайёҳ фойдаланди. Саёҳат агентликлари ўз стратегияларини глобал "воқеалар бозорига" сингдириш учун дастурлар ишлаб чиқара бошладилар. Мамлакатни халқаро туристик каталогларга, жумладан, бизнес туризмига қўшиш ва халқаро тадбирлар учун танловларда иштирок этиш масаласи илгари сурилди. Уюшма 2025-йилгача Руминияда ўз тадбирлар каталогини яратишга қарор қилди, унда иштирок этиш хорижий мижозларга қизиқиш уйғотиши мумкин бўлган барча жиҳатлар ёритилиб келинмоқда.

Масалан, шу тадбирлар дастурига кўра, 1999 йил 11 август кунида қуёшнинг тўлиқ тўтилиши фақатгина Руминия ҳудудида кўзатилиши мумкинлиги Европадан кўплаб туристларнинг оқимига сабаб бўлди. Бу табиий ҳодиса сайёҳлар учун яхши ўлжа бўлиб хизмат қилди. Меҳмонхоналар тадбирдан тўрт ой олдин заҳирага олинди. Катта бизнес томонидан махсус кўзойнаклар ишлаб чиқариш ва сотиш йўлга қуйилди. Сайёҳлар оқими умумий овқатланиш корхоналари, сувенир савдогарлари ва бошқаларга пул топиш учун имкон яратилди.

Буюк Британия. XX1 аср бошида кўпчилик инглизлар Британия имиджини яхшилайдиган раҳбарга муҳтож эканликларини англадилар. Консерваторлар ўрнини эгаллаган янги Меҳнат партиясидан чиққан Бош вазир Тони Блеэр айнан шундай қарорга келди. У бу масала сиёсий масала эканлигини тушунган ҳолда, қасрлар, икки қаватли автобуслар ва кулгили полициячи "бобби"лар билан тўла бир мамлакат, консерватив сифатида инглизларнинг эскирган турмуш тарзи ўтмиш эканлигини тушуниб етди. Кираверишдаги сокин боғлар, гул ўстирилган осиғлиқ саватлар билан ўралган эски уйлар ўрнини кўп қаватли замонавий биноларга айлантириш зарурати ўртага ташланди. Қиролича саройида парадлар дабдабалари энди Лондоннинг "рамзлари" деб қабул қилиш эскирганлиги жамоатчилик томонидан тан олина бошлади.

Эски қиёфа Британияга қанотларини ёйишга ва ўзини янги қудратли мамлакат деб эълон қилишга имкон бермаслиги аниқ эди. Концепция муаллифларининг фикрича, Вестминстер Аббатлиги ва Лондоннинг Тауэр

минорасидаги Қироллик ғазнасини Британия рамзлари сифатида унутиш ва ёшлар манфаатларига эътибор қаратиш лозим эди.

Шу босимлар остида Тони Блиэр энг замонавий дизайнерлар, рассомлар ва жамоат арбобларини жамлаш учун “Panel-2000” деб номланган қўмита яратишга қарор қилди. “Уларнинг энергияси ва кучи Британияга керак бўлган ижобий образдир”, - дейилади расмий баёнотда.[123]

Шуни таъкидлаш керакки, бу қарор оммага эълон қилинган кундан бошлаб ҳукумат бошига танқид ва таъналар ёғилди. Тарихий ўтмишга эътибор бериш ўрнига, мода ва ёшлар маданиятига эътибор қаратиш оммавий ахборот воситаларининг таъкидлаганидек, инглизларга бу ҳолат ёмон тушдай туюлар эди. Масалан, “Спайс герлз” қизларининг саҳнада сакраб рақс тушишлари, Британия ҳақида расмий филмда Қироличанинг акс эттирилмаслиги, Англия саҳна юлдузларининг ёшлар билан бевосита алоқалари шубҳали ахлоқий фазилатларни намоён қилаётгандек туюлар эди. Албатта, ҳеч бир мамлакат ўз имижини ўзгартириши ҳам ташқи, ҳам ички сиёсатга, қолаверса маркетинг олдида ҳал қилиши ўта мураккаб бўлган вазифадир.

Ўзбекистонда ҳам тоғлар, қуёш ва кўплаб маданий мерос обидалар, мақбаралари бўлган тарихий жойлар кўп. Мамлакатимиз туристик ресурсларининг бутун мажмуи ана шундай ресурсларга бой янги туристик манзил имиджини яратиш учун бирлаштирилиши керак, бугунги кунда дунё минтақасида туристлар томонидан Марказий Осиё янги туристик йўналиш сифатида шаклланиш босқичида.

Шунингдек, хорижий оммавий ахборот воситалари вакиллари учун ҳам, сайёҳлик соҳасидаги бизнес ҳамкорлар учун ҳам ахборот турларига катта эътибор қаратиш зарур. Яъни мамлакатимиз номи янги истиқболли сайёҳлик маскани сифатида тилга олинганда пайдо бўладиган ахборот бўшлиғини тўлдириши зарур. Шу мақсадда Ўзбекистонда ҳам, хорижда ҳам хусусий сектор билан биргаликда ахборот марказларини очиш масалалари атрофлича ишлаб чиқилиши лозим.

Ўзбекистоннинг чет элдаги туризм бўйича расмий ваколатхоналари чет элдаги асосий мақсадли бозорларда туристик маҳсулотни фаол рағбатлантириш агентларига айланиши мумкин ва бу бозорларнинг туризм соҳаси билан, оммавий ахборот воситалари ҳамда туристик жараённинг бошқа иштирокчилари билан алоқани таъминлаши керак. Бу ваколатхоналар Ўзбекистоннинг дипломатик ваколатхоналарида фаолият кўрсатади. Янги ва жозибадор туристик йўналишлардан бири сифатида мамлакатимизнинг дунёда оммавий позицияси учун бундай ваколатхоналар ишини ташкил этиш зарур.

Ўзбекистон учун мамлакатнинг ижобий туристик қиёфасини шакллантириш борасидаги ишларни янада чуқурлаштириш муҳим вазифалардандир. Ўзбекистонни бутун дунёда тан олиш керак. Бу нафақат сайёҳларни жалб қилиш муҳим аҳамиятга ега, балки мунтазам келиб, уларни рағбатлантириш, уларнинг дўстларини зиёрат қилиш учун ҳудудни тавсия

[123] Из материалов Гильдии маркетологов, //www.marketologi.ru

қилиш. Бунинг учун ҳудудий кластерларнинг брендини шакллантириш учун махсус ишлаб чиқилган алоҳида дастурлар керак.

Дастурда муайян кластерни туристик маҳсулот сифатида жаҳон бозорига жойлаштиришнинг асосий қоида ва вазифалари кўрсатилиши лозим. Асосий реклама воситалари буюк Британия, Жанубий Корея, Франция, Германия ва Япониядаги етакчи оммавий ахборот воситаларида кенг кўламли реклама кампаниялари ўтказиш орқали амалга оширилиши мумкин, фикримизча, мана шу мамлакатлар миллий туристик маҳсулотлар учун энг истиқболли бозор ҳисобланади.

Ташқи бозорларда миллий туристик маҳсулотнинг реклама кампанияларини ўтказишда муваффақият сири газеталарда, радио ва телевидениеда пайдо бўладиган реклама материаллари сонида эмас, балки муваффақият калити жамоатчилик билан алоқалар ривожланишининг тўғри белгиланган концепциясидадир. Мамлакат учун янги туристик кластерлар имижини шакллантириш тўрт босқичда амалга оширилиши лозим.

Биринчи босқич. Биринчи босқичда жаҳон туризм бозорини тадқиқ этиш ва таҳлил қилиш амалга оширилади, ўз маҳсулотининг ва рақобатчилар таклифнинг қисқа ва узоқ муддатли жиҳатлари аниқланади. Шу билан бирга транспорт муаммолари, яъни қулай транспорт инфратузилмасини ривожлантириш, хизмат кўрсатиш ва кўрсатиладиган хизматлар сифатини таъминлаш ҳал этилади.

Кейинги муаммо жойлаштириш ва овқатлантириш билан боғлиқ муаммолар ҳисобланади. Транспорт ва турар жой объектларининг қувватига қараб туристларнинг эҳтимолий сони ва уларнинг яшаш муддати масаласи ҳал қилинади. Бундан ташқари, потенциал мижозлар эътиборига молик бўлган рақобатбардош таклифлар таҳлил қилинади.

Иккинчи босқич. Бу босқичда ҳар томонлама туризм кластерининг сиёсатининг мақсадларини комплекс аниқлаш кўзда тутилган. Бунга кластерда мавжуд фаолият кўрсатадиган, қайси туристик йўналишлар билан рақобатлашадиган ва қайси бозорлар учун энг устувор бўлган бозор ҳақидаги тўлиқ амаллар киради.

Бу жараёнда саъй-ҳаракатларни истиқболли бозорларга қаратиш лозим бўлади. Ўзбекистон учун бундай бозорлар, IPK International тадқиқотларига кўра, Буюк Британия ва Жанубий Корея бозорлари – биринчи даражали бозорлар, Франция ва Германия – иккинчи даражали бозорлар, Япония-учинчи даражали бозор ҳисобланади.

Учинчи босқич-мақсадни амалга ошириш. Таклиф этилаётган миллий туристик маҳсулотнинг ўзига хос кўринишини яратиш, шунингдек унинг ноёб ва алоҳида жозибадорлиги таъкидланади. Бу босқичда бозор сегментацияси амалга оширилади, мижознинг афзал образи яратилади, жумладан, миллати, ёши, маълумоти, муайян гуруҳга даромади ва ижтимоий аҳволи, соғлиғи ҳолати, оилавий аҳволи ва бошқалар таҳлил қилинади.

Ўзбекистон учун маҳаллий кластерларнинг миллий туристик маҳсулотларга қизиқиши юқори бўлган мамлакатлардан афзал сайёҳнинг

қиёфаси қуйидаги кўрсаткичлар билан ифодаланади: бокира табиатни севувчилар, ажойиб манзаралар ва ўрганилмаган сайёҳлик жойларига иштиёқмандлар йўналиши, эркаклар ва аёллар, 30-55 ёш, ўрта ва олий таълим, даромад даражаси - ўртача ва ундан юқори.

Потенциал истеъмолчиларнинг мақсадли гуруҳлари аниқлангандан сўнг таклифни якунлаш, яъни туристларнинг эҳтиёжларини қондира оладиган ва Ўзбекистон учун максимал даромад бера оладиган туристик хизматлар ва товарлар мажмуини ташкил этиш лозим. Потенциал туристларни ўрганиш чоғида олинган маълумотларга кўра, мамлакатимиздаги энг жозибадор туризм ресурси- тарихий-маданий обидалар, табиат манзаралари ва ландшафтлар бўлиб, улар Ўзбекистоннинг жозибадор туристик салоҳиятининг 70% ни ташкил этади. Кейинги пайтда туризмнинг қуйидаги турлари ҳам катта қизиқиш уйғотмоқда:

-“Чўл сафариси” – транспортда даштларни кезиш, ўтовларда ёки палаткаларда яшаш;

- Туризмнинг экологик ва табиат билан уйғунлашган турлари;

- Буюк Ипак йўли бўйлаб бир неча мамлакатлар бўйлаб мотоциклларда саёҳатлар.

Тўртинчи босқич. Тўртинчи босқичда маркетинг ва туристик хизматларни рағбатлантириш воситалари комбинациясини танлаш ва улардан фойдаланиш амалга оширилади – маҳсулот дизайни, нархлар шакли ва даражасини танлаш, сотиш каналлари; сотишни рағбатлантириш, шу жумладан ахборот ва акцияларни мунтазам ўтказиш.

Туризмни ривожлантириш бўйича қабул қилинган Давлат дастуридаги реклама ва ахборот стратегиясини амалга ошириш тажрибаси туристик маҳсулотни диверсификация қилиш зарурлигини кўрсатмоқда, анъанавий туристик таклиф билан бирга янги туристик маҳсулотларни намойиш этиш, миллий анъаналар, ҳунармандчилик, янги музейлар ва экспозициялар, халқ байрамлари манзаралари, тадбирлар ҳамда шуларга мос бўлган туристик хизматлар ҳақида кенгроқ маълумот тарқатишни таъминлаш керак. Буларнинг барчаси мамлакат кириш ва ички туризмни ривожлантиришга кўмаклашиш мақсадида мамлакатнинг ижобий қиёфасини яратишга қаратилган узоқ муддатли ахборот кампаниясини ишлаб чиқишни талаб қилади.

Фикримизча, келажакда туристик ярмаркаларда иштирок этишни устувор йўналишлардан бири сифатида қармаслик керак. Чунки бундай тадбирларда иштирок этиш катта молиявий харажатларни талаб қилсада, ундан фақат икки томон учун потенциал туристлар (истеъмолчилар) ва туроператорлар учун фойдали бўлган ҳолда имконияти чекланган доирага эга бўлади. Потенциал туристлар орасида ўзбек туристик маҳсулотларини илгари суриш самарасиз, чунки потенциал туристлар алоқалари сони (оммавий ахборот воситалари орқали рекламага) нисбатан чекланган бўлади. Яна бир муҳим жиҳати шундаки, кўргазмага келишдан олдин кўпчилик ташриф буюрувчилар ўзлари қизиққан туристик масканни яхши ўрганишган бўладилар. Туроператорлар учун эса, ҳақиқий ва аниқ бизнес учун вақт етарли эмас.

Ўзбекистоннинг жаҳон бозоридаги янги ва жозибадор сайёҳлик маскани сифатида самарали имижини шакллантиришда бевосита учта асосий восита: *слоган (шиорлар), мавзулар ва позициялаш; кўргазмали тимсоллар ва воқеалар ҳамда ҳаракатлар* қўлланилади. Ҳар бир восита ўз қоидалари ва хусусиятларига эга.

Шиорлар, мавзулар ва позициялаш. Туризмни ривожлантириш стратегиясига эга дунёнинг деярли барча мамлакатлари мамлакатнинг ўзига хос хусусиятларини акс еттирувчи мустақил шиорларни ишлаб чиқадилар ва мамлакатнинг маълум туристик брендини яратадилар. Мисол учун, Malaysia. Truly Asia., Uniquely Singapore (Малайзия. Ҳақиқатдан ҳам Осиё., Ноёб Сингапур). Одатда, имижмейкерлар муайян мамлакатнинг туристик таклифига ягона услубни бериш шиорини ишлаб чиқадилар, агар ишланма муваффақиятли чиқса, бу формуладан доимо фойдаланилади.

Слоган (шиор) -бу давлатнинг туристик ресурсларининг умумий йиғиндисини ифодаловчи қисқа, маънодор ибора бўлиб, маълум бир туристик мақсад потенциал туристларни қизиқтириши мумкин бўлган ҳамма нарса (1-жадвал).

1-жадвал

Туристик йўналишларни тарғиб қилиш кампанияларида қўлланиладиган шиорлар

Туристик йўналиш	Слоган
Испания	Барчаси қуёш остида
Амстердам	Илҳом пойтахти
Санкт-Петербург	Оқ тунлар шаҳри
Словения	Яширин сирлар макони
Ганновер	Халқаро ярмаркалар шаҳри
Лондон	Туманли албиён
Самарқанд	Олам сайқали
Наманган	Гуллар шаҳри
Бухоро	Ислом дини қўббаси
Тошкент	Шарқ машъали

Стратегик маркетинг режаси билан слоган интеграцияси, ташаббусга илҳомлантириши, шижоатни мустаҳкамлашда фойдали бўлиши билан бирга, ривожланишга ва янги ғояларни ишлаб чиқиш учун туртки бериши мумкин. Яхши шиор туристик масканларнинг имижини янада мустаҳкамлашга хизмат қиладиган платформани яратади. Шундай қилиб, испанча “Ҳамма нарса қуёш остидаги”, яъни “Todo bajo el sol” каби шиор, иссиқ жойнинг қисқа, аниқ ва кенг тасвиридир, ўз навбатида уни туристик ва бизнес ташкилотлари томонидан маркетинг лойиҳаларида ишлатиш мумкин.

Имижни позициялашнинг қийинлиги, бу сайёҳлик мақсадини бошқалардан ажралиб турадиган афзалликлар ва ноёб хусусиятларни ифодаловчи тасаввурни яратишдир. Яъни, бошқа мамлакатлардаги истеъмол сифатларига ўхшаш туристик маҳсулотни шунчаки реклама қилиш етарли эмас. Ўзбекистоннинг жаҳон сайёҳлик бозорида чинакам янги манзил эканлиги ва

ўзининг асл маҳсулотини таклиф этишини кўрсатувчи мукаммал слоган ишлаб чиқилишини асослаш зарур.

Визуал рамзлар ҳам сайёҳлик кластерларининг маркетингида муҳим рол ўйнайди. Жойларнинг кўпгина характерли турлари одамлар онгига доимий равишда сингдирилиб борилади (2-жадвал). Ушбу визуал рамзлар доимий равишда расмий ҳужжатларда, брошюраларда, биллбоардларда, видеоларда, нишонларда ва бошқа ўнлаб ташриф нишонларида пайдо бўлади.

2-Жадвал

Энг машҳур кўргазмали тимсоллар

Қизил майдон	Москва
Биг Бен	Лондон
Бранденбург дарвозаси	Берлин
Эйфел минораси	Париж
Сув париси	Копенгаген

Ўзбекистонда сайёҳлар учун қизиқарли бўлган, туристик маҳсулотларни жаҳон бозорларига тарғиб қилиш дастурининг кўргазмали рамзларига айланиши мумкин бўлган объектлар жуда кўп. Мамлакатимиз учун бундай рамзлар Ал Бухорий мажмуаси, Сармишсой қоятош ёзувлари, Муйноқ-саҳродаги оазис, Шоҳи зинда ансамбли, Бухоро сардобалари, Водий боғлари, Чотқол тоғ ландшафти ва бошқалар мисол бўлиши мумкин.

Муваффақиятли бўлиш учун визуал рамз имижни асосий ғоясини мустаҳкамлашга хизмат қилиши керак. Агар визуал тасвир реклама шиорига, мавзусига ёки мавқеига мос келмаса, у мамлакатнинг обрўсига путур етказади. Мамлакатимизнинг туристик қиёфасини жаҳон бозорида тарғиб қилишда кўп тармоқли кўргазмалар қатори стратегиясидан фойдаланиш зарур.

Диверсификация стратегиясида аудиторияга Ўзбекистон билан боғлиқ кенг кўламли кўргазмали тасвирлар тақдим этилади. Мақсад-маълум бир жой ягона характерга ега деган ғояни йўқ қилишдир. Ўзбекистондаги туризмнинг барча бой салоҳиятини-бой маданиятимиз, гўзал табиатимиз, замонавий иқтисодий салоҳиятимизни кўрсатиш лозим. Европанинг кўпгина давлатлари диверсификация стратегиясидан унумли фойдаланишади. Бошқа томондан, бу ерда ҳам турли хил визуал тасвирлар даражаларга ажратилган. Икки ёки учта дунёга машҳур тасвирлар одатда устивор саналади. Улар “кичик” тасвирлар тўплами билан тўлдирилади, улар ёрдамида тўлиқ ва кўп қиррали образ қурилади.

Тадбирлар ва ҳаракатлар. Кўпгина имиж кампаниялар ёркин шиорларни ўз ичига оладиган, нашрлар, рисолалар ва видеоларни ташвиқот қиладилар. Лекин имиж (образ) воқеа ва ҳаракатлар орқали ҳар томонлама ва тўликроқ тарқалади.

Муваффақиятли ҳаракат давлат учун умрбоқий бренд ва имижни яратиши мумкин. Тадбирлар кескин бўлиши мумкин, лекин улар вақт ўтиши натижасида аудиторияга секин таъсир қилиши ҳам мумкин. Ўзбекистон турли маданий, спорт ва кўнгилочар тадбирларни ўтказиш учун етарли ресурсларга эга. Бундай тадбирлар эса вақти-вақти билан ўтказилади. Энди бу тадбирларни шундай

тизимлаштириш керакки, улар ўтказилаётган соҳадан қатъий назар Ўзбекистоннинг жозибадор қиёфасини яратишга хизмат қилсин. Бу воқеаларни жаҳоннинг етакчи оммавий ахборот воситаларида реклама қилиш керак. Кўплаб иштирокчилар ва журналистларни жалб қилиш зарур.

Шундай қилиб, ижобий туристик имижни шакллантириш, энг муҳими, уни давлат томонидан қўллаб-қувватлаш Ўзбекистон учун кириш туризмни ривожлантиришда асосий устувор вазифа ҳисобланади. Албатта, ривожланган инфратузилманинг мавжудлиги, малакали ходимлар ва туризм ташкилотларини давлат томонидан қўллаб-қувватлаш ҳам муҳим аҳамиятга эга, аммо мамлакатимизнинг ижобий образини дунёга танитмасдан, ривожланган туризм саноатининг барча элементлари фойдасиз ҳисобланади. Шунинг учун ҳам маҳаллий туризмни ривожлантиришнинг бош масаласи жаҳоннинг бой тажрибасидан ва ўз шижоатидан фойдаланиб, Ўзбекистон имиджини янги сайёҳлик маскани сифатида яратишга киришиши зарур.

Фойдаланилган адабиётлар

5. Мусабаева Л.А. Формирование национального туристского бренда. Монография, С.: 2019.

6. Ибрагимов И.Ҳ. Туристик маҳсулот яратишнинг маркетинг концепцияси. Рисола. СамИСИ, Самарқанд 2014 йил. –114 бет

7. Ибрагимов И.Ҳ. Мусабаева Л.А, Туристик кластер корхоналарида интеграллашган маҳсулот яратиш стратегияси. “Иқтисодиётни ривожлантиришда кластер ёндошуви” мавзусидаги Республика илмий-амалий анжумани 2014 йил 20 – ноябр. СамИСИ.

8. Панкрухин А. П. Маркетинг территорий: маркетинг страны, //www.koism.rags.ru.

Қаҳҳаров Ж.А. - СамИСИ ассистенти

ЎЗБЕКИСТОНДА ГАСТРОНОМИЯ ТУРИЗМИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ДОЛЗАРБЛИГИ

Аннотация: *Мақолада юртимизда гастрономия туризмини ривожлантириш долзарблиги асосланган. Мамлакатимизда гастрономия туризмини ривожлантириш бўйича қилиниши керак бўлган ишлар борасида, шунингдек, ўзига хос гастрономик харита яратиш зарурати ҳақида сўз юритилган.*

Калит сўз: *иқтисодий диверсификация, гастрономик туризм, озиқ-овқат маҳсулотлари, миллий ошхоналар, гастрономик харита*

Аннотация: *В данном статья посвящена актуальности развития гастрономического туризма в Узбекистане. Упомянутый необходимост*

создать гастрономическую карту страны, которая важно для развития гастрономического туризма в нашей стране.

Ключевые слова: *экономический диверсификация, гастрономический туризм, продукты питания, национальная кухня, гастрономическая карта*

Annotation: *In This article devoted the relevance of the development of gastronomic tourism in Uzbekistan. Mentioned necessity to create a gastronomic map of the country, which is important for the development of gastronomic tourism in our country.*

Keywords: *economic diversification, gastronomic tourism, food, national cuisine, gastronomic map*

Маълумки, мамлакатимиз иқтисодиётида келажакда катта салоҳиятга эга бўлган тармоқлардан бири – бу туризм инфратузилмасидир. Ушбу соҳага эътиборнинг қаратилиши мамлакатимиз ижтимоий – иқтисодий ривожланишида жуда катта аҳамиятга эга бўлган, туризм орқали дунёни билиш, бошқа мамлакатларнинг фаол аҳолисини бу ерларга жалб қилиш, мамлакат хазинасига валюта тушириш ва шу орқали аҳолининг турмуш фаровонлигини яхшилашда катта имкониятлар туғдиради. Хозирда туризм соҳасини ривожлантириш борасида республикамизда изчил чора-тадбирлар амалга оширилмоқда.

Шу маънода “2019-2025 йилларда Ўзбекистон Республикасида туризм соҳасини ривожлантириш Концепцияси” қулай иқтисодий шароитлар ва омилларни яратиш бўйича олиб борилаётган ислоҳотларнинг самарадорлигини ошириш, туризм соҳасини жадал ривожлантириш бўйича устувор мақсад ва вазифаларни белгилаш, унинг иқтисодиётдаги ўрни ва улушини ошириш, хизматларни диверсификациялаш ва уларнинг сифатини ошириш ҳамда туризм инфратузилмасини такомиллаштиришга қаратилган[124]. Давлатимиз томонидан туризм соҳасида амалга оширилаётган сиёсатнинг мантиқий давоми бўлиб, туризм соҳасини жадал ривожлантириш учун қулай иқтисодий, маъмурий ва ҳуқуқий муҳитни яратган ҳолда, энг самарали тартибни жорий этиш, ҳудудларнинг иқтисодий салоҳияти ва даромадлари базасини кенгайтириш, янги иш ўринлари яратиш, юртимизга келадиган туристлар оқимини кўпайтириш, шунингдек, миллий туризм маҳсулотларини жаҳон бозорида фаол ва комплекс илгари суришга қаратилган.

Шундан келиб чиққан холда “Мамлакатда туризмни жадал ривожлантириш, мавжуд улкан туризм салоҳиятидан янада тўлиқ ва самарали фойдаланиш, бунда ***гастрономик*** *туризмни, ички, кириш ва чиқиш туризмини комплекс ривожлантириш,* гастрономик туризмнинг асосий йўналишларини шакллантириш зарурдир.

Бугунги кунда дунёда сайёҳликнинг энг оммабоп ва янги турларидан бири гастрономик туризм ҳисобланади. Буни, миллий пазандалиги бўйича етакчи ўрин эгаллаб келаётган чиройли безатилган, нозик таъм ва ҳидига эга бўлган таомлар ҳамда истеъмолчилар хотирасида сўнмас таассурот қолдириб

[124] 2019-2025 йилларда Ўзбекистон Республикасида туризм соҳасини ривожлантириш КОНЦЕПЦИЯСИ

келаёткан туристлар оқими кўпайиб бораётган давлатлардан Италия, Франция ва Хитой мисолиди кўришимиз мумкин.

Италия пазандалиги энг донгдор пазандаликлардан бири ҳисобланади. Дунёда овқат шинавандаларининг фикрларига кўра италия пазандалиги таомлари ассортименти кенглиги, ўзига хос тансиқ таъми ва ҳиди, ташқи кўриниши, уларни тайёрлашда ишлатиладиган озиқ-овқат маҳсулотларининг хилма-хиллиги бўйича бугунги кунда дунёда биринчи ўринда туради.

Француз ошпазлари таомлар таёрлашни санъат, ўзларини эса санъат усталари деб ҳисоблашади ва таомларни санъат асари билан тенглаштиришади. Ўта нафис чизилган катта эстетик қийматга эга бўлган санъат асари томашобинларда қандай сўнмас таассурот қолдирса, чиройли безатилган, нозик таъм ва ҳидга эга бўлган таомлар истеъмолчилар хотирасида худди шундай из қолдиради. Улар истеъмолчиларда кўтаринки руҳ пайдо қилади, ҳаёжонга солади, баъзан эса сўзлар орқали ифода қилиб бўлмайдиган қандайдир кайфият бахш этади.

Туристларнинг этрофига сазовар бўйича машхур ошхоналаридан яна бири бу Хитой ошхонасидир. Хитой пазандачилигига саёхат бу ҳар доим кулинария мўжизасига, антиқа ҳидлар ва анъанавий урф-одатлар дунёсига экскурсия қилишдир. Хитойликлар таомларни нафақат оғзи билан балки, кўзи билан ҳам “ейишади”.

Юқорида келтирилган маълумотлардан дунёга машҳур миллий ошхоналар каби Ўзбек ошхонасининг ўзига хос нозик таомларини ва такрорланмас хусусиятларини юртимизга ташриф буюраётган туристларга тақдим этиш орқали гастрономик туризмни янада ривожлантиришимиз мумкин эканлиги ўз исботини топади.

Гастрономик туризм - миллий гастрономия, маълум бир мамлакат билан танишишни англатади. Гастрономик сайёҳ таом таёрлаш жараёнлари ва таёрланган таомлардан татиб кўриш, қайсидир халқнинг овқатланиш маданиятини, урф-одатларини ўрганиш учун ташриф буюради.

Мамлакатимизда фаолият юритаётган туристик ташкилотларнинг гастрономик сафарлари бир-биридан бутунлай фарқ қилади. Кимдир қишлоқ атрофида саёҳатлар ташкил қилади ва маҳаллий анъана ҳамда урф-одатлар, шу жумладан ўрим-йиғим билан таништиради. Кимдир сайёҳларни энг яхши ресторанларга ташриф буюришга ундайди ва уларга турли таомларни тайёрлаш жараёнлари бўйича мастер-класслар ташкил этади. Бироқ сайёҳларни кўпроқ жалб қилиш учун бу соҳани яхшилаш ва ривожлантириш учун ҳали ҳам кўп ишларни амалга оширишимиз керак. Юртимизда бу йўналиш кундан-кунга ривожланиб бормоқда. Яқин йиллар ичида Туризм ва спорт вазирлиги. Ўзбекистон ошпазлар ассоциацияси билан биргаликда Республика бўйлаб “Ўзбекистон гастрономик харитаси”ни ишлаб чиқиш бўйича ишлар олиб боришмоқда.

Гастрономик харита - бу нафақат ўзбек миллий таомлари, балки мамлакатимизда истиқомат қилаётган барча халқларнинг таомлари, шунингдек, мамлакатимиз ва дунёнинг етакчи ошпазлик усталари томонидан ишлаб

чиқарилган Ўзбекистоннинг энг бой таомлари ошхонаси бўйлаб саёҳат қилиш имконини берувчи қўлланмадир.

Гастрономик харита ҳақида гапирар эканмиз, Ўзбекистоннинг ҳам ҳар бир вилоятининг овқатланиш анъаналари бўйича ўзига хос таомларини таъкидлаб ўтишимиз мумкин. Масалан, Тошкент шаҳри ва вилоятида “Тошкентча ош”, “мастава”, “мошхўрда”, “мошкичири”, Жиззах шаҳри ва вилоят туманларида “Жиззах сомса”си, “гуручли гўжа”, “ғилминди”, “атала”, Самарқанд шаҳри ва вилоят туманларида “Самарқанд оши”, “манти”, “Самарқанд нони”, Сурхандарё ва Қашқадарё вилоятларида “Қашқадарё тандири”, “ошқовоқ шўрва”, “кесганош”, “қовурилган гўшт”лар, Бухоро вилоятидаги “Ғиждувонча кабоб”, ва бошқа шу каби таомлар вилоятларда машҳур.

Юқорида келтирилган фикр мулохазаларга асосланиб шуни таъкидлаш жоизки, мамлакатимизда гастрономик туризм соҳасини ривожлантириш учун қуйидаги вазифаларни бажариш лозим:

-мамлакатимизда гастрономия туризмини ривожлантиришнинг истиқболл йўналишларини асослаш;

-туристларни жалб қилаётган хориж давлатларидаги гастрономия туризмининг тажрибаларини мамлакатимизда қўллаш.

-гастрономик туризмни ташкил қилиш, уни ривожлантиришда янги туристик лойиҳаларни ва дастурларни ишлаб чиқиш;

- туристлар соғлиқ учун хавф тўғдирмайдиган маҳсулотларни етказиб бериш орқали озиқ-овқат хавфсизлигини таъминлаш;

-гастрономик сайёҳлик йўналишларини ривожлантириш орқали минтақалар ўртасида озиқ-овқат маҳсулотлари оқими ва логистикасини ривожлантириш;

-гастрономия билан боғлиқ фестиваллар ўтказиш ва уни рекламасини яратиш;

Қайд этилган тавсияларнинг амалга оширилиши, мамлакатимизга келаётган сайёҳларга сифатли хизмат кўрсатишга, уларнинг юртимиз таомлари ҳақидаги таъсуротларини бойитишга, мамлакатимизда бўлган вақтидан мамнун бўлиб саёҳат қилишига хизмат қилади. Бу эса гастрономик туризм соҳасида ўзбек брендини янада танитиш имкониятларини кенгайтиради.

III ШЎЪБА. ҲУДУДИЙ ТУРИСТИК КЛАСТЕРНИ ШАКЛЛАНТИРИШДА ДАВЛАТ-ХУСУСИЙ ШЕРИКЧИЛИК АСОСИДА РИВОЖЛАНТИРИШ

Тухлиев И.С. - СамИСИ “Туризм” кафедраси профессори, и.ф.д.
Носирова У.М. - СамИСИ МТФ-119 гуруҳ магистранти

ЭКОЛОГИК ТУРИЗМНИ КЛАСТЕР ОРҚАЛИ ИНТЕГРАЦИЯЛАШ ЖАРАЁНИНИНГ МЕХАНИЗМЛАРИ

Аннотация: *Мақолада экотуризм минтақаларнинг ижтимоий-иқтисодий тизимига интеграциялашнинг иқтисодий, ижтимоий механизмлари кўриб чиқилган. Шунингдек, мақолада экотуризмни бошқаришни ташкил этиш ва ривожлантириш билан махсус шуғулланадиган ихтисослашган тузилма сифатида экологик туризм кластерини ташкил қилиш тавсия қилинган.*

Калит сўзлар: *экологик туризм, экотуризмда интеграциялаш, муҳофаза этиладиган табиий ҳудудлар, интеграциялашнинг ижтимоий-иқтисодий механизмлари, экологик туризм кластери.*

Аннотация: *В статье рассматриваются экономические, социальные механизмы интеграции экотуризма в социально-экономическую систему регионов. В статье также рекомендуется создание кластера экологического туризма как специализированной структуры, занимающейся непосредственно организацией и развитием менеджмента экотуризма.*

Ключевые слова: *экотуризм, интеграция в экотуризм, охраняемые природные территории, социально-экономические механизмы интеграции, кластер экологического туризма.*

Annotation: *The article examines the economic and social mechanisms for integrating ecotourism into the socio-economic system of the regions. The article also recommends the creation of an ecological tourism cluster as a specialized structure directly involved in the organization and development of ecotourism management.*

Key words: *ecotourism, integration into ecotourism, protected natural areas, socio-economic mechanisms of integration, ecological tourism cluster.*

Ҳозирги вақтда мамлакатимизда туризмни миллий иқтисодиётга интеграциялаш асосида жадал ривожлантиришга алоҳида эътибор берилмоқда. Шу муносабат билан туризмни иқтисодиётнинг муҳим тармоғи сифатида мамлакатимиз минтақаларининг ижтимоий-иқтисодий ривожланишига қўшадиган ҳиссаси ҳам сезиларли даражада ошиб бораётир.

Минтақавий ва маҳаллий ҳокимият органлари туризм ва спорт вазирлиги, Табиатни муҳофаза қилиш давлат қўмитаси ўзаро келишган шарт-шароитларда муҳофаза этиладиган табиий ҳудудлар (МЭТҲ) ресурс салоҳияти имкониятидан самарали фойдаланишга асосланиб ривожланадиган экологик туризмни минтақаларнинг ижтимоий-иқтисодий тизимига интеграциялашнинг

иқтисодий, ижтимоий, маърифий, табиат муҳофазаси йўналишларида амалга оширади.

Интеграциялашнинг иқтисодий механизмлари қуйидаги йўналишларда амалга оширилади:

- ватанимиз ва хорижий сайёҳларнинг экотуристик хизмат ва маҳсулотларга эҳтиёж ва талабларини тўла таъминлашга имкон берадиган, мамлакат аҳолисининг иш билан бандлиги ва қўшимча даромадларини оширишга ёрдам берадиган ва замонавий рақобатдош, самарали экотуризм комплекси ва тегишли экотуризм бозорини шакллантириш ва ривожлантириш;
- барча минтақаларда устувор йўналишларни қамраб оладиган замонавий экотуристик марказларни барпо этиш ва шу асосда туристик хизмат кўрсатиш сифатини стандартлар даражасида амалга ошириш;
- экотуризм ва у билан боғлиқ инфратузилма комплексини ривожлантириш бўйича интеграцияни ривожлантириш: а) маҳаллий хунармандчилик ва тегишли ишлаб чиқаришни ривожлантириш (экологик тоза озиқ-овқат маҳсулотлари, сувенирлар, совғалар ва б.); б) маҳаллий аҳолини сайёҳларга пуллик хизмат кўрсатишга кенг жалб қилиш (уй-меҳмонхоналарда яшаш, овқатланиш, савдо хизмати, йўл кўрсатувчилар хизмати ва б.); в) хаваскор спорт ва балиқ овлаш, ўрмон ва овчилик хўжаликларига ташриф ва бошқалар.
- маҳаллий аҳолининг экотуристик аҳамиятга эга табиат ва тарихий-маданий обектларни асраш ва муҳофаза қилиш фаолиятини рағбатлантириш;
- экотуристик фаолиятни режалаштириш ва уларни амалга оширишни маҳаллий ва минтақавий давлат органларининг тегишли ижтимоий-иқтисодий тадбирлари режалари ва уларни амалга оширишга мувофиқлаштириш.
- экотуристик тадбирларни, шу жумладан янги маршрутларни ишлаб чиқиш ва уларни амалга оширишни бошқаришда маҳаллий ўзини-ўзи бошқариш органларига таяниш;
- рекреация-экотуристик ресурс салоҳияти имкониятидан самарали фойдаланишга йўналтирилган туристик фаолият субъектларига маҳаллий (туман), минтақавий (вилоят) ҳокимият органлари қўллаб қувватлашида солиқ имтиёзлари бериш, банк кредитлари олишда имтиёзли шароитлар яратиш, тадбиркорларга янги фаолиятни ташкил этишда лицензиялар олиш ва бизнес-режалар тузишда ёрдам бериш ва бошқалар.
- барча минтақаларда интеграциялаш йўналишларини ҳисобга олиб экотуризмни ривожлантиришнинг узоқ муддатли мақсадли комплекс дастурларини ишлаб чиқиш ва уларни амалга ошириш.

Интеграциялашнинг ижтимоий механизмлари асосан маҳаллий аҳоли билан яқин муносабатларда амалга оширилади ва улар қуйидагилардан ташкил топади:

- маҳаллий аҳоли иштирокида минтақада экотуризмни ривожлантиришнинг долзарб муаммоларига бағишланган турли учрашувлар ва тадбирларни ўтказиш;

- маҳаллий аҳолини экотуризм йўналишида ташкил этиладиган байрам тадбирлари ва учрашувларга кенг жалб этиш;
- минтақалар ҳокимлиги ва маҳаллий ўзини-ўзи бошқариш органлари вакилларини экотуристик фирмалар фаолиятида маслаҳатчи сифатида иштирок этишини амалиётга жорий этишни кенгайтириш;
- МЭТҲ ларда экотуризмни ривожлантиришни қўллаб қувватлайдиган маҳаллий аҳоли вакилларидан таркиб топган гуруҳларни (“Экотуризм дўстлари жамияти” ва б.) ташкил этиш, шу жумладан уларга маълум мақом бериш, мазкур гуруҳлар амалий фаолиятини фаоллаштиришга ҳар томонлама кўмаклашиш;
- туб жой аҳолисининг этнографик, маданий, экологик мерослари ҳамда тажрибаларини асраш ва тарғиб қилишни экотуризмни ривожлантиришнинг асосий омиллари сифатида ҳисобга олиш.

Интеграциялашнинг маърифий механизмини амалга ошириш экотурис тик фирмаларни маҳаллий ва минтақавий даражада ўзига хос экотуристик маърифат марказларига айлантириш, мактаб ўқувчилари, маҳаллий халқ таълими органлари ва жамоатчилик билан биргаликда турли шаклдаги тадбирларни фаол амалга оширишга қаратилиши керак.

Интеграциялашнинг табиат муҳофазаси механизми асосан экологик назоратни, шу жумладан атроф-муҳитни муҳофаза қилиш ва рекреация-экотуристик ресурслар ва объектлардан фойдаланиш бўйича қонун ҳужжатлари, қоида, нормалари талабларига риоя этилиши устидан экологик назорат орқали амалга оширилади. Бунда МЭТҲ лар ва минтақаларнинг табиатни муҳофаза қилиш органлари инспекциялари хизматидан фойдаланишга алоҳида эътибор қаратилади.

Шундай қилиб, МЭТҲ ларда экотуризмни ривожлантиришни бошқариш ни минтақаларнинг ижтимоий-иқтисодий тизимига интеграциялаш уларни ижтимоий-иқтисодий ривожлантиришнинг муҳим йўналиши бўлиб, маҳаллий аҳолининг иш билан бандлигини ошириш ва уларнинг фаровонлигини оширишга хизмат қилади. Шу сабабдан маҳаллий аҳоли ва ташкилотларнинг туристик инфратузилмани ривожлантириш бўйича ташаббусларини қўллаб қувватлаш ва ривожлантириш зарур.

Давлат ҳокимияти минтақавий ва маҳаллий органларининг МЭТҲ ларда экотуризмни ривожлантиришдан манфаатдорлигини тўғри тушуниши шунга асосланиши керакки, МЭТҲ лар орқали экотуризмни ривожлантириш кўплаб аҳолининг дам олишини ташкил этишга, янги иш ўринларини барпо этишга, минтақавий ва маҳаллий бюджет даромадларини кўпайтиришга, маҳаллий аҳолининг турмуш даражасини оширишга имкон беради.

Бундай интеграциялаш жараёнининг асосини давлат ҳокимияти органлари, маҳаллий ўзини-ўзи бошқариш, хусусий тадбиркорлик ва МЭТҲлар рекреация-экотуристик зоналарида экотуризмни ташкил этиш ўртасида тижорат, табиат мухофазаси, ижтимоий соҳаларда умумий манфаатларни аниқлаш ташкил этади. Бундай интеграциянинг умумий механизми қуйидагилардан иборат бўлиши мумкин:

- МЭТҲ ларда экотуризмни ривожлантиришни бошқариш бўйича режалар, лойиҳалар, дастурлар тўғрисида маҳаллий ўзини-ўзи бошқариш органлари ва аҳолини хабардор қилиш;
- экотуристик фаолиятга минтақада ишлаб турган ихтисослашган ташкилотларни жалб этиш;
- МЭТҲ ларда экотуризм соҳасида ишлайдиган маҳаллий аҳолини мазкур фаолиятга тайёрлашни ташкил этиш;
- рекреация-экотуристик ресурслардан барқарор фойдаланиш.

МЭТҲ ларда экологик туризмни бошқаришни ташкил этиш ва ривожлантириш мамлакат бўйича ягона тизим сифатида шаклланиши ва ишлаб туриши, бунда мамлакат, минтақалар, МЭТҲ лар, айрим экотуристик фирмалар ўртасида тегишли функцияларни (вазифаларни) бўлиш амалга оширилиши керак. Бу вазифаларни амалга ошириш учун мамлакат миқёсида МЭТҲ лар таркибида экологик туризмни бошқаришни ташкил этиш ва ривожлантириш билан махсус шуғулланадиган ихтисослашган тузилмани **экологик туризм кластерини ташкил қилиш** мақсадга мувофиқ бўлади.

Ўз навбатида минтақалар МЭТҲларида экотуризмни ташкил этиш ва бошқариш бўйича **экологик туризм кластери** минтақаларда экотуризмни ривожлантиришни мувофиқлаштириш ва интеграциялашни амалга оширишлари мумкин. Унинг ваколатига қуйидаги вазифаларни юклатиш мумкин:

- минтақалар миқёсида бир нечта МЭТҲ ларни ўз ичига оладиган маршрут ва турларни мувофиқлаштириш;
- минтақа миқёсида ва унинг ичида МЭТҲ ларда экотуризмни ривожлантириш, туристик имкониятлар рекламаси ва маркетинги тадбирларини ишлаб чиқиш ва амалга ошириш;
- экотуристик дастур ва хизматларга ягона минтақавий баҳолар шаклланиши сиёсатини ишлаб чиқиш;
- туроператорлар ва бошқа минтақавий экотуристик тижорат тузилмалари билан муносабатларни расмийлаштириш бўйича намунавий ҳужжатларни ишлаб чиқиш;
- тегишли экотуристик мутахассисларнинг касбий малакасини ошириш ва ўқитиш бўйича минтақавий семинарларни ташкил этиш ва бошқа тадбирларни ўтказиш.

Туристик-рекреация хизматлари аниқ, ҳар бир муайян кишига ва уларнинг гурухига кўрсатилади, бундай хизматлар унинг истеъмолчисига шахсан иштирок этишни, яъни шундай хизмат кўрсатилаётган жойга бориб истеъмол қилишини талаб қилади. Рекреация объектларига туристлар мамлакатимизнинг турли қисмларидан ёки чет мамлакатлардан саёҳат ва дам олишга узоқ ёки яқин масофани босиб ўтиб, тегишли харажатлар сарфлаб ташриф буюрадилар.

Миллий боғда туризмни ривожлантиришни иқтисодиётга кооперация-лаш ва интеграциялаш жараёнларининг кластер шакли давлат ҳокимияти, маҳаллий ўзини-ўзи бошқариш органлари, хусусий тадбиркорлик билан миллий

боғ ўртасида тижорат, табиат муҳофазаси, ижтимоий соҳаларда умумий манфаатларни топишга асосланиши керак.

Миллий боғда туризмни ривожлантириш, бир томондан, маҳаллий ва минтақавий иқтисодиётни ривожлантиришнинг муҳим йўналишига айланиши, маҳаллий аҳолининг иш билан бандлиги ва фаровонлигининг ошишига ёрдам бериши, бошқа томондан маҳаллий аҳоли ва ташкилотларнинг туристик инфратузилмани ривожлантириш бўйича ташаббусларини қўллаб-қувватлашга йўналтирилиши лозим.

Миллий боғнинг бой ва хилма-хил рекреация ресурсларини ўзлашти-риш, самарали ишлайдиган туристик инфратузилмани барпо этиш, умуман туризмни муваффақиятли ривожлантириш кўп даражада миллий боғ рекреациясини маҳаллий ва минтақавий иқтисодиётга қандай фаол ва тўғри кооперациялаш ва интеграциялаш натижаларига боғлиқ бўлади. Бундай натижани амалга ошириш экотуристик кластернинг қуйидаги йўналишлари дан иборат бўлади:

- маҳаллий ўзини ўзи бошқариш, маҳаллий ва минтақавий ҳокимият органларини, туташ чегараларда яшайдиган аҳолини миллий боғнинг туризмни ривожлантириш бўйича режалари, лойиҳалари, дастурлари тўғрисида хабардор қилиш ва уларнинг иштирокини таъминлаш;
- минтақада ишлайдиган ихтисослашган ташкилотларни, тадбиркорларни экотуристик фаолиятга жалб этиш;
- маҳаллий аҳолини экотуризм соҳасида ишлашга тайёрлашга ёрдам бериш;
- табиат ва унинг рекреация ресурсларидан барқарор фойдаланишни таъминлаш;
- миллий боғи таркибида экотуризм билан шуғулланадиган турли манфаатдор ташкилот ва шахслар фаолиятини мувофиқлаштириш.

Шунингдек хозирги пайтда Ўзбекистон Республикаси Табиатни муҳофаза қилиш давлат қўмитасининг мутахассислари Ўзбекистоннинг экотуристик раёнлари харитасини ишлаб чиқишган бўлиб, харитага мувофиқ, бутун мамлакатимиз ҳудуди 13 та экотуристик раёнга ажратилган. Ҳар бир экотуристик туманга экотуристик зона сифатида қаралмоқда. Улар жумласига Устюрт, Орол ва Оролбўйи, Амударё, Қизилқум, Нурота, Зарафшон, Айдаркул, Сирдарё, Чирчиқ, Оҳангарон, Фарғона, Туркистон, Қашқадарё, Ҳисор, Сурхондарё экотуристик раёнлари киритилган.

Бизнинг таклифимиз ушбу зонларда экотуристик кластерлар ташкил қилинса мақсадга мувофиқ бўлади.Чунки республикани зона сифатида ажратиш фақат географик чегаралар билан номлаш эмас, балки ушбу туристик дистенацияларда экотуризмни ривожлантиришга барча шарт-шароитлар мавжудлигини ҳам ҳисобга олиш лозим. Бўлажак Ўзбекистондаги ушбу 13 та экотуристик кластерлар фалояти натижасида, иқтисодий жихат-дан махаллий бюджетларга ҳамда туризм ва спорт вазирлиги фондига қўшимча маблағ олиб келиш имконияти ҳосил бўлади.

Мачалкин Ссергей Евгеньевич - к.э.н., доцент, доцент кафедры сервиса, туризма и торгового дела ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина», г. Тамбов, e-mail: smachalkin@yahoo.com
Machalkin Machalkin Sergey Evgenievich - Candidate of Economics, Associate Professor,associate professor of the department of service, tourism and trade FGBOY PO «Tambov State University named after GR Derzhavin»
Морева Светлана Николаевна - к.п.н., доцент, доцент кафедры сервиса, туризма и торгового дела ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина», г. Тамбов, moreva.sveta@yandex.ru
Moreva Svetlana Nikolaevna - Candidate of Pedagogical Sciences, associate professor of the department of service, tourism and trade FGBOY PO «Tambov State University named after GR Derzhavin», Tambov

ПРОМЫШЛЕННЫЙ ТУРИЗМ КАК ИНСТРУМЕНТ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИСТСКОГО КЛАСТЕРА

TOURISM AS A FUNCTIONING TOOL FOR A REGIONAL TOURIST CLUSTER

Аннотация: *В статье обосновано новое направление в развитии внутреннего туризма «промышленный туризм», который входит в число приоритетных задач национальной экономики, направлен на формирование инвестиционной привлекательности региона, укреплению имиджа территории. Рассмотрена форма промышленного туризма – производственная экскурсия, дано методическое обоснование процесса подготовки экскурсии. Экскурсионный продукт предприятия демонстрирует достижение предприятия, новый вид маркетинга, является инструментом для работы с молодыми специалистами, коллегами по отрасли или потенциальными инвесторами. Создание промышленных туров привлечет внимание, как крупных предприятий, так и субъектов малого и среднего бизнеса.*

Resume: *The article substantiates a new direction in the development of domestic tourism «industrial tourism», which is one of the priority tasks of the national economy, is aimed at forming the investment attractiveness of the region, strengthening the image of the territory. The form of industrial tourism - an industrial excursion is considered, a methodological substantiation of the process of preparing an excursion is given. The excursion product of the enterprise demonstrates the achievement of the enterprise, a new type of marketing, is a tool for working with young professionals, industry colleagues or potential investors. The creation of industrial tours will attract the attention of both large enterprises and small and medium-sized businesses.*

Ключевые слова: *промышленный туризм, производственные экскурсии, туристский продукт, регион.*

Key words: *industrial tourism, industrial excursions, tourist product, region.*

На площадке автономной некоммерческой организации «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов» совместно с автономной некоммерческой организацией «Агентство бизнес-коммуникаций» разработаны «Методические рекомендации по организации промышленного туризма в регионах РФ» [1]. На их основе разрабатывают модель региональной стратегии промышленного туризма для предприятий.

Создать новый востребованный туристский продукт с помощью методических рекомендаций сможет любое предприятие, принявшее решение о необходимости создания производственной экскурсии как инструмента продвижения бренда, демонстрации успеха, привлечения инвестиций, квалифицированных кадров.

С помощью промышленного туризма формируется бренд территории, повышается туристский поток, развивается отрасль, что в конечном счете способствует процветанию территории. Намеченная программа по развитию промышленного туризма в России даст хорошие результаты. Субъекты РФ создадут регулярные туристские, профориентационные маршруты, бизнес туры на действующие промышленные предприятия, которые позитивно отразятся на социально-экономическом росте регионов Российской Федерации.

Количество экскурсий на промышленные предприятия России с каждым годом растет, что подтверждает тренд на открытость. Современные производства ищут инструменты для развития корпоративной культуры, привлечения кадров и налаживания новых связей. Следовательно, экскурсии на предприятие налаживают диалог с потребителем, позиционируют компанию как региональный бренд.

Разработанные методические рекомендации по развитию промышленного туризма на территории региона Российской Федерации являются практическим руководством для организации нового направления турбизнеса, пошаговой инструкцией для создания экскурсий, которые раскроют историю предприятия и дадут ее посетителю полное представление о производстве и особенностях уникальной продукции. Как показывает практика, сотрудники предприятия позитивно оценивают интерес к их работе, благодаря чему у них формируется более ответственный подход к результатам труда и качеству продукции. Таким образом, экскурсионный продукт предприятия – это готовое решение для демонстрации достижений, новый вид маркетинга, инструмент для работы с молодыми специалистами, коллегами по отрасли или потенциальными инвесторами. Создание промышленных туров привлечет внимание, как крупных предприятий, так и субъектов малого и среднего бизнеса.

Промышленные экскурсии помогают по-новому позиционировать предприятие, формировать имидж открытой компании, что в дальнейшем способствовать выходу на новые рынки, через экскурсии для профессиональных покупателей. Производственные экскурсии, уже

сегодня, пользуются большим спросом, лидерами данного направления стали: Нижегородская область, Самарская область, Владимирская область, Челябинская область.

Экскурсии на действующих предприятиях могут вызвать интерес уде тем, что дают представление об отрасли, технологиях производства, качестве выпускаемой продукции, профессиях, исторических фактах, связанных со становлением производства, обстоятельствами его появления в регионе, людьми, именами которых названы городские улицы и площади.

На производственные экскурсии с удовольствием отправляются дети и взрослые, причем как местные, так и туристические группы – российские и зарубежные. Студенты, как правило, посещают предприятия, чтобы «примериться» к профессии, бизнес-группы – для обмена опытом, журналисты и блогеры – чтобы поделиться впечатлением. Наконец, профессиональные покупатели и потенциальные инвесторы – для установления партнерских связей и развития своего бизнеса.

Для разработки производственной экскурсии руководству предприятия необходимо провести подготовительную работу со специалистами различных служб предприятия, определиться с целями, обсудить вопросы безопасности, регулярность, формат и стоимость проведения экскурсий, состав творческой рабочей группы, планы и сроки реализации проекта, продвижение продукта.

Работа над любой новой экскурсией начинается с четкого определения ее цели, где основная цель производственных предприятий, создающих туристский продукт, состоит в том, чтобы сформировать позитивный, привлекательный образ своей организации, дать представление о структуре современного производства, содержании труда, информировать о технологиях и преимуществах выпускаемой продукции, достоинствах профессий и возможностях взаимовыгодного сотрудничества.

Экскурсия начинается с тщательной подготовки и разработки технических и технологических документов. Ее разработка проводится согласно требованиям Национального стандарта «Туристские услуги. Проектирование туристских услуг» (ГОСТа Р 50681–2010) [2]. Стандарт применяется юридическими лицами, независимо от их организационно-правовой формы и формы собственности, индивидуальными предпринимателями, оказывающими туристские услуги и/или услуги по разработке технических документов в сфере туризма.

Результатом проектирования экскурсионного продукта должны стать технологическая карта экскурсии, ее контрольный текст, «Портфель экскурсовода», схема маршрута, список экскурсоводов, инструкции по технике безопасности.

Задачи экскурсии следует определять после установки цели, выбора темы и целевой аудитории. Как правило, задачи конкретны: познакомить экскурсантов с историей развития промышленности региона через

предприятие, показать объекты, технологический процесс производства продукции, организацию и условия труда, рассказать об этих объектах, показать производственный процесс, расширить представления целевой аудитории, познакомить с особенностями профессии, показать уровень профессиональной подготовленности, компетенции, уровень организации труда и отдыха на предприятии. Следовательно, определение цели и задач экскурсии влияет на тему экскурсии и отбор объектов для показа.

Экскурсия – это организованный, сопровождаемый объяснениями, рассказом показ чего-либо, проводимый по определенному плану с образовательной или ознакомительной целью, которая знакомит с историей, технологией производства, работой отдельных цехов, участков, условиями труда и основными профессиями, не углубляясь в профессиональные термины. Экскурсии классифицируются по содержанию, по месту проведения, по способу передвижения, по продолжительности, по периодичности, по количеству и составу участников, по форме проведения.

Тема в экскурсии – предмет показа и рассказа, краткое и концентрированное изложение основного содержания, она структурирует рассказ, объединяет все объекты экскурсии в единое целое. Тема должна быть отражена в названии экскурсии.

Название экскурсии должно раскрывать ее содержание, быть точным, выразительным, запоминающимся, интригующим, работать на продвижение предприятия и варьироваться в зависимости от целевой аудитории.

При выборе экскурсионных объектов необходимо учитывать тематику экскурсии, производственные особенности предприятия, технику безопасности, график работы технологической линии, конвейера, сезонность, погодные условия, местоположение, расстояние, удобство подъезда, подхода, наличие места для расположения группы с целью наблюдения и определенных точек осмотра.

В качестве экскурсионных объектов могут быть памятные места, здания и сооружения, технологические линии, сотрудники, транспорт, продукция или услуги предприятия, которые составят маршрут экскурсии по принципу последовательности осмотра объектов и разработан в соответствии с требованиями безопасности. Обход маршрута поможет определиться с местами остановок группы, познакомиться с основными цехами, уточнить места расположения объектов, выбрать лучшие точки обзора и провести хронометраж показа. После обхода составляется схема маршрута экскурсии, которая наносится на план/схему предприятия, вносится в технологическую карту экскурсии и утверждается руководством.

В ходе разработки экскурсии проводится изучение литературных источников, экспозиций и фондов заводских и городских музеев, государственных архивов, хроникально-документальных фильмов, где содержатся материалы по теме экскурсии [3].

После сбора информации начинается разработка контрольного текста экскурсии – технологического документа, включающего актуальную информацию, предоставляемую экскурсантам. Он должен быть написан литературным языком, содержать краткую информацию, раскрывающую тему и производственные термины, а также быть вариативным с учетом детской и взрослой аудитории.

Контрольный текст экскурсии состоит из вступления, основной части, включает комплект «Портфеля экскурсовода», варианты интерактивной программы, заключение, список использованной литературы.

Принимая решение о создании производственной экскурсии, важно знать, что только от предприятия будет зависеть, насколько регулярно оно будет принимать экскурсионные группы - по предварительной записи в строго установленное время или по заявкам. Выбранная вами аудитория поможет определиться, что и как вы будете показывать и о чем рассказывать на экскурсии, какой мастер-класс дадите, какой сувенир подарите.

Руководство предприятия должно принять решение о стоимости экскурсии для посетителей. Она может быть платной или бесплатной. Только предприятие решает, какой будет экскурсия – обзорной, учебной для специальной профессиональной аудитории, демонстрационной или экскурсией-квестом. Наконец, принимая решение о создании производственной экскурсии, само предприятие будет определять, как будет формироваться поток туристских групп.

Таким образом, комплексная работа по развитию промышленного туризма, способствует позиционированию промышленного потенциала Российской Федерации на внутренних и внешних рынках. Промышленный туризм активно включается в развитие туристских кластеров территории, создает уникальный продукт для индивидуалов, является инструментов для реализации национальных проектов.

Список использованных источников

1. Промышленный туризм: URL: //https://irkobl.ru/sites/tour/news/Промышленный%20туризм.pdf (дата обращения 7.04.2021 г.)

2. Национального стандарта «Туристские услуги. Проектирование туристских услуг» (ГОСТа Р 50681–2010): URL: // https://docs.cntd.ru/document/1200083215 (дата обращения 17.04.2021 г.)

3. Морева С.Н. Экскурсионный туризм как фактор развития региона // Сб. мат-лов круглого стола Саяпинские чтения. Тамбов. Издательство: Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина. 2019. С.456-466.

Асланова Д.Х. – проректор по научной работе и инновациям СамИЭС , проф.
Алимова М.Т. – проф. кафедры «Менеджмент» СамИЭС

ПРАВОВАЯ ПОЛИТИКА УЗБЕКИСТАНА ПО СОЗДАНИЮ ТУРИСТСКИХ КЛАСТЕРОВ

Аннотация: *В статье приведены результаты анализа нормативно-правовой базы, которая служит институциональной основой для формирования туристских кластеров в Республике Узбекистан.*

Ключевые слова: *туристский кластер, кластерная политика, законы, нормативные акты, процесс кластерообразования.*

Annotation: *The article presents the results of the analysis of the regulatory framework, which serves as an institutional basis for the formation of tourist clusters in the Republic of Uzbekistan.*

Keywords: *tourist cluster, cluster policy, laws, regulatory acts, cluster formation process.*

Правовую основу формирования туристских кластеров формируют два блока нормативно-правых актов:

во-первых, законодательство в области туризма;

во-вторых, правовые акты, определяющие общие условия осуществления процесса кластерообразования в регионах.

В настоящее время в сфере туризма Республики Узбекистан действует множество законодательных актов и иных нормативно-правовых документов.

Рассмотрим группу нормативно-правовых актов, регулирующих туристскую сферу Республики Узбекистан (см. рис.-1).

1. Конституция Республики Узбекистан – основной закон Республики Узбекистан, принятый 8 декабря 1992 года. Он закрепил основные права и свободы человека и гражданина, выбирать место пребывания и жительства (ст. 21); право на свободное передвижение по территории республики, въезд в Республику Узбекистан и выезд из нее (ст. 28); право на отдых (ст. 38.); право на квалифицированное медицинское обслуживание (ст.40); право на пользование достижениями культуры (ст. 42). В Конституции закрепляется также гарантия государства обеспечивать своим гражданам правовую защиту и покровительство за пределами республики (ст. 22).

2. Гражданский кодекс Республики Узбекистан, применяется в гражданско-правовом регулировании различных форм деятельности, в том числе туристской. В нем закрепляются базовые принципы гражданского права, понятие и признаки юридического лица, различные организационно-правовые формы юридических лиц, которые могут применяться, в том числе и в туристской сфере. В Гражданском кодексе сформулированы общие положения о договоре в специальном подразделе Общей части обязательственного права, куда включены статьи, определяющие понятие, условия и виды договоров. Эти нормы являются основополагающими при реализации туристского продукта.



Рис.-1. Система нормативно-правовых актов по туризму[125]

3. Закон Республики Узбекистан «О защите прав потребителей», принятый в 1996г. Он регулирует взаимоотношения, возникающие между потребителями и исполнителями туристских услуг, продавцами при продаже товаров(выполнении работ, оказании услуг), устанавливает права потребителей на приобретение товаров (работ, услуг) надлежащего качества, безопасных для жизни и здоровья потребителей, получение информации о товарах (работах, услугах) и об их изготовителях (исполнителях, продавцах), государственную и общественную защиту интересов потребителей, а также определяет механизм реализации их прав.

4. Закон Республики Узбекистан «О туризме», который принят Законодательной палатой 16 апреля 2019 года, одобрен Сенатом 21 июня 2019 года. В нем закрепляются базовые понятия, используемые в сфере туризма (туризм, турист, туристская индустрия и т.д.). Закон закрепляет принципы государственного регулирования туристской деятельности, цели, приоритетные направления и способы государственного регулирования.

5. Закон Республики Узбекистан «О лицензировании отдельных видов деятельности», принятый в 2000 году, который регулирует отношения, связанные с лицензированием отдельных видов деятельности, а также

[125]А.П. Темирходжаев «Правовое обеспечение туризма в Республике Узбекистан» (введены некоторые корректировки)

отношения, возникающие между органами государственного управления и юридическими лицами.

6. Закон Республики Узбекистан «О государственно-частном партнерстве», принятый в 2019 году, который регулирует отношения субъектов в рамках государственно частного партнёрства.

7. Закон Республики Узбекистан «О внесении изменений и дополнений, а также признании утратившими силу некоторых законодательных актов Республики Узбекистан в связи с совершенствованием законодательства о государственно-частном партнерстве», принятый 22 января 2021 г., который служит для установления отношений субъектов в рамках государственно-частного партнёрства.

Важное место в правовом обеспечении туризма занимают подзаконные акты. Прежде всего, это Указы и постановления Президента Республики Узбекистан и постановления Правительства Республики Узбекистан. По юридической силе они следуют за законами.

2016-2020 года ознаменовались масштабными реформами в сфере туризма Республики Узбекистан. За прошедший период разработаны и приняты более 74 нормативно-правовых и других актов в данной сфере (см. таб.-1).

Современный этап широкомасштабных реформ национальной экономики Республики Узбекистан основывается Стратегии действий по дальнейшему развитию Республики Узбекистан. В указе Президента Республики Узбекистан Ш.М. Мирзиёева от 7 февраля 2017 г. № УП-4947 «О Стратегии действий по дальнейшему развитию Республики Узбекистан» одной из приоритетных направлений развития национальной экономики определено «Ускоренное развитие индустрии туризма, повышение ее роли и вклада в экономику, диверсификация и улучшение качества туристских услуг, расширение туристской инфраструктуры»[126]. Старт нового этапа развития туризма в Узбекистана дало утверждение Указа Президента Республики Узбекистан от 2 декабря 2016 года №4861 «О мерах по обеспечению ускоренного развития туристской отрасли Республики Узбекистан», который прикрепил туризму статус стратегического сектора национальной экономики.

Таблица-1

Численность нормативно-правых актов, принятых в течении 2016-2020 года по реформированию туристической сферы Республики Узбекистан

Нормативно-правовой акт	Количество
Законы Республики Узбекистан	
Законы Республики Узбекистан	1
Решения Главы государства	
Указы Президента Республики Узбекистан	17
Постановления Президента Республики Узбекистан	17
Распоряжения Президента Республики Узбекистан	1

[126] Указ Президента Республики Узбекистан Ш.М. Мирзиёева от 7 февраля 2017 г., № УП-4947 «О Стратегии действий по дальнейшему развитию Республики Узбекистан».

Правительственные решения	
Постановления Кабинета Министров Республики Узбекистан	29
Распоряжения Кабинета Министров Республики Узбекистан	8
Другие документы	
Совместное решение	1

При рассмотрении правовой основы развития сферы туризма, следует указать на ряд важных позиций, вытекающих из понимания сути кластерообразования и требующих соответствующего правового обеспечения:

1. Условия для развития участников кластеров (малый и средний бизнес, различные виды инфраструктуры и др.);
2. Существующие механизмы для взаимодействия государства и бизнеса;
3. Механизмы включения местных инициатив в процесс кластерообразования, участие местных органов власти;
4. Условия для концентрации участников кластера в пределах определенной территории, определяется действующая нормативно-правовая база по формированию региональных туристских кластеров.

Первое, институциональные условия для кластеров в сфере туризма (малый бизнес, различные виды инфраструктуры и др.) определяются следующими нормативными и программными документами:

– Закон Республики Узбекистан "О гарантиях свободы предпринимательской деятельности" (Закон Республики Узбекистан «О внесении изменений и дополнений в закон Республики Узбекистан «О гарантиях свободы предпринимательской деятельности», принят Законодательной палатой 29 февраля 2012 года, одобрен Сенатом 23 марта 2012 года),

– Закон Республики Узбекистан «О туризме», который принят Законодательной палатой 16 апреля 2019 года, одобрен Сенатом 21 июня 2019.

– Закон Республики Узбекистан «О государственно-частном партнерстве», принятый 10 мая 2019 г., который регулирует отношения субъектов в рамках государственно-частного партнёрства.

– Закон Республики Узбекистан «О внесении изменений и дополнений, а также признании утратившими силу некоторых законодательных актов Республики Узбекистан в связи с совершенствованием законодательства о государственно-частном партнерстве», принятый 22 января 2021 г., который служит для установления отношений субъектов в рамках государственно-частного партнёрства

– Указ Президента Республики Узбекистан от 31 января 1997 г. № УП-1702 "О дополнительных мерах по стимулированию развития малого и среднего предпринимательства";

– Указ Президента Республики Узбекистан от 9 апреля 1998 г. № УП-1987 "О мерах по дальнейшему стимулированию развития частного предпринимательства, малого бизнеса";

– Указ Президента Республики Узбекистан от 14 июня 2005 г. № УП-3619 "О мерах по дальнейшему совершенствованию системы правовой защиты субъектов предпринимательства".

Анализ показывает, что в настоящее время в Узбекистане нет единого закона о кластерах и/или кластерной политике. Вместе с тем категория «кластер» и соответствующие правоположения присутствуют в различных нормативных актах. Их можно обнаружить в законах и подзаконных актах Республики Узбекистан.

В рамках республиканского уровня в первую очередь следует отметить Закон Республики Узбекистан от 18.07.2019 г. № ЗРУ-549 «О туризме», где обозначено, что: «Туристским кластером является совокупность независимых организаций и индивидуальных предпринимателей, оказывающих комплексные туристские и иные сопутствующие услуги, необходимые для удовлетворения потребностей туриста и экскурсанта» (гл. 4 ст. 19).

Необходимость создания кластеров определена многочисленными государственными программами, финансируемыми за счет средств бюджета. Это обстоятельство, безусловно, подчеркивает значимость таких образований в рамках современной модели национальной экономики. При этом «туристский кластер» обозначен в ряде нормативных актов:

1. Указ Президента Республики Узбекистан № УП-5611 от 05.01.2019 г. «О дополнительных мерах по ускоренному развитию туризма в Республике Узбекистан», где основными направлениями развития сферы туризма в Республике Узбекистан в 2019 – 2025 годах определены: “разработки новых туристских программ … для создания разнообразного, привлекательного и конкурентоспособного в разное время года туристского продукта Республики Узбекистан, в том числе путем создания в регионах страны тематических туристских зон и кластеров», а в качестве мер выделено: «создание на территории фермерских хозяйств модельных объединений в форме агро - этно + деревень, включенных в единую структуру (сельский туристский кластер), путем расширения и диверсификации их деятельности и организации дегустаций сельскохозяйственной продукции, в том числе винной продукции, сухофруктов, сладостей и др».

2. В целях повышения эффективности проводимых реформ в сфере туризма Указом Президента Республики Узбекистан № УП-5781 от 13 августа 2019 г. «О мерах по дальнейшему развитию сферы туризма в Республике Узбекистан» установлено создание: «в пределах установленной общей штатной численности управленческого персонала в структуре центрального аппарата Государственного комитета Республики Узбекистан по развитию туризма Управление по развитию туристских зон и кластеров со штатной численностью 15 единиц, состоящее из архитекторов, картографов, градостроителей и инженеров-строителей, с возложением на него задач по организации работ по

планированию и проектированию размещения объектов туристской инфраструктуры».

Помимо этого, на сегодняшний день в Узбекистане идет процесс создания объектов инфраструктуры, способствующей кластерообразованию, который определяется рядом законодательных актов: Постановление Кабинета Министров от 17.09.2020 г. №559 «О дополнительных мерах по развитию туристской инфраструктуры в горной местности»; Постановление Кабинета Министров от 21.09.2019 г №793 «О мерах по дальнейшему развитию придорожной и туристической инфраструктуры»; Постановление Кабинета Министров от 24.11.2018 г. №954 «О дополнительных мерах по ускоренному развитию гостиничного бизнеса в Республике Узбекистан»; Постановление Кабинета Министров от 07.08.2018 г. №631 «Об организации деятельности семейных гостевых домов»; Постановление Кабинета Министров от 17.09.2020 г. №559 «О дополнительных мерах по развитию туристской инфраструктуры в горной местности».

Второе, формирование механизма установления взаимосвязей и взаимодействий между государством и субъектами хозяйствования на основе частной формы собственности связано с разработкой закона Республики Узбекистан «О государственно-частном партнерстве».

Его роль в формировании кластеров может быть определена следующим образом: государственно-частное партнерство это:

- механизм стимулирования инвестиций в инфраструктуру;
- способ привлечения бизнеса к предоставлению общественных услуг;
- альтернатива приватизации экономических объектов, находящихся в государственной собственности и имеющих важное общественное и стратегическое значение;
- способ привлечения внебюджетных средств.

На сегодняшний день правовую базу для государственно-частного партнерства в Республике Узбекистан создает национальное законодательство о государственно-частном партнерстве, приватизации, естественных монополиях, конкуренции, привлечении и иностранных инвестиций, а также реформе отдельных секторов социальной и экономической инфраструктуры. Ввиду того, что многие проекты государственно-частного партнёрства имеют концессионную основу, большое значение имеет национальное концессионное законодательство.

В-третьих, в стране имеются определенные предпосылки для включения местных инициатив в процесс кластерообразования. Межведомственной организацией, координирующей развитие сферы туризма в Республике Узбекистан является Координационный совет по развитию туризма. Статьёй 11 закона Республики Узбекистан «О туризме» определены сущность, состав и задачи Координационного совета. Статья 11. Координационный совет по развитию туризма

Координационный совет по развитию туризма (далее – Координационный совет) создается в целях совершенствования взаимодействия государственных

органов, негосударственных некоммерческих организаций, субъектов сферы туризма по вопросам создания благоприятных условий для устойчивого развития туризма.

В состав Координационного совета входят представители уполномоченного государственного органа, заинтересованных государственных органов, а также негосударственных некоммерческих организаций.

Рабочим органом Координационного совета является уполномоченный государственный орган.

Основными задачами Координационного совета являются:

– осуществление системного контроля за ходом реализации мер по развитию туризма, с регулярным заслушиванием отчетов руководителей уполномоченного государственного органа, министерств, государственных комитетов и ведомств, а также координация их деятельности, оперативное рассмотрение и решение вопросов, препятствующих развитию сферы туризма в стране;

– организация изучения выполнения утверждаемых территориальных программ в сфере туризма, эффективности использования потенциала соответствующей территории и работы, направленной на снятие имеющихся бюрократических препятствий на местах, с заслушиванием отчетов председателя Совета Министров Республики Каракалпакстан, хокимов областей и города Ташкента;

– ежегодное рассмотрение предложений и заявок Совета Министров Республики Каракалпакстан, хокимиятов областей и города Ташкента, а также других инициаторов (заявителей), подаваемых для получения государственной поддержки по реализации крупных инвестиционных проектов в сфере туризма и развитию сопутствующей инфраструктуры;

– ежегодное утверждение «дорожной карты» по проведению совместных мероприятий за рубежом, направленных на продвижение туристского потенциала Узбекистана, и привлечению иностранных туристов;

– мониторинг за ходом реализации министерствами, государственными комитетами и ведомствами, другими организациями стратегий, концепций, государственных и иных программ в сфере туризма, а также внесение в Администрацию Президента Республики Узбекистан ежеквартальной информации о ходе их реализации.

Территориальными органами Координационного совета являются территориальные советы по развитию туризма во главе с председателем Совета Министров Республики Каракалпакстан, хокимами областей и города Ташкента, выполняющие задачи Координационного совета на территориальном уровне.

На сегодняшний день активно разрабатываются стратегии устойчивого развития туризма для отдельных регионов страны. Они отражены в следующих нормативных актах: Указ Президента от 27.08.2020 г. № УП-6053 «О мерах по ускоренному развитию туризма путем внедрения особого порядка управления в

Бостанлыкском районе»; Постановление Президента от 04.05.2017 г. № ПП-2953 «О программе комплексного развития туристского потенциала города Хива и Хорезмской области на 2017-2021 годы»; Постановление Президента от 19.05.2017 г. № ПП-2980 «О мерах по ускоренному развитию туристского потенциала города Бухара и Бухарской области на 2017-2019 годы»; Постановление Президента от 07.09.2017 г. № ПП-3260 «О мерах по созданию туристской зоны «Эски шахар» в городе Ташкенте»; Постановление Президента от 16.03.2018 г. № ПП-3609 «О дополнительных мерах по дальнейшему развитию туризма в Самаркандской области на 2018-2019 годы»; Постановление Кабинета Министров 30.06.2017 г. № 450 «О мерах по ускоренному развитию туристского потенциала города Самарканда и Самаркандской области на 2017-2019 годы»; Постановление Кабинета Министров 23.11.2017 г. № 939 «О мерах по обеспечению безопасного туризма в городах Бухаре, Самарканде, Хиве и Шахрисабзе»; Постановление Кабинета Министров 15.05.2018 г. № 365 «О мерах по организации деятельности свободной туристской зоны «Чарвак»»; Постановление Кабинета Министров 08.03.2019 г. № 198 «О мерах по эффективному использованию туристкого потенциала Кашкадарьинской области».

В-четвёртых, для реализации кластерной политики в Республике Узбекистан, авторы считают необходимым разработать государственный закон, регулирующий отношения в сфере развития и поддержки кластера, который может называться, например, «Об общих принципах организации кластеров в туризме». Данный правовой акт должен основываться на Концепции кластерной политики в Узбекистане. По мнению авторов, государственный закон должен включать в себя следующие разделы:

1. Предмет регулирования настоящего закона.
2. Правовое регулирование отношений в сфере кластерной организации туризма.
3. Общее понятие и принципы организации кластера (цели создания кластера, принципы организации кластера, субъекты кластера, типы кластеров, стадии развития кластера).
4. Государственная кластерная политика (основные цели государственной кластерной политики; принципы государственной кластерной политики; направления государственной кластерной политики; меры по реализации государственной кластерной политики; механизмы поддержки государством кластерных образований; финансирование мероприятий по осуществлению государственной кластерной политики (целевая направленность выделения средств); разграничение полномочий при реализации государственной кластерной политики между уровнями власти; ведомство, отвечающее за реализацию государственной кластерной политики(полномочия ведомства, отвечающего за реализацию государственной кластерной политики)).
5. Критерии оценки конкурентоспособности кластера.

6. Участие общественного фонда, учреждения (ассоциации) предпринимателей в формировании и реализации государственной кластерной политики.

7. Система государственного информационного обеспечения в сфере кластерной организации туризма (ведение базы данных по предприятиям (по технологиям, производственным мощностям, потенциальным заказчикам субконтрактной продукции и услуг, о подержанном оборудовании и сдаваемых в аренду производственных площадях и др.)).

8. Порядок разработки законодательного акта регулирующего кластерную организацию производства.

9. Порядок разработки правового акта регламентирующего особенности взаимодействия участников кластера.

Авторы считают, что перечень мер государственной поддержки кластера, содержащийся в данном законе не должен быть исчерпывающим, что позволит применять региональным органам власти дополнительные механизмы (в пределах действующего законодательства) при принятии аналогичного законодательного акта на уровне конкретного хозяйствующего субъекта. Разработка указанного регионального законодательного акта должна быть обязательна, что также необходимо отметить в данном законе. В целях оказания методической помощи регионам на национальном уровне целесообразно разработать методические рекомендации по реализации кластерной политики в регионах Республики Узбекистан.

Региональные подзаконодательные акты, регламентирующие реализацию кластерной политики, не должны противоречить республиканскому законодательству, в том числе и закону «Об общих принципах организации кластеров в туризме». В нем должны быть учтены методические рекомендации по реализации кластерной политики в регионах Республики Узбекистан, исходя из территориальных особенностей (природных, географических и т.д.), прописаны приоритетные отрасли и направления, в которых целесообразно развивать региональные туристские кластеры, а также конкретные механизмы поддержки кластерной формы организации туризма. В свою очередь, органы местного самоуправления принимают правой акт по развитию и поддержке кластеров на территории региона.

На основании закона «Об общих принципах организации кластеров в туризме», а также в рамках действующего законодательства, Правительство Узбекистана должно разработать отдельный документ, регламентирующий порядок взаимодействия участников кластера: «Порядок взаимодействия участников регионального туристского кластера». Данный документ утверждается в форме постановления Правительства Узбекистана. Результатом взаимодействия участников кластера должно стать «Соглашение субъектов в рамках кластера», содержащее кластерные проекты (инициативы) по развитию кластера. Соглашение заключается между всеми участниками кластера. Финансирование проектов, входящих в состав Соглашения должно осуществляться государством на конкурсной основе. Поддержку государства

получают, в первую очередь, проекты, реализация которых будет способствовать развитию территории, в том числе социальные проекты. Таким образом, в «Порядке взаимодействия участников кластера», по мнению авторов, должны регламентироваться: процедура утверждения указанного Соглашения о развитии кластера; определяться участники данного соглашения; описываться признаки кластера, основные критерии соответствия экономических систем кластеру, критерии оценки предприятий и организаций, входящих в Соглашение о развитии кластера; определяться консультационный орган по реализации кластерной политики на территории Самаркандской области; процедура конкурсного отбора заявок на реализацию проектов.

Основной выгодой для участников кластера от заключения Соглашения будет получение государственной финансовой поддержки на реализацию проектов, входящих в Соглашение. В свою очередь региональные органы власти смогут обеспечить на территории проведение работ по развитию инфраструктуры в регионе; обмен знаниями и технологиями; предоставление логистических услуг по поддержке кластерной системы; предоставление информационных и коммуникационных услуг, актуальных для секторов, указанных в Соглашении; подготовку выставок-демонстраций инновационной продукции; стимулирование сбыта инновационных продуктов, в том числе посредством изучения рынка, участия в выставках, рекламных компаниях.

Мирзаев Абдуллажон Топилович - Фарғона политехника институти доценти, PhD

ТУРИСТИК-РЕКРЕАЦИЯ ФАОЛИЯТИНИ БОШҚАРИШДА ТУРИСТИК КЛАСТЕРЛАРНИ ШАКЛЛАНТИРИШ ЙЎНАЛИШЛАРИ

Аннотация: *Мақолада туристик-рекреация фаолиятини бошқариш жараёнларида туристик кластерларни шакллантириш йўналишлари назарий маълумотлар асосида ўрганилган. Туристик-рекреация фаолиятини ривожланиши билан боғлиқ "кластер" атамасининг моҳияти чуқурроқ ўрганиб чиқилган, кластерларнинг умумий белгилари бўйича таснифланган, туристик-рекреация кластерида қийматнинг тўпланиш тизими бўйича бир неча занжир турлари ишлаб чиқилган.*

Калит сўзлар: *туризм, туристик-рекреация фаолияти, бошқариш, кластер, туристик-рекреация кластерлари, инфратузилма, венчур бизнеси*

Аннотация: *В статье на основе теоретических данных исследованы направления формирования туристских кластеров в процессах управления туристско-рекреационной деятельностью. Сущность термина "кластер", связанного с развитием туристско-рекреационной деятельности, глубоко изучена, классифицирована по общим признакам кластеров, разработано несколько цепных типов в соответствии с системой накопления ценности в туристско-рекреационном кластере.*

Ключевые слова: *туризм, туристско-рекреационная деятельность, менеджмент, кластер, туристско-рекреационные кластеры, инфраструктура, венчурный бизнес*

Abstract: *On the basis of theoretical data, the article examines the directions of the formation of tourist clusters in the management of tourist and recreational activities. The essence of the term "cluster" associated with the development of tourist and recreational activities has been thoroughly studied, classified according to the general characteristics of clusters, several chain types have been developed in accordance with the system of value accumulation in the tourist and recreational cluster.*

Keywords: *tourism, touristic-recreational activities, management, cluster, touristic-recreational clusters, infrastructure, venture business*

Жаҳон мамлакатлари иқтисодиётида сўнгги йилларда ижтимоий-иқтисодий тизимлар фаолиятини кластерли ёндашув асосида ривожлантириш йўналишидаги тадқиқотлар иқтисодиёт тизимидаги тармоқ ва соҳаларни интегратив, яъни бир мақсад йўналишидаги турли фаолият йўналишларини бирлаштирувчи тизимлар алоҳида корхона ёки тармоқларга нисбатан самарали эканлигини кўрсатмоқда. Юз бераётган таркибий ўзгаришлар глобал тенденцияларнинг алоҳида ҳолатларини ўзида акс эттираётганлигини охирги йиллардаги мамлакатимиз миллий иқтисодиёти тармоқларининг деярли барчасида юз бераётган фаолиятни ташкил этиш ва бошқаришнинг кластерли ёндашувида кўришимиз мумкин. Шуни таъкидлаб ўтиш лозимки, ўзбек олимларининг тадқиқотларида ҳам мамлакатимиз ҳудудларида туристик-рекреация фаолиятини самарали ташкил этиш йўналишларидан бири сифатида туристик-рекреация хизматлари кластерларини шакллантириш истиқболли йўналиш сифатида қаралмоқда.

Туристик-рекреация кластерларини ташкил этиш ва улар фаолиятини бошқариш бўйича тадқиқотларда, биринчи навбатда, “кластер” атамасининг моҳиятини чуқурроқ ўрганиб чиқиш мақсадга мувофиқ. Ижтимоий-иқтисодий тизимлар фаолиятини кластерли ёндашув асосида ривожлантириш йўналишидаги айрим тадқиқотларда “кластер” атамасига турлича таърифлар берилган бўлиб, турли мамлакатлардаги кластер асосидаги ривожланишнинг кенг тажрибаси таҳлил этилган. Кластерли ёндашувга асосланган назария асосчиси ҳисобланган М.Портернинг тадқиқотларида кластер моҳиятига: “...кластер – муайян соҳада умумий ва ташқи алоқалар билан бир-бирига боғлиқ бўлган компанияларнинг ва уларнинг асосий фаолияти билан боғлиқ бўлган муассасаларнинг географик яқин гуруҳидир”, деб таъриф берилган [1].

М.Портернинг талқинига кўра, муваффақиятли кластерларнинг ривожланиши бир вақтнинг ўзида барқарор ривожланиш стратегиясини қўллашни талаб қилади, яъни гуруҳлар турли хил манфаатдор томонларнинг бирлаштириши, иқтисодиётнинг рақобатбардош устунлигига эришишга йўналтирилган янги соғломлаштиришнинг ташкилий шаклидир. Мамлакатларда ижтимоий-иқтисодий тизимлар, жумладан, тармоқ ва

соҳаларни ривожлантиришдаги кластер сиёсатининг мақсади – бизнес ва минтақанинг ривожланиши учун истиқболли имкониятлар яратишдан иборат. Шундай қилиб, кластерга бирлашган ҳар бир иқтисодий гуруҳ яқин 5-10 йил давомида узоқ муддатли бизнесни ривожлантириш стратегиясига таъсир қилади.

1-жадвал

Кластерларнинг умумий белгилари бўйича таснифи[2]

Тасниф белгиси	Кластернинг моҳияти
Фаолият йўналишлари бўйича	Маҳсулот ишлаб чиқарувчи саноат кластерлари
	Хизматлар етказиб берувчи кластерлар
Маҳсулот тури бўйича	Анъанавий маҳсулот ва хизматлар ишлаб чиқарувчи кластерлар
	Эҳтиёжларни қондиришда мутлоқо янги йўналишларни яратишга интилувчи инновацион ёки интеллектуал кластерлар
Кичик корхоналардан ташкил топган компаниялар таркибида билимларнинг тўпланиши	Етакчи илмий-тадқиқот марказларида яратилаётган инновацияларга йўналтирилган технологик кластерлар
	Анъанавий фаолиятга асосланган тарихан шаклланган саноат кластерлари
Тармоқ турлари бўйича	Қазиб олувчи ва қайта ишловчи кластерлар
	Саноат ишлаб чиқариши ва ташишга асосланган кластерлар
	Хизматлар, шу жумладан, молиявий хизматлар кўрсатишга ихтисослашган кластерлар
	Сервис ва юқори технологиялар соҳасида фаолият кўрсатувчи кичик ва ўрта корхоналардан ташкил топган Маршалл кластерлари
	Ҳал қилувчи роль асосий ҳудуддан ташқарида жойлашган бир филиалга тегишли бўлган йўлдош кластерлар
	Давлат манфаатлари учун фаолият олиб борувчи давлат корхоналари кластери
Кластер ичидаги алоқалар таркибидаги фарқлар бўйича	Самарадорликни оптималлаштириш натижасида шаклланган кластерлар
	Бозорлар боғлиқлиги натижасида шаклланган кластерлар
	Ишлаб чиқариш жараёнларининг ажралиши натижасида шаклланган кластерлар
	Умумий технологиялар ва “маҳсулот чизиғи”га асосланган кластерлар
	Тизим алоқаларига асосланган кластерлар
	Маҳсулот сотиш назоратига асосланган кластерлар
	Компанияларнинг уникал хусусиятларига асосланган кластерлар
Ишлаб чиқариш кўлами бўйича	Кичик кластерлар – экспортдан даромади 5 млн АҚШ долларигача, 5 тагача корхонадан иборат, бандлар сони 100 тагача
	Ўртача кластерлар – экспортдан даромади 5-50 млн АҚШ долларигача, 5-10 тагача корхонадан иборат, бандлар сони 101-1000 тагача
	Йирик кластерлар – экспортдан даромади 50 млн АҚШ долларидан ортиқ, 15 тадан ортиқ корхонадан иборат, бандлар сони 1000 тадан ортиқ
Кластернинг шаклланиш	Ўз-ўзидан шаклланган кластерлар – минтақадаги

асослари бўйича	корхоналарнинг ишончли алоқалари ва бизнеснинг ихтисослашуви натижаси
	Сунъий кластерлар – корхоналар ва маҳаллий давлат бошқарув органлари ташкилотчилигида шаклланган кластерлар
Иш ўринлари миқдори бўйича	Барқарор кластерлар – йил давомида иш ўринлари сони сезиларли ўзгармайди
	Ривожланаётган кластерлар – иш ўринлари миқдори ортиб боради
	Қисқариб бораётган кластерлар – иш ўринлари миқдори қисқариб боради

Замонавий ўзгаришлар шароитида ривожлантирилаётган кластерли ёндашув тўғридан-тўғри янги илмий-техник йўналишлар ва уларнинг тижоратлашувини рағбатлантирган ҳолда билимлар тўпламининг янги шаклларини ташкил этиш учун асос ҳисобланади ҳамда билвосита таълим ва фан соҳасини ҳамда венчур бизнесини ривожлантиради.

Туризм кластери маҳаллий (шаҳар) даражасида, шунингдек ҳудудий даражада ташкил этилиши мумкин. Кўпчилик тадқиқотчиларнинг, жумладан бизнинг фикримизча ҳам туризмга кластерли ёндашув минтақанинг иқтисодий ўсишига сезиларли ҳисса қўшади. Бугунги кунда турли мамлакатларда туризм соҳасидаги иқтисодий моделлар асосан кластерларнинг мутаносиблигини ошириш учун ишлаб чиқилган. Бу эса бир вақтнинг ўзида тўғридан-тўғри туристик хизматлар кўрсатиш тизими билан биргаликда ёндош, тўлдирувчи хизмат соҳаларининг ҳам ривожланишини таъминлайди.

Туристик-рекреация кластерлари жаҳоннинг кўплаб мамлакатларида иқтисодий ўсиш локомотиви ҳамда ҳудудий инновацион тизимлар иштирокчилари ўртасидаги муносабатларнинг самарали воситаси сифатида фаолият кўрсатмоқда[3].

Туристик-рекреация кластерларини ташкил этиш ва уларнинг фаолияти бўйича хориж тажрибаси қуйидаги асосий тамойиллар устига қурилганлигини кўриш мумкин:

- корхоналарнинг ҳудудий концентрацияси;
- кластер иштирокчиларининг қўшилган қийматни яратиш занжири асосидаги чуқур технологик кооперацияси;
- кооперация ва рақобатнинг мутаносиблиги;
- фаолиятнинг инновацияларга асосланиши;
- давлат-хусусий шерикчилик механизмининг амал қилиши.

Жаҳон амалиётида туристик-рекреация кластерида қийматнинг тўпланиш тизими қуйидаги бир неча занжирлар турларидан иборат[4]:

1. Етказиб берувчилар томонидан қўшилган қийматнинг яратилиш занжири.

2. Жойлаштириш, кўнгил очар хизмат корхоналари ҳамда туристик-рекреация маҳсулотини сотиш каналларида қўшилган қийматнинг яратилиш занжири.

3. Рекреантлар (турмаҳсулот харидорлари) томонидан истеъмол жараёнида қўшилган қийматнинг яратилиш занжири.

Туристик-рекреация кластерини шакллантириш жараёни турли субъектлар (давлат бошқарув тузилмалари, бизнес тузилмалари, маҳаллий ҳамжамият вакиллари)нинг ташаббуслари билан бошланади. У кластер администрациясини ташкил этиш, ҳудудда туризмни ривожлантириш бўйича стратегик режани ишлаб чиқиш, жорий бошқарувни амалга ошириш, мониторинг ўтказиш, ўзини ўзи бошқариш тамойилларига асосланишни назарда тутади. Кластер администрацияси – фаолияти давлат-хусусий шерикчилик тамойилларига асосланган мустақил юридик шахс бўлиб, у кластернинг турли иштирокчилари бўлган ҳудудий давлат органлари, тадбиркорлик ҳамда "учинчи" сектор вакиллари билан ишлайди.

Амалиётда қўлланилиши таклиф этилаётган туристик-рекреация кластери фаолиятини ташкил этиш ва ривожлантиришга ижобий омиллар билан бирга қуйидаги салбий омиллар ҳам ўз таъсирини кўрсатиб, кластернинг бир бутунликдаги фаолият самарадорлигини пасайтириши мумкин:

- зарурий инфратузилма тизимларининг етарли даражада шаклланмаганлиги;
- экспресс-брендинг ва рекреацион хизматлар халқаро маркетингининг етарли даражада шаклланмаганлиги;
- таклиф этилаётган рекреацион маҳсулот сифатининг жаҳон стандартлари даражасидан пастлиги ва бошқалар.

Хулоса ўрнида айтиш мумкинки, туристик-рекреация фаолиятини ривожлантириш ва таклиф этилаётган хизматларга талабни кенгайтиришда кластерларни шакллантириш ёки қисман шаклланган кластерларни оптимал даражада тўлдириш ушбу объектларнинг қисқа давр ичида яширин талабни реал талабга айлантириб, уни қондириш учун мавжуд салоҳиятни тўлиқ сафарбар этиш имконини оширади. Бу эса, ўз навбатида, туристик-рекреация корхоналарини, аниқроғи, кластер ядроси ҳисобланган корхоналар даромад даражасининг ортишига олиб келади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Porter, M. 2001. Competition Moscow: Publishing House "Williams", 495 p. P. 207.
2. Захаренко И.К. Анализ инновационных кластеров// Российское предпринимательство. -2014, №22 (268). -С. 67-69.
3. Горбунов А.П., Бурняшева Л.А., Газгиреева Л.Х., Рудь Н.Ю. Инновационный туристский кластер как модель устойчивого развития регионов // Известия Кабардино-Балкарского научного центра РАН. 2016. № 4 (72). С. 62-66.
4. Тарасенок А.И. Геоэкономика туризма. – М.: ИНФРА-М; Мн.: Нов. знание, 2011. –С. 169.
5. Mirzaev, A. T. (2020). Assessment of cluster formation in management of recreational activity. ISJ Theoretical & Applied Science, 04 (84), 605-610. https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2020.04.84.101
6. Mirzaev A. T. Evaluation of innovation capacity resource components in effective management of recreational clusters on the basis of econometric analysis //

EPRA International Journal of Research and Development (IJRD). – 2020. – pp.131-137. https://doi.org/10.36713/epra4790

7. Мирзаев А. Т. Туристик-рекреация объектлари кластерларини шакллантириш механизмларини баҳолаш // Иқтисодиёт ва таълим [Текст]. 2018. №6. 207-213 б.

8. Мирзаев А. Т. Рекреацион – туризм кластерларини яратиш ёҳуд улар орқали ҳудудларда сайёҳлик тизимини ривожлантириш истиқболлари // Бизнес-Daily медиа [Текст]. 2018. №12. 21-24 б.

9. Mirzaev A.T. Туристик-рекреация кластерларини бошқаришда инновацион салоҳиятнинг ресурс компонентини баҳолаш услубиёти “Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar” ilmiy elektron jurnali. № 4, iyul-avgust, 2020 yil. 390-401 б.

Асланова Д.Х. – профессор СамИЭС
Юсупова Н. – магистрантка 2 курса группы МТФ 119, СамИЭС

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ПО ФОРМИРОВАНИЮ И РАЗВИТИЮ ГОСУДАРСТВЕННОГО ПАРТНЕРСТВА В СФЕРЕ ТУРИЗМА НА ОСНОВЕ КЛАСТЕРНОГО ПОХОДА

Аннотация*: В данной статье рассматривается теория и разработка методологических и методических положений по формированию и развитию государственно и частного партнерства в сфере туризма на основе кластерноориентированного подхода и максимизации использования культурного и туристско-рекреационного потенциалав Республике Узбекистан.*

Ключевые слова*: кластер, рекреация, инновации, механизм и методы.*

Annotatsiya: *Ushbu maqolada turizm sohasida davlat-xususiy sheriklikni Klaster asosida shakllantirish va rivojlantirish hamda O'zbekiston Respublikasida madaniy va turistik-rekreatsion salohiyatdan foydalanishni maksimallashtirish bo'yicha uslubiy va uslubiy qoidalar nazariyasi va ishlab chiqilishi muhokama qilingan.*

Abstract: *This article discusses the theory and development of methodological and methodological provisions for the formation and development of public-private partnership in the field of tourism on the basis of a cluster-oriented approach and maximizing the use of cultural and tourist-recreational potential in the Republic of Uzbekistan.*

Каждый туристический субъект представляет собой относительно обособленную территориальную часть экономической системы государства, которая преследует цель сделать жизнь ее жителей максимально комфортной. Качество жизни населения, как один из основных показателей этой комфортности, имеет такие составляющие, как качество питания, жилья,

состояние инфраструктуры, качество услуг здравоохранения, культуры и другие нужды

В современных условиях в качестве сдерживающих факторов экономического роста в Республике Узбекистан можно признать существенную дифференциацию качества жизни различных слоев населения, низкий уровень внедрения инновационных цифровых технологий при ведении предпринимательской деятельности в сфере услуг, снижение деловой активности субъектов социальной сферы, отсутствие финансовых ресурсов или их нерациональное использование при осуществлении проектной деятельности, в том числе в области рекреации и туризма. Мировой и отечественный опыт показывает, что наиболее эффективным инструментом решения вышеперечисленных проблем и универсальным способом создания и развития инфраструктуры отраслей, инновационных технологий, экономии финансовых средств и минимизации рисков является взаимовыгодный альянс государства с частными предпринимателями. Формирование и развитие механизмов частно-государственного партнерства в сфере рекреации и туризма, реализация адекватной управленческой поддержки со стороны органов государственного и регионального регулирования способно активизировать ресурсный потенциал территории, что, в свою очередь, может обеспечить условия для более эффективного использования локальных ресурсов, реализации предпринимательских инициатив и улучшения качества жизни российских граждан. Однако эффективное взаимодействие предпринимательского сектора и государства в сфере рекреации и туризма требует особых приемов и механизмов, способных обеспечить использование стимулирующей роли региональных органов власти в управлении соответствующей структурой и уровнем потребительского спроса. Мировой опыт показывает, что кластерно-ориентированный подход, в основе которого лежат механизмы государственно-частного партнерства, рассматривается как один из мощных факторов развития территории или региона. Кластерные структуры находят широкое применение в различных сегментах национальной экономики, обеспечивая эффективность и результативность принимаемых управленческих решений, создавая условия для планомерного и устойчивого развития их участников. В последние годы активное формирование кластерных структур в Республике Узбекистан наблюдается и в такой важной индустрии как туризм, что обусловлено необходимостью оптимизации использования богатейшего культурно-исторического и рекреационного потенциала для развития всего спектра видов и направлений данного сегмента сферы услуг. Однако высокий уровень конкуренции со стороны международного туризма вынуждает туристско-рекреационный комплекс искать новые инновационные пути адаптации к постоянно меняющимся условиям внешней среды

Преимущество и новизна кластерного подхода заключаются в том, что он придает высокую значимость территориальному и социальному аспектам, а также инновационному подходу экономического развития. Кроме того, он предлагает эффективные инструменты для стимулирования регионального

развития, которое проявляется в увеличении занятости, повышении конкурентоспособности региональных производственных систем, росте бюджетных доходов и др. По моему мнению, это указывает на необходимость внедрения кластерного подхода для развития туристской отрасли Узбекистана, а также его регионов.

Кластер представляет собой интегрированную структуру, которая функционирует на основе организационно-экономического механизма. Единого мнения относительно элементов указанного механизма нет, поскольку в большинстве исследованиях предлагаются организационно-экономические механизмы применительно к конкретной отрасли. При этом надо отметить, что невозможно, разрабатывая кластерную политику развития регионов, копировать то, что есть в других регионах. Эффективные кластеры строятся на региональных особенностях, которые превращаются в источники конкурентных преимуществ.

Исходя из вышеуказанного, я предлагаю выделить следующие элементы туристского кластера: блок специализации, блок координации, блок потребителей, блок науки, блок финансово-юридический и блок сопутствующий. Структура организационно-экономического механизма развития туризма в регионах Узбекистана на основе кластерного подхода представлена по следующим элементам:

Блок специализации состоит из двух составляющих: основного и обслуживающего блоков.

Основной блок. Данный блок состоит из следующих организаций и предприятий: фирмы-производители туристских услуг (лечебницы, санатории, здравницы, базы отдыха и др.); фирмы по разработке и реализации туристского продукта преимущественно на оптовой основе (туроператоры); фирмы, выступающие в качестве продавцов туристского продукта, сформированного туроператорами Таким образом, данный блок выполняет функции по производству туристских услуг, формированию и реализации туристского продукта.

Обслуживающий блок. Данный блок включает в себя специализированные фирмы, предоставляющие следующие услуги: размещения (гостиницы и аналогичные средства размещения); питания (рестораны, бары, кафе, столовые и др.); транспортные (авиационные предприятия, транспортные предприятия, железнодорожные ведомства, предприятия морского и речного транспорта и др.); связи (услуги сотовой и т.п. связи); торговли товарами для туристов; досуга в туризме (киноконцертные залы, залы игровых автоматов, и прочие учреждения культуры); промышленные предприятия, производящие только товары туристского и рекреационного ассортимента.

Блок координации. Процесс формирования индустрии туризма и ее устойчивого развития, как одной из важнейших отраслей в региональной экономике, в настоящее время невозможен только лишь с использованием существующих рыночных механизмов, без действий, исходящих от

государства, и оказывающих реальную поддержку. Именно государству здесь отводится роль катализатора государственно-частного партнерства.

Блок науки и образования. Образовательные учреждения, входящие в кластер, должны иметь специфическую программу обучения (переобучения) кадров, отражающую возможность получения современных знаний и умений в сфере специализации кластера. Блок науки взаимодействует с другими участниками кластера в рамках предоставления им образовательных и научно-исследовательских услуг, за что получает материальное вознаграждение.

Блок сопутствующий. Данный блок включает в себя ряд организаций и предприятий (промышленных, медицинских, образовательных, информационных), функционирующих на рынке товаров и услуг вне зависимости от туризма, однако их включение в состав кластера создаст более высококачественные условия для привлечения туристов.

Блок финансово-юридического сопровождения представляет собой организации, предоставляющие финансовые (банки, страховые компании и пр.) и юридические услуги (юридические и нотариальные конторы).

Особое внимание при формировании туристского кластера необходимо уделять взаимосвязям между его элементами. Данная связь основывается не только на экономической выгоде участников, но и ориентирована на создание и реализацию качественных туристских услуг, удовлетворяющих потребности как внутренних, так и внешних потребителей туристских услуг. В предложенной нами модели главным инструментом взаимосвязей между элементами кластера служит информационная база. Она создаётся на основе системного подхода накопления, обработки и передачи по определённым каналам, в определённом объёме информации, в зависимости от доступа к информационной базе элементов кластера. Это гласит о необходимости систематизации предъявляемой информации на уровне всех элементов кластера. Инструментом такой систематизации на уровне предприятий может служить маркетинговая информационная система.

И так, по своей сущности и структуре кластерная политика является именно тем инновационным направлением развития туризма в регионах Узбекистана, который может способствовать повышению конкурентоспособности национальной экономики через рост инновационности национальной туристской системы.

Список литературы

1. UNWTO Tourism Highlights 2017 Edition. 3 c. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.unwto.org003/ (дата обращения: 15.01.2018).

2. Travel & Tourism Economic Impact 2017 Uzbekistan. p. 8. [Электронный ресурс]. Режим доступа: // http://www.wttc.org/ (дата обращения: 15.01.2018).

3. Travel & Tourism Economic Impact 2017 World. p. 8. [Электронный ресурс]. Режим доступа: // http://www.wttc.org/ (дата обращения: 15.01.2018).

4. Портер М. Конкуренция. Исправленная версия. М.: Издательский дом «Вильямс», 2005. 259 с.

Berdimurodov Azizjon Shukrilloyevich – Independent researcher of Samarkand institute of economics and service

PRIORITIES FOR THE DEVELOPMENT OF TOURISM ON THE BASIS OF PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP IN A FREE TOURISM ZONES

Аннотация: *Ushbu maqolada davlat-xususiy sherikchiligi, uning mohiyati, turizm sohasida davlat-xususiy sherikchiligidan foydalanishning afzalliklari masalalari o‘rganilib, tahlil qilingan. Shuningdek, davlat-xususiy sherikchilik asosida erkin turistik hududlarni samarali rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmi ishlab chiqilgan hamda mazkur mexanizm asosida turizm sohasini yanada rivojlantirish bo‘yicha takliflar tayyorlangan.*

Аннотация: *В стате исследуеця и анализируеця государственно-частное партнерство, его сушност, преимушества исползования государственно-частного партнерства в туризме. Также разработан организационно-экономический механизм эффективного развития свободних туристических территорий на основе государственно-частного партнерства и подготовлени предложения по далнейшему развитию туристической отрасли на основе этого механизма.*

Abstract: *The article examines and analyzes public-private partnership, its essence, the advantages of using public-private partnership in tourism. Also, an organizational and economic mechanism for the effective development of free tourist territories on the basis of public-private partnerships has been developed and proposals have been prepared for the further development of the tourism industry on the basis of this mechanism.*

Калит сўзлар: *turizm, erkin turistik hudud, turistik infratuzilma, davlat-xususiy sherikchiligi, mexanizm, modernizatsiya.*

Ключевые слова: *туризм, свободная туристическая зона, туристическая инфраструктура, государственно-частное партнерство, механизм, модернизация.*

Key words: *tourism, free tourist zone, tourist infrastructure, public-private partnership, mechanism, modernization.*

Today, the governments of many developing countries face a number of challenges in meeting the growing demand for new and improved services, particularly tourism services. Although the bulk of tourism activities have been privatized, the fact that the state remains the main executor in the implementation of large projects does not allow to achieve sufficient results. Given that the capacity of the public sector to implement many projects simultaneously is limited, it is clear that

governments in partnership with the private sector are one of the best ways to increase the volume and improve the quality of tourism services.

The above situation reflects the urgency of developing public-private partnerships in the field of tourism and requires research in this area.

Although public-private partnerships are interpreted differently by various international organizations, foreign and national economists, almost all of their views on PPP are positive.

PPP participants usually agree to work together by sharing responsibilities for the implementation or management of an infrastructure project through a legally binding contract or other mechanism. This partnership or partnership is based on the activities that each party carries out by clearly defining its responsibilities.

In tourism, the state may introduce a strategy of establishing a competitive advantage over other enterprises in private partnership. There is a strong link between tourism development and employment. A long-term strategy based on public-private partnership (PPT) can accelerate economic growth, increase employment and reduce poverty.

Until recently, there was hesitation in establishing public-private partnerships due to the competitive market in the tourism industry. Public policy would be reluctant to participate in these projects if they were required to do something that would increase government spending or reduce competitiveness. But a public-private partnership project could be the opposite. It means the pooling of knowledge, experience, capital and other resources from different stakeholders. Conclusions about the benefits of cooperation are slowly growing. This partnership ensures consistency within the system and serves as an effective tool for planning, solving management problems, and adapting to the times. Therefore, instead of reducing the competitiveness of tourism services, it increases it.

Funding for any project is one of the most important aspects of any infrastructure development. PPT has become one of the most powerful ways to create opportunities in both service and manufacturing. Joint participation of the public and private sectors will strengthen the project in all respects. In addition, the expected risks will be addressed through agreement, and effective action will be taken as a result of mutual support. The various risks that arise in a public-private partnership are shared by both parties and have an obligation to address them. Economists say that although the initial investment in tourism is large, it is possible to earn a profit quickly.

Public-private partnership is a mechanism for ensuring mutually beneficial cooperation, including the coordination and regulation of the interests of public and private businesses, the provision and implementation of programs and projects for socio-economic development of the regions. This, in turn, leads to the solution of socially important tasks on mutually beneficial terms in order to improve the quality of life of the population and achieve the goals of public administration.

In recent years, the use of various forms of public-private partnerships in developed countries has become more widespread due to the joint efforts of public and private businesses to create and modernize socially important infrastructure

facilities at the regional and national levels. This form of cooperation is of economic interest to public authorities, as it allows for the development of the social sphere by investing in infrastructure improvements.

The greatest experience in the formation and development of PPP projects is accumulated in European countries. Currently, the main sectors for the use of PPPs in the EU are the road sector, public transport, energy, education, health and tourism.

One of the first studies on the role of PPPs in tourism was conducted by the World Tourism Organization in 2000.

In a survey of 90 countries, 98% of public and private entities rated the role of PPP in a competitive environment as “very important” and “significant”. Currently, the interest in the topic of PPP in the field of tourism is primarily due to the global pandemic and the reduction of key indicators of tourism in 2020.

In tourism, PPP projects can be created for a number of purposes:

- the need to create new products / services;
- rational use of resources;
- distribution of risks between partners (not only financially, but also in decision-making);
- reducing the time for the introduction of new projects;
- exchange of experience and introduction of the best;
- attracting new financial resources, etc.

The mechanism of public-private partnership in tourism provides for the attraction of private investment for the implementation of priority projects, which will allow more rational use of budget funds in solving the problem of tourism infrastructure development. The relationship between the level of socio-economic development of the country and the use of public-private partnership projects was determined. In countries with developed market economies, communication, tourism and innovative technologies are the priority areas for the implementation of these projects. The most urgent projects for the development and modernization of the necessary infrastructure in developing countries are waiting to be implemented.

It should be noted that at a time when public-private partnership projects are being implemented in more than 130 countries around the world, the Republic of Uzbekistan pays little attention to the development of public-private partnerships. For many years, this mechanism was not given enough attention.

For government agencies, the planning and preparation phase of a project is the most responsible, as the future success of a project often depends on the results of the preparation. Therefore, the formation of integrated project management as a single process in the implementation of public administration strategy in the field of development and support of PPP is an urgent issue.

As a result of scientific research, a mechanism for the creation and rational management of free tourist zones (FTZ) in the country on the basis of public-private partnership has been developed, studying the requirements of existing legislation and the experience of foreign countries (Figure 1). FTZ on the basis of PPP is formed in accordance with the requirements of the Laws of the Republic of Uzbekistan “On Special Economic Zones” and “On Public-Private Partnership”.

A free tourist zone shall be established in a separate or special economic zone for a period of thirty years, subject to renewal on the basis of a relevant resolution of the President of the Republic of Uzbekistan. Based on this decision, the Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan will make a decision on the activities of the free tourist zone.

Vacant and inactive state-owned facilities located in the free tourist zone are provided to the participants of the free tourist zone at a “zero” value on the basis of investment obligations.

The free tourist zone will be established on the basis of public-private partnership, and the powers of the private entity in the management of FTZ will be expanded in exchange for the reduction of state influence during its operation.

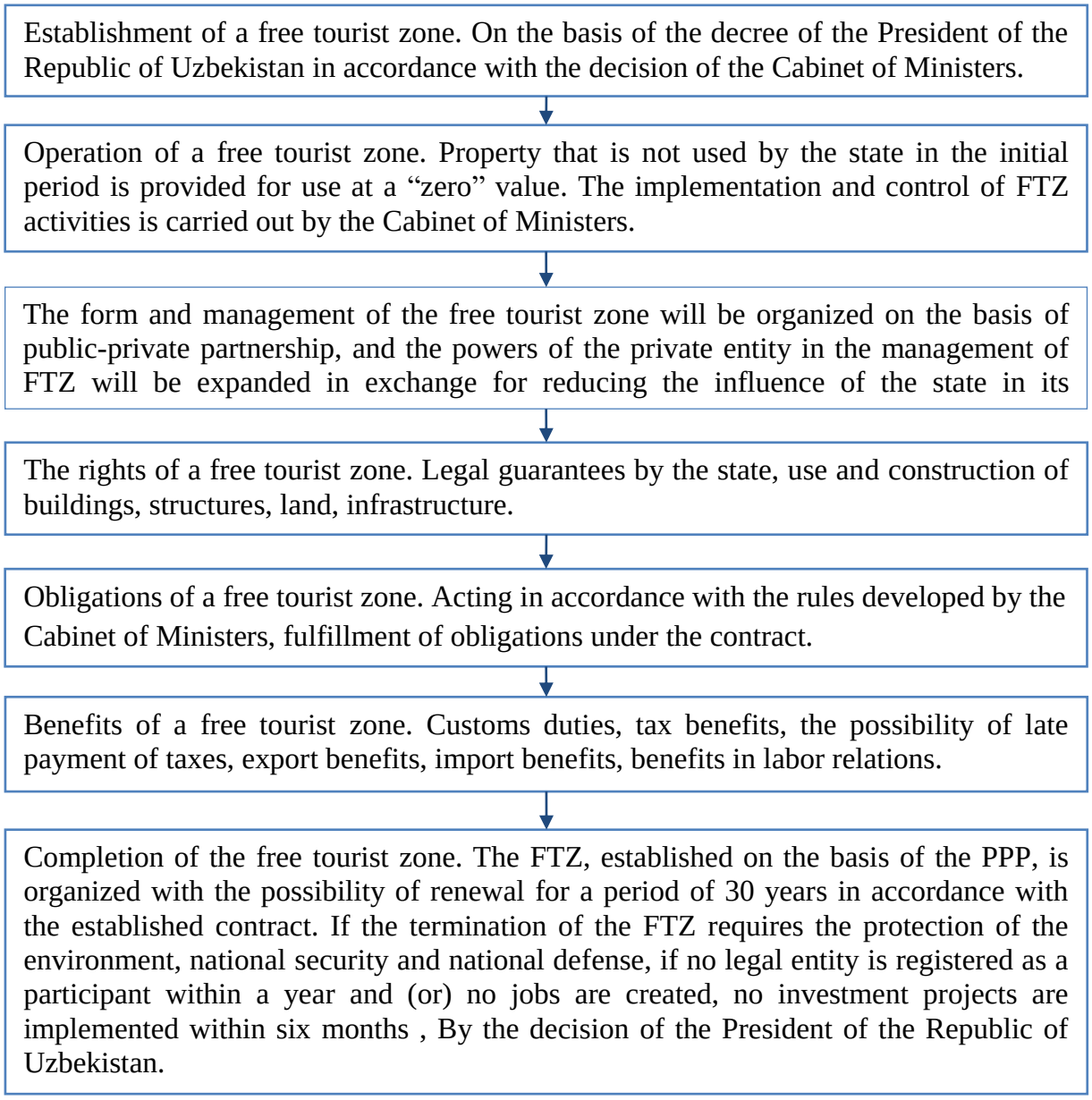


Figure 1. Organizational and economic mechanism for the effective development of FTZ on the basis of PPT

PPT based FTZ can be organized in the following forms: lease, lease, concession agreement, in the form of a joint venture, cooperation, etc.

Establishment of FTZ on the basis of PPP will lead to the optimization of public spending, increase management efficiency, continuous monitoring of enterprises, ensure the targeted use of funds (Figure 2).

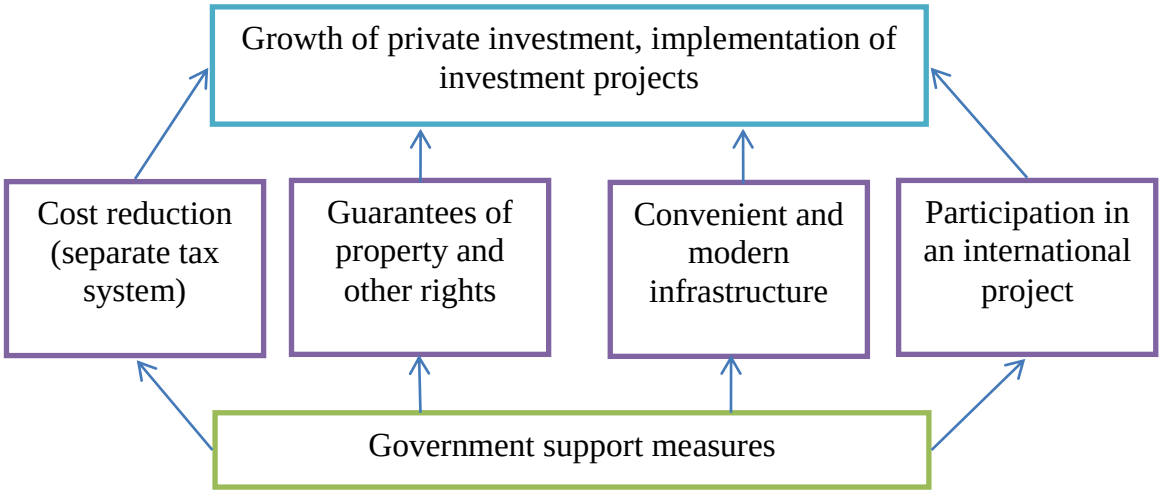


Figure 2. Some advantages of FTZ based on PPT

Participants of the free tourist zone will be entitled to a number of legal guarantees, benefits and preferences.

In addition, the participants of the free tourist zone must fulfill their obligations under the legal documents and agreements in a timely manner, and submit reports in the prescribed manner.

Participants in the special economic zone are exempt from:

If a free tourist zone requires the protection of life and health of people, protection of the environment, ensuring national security, no legal entity shall be registered as a member of the zone within one year from the date of its establishment. If the participant has not created jobs, if the territory has not been used by the participants for the implementation of investment projects for six months from the date of its establishment, it shall be terminated in the prescribed manner.

The study found that the development of effective forms of public-private partnerships that would allow attracting private investment to implement projects that are currently of socio-economic importance in the tourism sector would be a solution to a number of problems:

- creation of new tourist and recreation areas and complexes;
- modernization, reconstruction of the existing recreation and tourism infrastructure in accordance with the requirements of world standards;
- improving the system of staffing for the development of the tourism industry;
- support for small and medium-sized businesses aimed at developing the tourism and hospitality industry;

- protection of the tourism market through the provision of tax benefits and state guarantees;

- formation of FTZ in Samarkand region as a modern tourism market;

- improving the system of information support and research in the field of tourism;

- development of regional tourism market integration, international cooperation;

- improving the quality of competitive tourist services, specialization in tourism and deepening cooperation;

- apply to the tax authorities with a proposal to introduce local tourist rental by reducing other taxes for investment in the conservation, restoration and development of recreational resources;

- development of tourist infrastructure, development of roads and routes, simplification of their certification systems;

- modernization of existing nature museums and information centers in specially protected natural areas;

- development of advertising and promotion of ecotourism in domestic and foreign markets;

- funding of the proposed activities from the state and local budgets, as well as from tourism enterprises, organizations and institutions, regardless of ownership.

In general, public-private partnerships are one of the most promising areas for accelerating the development of tourism and hospitality in modern conditions. One of the most urgent tasks is to pay serious attention to the establishment of free tourist zones on the basis of public-private partnership and to further improve the legislation in this area.

Хамитов М.Х. – СамИСИ “Туризм” кафедраси катта ўқитувчиси
Ҳайдаров О.З. - СамИСИ “Туризм” кафедраси ассистенти

МЕҲМОНХОНА ХЎЖАЛИГИНИ РИВОЖЛАНТИРИШДА ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СИФАТИНИНГ ЎРНИ ВА АҲАМИЯТИ

Аннотация: *Ушбу мақолада меҳмонхона хўжалиги ривожлантиришда хизмат кўрсатиш сифатининг ўрни ва аҳамияти ҳамда меҳмонхона маҳсулотининг асосий ўзига хос хусусиятлари ўрганилган.*

Калит сўзлар: *туризм, меҳмонхона хўжалиги, сифат, хизмат сифати, хизмат кўрсатиш сифати, ишончлилик, илтифотлилик, ваколатлилик, очиқлик, коммуникативлик, эътиборли муносабат, моддий-техник база.*

Аннотация: *В статье исследуются роль и значение качества обслуживания в развитии гостиничной индустрии, а также основные характеристики гостиничных продуктов.*

Ключевые слова: *туризм, гостиничный менеджмент, качество, качество обслуживания, качество обслуживания, надежность, вежливость, авторитет,*

открытость, коммуникативность, внимательное отношение, материально-техническая база.

Annotation: *The article examines the role and importance of service quality in the development of the hotel industry, as well as the main characteristics of hotel products.*

Key words: *tourism, hotel management, quality, quality of service, quality of service, reliability, politeness, authority, openness, communication, attentive attitude, material and technical base.*

Бугунги кунда Ўзбекистонда туризм соҳасини жадал ривожлантиришга катта аҳамият берилиб, ўрта муддатли истиқболда туризм соҳасидаги давлат сиёсатининг мақсадли вазифалари ва устувор йўналишларидан бири сифатида «...туризмга иқтисодиётнинг стратегик сектори мақомини бериш, ушбу соҳани барча ҳудудларни ва ўзаро боғлиқ тармоқларни комплекс равишда жадал ривожлантиришнинг етакчи кучига айланиши лозим бўлган иқтисодиётни диверсификациялаш, таркибий ўзгартириш ва барқарор ривожланишнинг қудратли воситасига айлантириш...»[127] белгиланди.

Сифат масаласи меҳмонхона хизматларининг ишлаб чиқарилиши ва истеъмолида энг муҳим роль ўйнайди.

Хизмат сифати-хизматнинг ўрнатилган ёки кўзда тутилган истеъмолчи эҳтиёжларини қондириш қобилиятини белгиловчи хусусиятлари йиғидисидир.

Хизмат кўрсатиш сифати – истеъмолчининг ўрнатилган ёки кўзда тутилган эҳтиёжлари қондирилишини таъминловчи хизмат кўрсатиш жараёни ва шароитининг хусусиятлари йиғиндисидир.

Муайян эҳтиёжларни қондириш қобилиятини таъминловчи хизматларнинг энг муҳим хусусиятларига қуйидагилар мансуб:

- Ишончлилик;
- Илтифотлилик;
- Ваколатлилик;
- Очиқлик;
- Коммуникативлик;
- Эътиборли муносабат.

Ишончлилик ваъда қилинган хизматни аниқ тақдим этишдек ходим қобилияти билан белгиланади. Хизмат кўрсатувчи ходимларнинг билим-тажрибаси ишончлилик пойдеворидир.

Илтифолилик – мижозга ёрдам бериш иштиёқи ва унга дарҳол хизмат кўрсатишга интилиш. Хизмат кўрсатиш вақтида кўп ҳолларда кўзда тутилмаган вазиятлар юзага келади ёки мижозларда алоҳида бир истаклар пайдо бўлади. Бундай ҳолларда корхона ўзига хос ва самарали ечим топа олиш қобилияти баҳоланади. Бу каби муаммоларнинг олдини олишнинг вариантларини

[127] Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёевнинг 2016 йил 2 декабрдаги ПФ-4861-сонли «Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида»ги Фармони. Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари тўплами, 2016 й.

олдиндан режалаштириш ва ишлашнинг ўз тамойилларини ишлаб чиқиш даркор.

Ваколатлилик - ходимларнинг ишонч қозона олиш маҳорати.

Имконийлик – хизмат кўрсатиш ходимлари билан алоқа ўрнатишнинг осон ва эркинлиги.

Коммуникативлик –зарурий маълумотни мижозларга ўз вақтида ва улар томонидан қўшимча сўровсиз етказиш ҳисобига ходимлар билан мижозлар орасидаги тушунмовчиликларни истисно қиладиган даражадаги хизмат кўрсатишни таъминлаш қобилияти.

Эътиборли муносабат – индивидуал хизмат кўрсатиш ва корхона мижозларга нисбатан кўрсатаётган эътибор. Хизматнинг ушбу хусусиятининг алоҳида қиммати шу билан изоҳланадики, ҳар бир мижоз бошқа одамларнинг эҳтиёжларидан фарқ қилувчи ўзига хос эҳтиёж – талабларга эга.

Тақдим этилаёган сервис хизматларининг сифатига бевосита таъсир қилувчи омилларни батафсил кўриб чиқамиз.

1. Хизмат кўрсатувчи ходимларнинг касбий маҳорати ва билим-тажрибаси. Меҳмонхона ходими ўзига юклатилган вазифаларни бажариш учун зарурий муайян билим ва кўникмаларга эга бўлиши лозим.

2. Хизмат кўрсатишнинг илғор технологияси.Технологик қоидалар хизмат кўрсатишни ташкил этишда зарурий операцияларни бажариш тартибини, изчиллигини ва сифатини белгилаб беради. Технологик қоидаларнинг бош мақсади қуйидагилардир: хизматларнинг сифатли ва бир турли бажарилиши; хизматлар ижросида компьютер техникаси ҳамда ишлаб чиқариш жараёнларини автоматлаштириш асосида замонавий юксак технологиялардан фойдаланиш,

3. Моддий-техник база.Меҳмонхона асосий фондларининг жисмоний ва техник қониқарли аҳволи хусусида бўлиб уларга бино, хоналар, жиҳозлар, муҳандислик-техник мосламалар, инвентар ва хизматларни ишлаб чиқаришнинг бошқа воситалари киради. Меҳмонхонада амортизациянинг доимий жараёни, асосий фондлар ишдан чиқиши юз беришни назарда тутиш муҳим. Бошқа томондан, илмий-техник тараққиёт муҳандислик-техник асбоб-ускуналарнинг янги, самарали намуналарини жорий этишва улардан фойдаланишга мажбур қилмоқда. Бу ҳолатларга беътиборлик меҳмонхонанинг тез эскириши, товар кўринишини йўқотиши мижозда хизмат кўрсатиш ва меҳмонхона имиджи ҳақида салбий таасуротлар ҳосил бўлишига олиб келади.

4. Номерлар ва умумий хоналарнинг қулай режалаштирилганлиги, меҳмонхона хона ҳамда йўлакларининг сифатли ишлангалиги, номерлар фондининг қўлай мебель ва асбоб-ускуналар билан жиҳозланганлиги чойшаб ва ёстиқ жилдларининг сифатли тўпламлари идиш-товоқ, асбоблар, зарурий мосламалар, хоналарнинг кўкаламзорлаштирилганлиги ва нафис безатилганлиги меҳмонлар учун қулайлик ҳамда шинамлик яратишга хизмат қилади.

5. Ушбу омиллар бошқарув объектлари ҳисобланади. Меҳмонхоналар хизматлари сифатини бошқаришдек жараёнсиз хизмат кўрсатиш сифатли

даражасини ошириш мумкин эмас. Замонавий меҳмонхонага оид корхоналарда хизмат сифатини бошқариш – бу фаолиятнинг энг муҳим элементларидан биридир. Хизмат сифатини бошқариш сифат меъёрларини ишлаб чиқиш ва жорий қилиш, ходимларни ўқитиш-ўргатиш, назорат, текширув, меҳмонхона фаолиятининг барча жабҳаларида хизмат кўрсатишни мукаммаллаштирмоқ ҳамда моддий-техник базани такомиллашмоқни ўз ичига олади.

6. Жойлаштириш хизматлари меҳмонхоналар ёки истиқомат учун мўлжалланган исталган бошқа корхона фаолиятининг маҳсулидир. «Туристик хизматлар. Жойлаштириш воситалари. Умумий талаблар» ГОСТ 51185-98 давлат меъёрида меҳмонхона хизматларининг таърифи келтирилган. Ижрочининг туристларни турар жой билан таъминлаш ва меҳмонхонага оид, махсус (даволаш-соғломлаштириш, санатор, спорт, туристик ва хоқазо) хизматларни кўрсатиш бўйича фаолияти жойлаштириш воситалари хизматлари ҳисобланади.

Меҳмонхона маҳсулотининг асосий ўзига хос хусусияти мижознинг ўзи фойдаланаётган товарга мулкчилик ҳуқуқига эга эмаслигилан иборат.

Жойлаштириш хизматларининг ўзига хос жихатларини белгилаб берувчи хизматларнинг қирралари:

- ишлаб чиқаришнинг хизматлар истеъмолидан ажралмаслиги. Меҳмон қабул қилиш саноати учун типик бўлган вазиятларда хизматни кўрсатиш шу харакатларга қаратилган кишининг иштироқини талаб қилади.

Бу иш – ҳаракат истеъмолчининг эмас, ишлаб чиқарувчининг ҳудудида юз беради. Бундан ташқари, хизматни амалга оширувчи ходимлар истеъмолчи билан бевосита алоқага киришади. Хизматни тақдим қилиш жараёнида ишлаб чиқарувчидан ҳам, истеъмолчидан ҳам фаол иштироқ талаб этилади. Мижоз меҳмонхона ходимига хизматнинг ажралмас қисми сифатида қарайди. Айнан шу сабабли меҳмонхона сифати кўп жиҳатдан хизматчилар хулқ-атвори, хатти-ҳаракатлари билан белгиланади.

- сақлашнинг имконсизилиги. Хизматни ишлаб чиқариш замон ва маконда қайд этилган: агар хизмат (меҳмонхона маҳсулоти) муайян кунда сотилмаган экан, унда эҳтимолий даромад бой берилади ва ўрни тўлдирилмайди. Хизматларни омбордағамлаб бўлмайди, чунки шу пайтда мавжуд реал аҳтиёжларни қондирилишга мўлжалланган.
- ҳис қилиб (қўл билан ушлаб, сезиб) бўлмаслик. Моддий товарлардан фарқли ўлароқ, хизматларни ўлчаб, таъми-мазасини баҳолаб, ушлаб кўриб бўлмайди, бевосита ижро этгунча на кўриб, на эшитиб бўлади. Бирор бир хизматни харид қилган киши, қўлида ҳеч нима олиб юрмаса-да, хотирасида кўп нарса сақлайди. Киши бошқалар билан баҳам кўриш мумкин бўлган хотираларни олиб кетади.
- талаб ўзгаришининг мавсумийлиги. Меҳмонхона бозори учун йил мавсумига боғлиқ ҳолда талабнинг ҳам ўзгариши хосдир. Аксар сайёҳлар ёз ойлари дам олишни мақул кўрадилар.
- юқори қайд қилинган сарф-харажатлар. Меҳмонхоналарнинг кирим-чиқим бўйича ҳисоботлари талил қилинганда ишлаб чиқаришнинг юқори қайд

этилган харажатлари ва нисбатан паст ўзгарувчан сафрлар яққол кўзга ташланиб, улар ҳар йилги, йил давомида қабул қилинган мижозлар миқдорига кўп жиҳатдан боғлиқ бўлади.

- сифатнинг ўзгарувчанлиги. Меҳмон қабул қилиш соҳасидаги хизматлар ўзгарувчанлиги биоан фарқ қилади, яъни уларнинг сифати ким ва қандай шароитда кўрсатаётганлигига боғлиқ бўлади. Бу ўзгарувчанликнинг бир неча сабаблари бор. Биринчидан, бу турдаги хизматлар бир вақтнинг ўзида тақдим ва қабул қилинганлиги уларнинг сифатини назорат қилиш имконини чегаралайди. Талабнинг вақтинчалик нотурғунлиги хизмат кўрсатиш сифатини талаб юқори даражада бўлган даврларда сақлаб қолишни муаммоли қилиб қўяди. Кўп нарсалар хизмат кўрсатилаётган пайтдаги хизмат ижрочининг аҳволига боғлиқлир. Бир кишининг ўзи бугун сизга ажойиб ва эртача бўлмағур хизмат кўрсатиши мумкин. Ёмон хизматнинг сабаблари турлича бўлади. Хизмат сифатидаги ўзгарувчанлик ва иккиланишлар – мижозлар томонидан меҳмон қабул қилиш индустрияси номига билдирилган норозиликниг бош сабабидир.
- Хизмат – замонда кечадиган жараён. Меҳмонхоналар ўзига хослиги шундан иборатки, ишлаб чиқаришга алоқадор муаммолар тезкор ҳал қилиниши зарур. Ҳозирги шароитда мижозлар тез хизматни талаб қиладилар.

Фойдаланилган адабиётлар:

1. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёевнинг 2016 йил 2 декабрдаги ПФ-4861-сонли «Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида»ги Фармони. Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари тўплами, 2016 й.
2. М.Р.Болтабаев, И.С.Тухлиев, Б.Ш.Сафаров, С.А.Абдуҳамидов «Туризм: назария ва амалиёт». Дарслик. Т.: «Фан ва технология», 2018 й.
3. Р.С.Амриддинова, С.А.Абдуҳамидов, А.П.Махмудова, Ж.Н.Абиев, М.Х.Хамитов, А.Ю.Талибова. “Туризмда меҳмонхона хизматлари” Ўқув қўлланма. Самарқанд 2019.
4. М.Т.Алиева “Меҳмонхона хўжалиги менежменти” Маъруза матнлари. Т.: 2011й.
5. Хамитов М.Х., Абдуҳамидов С.А., Ҳайдаров О.З. “Меҳмонхона хўжалигини ривожлантиришда хизмат кўрсатиш сифатини ошириш йўллари” “Инновацион иқтисодиётни шакллантиришда хизмат кўрсатиш соҳасининг ўрни ва ролини ошириш муаммолари” мавзусидаги республика илмий-амалий конференцияси материаллари (2019 йил 22-23 феврал) VI-ҚИСМ, 133-136 б.

IV ШЎЪБА. ЎЗБЕКИСТОННИНГ ТАРИХИЙ, МАДАНИЙ ВА МАЪНАВИЙ МЕРОСИДАН ОҚИЛОНА ФОЙДАЛАНИШ ИМКОНИЯТЛАРИ

Мамаюнус Қаршибаевич Пардаев – Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти профессори, и.ф.д., Телефон ва телегаф: (+998) 97 7930048. E.mail: pardatv_mk@mail.ru. 104000 Самарқанд ш, А.Темур кўчаси 9 уй.
Хонқул Самаров – Самарқанд шаҳридаги Регистон ансамблини таъмирлаш ва ундан фойдаланиш мустақил дирекцияси директори. Мустақил изланувчи. Манзил: Самарқанд ш. Регистон майдони Тиллокори мадрасаси, Электорн почта. ulugbekmuzey@mail.ru. Телефон ва телеграмм: (+998) 90 1020631

ТУРИЗМНИНГ РИВОЖЛАНИШИДА МУҲИМ ОМИЛ – МАДАНИЙ МЕРОС ОБЪЕКТЛАРИ

Аннотация: *мақолада маданий мерос объектлари туризмнинг ривожланишида муҳим омил сифатида намоён бўлиши қараб чиқилган. Унда маданий мерос объектларига кирадиган ёдгорликлар, диққатга сазовар жойлар, тарихий, илмий, бадиий ёки ўзгача маданий қимматга эга бўлган ансамбилларнинг қисқача изоҳи келтирилган. Шунингдек, маданий мерос объектлари шакли жиҳатидан моддий ва номоддий объектларга бўлиниши, уларнинг мазмуни жиҳатидан эса, ансамбллар, ёдгорликлар ва диққатга сазовор жойлардан иборатлиги асосланган ва уларнинг турлари бўйича Самарқанд вилоятидаги кадастр қилинган миқдорлари ҳам келтирилган.*

Калит сўзлар: *туризм, туристик хизматлар, маданий мерос объектлари, моддий мерос объектлари, номоддий маданий мерос объектлари, ансамбллар, ёдгорликлар, диққатга сазовор жойлар.*

Аннотация: *В статье рассматривается возможность использования объектов культурного наследия как важного фактора в развитии туризма. В ней приведены краткие сведения о входядих в состав объектов культурного наследия памятников, популярных посещаемых мест, и имеющих историческую, научную, эстетическую или иную ценность ансамблей. А также подтверждено что, если по форме объекты культурного наследия делятся на материальные и нематериальные, то по содержанию они состоят из ансамблей, памятников и популярных посещаемых мест. Кроме того, приводится количество имеющих кадастр таких объектов по Самаркандской области по их видам.*

Ключевые слова: *туризм, туристические услуги, объекты культурного наследия, объекты материального наследия, объекты нематериального наследия, ансамбли, памятники, популярные посещаемые места.*

Abstract: *in this article is considered the manifestation of cultural heritage sites as an important factor in the development of tourism. It contains a brief description of the monuments, sightseeings, ensembles of historical, scientific, artistic or special*

cultural value, which are included in the objects of cultural heritage. There are also based the division of cultural heritage objects in tangible and intangible objects interms of form and interms of the ircontent, consisting of ensembles, monuments and sightseeings, and also the cadastral amounts are given in Samarkand region by the types.

Keywords: *tourism, tourist services, cultural heritage sites, tangible heritage sites, intangible cultural heritage sites, ensembles, monuments, sightseeings.*

Мамлакатимизда маданий мерос объектларини муҳофаза қилиш, сақлаш ва улардан самарали фойдаланиш борасида сезиларли ишлар амалга оширилди ва оширилмоқда. Хусусан, Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси томонидан 2001 йил 30 августда “Маданий мерос объектларини муҳофаза қилиш ва улардан фойдаланиш тўғрисида”ги Қонуни қабул қилинди. Ушбу объектлар мазмуни ва унга муносабатнинг ўзгариши билан шу ўтган йигирма йилдан ортиқ даврда унга бир қанча ўзгартириш ва тузатишлар киритилиб келинмоқда. Айниқса 2018 йил 19 декабрда Давлатимиз раҳбарининг «Моддий маданий мерос объектларини муҳофаза қилиш соҳасидаги фаолиятни тубдан такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги қабул қилинган қарори ушбу объектлардан туризм соҳасида фойдаланиш бўйича аниқ вазифалар белгилаб берилди. Бугунги кунга келиб, ушбу бойликлардан янада самарали фойдаланиш вақти келганлигини инобатга олиб, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2021 йил 6 апрелда “Туризм, спорт ва маданий мерос соҳаларида давлат бошқаруви тизимини янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги фармони эълон қилинди. Ушбу фармон билан учта субъект бирлаштирилиб йирик вазирлик ташкил қилинди ва уларни бошқариш оптималлаштирилиб, битта қўлга топширилди.

Тадқиқотларимиз кўрсатдики, ҳозирги кунда қандай объектлар маданий мерос объектларига киради, уларнинг қандай турлари мавжудлиги муҳим ҳисобланади. Ушбу заруратдан келиб чиқиб, мазкур мақолада **Маданий мерос объектлари нималардан иборат?,** деган саволга жавоб беришни мақсад қилиб олдик.

Маълумки, маданий мерос объектларига ёдгорликлар, диққатга сазовар жойлар, тарихий, илмий, бадиий ёки ўзгача маданий қимматга эга бўлган ансамбиллар кабилар киради. Бу ҳақда мамлакатимизда Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси томонидан 2001 йил 30 августда қабул қилинган “Маданий мерос объектларини муҳофаза қилиш ва улардан фойдаланиш тўғрисида”ги Қонунда кўрсатилган. Жамиятимиз тараққиётида объектив заруриятдан ва маданий мероснинг кундан-кунга аҳамиятининг ошиб бораётганлигидан келиб чиқиб, ушбу қонунга ҳозирги кунгача, юқорида таъкидланганидек, бир қанча ўзгартиришлар киритилди[128]. Мазкур қонун мунтазам такомиллашиб бормоқда. Ушбу қонунда эътироф этилишича **маданий**

[128] Жумладан, Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлисининг Ахборотномаси, 2001 й., 9-10-сон, 180-модда; Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари тўплами, 2004 й., 25-сон, 287-модда; 2005 й., 37-38-сон, 277-модда; 2009 й., 41-сон, 440-модда; 2013 й., 18-сон, 233-модда; 2017 й., 24-сон, 487-модда; Қонун ҳужжатлари маълумотлари миллий базаси, 19.04.2018 й., 03/18/476/1087-сон

мерос объектлари моддий ва номоддий объектларга бўлинади. Бу қуйидаги расмда ўз аксини топган (1-расм).

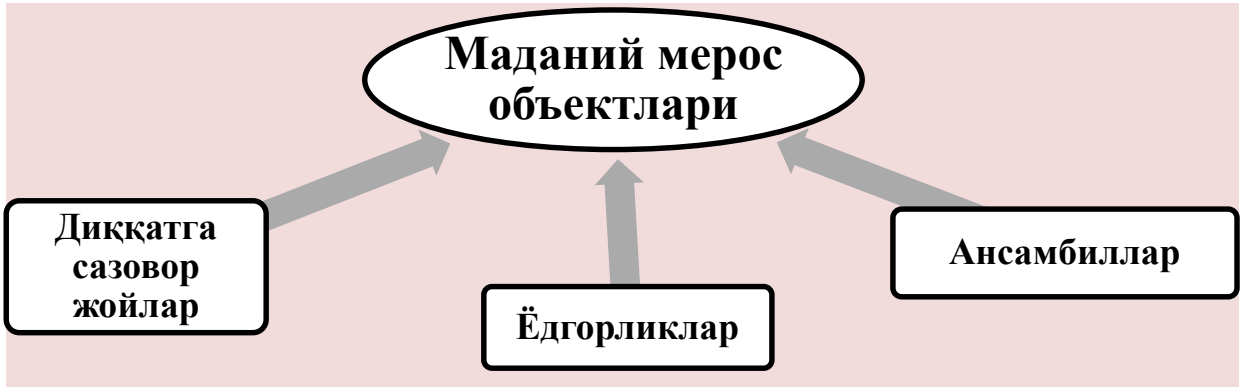


1-расм. Маданий мерос объектларининг аҳамияти жиҳатижан таснифи

Расмдан кўриниб турибдики м**оддий маданий мерос** объектлари ўз навбатида икки гуруҳга: республика ва маҳаллий аҳамиятидаги тоифаларга бўлинади. Буларнинг ҳам бирини аниқ билиш туризм учун муҳим ҳисобланади. Чунки, булар бутун мамлакат ва маҳаллий аҳамиятга эгалигини яққол кўрсатиб туради. Мамлакат аҳолисининг тарихи ва маданияти учун алоҳида аҳамиятга молик тарихий, илмий, меъморий, бадиий ва мемориал қимматга эга бўлган моддий маданий мерос объектлари **республика аҳамиятидаги объектларга** киради. Вилоят, туман, шаҳар тарихи ва маданияти учун алоҳида аҳамиятга молик тарихий, илмий, меъморий, бадиий ва мемориал қимматга эга бўлган моддий маданий мерос объектлари **маҳаллий аҳамиятдаги объектларга** киради.

Туризмни ривожлантиришда **номоддий маданий мерос объектларидан** ҳам кенг фойдаланилади. Бундай объектлар таркибига тарихий, илмий, бадиий ёки ўзгача маданий қимматга эга бўлган урф-одатлар, халқ ижодиёти (сўз, рақс, мусиқа, томоша санъати), шунингдек халқ бадиий ҳунармандчилиги ва амалий санъати билан боғлиқ билимлар, кўникмалар, асбоб-анжомлар, артефактлар, маданий маконлар киради.

Маданий мерос объектлари мазмуни жиҳатидан қуйидаги гуруҳларга бўлинади (2-расм).



2-расм. Маданий мерос объектларининг мазмуни жиҳатидан таснифланиши

Расмдан кўриниб турибдики, мамлакатимизда жойлашган турли ансамбллар, ёдгорликлар ва диққатга сазовор жойлар маълум маънода бир-бири билан ўзаро боғлиқ бўлиши билан бирга бир биридан фарқ ҳам қилади. Буларнинг бир-биридан фарқини ажратиш нафақат назарий жиҳатдан, балки муҳим амалий жиҳатдан, туризмда фойдаланишда ҳам муҳим ҳисобланади.

Ансамбил деганда, тарихан таркиб топган ҳудудда аниқ кўзга ташланадиган, атроф манзараси билан умумийлиги ёки алоқадорлиги тарихий, археологик, меъморий, эстетик ёки ижтимоий-маданий қимматга эга бўлган, ижтимоий, маъмурий, диний, илмий, ўқув-таълим, истеҳком, сарой, тураржой, савдо, ишлаб чиқариш ва бошқа аҳамиятга молик ҳамда рассомлик, ҳайкалтарошлик, амалий безак санъати, меъморчилик асарлари билан боғлиқликда алоҳида ёки ўзаро биргаликда турган ёдгорликлар, иморатлар ва иншоотлар гуруҳлари, шунингдек тарихий тарҳларнинг ҳамда манзилгоҳлар иморатларининг қолдиқлари, ландшафт архитектураси ва боғ-роғ санъати асарлари (боғлар, истироҳат боғлари, хиёбонлар, сайилгоҳлар) тушунилади[129].

Маданий мерос объектлари таркибига тарихий, илмий, бадиий ёки ўзгача маданий қимматга эга бўлган **ёдгорликлар** ҳам киради. Ушбу ёдгорликлар ўз ичига айрим иморатлар, бинолар ва иншоотлар, улар билан боғлиқ бўлган рассомлик, ҳайкалтарошлик, амалий безак санъати асарларини қамраб олади. Шунингдек, ушбу иморатлар, бинолар ва иншоотларнинг тарихан таркиб топган ҳудудлари ҳамда мемориал уйлар, квартиралар, қабристонлар, мақбаралар ва айрим қабрлар, монументал санъат асарлари, фан ва техника (шу жумладан ҳарбий техника) объектлари антропология, этнография, нумизматика, эпиграфика, картография, фотография материаллари, кинофильмлар, аудио-, видео ёзувлар ҳам ёдгорликлар таркибида ўз ифоодасини топади. Булардан ташқари жисмлардаги ёзувлар, адабиёт ва санъат асарлари, архив, қўлёзма ва чизма ҳужжатлар, қадимги қўлёзма китоблар, ҳарф териш усулида чиқарилган дастлабки китоблар, нодир ва ноёб нашрлар, ноталар, муқаддас буюмлар ва мемориал хусусиятга эга бўлган ашёлар, тош

[129] Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси томонидан 2001 йил 30 августда қабул қилинган “Маданий мерос объектларини муҳофаза қилиш ва улардан фойдаланиш тўғрисида”ги Қонун. 3-моддаси.

ҳайкаллар, қояга ўйиб солинган тасвирлар, археология ёдгорликлари ҳам ёдгорликлар таркибига киради.

Туризм учун муҳим бўлган маданий мерос объектлари таркибига **диққатга сазовор жойлар** номи билан аталадиган объектлар ҳам киради. Бундай объектлар инсон ва табиат ижодининг муштарак маҳсули, шунингдек тарихий, археологик, шаҳарсозлик, эстетик, этнологик ёки антропологик қимматга эга бўлган ҳудудларни қамраб олади. Булар таркибига яна халқ ҳунармандчилиги масканлари, тарихий манзилгоҳлар ёки шаҳарсозлик тарҳи марказлари ва тарихий (шу жумладан ҳарбий) воқеалар, ёдгорликлар, атоқли тарихий шахсларнинг ҳаёти билан боғлиқ бўлган иморатлар, хотира жойлари, табиий ландшафтлар ҳам киради. Булардан ташқари диққатга сазовор жойлар таркибига кўҳна шаҳарлар, шаҳристонлар, манзилгоҳлар, қароргоҳлар иморатларининг маданий қатламлари, қолдиқлари, маросимлар ўтказиладиган жойлар ҳам кириши қайд этилган.

Бугунги кунда мамлакатимизда 8208 та кўчмас моддий маданий мерос объекти мавжуд бўлиб, улардан 4748 таси археологик ёдгорликлар, 2250 таси архитектура ёдгорликлари, 678 таси монументал санъат ёдгорликлари ва 532 таси диққатга сазовор жойлардан иборат. Агар уни вилоятлар кесимида қарайдиган бўлсак, кўчмас моддий маданий мерос объектларининг катта қисми Самарқандга тўғри келади. Ушбу вилоят ҳудудида 1607 та объект рўйхатга олинган, Қашқадарё вилоятида 1468 та, Бухоро вилоятида 829 та, Тошкент вилоятида 828 та маданий мерос объектлари рўйхатга олинган. Кейинги даврларда, аниқроғи XX-асрда ташкил бўлган Сирдарё вилоятида энг кам маданий мерос объектлари қайд этилган. Мазкур вилоятда уларнинг сони 78 тани ташкил қилади.

Шуни алоҳида қайд этиш жоизки, Тошкент шаҳрида 354 та объект мавжуд бўлиб, уларнинг орасидан нафақат X—XIX асрларда қурилганлар, балки XX — XXI асрга тааллуқли бинолар ва бошқа маданий мерос объектлари ҳам ўрин олган. Шу жумладан, «Чорсу» бозори, Боткина қабристонидаги мемориал ёдгорликлар, таниқли шахсларнинг ёдгорликлари, шунингдек, 2017—2018 йилларда барпо қилинган «Сузук ота» комплекси, Шоирлар боғи ва бошқа миллий қадриятларимизга асосланган ҳолда қурилган бино ва иншоатлар.

Бугунги ташкил қилинган вазирликка зарурият туғилганда, объектнинг номига, даврига ва манзилига аниқлик киритиш, асосли зарурат мавжуд бўлганда уларнинг рўйхатини ўзгартириш бўйича таклифлар тақдим этиш ҳуқуқи берилди. Аммо миллий рўйхатга киритилган объектларга тарихий, бадиий ёки бошқа маданий аҳамияти сабабли гаров ёки ипотека қўлланилиши мумкин эмас. Агар ушбу моддий маданий мерос объектлари шахсий мулк ҳисобланадиган бўлса, унда гаровга беришга тақиқ йўқ.

Бугунги кунда Самарқанд вилояти бўйича давлат кадастрига киритилган моддий маданий мерос объектларининг янгиланган рўйхати Ўзбекистон Республикаси Маданият вазирлигининг 2019 йил “28” июндаги 409-сон буйруғига асосан тасдиқланган. Бунга кўра Самарқанд шаҳрида жами 482 та моддий маданий мерос объектлари жойлашган. Булардан 14 таси Архиология

ёдгорликлари, 410 таси Архитектура ёдгорликлари, 37 таси Монументал санъат ёдгорликлари, 23 таси Диққатга сазовар жойлардир. Бундай ноёб маданий меров ёдгорликлари Булунғур туманида 26 та, Жомбой туманида 45 та, Иштихон туманида 71 та, Каттақўрғон шаҳрида 24 та, Каттақўрғон туманида 44 та, Қўшработ туманида 57 та, нарпай туманида 51 та, Нуробод туманида 54 та, Оқдарё туманида 113 та, Пасдарғом туманида 549 та, Пайариқ туманида 97 та, Пахтачи туманида 42 та, Самарқанд туманида 140 та, Тайлоқ туманида 71 та, Ургут туманида 145 та мавжуд.

Бундан кўриниб турибдики, Самарқанд вилоятининг барча ҳудудларида тарихий ёдгорликлар туризмни ташкил қилиш учун етарли даражада. Аммо уларнинг кўпчилиги ҳамон туристик маршрутларга киритилган эмас. Бундан ҳам кўриниб турибдики, ҳали мазкур масалада қилинадиган ишлар жуда кўп.

Хулоса қилиб айтганда, туризмни ривожлантириш учун мамлакатимизда, хусусан Самарқанд вилоятида ҳам жуда катта имкониятлар мавжуд. Уларни ишга солиш ва самарали фойдаланиш учун олимларимиз тамонидан ҳали кўп илмий тадқиқотлар олиб бориши лозим. Буларнинг ҳаммасини самарали амалга ошириш учун эса Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2021 йил 6 апрелда эълон қилинган “Туризм, спорт ва маданий мерос соҳаларида давлат бошқаруви тизимини янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги фармони ижросини таъминлаш асосий ҳужжат бўлиб ҳисобланади. Эндиликда моддий меърос объектлари ва туризм соҳасининг битта вазирликка ўтгани ушбу масалани мувоффақиятли ҳал қилиш учун асос бўлиб хизмат қилади.

Кибриёхон Марайимова Исломжон қизи - Фарғона Давлат Университети таянч докторанти, kibriyoxon.marayimova@mail.ru

БЎЛАЖАК ЎҚИТУВЧИЛАРНИ ТУРИЗМ ФАОЛИЯТИГА ТАЙЁРЛАШДА ТАРИХИЙ, МАДАНИЙ ВА МАЪНАВИЙ МЕРОСДАН ОҚИЛОНА ФОЙДАЛАНИШ

Аннотация: *Ушбу мақолада туризм тушунчаси, турстик саёҳатлар ва уларни ташкил қилиш, туризм ва музей хамкорлиги, Ўзбекистондаги тарихий, маданий ва маьнавий мерос обьектлари, туризмни ривожлантиришда маданий мероснинг ахамияти ёритиб берилган.*

Калит сўзлар: *туризм, музей, туризм ва музей ҳамкорлиги, тарихий, маданий ва маьнавий мерос обьектлари.*

Аннотация*: В статье описаны понятие туризма, туристические поездки и их организация, туризм и музейное сотрудничество, объекты исторического, культурного и духовного наследия в Узбекистане, роль культурного наследия в развитии туризма.*

Ключевые слова*: туризм, музей, туризм и музейное сотрудничество, объекты исторического, культурного и духовного наследия.*

***Annotation**: This article describes the concept of tourism, tourist trips and their organization, tourism and museum cooperation, historical, cultural and spiritual heritage sites in Uzbekistan, the role of cultural heritage in the development of tourism.*

***Keywords**: tourism, museum, tourism and museum cooperation, historical, cultural and spiritual heritage sites.*

Давлатимиз раҳбари томонидан юртимизда туризмни ривожлантириш орқали иқтисодиётни тараққий топтириш ва халқ фаровонлигини юксалтиришга алоҳида эътибор бермоқда. Шу мақсадда 2021 йил 6 апрелдаги “Туризм, спорт ва маданий мерос соҳаларида давлат бошқаруви тизимини янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПФ–6199-сон Фармонига мувофиқ Туризмни ривожлантириш давлат қўмитаси негизида Туризм ва спорт вазирлиги ташкил қилинди. Мазкур ҳужжатларда анъанавий маданий-тарихий туризм баробарида, унинг зиёрат, экологик, маърифий, этнографик, гастрономик, даволаш-соғломлаштириш, спорт, қишлоқ, саноат, ишбилармонлик турларини кенг оммалаштириш, соҳани комплекс ривожлантиришга доир миллий ва ҳудудий дастурларни ишлаб чиқиш ҳамда амалга ошириш, бу борадаги халқаро ҳамкорликни янги босқичга кўтариш, БМТнинг Жаҳон сайёҳлик ташкилоти, хорижий мамлакатларнинг шу фаолият билан шуғулланадиган ташкилотлари билан ҳамкорликни кенгайтириш, республикамизнинг барча ҳудудида туризм индустрияси объектларини жойлаштириш, тизим учун етук кадрларни тайёрлашни тубдан такомиллаштириш каби долзарб вазифалар кўзда тутилган бўлиб, ушбу йўналишда муайян чора-тадбирлар ҳаётга татбиқ этилмоқда.

Туризм-инсон фаолиятининг махсус соҳаси бўлиб, унинг доирасида дам олиш, ўйин-кулги, билим олиш, ривожланиш, соғломлаштириш ва бошқа вазифалар ҳал этилади. Туризм шахснинг ижтимоийлашуви, онгининг кенгайиши, инсоннинг ижтимоий-психологик ҳолатига ижобий таъсири, унинг саломатлиги ва фаровонлигини ошириш, шунингдек ижтимоий фаоллигини ривожланиши билан боғлиқ муҳим психологик вазифани бажаради. Туризм муаммолар ва мунтазам вазифалар билан ўралган инсоннинг психологик ҳолатини тиклаш имконини беради. Бу инсоннинг ички салоҳиятини кашф қилиш ва уни ижобий ҳаракатлар учун созлаш учун ажойиб имкониятдир.

Туристик мотивларни бир неча турлари мавжуд:

- Таътилдаги жисмоний мотивлар фаол жисмоний фаолият орқали чарчаш ва зўриқишни камайтиришга қаратилиши;
- Маданий мотивлар-бошқа ҳудудлар ҳақида маълумот олиш, маданият, тарих, меъморчилик билан танишиш истаги;
- Ижтимоий мотивлар янги одамлар билан учрашиш, дўстларни зиёрат қилиш истагини билдиради;
- Фаолиятни ўзгартириш мотивлари инсоннинг иш ёки кундалик фаолият билан боғлиқ мунтазамликдан чиқиш истагини ўз ичига олади;

- Кўнгил очиш мотиви ўйин-кулгига интилиш (рақс, спорт, мусиқа, сайр) билан боғлиқ.

Туризм ёшларни меҳнатсевар ва ватанпарвар, ростгўйлик, садоқат, ўзаро ишонч ва табиатга меҳр-муҳаббат руҳига тарбиялашга катта ёрдам беради. Шунингдек, туристик саёҳатлар жараёнида ўқувчиларда мардлик, жасурлик, чидамлилик, кучлилик, кескин вазиятларда зарур қарорга келиш каби руҳий ва жисмоний сифатларни ҳам тарбиялаш имконияти жуда кенг. Авестода "Ҳар ким ўзи яшаётган жойни дунёнинг энг гўзал жойи деб билмоғи керак" деб ёзилган. Шундай экан дунёнинг энг гўзал жойларидан бўлган Ўзбекистоннинг маданий бойликлари, табиати такрорланмасдир. Турстик саёҳатлар ва уларни ташкил қилиш, ўтказиш бўйича республикамизда катта тажриба тўпланган. Бугунги кунда бу тажрибаларни янада ривожлантирилмоқда.

Айни чоғда соҳа истиқболидаги муҳим жиҳат, бу — ҳудудлардаги барча маданий-тарихий мерос объектлари, табиий ўлкашунослик, миллий қўриқхона ҳудудларининг ягона маълумотлар базасини яратиш, туризм соҳасида норматив-ҳуқуқий базани такомиллаштириш, хусусий секторнинг иштирокини янада кенгайтириш, соҳа учун кадрлар тайёрлаш ва уларнинг малакасини ошириш, сайёҳликни мавсумий эмас, йил давомида даромад манбаига айлантиришдан иборат эканлигига алоҳида эътибор қаратди.

Ўзбекистон ўзининг кўплаб тарихий-меьморий ёдгорликлари, турфа хил иқлими ва тез сурьатларда ривожланиши билан бутун дунё диққатини ўзига тортмоқда ва маданият, тарих, аньана ва экзотик мамлакатларга қизиқувчилар учун мафтункор сайёҳлик йўналишларидан бирига айланмоқда. Хивадаги Ичан-Қальа мажмуаси, Бухородаги тарихий марказлар, Шаҳрисабз ва Самарқанд шаҳарлари УНЕСКО нинг "Бутун дунё мероси" нинг махсус рўйхатига киритилган. Бу шаҳарлардаги такрорланмас ёдгорликлар ва меьморий иншоотлар ўтмиш замонларни ўзида акс эттириб, мамлакат тарихида катта рол ўйнайди.

Тошкент – Ўзбекистоннинг пойтахти ва Марказий Осиёдаги энг катта ва энг қадимий шаҳарларидан биридир. 2009-йилда у ўзининг 2200 йиллигини нишонлади. Тошкент тез сурьатларда тарихий ёдгорликлар ва замонавий осмонўпар биноларнинг ўзаро уйғунлигида замонавий ривожланган халқаро мегаполисга айланмоқда.

Бугунги кунда туризмнинг ривожланишида музейларнинг ўрни беқиёс. Уларнинг ҳар бири ўзбек халқининг бой маданий меросини акс эттиради. Пойтахт марказида Темурийлар тарихи Давлат Музейи жойлашган бўлиб, унинг экспонатлари Ўзбекистон ҳудудида ўрта асрлардаги давлатчилик шаклларини шаклланишидан гувоҳлик беради ва Амир Темур давридаги фан, маданият ва саньатнинг ривожланишини акс эттиради.

Қадим даврларда Самарқанд "Ислом меьморчилиги марвариди", "Дунё кўзгуси" каби номлар билан таьрифланган. Қадимийлиги билан Рим, Афина ва Вавилонга тенг бўлган Самарқанд ўзининг 2750 йиллигини нишонлади. Бугунги кунда Самарқандаги ёдгорликлар гўзал ва улкан. Бу шаҳарда қадим харобалар, мадраса, мақбара ва миноораларда сақланиб қолган қадим тарихнинг

нафасини ҳис этиш мумкин. Афсонавий Регистон майдони Марказий Осиёнинг такрорланмас меъморий ёдгорлигидир. Қадимда бу майдон Самарқанднинг савдо ва ижтимоий маркази бўлган. Бу ерда бир неча асрлик уч улкан бинолари Улуғбек, Шердор ва Тиллақори мадрасалари қад кўтарган.

Гўри-Амир мақбараси қадим Самарқанднинг яна бир марваридидир. Буюк давлат ҳукмдори Амир Темур ва унинг икки невараси жумладан шарқнинг буюк олим ва мутаффакири Мирзо Улуғбек қабрлари жойлашган. Регистон майдони, Гўри-Амир, Биби-Ҳоним, Шохи-Зинда мақбаралари, Улуғбек расадхонаси ва шунингдек бир қанча ёдгорликлар шаҳарга ташриф буюрувчиларни ўзига мафтун қилиб келмоқда. Шунингдек Исмоил Самоний мақбараси, улкан қўрғон ва Бухоро ҳукмдорининг мустаҳкам қароргоҳи Арк, Минораи Калон, жонли лабиринт каби кўплаб масжид ва мадрасалар, карвон-саройлар, ҳаммом каби ёдгорликлар муқаддас Бухоронинг тенги йўқ марваридларидан бўлиб сайёҳларнинг энг севимли жойларидан биридир.

Буюк Ипак Йўли давридан буён бутунлай сақланиб қолган шаҳар Хива “Очиқ осмон остидаги музей” номини олган. Шаҳар марказидаги кўплаб меъморий ёдгорликлар жойлашган Ичан-Қальа мажмуаси XVIII аср охири XIX асрнинг биринчи ярмига тегишли. Буюк Ипак Йўлининг чорраҳасида жойлашганлиги ва бу ердан карвон йўли ўтганлиги сабабли Ичан-Қальага дунёнинг тўрт томонига қараган тўртта дарвозалар қурилган. Хивада хон саройларидан бир қанчаси сақланиб қолган бўлиб улардан энг машхури маросимлар ўтказиладиган, хон дам оладиган ва хон харамлари яшайдиган зал жойлашган улкан Тош-ховли саройидир.

Кўп қиррали Ўзбекистон тарихи шубҳасиз унинг географик жойлашишини ҳам акс эттиради. Қорақолпоғистонда жойлашган Қирқ-Қиз, Аёз-Қальа, Жанбус-Қальа, Ишан-Қальа мақбараси, бетакрор Тупроқ-қальа ва бошқа тарихий-меморий ёдгорликлар илмий ва маьданий қизиқишни уйғотади, маҳаллий ва чет эл сайёҳларни ўзига жалб қилади.

Ўзбекистон бўйлаб саёҳат мобайнида, сайёҳлар нафақат меъморий ёдгорликларни кўриши ва шунингдек халқ байрамларини нишонлашда ҳам иштирок этишлари мумкин. Ҳар бир йўналиш сайёҳлар маҳаллий халқни яшаш тарзини кўриш, миллий таомларни татиб кўриш ва фалклор шоу дастурларини кўриш учун маҳаллий хонадонларга ташрифни ўз ичига олади.

Айниқса турли туманлиги билан ўзбек миллий ошхонаси диққатга сазовор. Таомлар, аждодларнинг бой тажрибасига асосланган холда, ўзбек халқининг хаёт тарзи ва маданиятини акс эттиради.

Хулоса қилиб айтадиган бўлсак, кичик бизнес ва тадбиркорлик иқтисодиётини ривожланишида ва янги иш ўринларини ташкил қилишда ва аҳоли даромадларини оширишда туризм муҳим аҳамият касб этади. Мамлакатда ривожлантирилаётган туризм бозори бошқа ҳар қандай бозорлар каби мамлакатнинг ижтимоий–сиёсий ва иқтисодий вазиятига таъсир кўрсатади. У мамлакатлар ўртасидаги ҳамкорликни ривожлантириш ҳамда инвестиция ва капитал оқимини таъминлаш даражаларини аниқлашда муҳим восита бўлиб ҳисобланади. Маълумки, бозор иқтисодиёти ривожланган

мамлакатларда, асосан, хусусий ва тижорат компаниялари туристларга хизмат кўрсатади. Бироқ ҳар қандай шароитда ҳам давлат қулай иқтисодий ва ҳуқуқий заминни яратган тақдирдагина туризм ривожланиши мумкин. Агар давлат касбий тайёргарлик масалалари, табиий ва маданий муҳофаза этиш, ахборот-реклама ишлари ва расмиятчиликни соддалаштириш кабилар билан шуғулланмаса, у ҳолда туризм кутилганидек ривожланиш даражасига эриша олмайди. Бунда давлат томонидан туризмни ривожлантириш, туризм хизматлари бозорини шакллантириш, иқтисодий тартибга солиш усулларини ислоҳ этиш, туризмни ташкилий бошқарув тузилмаларини такомиллаштириш, унинг экспорт салоҳиятини ошириш, энг асосийси, хорижий инвестицияларни жалб қилиш кабиларга тегишли услубий ва амалий ёндашувларни ишлаб чиқиш муҳим аҳамият касб этади.

ФОЙДАЛАНИЛГАН АДАБИЁТЛАР:

1. Насруллаева П.Н. МУЗЕЙНОЕ ДЕЛО В СИСТЕМЕ ТУРИЗМА. — Дагестанский государственный педагогический университет Кафедра «Социально-культурный сервис и туризм» г. Махачкала.
2. Квартальнов В.А. Туризм: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2000.-320с.
3. X.Tulenova, T.Xoldarov. TURIZM (Sayyohlik): Kasb-hunar kollejlari talabalari uchun o’quv qo’llanma. Toshkent. 2013.-144 b.
4. M.R.Usmonov. O’zbekistonda turizmni rivojlantirishning mintaqaviy hususiyatlari. Mirzo Ulug’bek nomidagi O’zbekiston Milliy Unversiteti. 2004
5. Marayimova K.I. The importance of museums in the development of tourism. International conference: "Contemporary approaches and intercultural communications in development of tourism on silk road". 2021.-9 b. https://doi.org/10.47100/conferences.v1i4.872
6. Интернет сайтлари:
   www.turizm.ru
   www.Uzbekturism.uz
   www. http://www.uzbekistan-geneva.ch/turizm-191.html

Asadova Aziza Olimjonovna - “Ipak yo`li” turizm xalqaro universiteti stajyor-tadqiqotchisi
Norkulova Dilfuza Zoxidovna – SamISI “Turizm”kafedrasi mudiri, PhD

O`ZBEKISTONDA TARIXIY, MADANIY VA MA’NAVIY MEROSDAN FOYDALANGAN HOLDA NOSTALGIK (QO`MSASH) TURIZMNI RIVOJLANTIRISH

Annotatsiya*: Ushbu maqolada nostalgiya tushunchasining kelib chiqishi, turizmning maqsadli turlaridan biri sifatida shakllanish bosqichlari, boshqa turizm turlari bilan o`zaro aloqadorligi va “nostalgik turizm” tushunchasiga berilgan ta`riflar tahlili keltirilgan bo`lib, O`zbekistonda nostalgik turizmni rivojlantirish potensiali, mavjud imkoniyatlar va takliflar keltirib o`tilgan.*

***Kalit so`zlar****: qo`msash turizmni, sog`inch turizmi, nostalgiya, etnoturizm, rekreatsiya.*

Аннотация: *В статье даётся анализ происхождения понятия «ностальгия», этапы его становления как одного из целевых видов туризма, его взаимодействие с другими видами туризма и определение понятия «ностальгический туризм». Возможности и предложения развития ностальгического туризма в Узбекистане.*

Ключевые слова: *ностальгия, этнотуризм, экономик туризм, рекреация, дестинация.*

Abstract*: This article analyzes the origin of the concept of nostalgia, the stages of its formation as one of the target types of tourism, its interaction with other types of tourism and the definition of "nostalgic tourism", also are given information about the potential of nostalgic tourism and suggestions in Uzbekistan.*

Keywords: *nostalgia, ethnotourism, economic, recreation, destination.*

Insonlarning o`z yashash manzillarini o`zgartirishi, bir joydan ikkinchi joyga ko`chishi, umr o`tgan sari yoshlikdagi xotiralar bularning barchasi odamlarda sog`inch hissini uyg`otadi. Sog`inch, qo`msash hislari insonlarda psixologik jarayonlar asosida hosil bo`ladi va bu hislarning kundan-kunga kuchayishi depressiya, asabiylashish, stressga olib keladi. Stress, depressiya ham bu kasallik hisoblanib, davolanmagan taqdirda insonning o`ziga yoki uning atrofdagilariga zarar yetkazadi. Bunday vaziyatda kasallikni oldini olish va davolashning eng samarali yo`li bu sayohat qilishdir.

Biror bir destinatsiya yoki obyektni sog`inish, qo`msash asosida borib ko`rish, sayohatni amalga oshirish, yangi maqsadli turizm turining shakllanishiga olib keladi. Bugungi kungacha mamlakatimizda bunday turizm turiga aniq ta`rif yoki nom berilmagan.Nostalgik (qo`msash) turizm etnik turizm tarkibida hisoblanib, unga alohida e`tibor qaratilmagan. Lekin tashrif buyuruvchi turistlarning maqsadlari o`rganilganda, qarindosh-urug`ini, tug`ilib o`sgan joylarni borib ko`rish dam olish maqsadida kelgan turistlar etnik turizm maqsadida emas, aynan “Nostalgik turizm”

maqsadida kelganlari oydinlashadi. Bunda “nostalgiya” so`ziga alohida to`xtalib o`tish lozim.

Nostalgiya so`zi qadimgi yunoncha tildan olingan bo`lib, “nosteo” – “qaytib kelish”, “algos” – “dard, og`riq”[130] ma`nolarini anglatadi. Vatanni sog`inish, qo`msashdan kelib chiqadigan kasallik sifatida talqin qilingan.

Nostalgik kechinmalar Gomesning “Odisseya” dostonida birinchi marta keltirilgan bo`lib, bir biriga yaqin kishilarning sog`inchi shaklida tasvirlangan. Biroq atama sifatida 1688-yilda shveytsariyalik shifokor Yoxan Xofer tomonidan ishlatilgan bo`lib, o`z vatanidan uzoqda bo`lgan askar va o`z uyiga qaytib tuzalgan talaba voqeasida izohlab bergan[131]. Nostalgiya uzoq yillar mobaynida kasallik sifatida talqin qilingan. Faqatgina XX asrning birinchi yarmiga kelib, filosofiya, psixologiya va sotsiologiyada nostalgiyaga nisbatan qiziqish paydo bo`ladi va nostalgiya kasallik emas, his tuyg`u ma`nolarida qo`llaniladi.

Nostalgiya so`zi birinchi marta G`arb mamlakatlarida paydo bo`lgan. Uni to`g`ridan to`g`ri o`zbek tiliga tarjima qilganda “qo`msash”, “sog`inish” ma`nolari kelib chiqadi. “O`zbek tilining izohli lugati”[132] hamda “O`zbekiston milliy ensiklopediyasi”[133] da nostalgiya so`zidan qo`msash so`zini izohlashda foydalanilgan. “Qo`msash - o`z vatani, tug`ilgan yurti, yaqin kishisi (kishilari) yoki narsasidan umrod yoki vaqtincha ajralgan, uzoqlashgan kishilarda ro`y beradigan ruhiy holat. Qo`msash go`daklarda, yosh bolalarda ota-onasiga, o`rganib qolgan yaqin kishilariga nisbatan ichikish tarzida, katta yoshdagi kishilarda esa o`z vataniga, o`tgan hayotining ma`lum davr va voqealariga nisbatan ностальгия tarzida kuzatiladi”. Ammo “qo`msash” so`zi “nostalgiya” so`zining to`liq ma`nosini ochib bermaydi. Chunki bu so`z yillar davomida sayqallanib, turli voqea-hodisalarni, obyekt va his-tuyg`ularni tasvirlashda ishlatilinmoqda: “xotirlash”, “sog`inch”, “qo`msash”, “bolalik”, “eslash”, “o`tmish”, “tarix”, “vaqt” va boshqalar. Demak, O`zbekistonda nostalgik turizmni rivojlantirish, uning alohida statistikasini yuritish, sog`inch ilinjida sayohatni amalga oshiruvchilarga alohida imtiyozlar berish, yangidan-yangi turistik xizmatlar majmuini yaratish, individual, buyurtmali turlarni ko`paytirish lozim.

Bugungi kungacha xorijda ko`plab olimlar nostalgik turizmi o`rganib, o`z ilmiy ishlarida unga o`z ta`riflarini berishga harakat qilgan.

N.V.Savina o`z ilmiy ishlarida qo`msash turizmiga quyidagicha ta`rif bergan: “Nostalgik turizmi bukirish turizm turlaridan biri bo`lib, chet ellik sayyohlar o`zi tug`ilib o`sgan, yashagan, ta`lim olgan yoki ular uchun katta ahamiyatga ega bo`lgan joylarni borib ko`rish maqsadida sayohatni amalga oshirishidir”.

A.O.Kolsova esa o`zining ilmiy ishlarida nostalgik turizmni etnik turizm bilan bir deb hisoblab: - Nostalgik turizm yoki etnik turizm- bu kishilarning o`zi yoki ota-

---

[130] https://psychology.academic.ru/5502/ностальгия

[131] https://books.google.ru/books?id=04pA60aYlkEC&pg=PA462&dq=словарь+медицинских+ностальгия&hl=ru&sa=X&ved=0ahUKEwi8keyw4L7kAhXCxIsKHSA5DSIQ6AEIRDAE#v=onepage&q=ностальгия&f=false, Психология. Иллюстрированный словарь. — ОЛМА Медиа Групп. — С. 238. — 508 с. — ISBN 9785938780934.

[132] “O`zbek tilining izohli lug`ati: 80000dan ortiq so`z va so`z birikmasi. J.V.Shukrona-H/Tahrir xay`ati:T.Mirzayev (rahbar) va boshq.; O`zR FA Til va adabiyot in-ti. – T.: “O`zbekiston milliy ensiklopediyasi” Davlat ilmiy nashriyoti, 2008. 407-bet

[133] O`zbekiston milliy ensiklopediyasi. 11-jild. Qizilqumit- Ho`rmuz. Tahrir xay`ati: A.Azizxo`jayev, B.Alimov, M.Aminov va b. T.: “O`zbekiston milliy ensiklopediyasi” Davlat ilmiy nashriyoti, 2005. 183-bet

onasi tug`ilib o`sgan, qachonlardir yashagan joylar tarixiga qiziqish, qarindoshlari yoki aynan bir etnikka mansub aholi yashaydigan joylarni ko`rishni istashi (ularning yashash tarzi, urf-odatlarining o`ziga xosligi va boshqalar bilan tanishish) maqsadida jo`nab ketishi tushuniladi – deya ta`riflaydi. Uning fikriga ko`ra, aynan ushbu turizm turi mamlakat aholisining ko`p qismi boshqa shaharlarda yashaydigan davlatlar uchun katta ahamiyat kasb etadi. Nostalgik turizm ishtirokchilari- buyoshligida aynan ma`lum hududda yashab, turli: harbiy, siyosiy, diniy, iqtisodiy sabablarga ko`ra ketishga majbur bo`lgan, asosan yoshi katta insonlar hisoblanadi. Eski do`stlari va qarindoshlarining qanday yashayotganligi, o`sha davrlardan beri shahar va qishloqlarning qanday o`zgarganligi qiziq tuyuladi.

L.I.Yegorenkov ham nostalgik turizm bu insonlarning tug`ilib o`sgan, yashagan, bolaligi o`tgan, kelib chiqishiga aloqador bo`lgan joylarni borib ko`rish deya ta`riflagan[134].

Ayrim manbalarda nostalgik turizmni rekreatsion turizm tarkibida ham deb hisoblanadi. Ar-da.ru sayti ma`lumotlariga ko`ra, nostalgik turizm bu – rekreatsion turizm turlaridan biri bo`lib, turizmning yanada ekzotikaga boyligi ko`rsatadi.

Nostalgik tur davomida turistlar aholining ma`lum bir etnik guruhini, ularning hayotini, madaniy o`ziga xosligini va boshqa muhim jihatlarini o`rganadi. Bu aholining kelib chiqishi, ularning tarixini o`rganish bilan davom etadi. Nostalgik turizm turistlarga o`z yaqinlarini yoki uzoq davr mobaynida yo`qotib qo`yilgan qarindoshlarini boshqa mamlakatlardan qidirib topish imkoniyatini yaratadi[135].

O`zbekistonda odamlar yillar mobaynida turli sulolaviy nizolar, jadidchilik, qatag`on va urush yillarida o`z yashab turgan Vatanlarini tashlab boshqa yurtlarga ketishga majbur bo`lgan. Ularning avlodlari o`sha yerlarda bugungacha yashab kelishmoqda. Ko`plab odamlar o`zlarining ajdodlari yashab o`tgan, bolaligi o`tgan yurtlarni borib ko`rishni orzu qiladi. Nostalgik turizmni rivojlantirish aynan shunday insonlar uchun imtiyozlar yaratib berish, ularni mamlakatimizga maqsadli, xavfsiz kelib ketishlarini ta`minlash, turfirmalar tomonidan aynan shunday vaziyatlar uchun maxsus turlarni shakllantirish imkoniyatini beradi. Bundan tashqari urush yillarida mamlakatimizga 1 milliondan ortiq o`z boshpanasini yo`qotgan kishilar[136] olib kelingan, ulardan 200 ming nafarini bolalar tashkil etgan bo`lsa, mamlakatimizdan urushga ketganlar soni 1,5 milliondan ortiqni tashkil etgan. Urush yillarida ko`plab hamyurtlarimiz boshqa mamlakatlarga ko`mlashish uchun jo`nab ketib qaytib kelmagan. Urushdan omon qolganlar esa o`sha yurtlarda qolib ketgan yoki bedarak yo`qolgan deb hisoblangan. Mustaqillikdan keyin mamlakatlararo hamkorlikning qayta yo`lga qo`yilishi, aynan yurtidan uzoqqa ketib qaytib kelolmay qolgan yurtdoshlarimiz uchun o`z ona vataniga qaytib kelish imkoniyatini berdi. Lekin shaharlarning tubdan o`zgarishi, joy nomlarining almashtirilishi bunday insonlar uchun ko`plab noqulayliklarni keltirib chiqaradi. Bunday vaziyatda nostalgik turizmni rivojlantirish kelib chiqishi mumkin bo`lgan muammolarni oldini olish,

[134]Егоренков Л. И. Введение в технологию туризма. М.: Финансы и статистика. 2009. – 153с

[135]https://ar-da.ru/aktivnyj-otdyh

[136]O`zbekiston Respublikasi Prezidentining “Ikkinchi Jahon urushida fashizm ustidan qozonilgan g`alabaga O`zbekiston xalqining qo`shgan munosib hissasiga bag`ishlangan kitob albomni nashr etish chora-tadbirlari to`g`risida” Farmoyishi. Toshkent. “O`zbekiston” 2020.

turfirmalarda yangi turmahsulotlarni yaratish, yangi maqsadli turizm turlarini shakllantirish, chekka joylarda ham infratuzilmani yaxshilash, qolaversa xalqlararo munosabatlarni kengaytiradi. Ma`lumot o`rnida aytish joizki, xorijda yashaydigan o`zbekdiasporalar dunyoning barcha mamlakatlarida uchraydi. Ular yashaydigan hududdagi obyekt va destinatsiyalarga O`zbekiston shaharlari nomlari berilgan, masalan, Birlashgan Arab Amirliklarida "Bukhara street, 13", AQSHning Pensilvaniya shtatidagi eng ko`p aholi soniga ega Filodelfiya shahrida "Samarkand restaurant" va boshqa yana ko`plab misollarni keltirish mumkin. Bundan insonlar uchun O`zbekistonda sharoit yaratib berishni o`zi ko`plab turistik oqimlar uchun yo`l ochib beradi.

Nostalgik turizm zamonaviy turizmning boshqa barcha turlari bilan chambarchas bog`liq bo`lib, uning o`ziga xosligi shundaki, nostalgik turizmning obyekti aniq bir narsa emas, balki mamlakatimizdagi har qanday obyekt, joy, ma`naviy-madaniy meros, shaxs, millat, urf-odat va qadimgi unutilgan meroslar bo`lishi mumkin. O`zbekistonning uzoq yilgi tarixga ega ekanligi inobatga olinsa, nostalgik turizmni rivojlantirish uchun barcha imkoniyatlar yetarli darajada. Faqat ulardan to`g`ri-maqsadli foydalanish uchun tashkiliy-iqtisodiy mexanizmini ishlab chiqish kerak, xolos. O`zbekistonda turizm iqtisodiyotning asosiy sektorlaridan biri. Joylarda strategik infratuzilmalarni rivojlantirish, turizm obyektlarini topib ularni davlat ro`yxatidan o`tkazish, ulardan samarali foydalanish chora-tadbirlari ishlab chiqilib, amaliyotga tadbiq etilmoqda. Nostagik turizmni rivojlantirish uchun ana shunday imkoniyatlardan keng foydalanib, shaharlar va qishloqlarda joylashgan turli millatga mansub aholining ma`lum destinatsiyalarining ro`yxatini shakllantirish, turfirmalar uchun maxsus nostalgik turlar bo`yicha turistik paketlarni shakllantirishga buyurtmalar berish, nostalgik turizm maqsadida tashrif buyuruvchilarga erkinroq xizmat ko`rsatish uchun internet sahifalarini yaratish, O`zbekistonda joylashgan qabristonlarning elektron ro`yxatini shakllantirish va ma`lumotlar ochiqligi ta`minlash, mehmonxonalarda imkoniyati cheklanganlar va yoshi katta turistlar uchun barcha sharoitlarni yaratish, eng asosiysi aviachipta narxlariga imtiyozlar berishni yo`lga qo`yish lozim.

Foydalanilgan adabiyotlar ro`yxati:

1. O`zbekiston Respublikasi Prezidentining "Ikkinchi Jahon urushida fashizm ustidan qozonilgan g`alabaga O`zbekiston xalqining qo`shgan munosib hissasiga bag`ishlangan kitob albomni nashr etish chora-tadbirlari to`g`risida" Farmoyishi. Toshkent. "O`zbekiston" 2020.

2. Егоренков Л. И. Введение в технологию туризма. М.: Финансы и статистика. 2009. – 153с

3. "O`zbek tilining izohli lug`ati: 80000dan ortiq so`z va so`z birikmasi. J.V.Shukrona-H/Tahrir xay`ati:T.Mirzayev (rahbar) va boshq.; O`zR FA Til va adabiyot in-ti. – T.: "O`zbekiston milliy ensiklopediyasi" Davlat ilmiy nashriyoti, 2008. 407-bet

4. O`zbekiston milliy ensiklopediyasi. 11-jild. Qizilqumit- Ho`rmuz. Tahrir xay`ati: A.Azizxo`jayev, B.Alimov, M.Aminov va b. T.: “O`zbekiston milliy ensiklopediyasi” Davlat ilmiy nashriyoti, 2005. 183-bet

Internet sahifalar:

1.https://ar-da.ru/aktivnyj-otdyh

2.https://books.google.ru/books?id=04pA60aYlkEC&pg=PA462&dq=словарь+медицинских+ностальгия&hl=ru&sa=X&ved=0ahUKEwi8keyw4L7kAhXCxIsKHSA5DSIQ6AEIRDAE#v=onepage&q=ностальгия&f=false, Психология. Иллюстрированный словарь. — ОЛМА Медиа Групп. — С. 238. — 508 с. — ISBN 9785938780934.

3.https://psychology.academic.ru/5502/ностальгия

Жумаев Жонибек Шодиевич - Имом Бухорий халқаро илмий тадқиқот маркази илмий ходими

ЎЗБЕКИСТОН ТАРАҚҚИЁТИНИНГ ЯНГИ БОСҚИЧИДА ЗИЁРАТ ТУРИЗМИНИНГ АҲАМИЯТИ

Аннотация: *Ўзбекистонда 2016 йилдан бошлаб туризм мамлакат иқтисодиётининг муҳим соҳаларидан бири деб эълон қилинди. Мазкур йиллар давомида туризмнинг барча йўналишлари қатори зиёрат туризмини ривожлантириш бўйича ҳам кенг миқёсдаги ишлар амалга оширилди. Натижада, мамлакатимизга келаётган сайёҳлар сони сезиларли даражада ошишига эришилди. Мазкур мақола Ўзбекистонда “учинчи ренессанс” даврини барпо этишда зиёрат туризмининг ривожланиши ва унинг натижаларига бағишланган*

Калит сўзлар: *буюк сиймолар, зиёрат туризми, туризм инфратузилмаси, муқаддас қадамжолар, виза тартибининг соддалаштирилиши, “Ҳалол туризм”, “Crescent Rating” ташкилоти.*

Аннотация: *В Узбекистане с 2016 года туризм объявлен одной из важнейших отраслей экономики страны. За эти годы, наряду со всеми направлениями туризма, была проделана большая работа по развитию паломнического туризма. В результате количество туристов, посещающих нашу страну, значительно увеличилось. Данная статья посвящена развитию паломнического туризма и его результатам в построении «третьего возрождения» в Узбекистане.*

Ключевые слова: *великие деятели, паломнический туризм, туристическая инфраструктура, священные места, упрощение визового режима, “Халал туризм”, организация “Crescent Rating”.*

Annotation: *In Uzbekistan, since 2016, tourism has been declared one of the most important sectors of the country's economy. During these years, along with all areas of tourism, extensive work has been done to develop pilgrimage tourism. As a result, the number of tourists visiting our country has increased significantly. This*

article is devoted to the development of pilgrimage tourism and its results in building the "third renaissance" in Uzbekistan.

Keywords: *great figures, pilgrimage tourism, tourism infrastructure, sacred sites, visa facilitation, "Halal Tourism", "Crescent Rating" organization.*

Ўзбекистон дунё миқёсида муқаддас қадамжоларга бой мамлакатлардан бири ҳисобланади. Мустақиллик йилларида ислом дини ривожида беқиёс ўрин тутган буюк аждодлар абадий қўним топган манзилларни ўрганиш, уларни ободонлаштириш ишлари олиб борилди. Ушбу манзиллар ўз навбатида одамлар зиёрат қиладиган масканларга айлантирилди. Бундай жойлар нафақат Ўзбекистон аҳолиси учун, балки, бутун ислом олами учун ҳам муқаддас ҳисобланади. Ҳозирги кунда Самарқанд вилоятида 1851 та моддий-маданий мерос объектлари мавжуд бўлса[137] Бухоро вилоятида эса уларнинг сони 829 тани ташкил этади[138]. Мазкур объектлар орасида зиёрат қилиниши мумкин бўлган муқаддас жойлар кўпчиликни ташкил этади. Хусусан, биргина Бухоро вилоятида жойлашган объектлар орасида 105 та масжид ва 14 та мақбара мавжуд бўлиб, мазкур объектларда зиёрат туризмини ривожлантириш имкониятлари юқори ҳисобланади. Мазкур омиллар сўнгги тўрт йил давомида Ўзбекистонда зиёрат туризмини ривожлантириш, уни жаҳон миқёсига олиб чиқиш учун асос бўлиб хизмат қилди. Аммо, шунга қарамасдан бу борада ўз ечимини кутаётган масалалар мавжуд бўлиб, уларни таҳлил қилиш бу борада айрим таклиф ва тавсиялар бериш имконини бериши мумкин. Шу сабабдан, мазкур соҳада амалга оширилган ишлар ва уларнинг натижаларини илмий таҳлил этиш муҳим аҳамиятга эга.

2017 йилдан эътиборан Ўзбекистонда туризмнинг алоҳида соҳаси бўлган зиёрат туризмини ривожлантириш ва уни жаҳонга таништириш бўйича тизимли ишлар бошлаб юборилди. Жумладан, 2017 йил 16 августда Ўзбекистон Республикаси Президентининг "2018-2019 йилларда туризм соҳасини ривожлантириш бўйича биринчи навбатдаги чора-тадбирлар тўғрисида"ги қарори эълон қилинди. Мазкур қарор билан Ўзбекистонга саёҳат қилишни енгиллаштириш, туризм инфратузилмаларини ривожлантириш ва янги туризм объектларини ташкил этишга қаратилган 2018-2019 йилларда туризм соҳасини ривожлантириш бўйича биринчи навбатдаги чора-тадбирлар дастури тасдиқланди[139].

Мазкур қарор асосида бир ой муддат ичида фуқароларига 2018 йилнинг 1 январидан виза тартибини соддалаштириш таклиф этилаётган мамлакатлар ҳамда фуқароларига махсус зиёрат туризми дастурлари таклиф этиладиган давлатлар рўйхатини шакллантириш, шунингдек, Малайзия, Индонезия ва бошқа мамлакатлардан Ўзбекистондаги муқаддас қадамжоларга зиёрат туризм йўналишидаги сайёҳларни жалб қилиш бўйича ишларни фаоллаштириш, бу

[137] https://religions.uz/news/detail?id=812 Қадим Самарқандга бир келиб кетинг!

[138] http://madaniyat.uz/post/view/9027 Бухородаги 829 та моддий маданий мерос объектлари давлат муҳофазасига олинган

[139] https://lex.uz/docs/3311817 Ўзбекистон Республикаси Президентининг қарори "2018-2019 йилларда туризм соҳасини ривожлантириш бўйича биринчи навбатдаги чора-тадбирлар тўғрисида"

борада керакли реклама тадбирларини ўтказиш, логистика, жумладан, чартер рейсларини ташкил этиш ва бошқа вазифалар белгиланди[140].

Бундан ташқари, юртимизга ташриф буюраётган зиёратчиларга қулайлик яратиш мақсадида Ўзбекистон Республикаси Туризмни ривожлантириш давлат қўмитасининг "Туристик хизматларни сертификатлаштириш маркази" давлат унитар корхонаси томонидан янги давлат стандарти ишлаб чиқилди. Мазкур ҳужжат асосида 2018 йилнинг 1 январидан бошлаб туристик хизматлар, жойлаштириш воситалари, умумий талаблар бўйича стандарт кучга кирди. Ўрнатилган янги қоидаларга кўра, ҳар бир меҳмонхонанинг умумий хоналар сонининг камида ўндан бирида Қуръони карим, ибодат қилиш учун жойнамоз ҳамда камида 30 фоизида қибла кўрсатгичи қўйилиши шарт қилиб белгиланди[141].

Бундан ташқари, мамлакатимизда ҳалол туризмни ривожлантириш бўйича ҳам бир қатор тадбирлар амалга оширилди. Жумладан, 2018 йилда "Ҳалол туризм" бўйича "Crescent Rating" ташкилоти томонидан 2017 йилда тузилган рейтингда (2017 йилда тузилган рейтингда Ўзбекистон 28. Шундан, "хавфсиз саёҳат" – 100 дан 84 балл, "ибодатхонага кириш эркинлиги" – 80, "овқатланиш имкониятлари ва кафолатлари" – 70, "виза" – 50, "аэропорт имкониятлари" – 48,3, "оилавий таътил" – 44,4, "яшаш шароитлари" – 33,2, "мусулмонлар учун имкониятлар" – 25, "сайёҳларнинг келиши" – 21,2, "коммуникация имкониятлари" – 19) қуйи даражада баҳоланган, кам ривожланган йўналишларни яхшилашга эътибор қаратилди. Хусусан, Туризмни ривожлантириш давлат қўмитаси томонидан "Crescent Rating" ташкилоти билан ҳамкорликда мамлакатимизда зиёрат туризмини ривожлантириш бўйича таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқилди. Ушбу тавсиялар асосида халқаро аэропортларда ибодат амалларини бажариш учун зарур шароитлар яратилди[142].

Шу билан бирга, Ўзбекистон Республикаси Дин ишлари бўйича қўмита таркибида зиёрат туризмини ривожлантириш бўлимининг фаолияти йўлга қўйилди. Ўзбекистонда зиёрат туризмини ривожлантириш билан боғлиқ масалалар бўйича таҳлилий ҳужжатлар тайёрлаш, мамлакат иқтисодиётининг стратегик тармоғи сифатида туризмни жадал ривожлантириш учун қулай иқтисодий ва ташкилий-ҳуқуқий шарт-шароитлар яратиш, ҳудудларнинг улкан туризм салоҳиятидан янада тўлиқ ва самарали фойдаланиш юзасидан тегишли таклифлар тақдим этиш мазкур бўлимнинг асосий вазифалари сифатида белгиланди[143]. Туризмни ривожлантириш давлат қўмитаси томонидан Тошкент шаҳрида зиёрат туризмини ривожлантириш, рўйхатга олинган 15 та диний муассасага ташриф хариталари ишлаб чиқилди. Индонезия ва Малайзия сайёҳлик агентликлари ва меҳмонларига мўлжалланган ҳалол овқатланиш жойлари, миллий ошхоналар, ресторанлар, оилавий ташриф жойлари харитаси

[140] https://www.gazeta.uz/uz/2017/08/17/turizm/ Ўзбекистонда зиёрат туризми ривожлантирилади

[141] http://muslim.uz/index.php/yangiliklar-2016/uzbekistan/item/4159-zijorat-turizmi-so-asida-musulmonlarga-yana-bir-ulajlik-yaratildi

[142] http://uza.uz/oz/tourism/zbekistonda-ziyerat-turizmi-2018-yilga-nazar-27-12-2018

[143] https://religions.uz/pages/7

тайёрланди. Шунингдек, юртимизда илк бор зиёрат туризми соҳаси учун зарур бўлган “Ҳалол” стандарти жорий этилди.

Шу ва бошқа омиллар ўз навбатида, мусулмон сайёҳлар сонининг сезиларли даражада кенгайишига олиб келди. Жумладан, 2019 йилнинг ноябр ойи кўрсаткичларининг 2018 йилдаги кўрсаткичлари билан солиштирганда буни яққол кўришимиз мумкин. Хусусан, 2018 йил ноябр ойида биргина Покистон давлатидан 287 нафар сайёҳ ташриф буюрган бўлса, 2019 йилнинг шу даврида сайёҳлар сони 424 нафарни ташкил қилиб, ўсиш суръати 47,7 фоизни ташкил этди. Саудия Арабистони бўйича эса, бундан ҳам каттароқ сонни кўришимиз мумкин. Жумладан, 2018 йилнинг ноябр ойида 36 нафар, 2019 йилнинг шу даврига келиб 124 нафарни ташкил қилди.[144].

Бу борадаги ишлар сўнгги пайтларда ҳам давом эттирилди. Жумладан, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2021 йил 9 февралда “Ўзбекистон Республикасида ички ва зиёрат туризмини янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида” Фармони қабул қилинди. Унда туризм бозорининг турли сегментларига йўналтирилган туризм маҳсулоти ва хизматларини диверсификация қилиш, уларнинг рақобатбардошлигини янада ошириш, мақбул ва қулай ички ва халқаро зиёрат туризми муҳитини яратиш, транспорт йўналишларини кенгайтириш, транспорт хизматлари сифатини ошириш, туризм маҳсулотларини кенг тарғиб қилиш, шунингдек, мамлакатимизнинг саёҳат ва дам олиш учун хавфсиз манзил сифатидаги имижини мустаҳкамлашга йўналтирилган вазифалар белгилаб берилди[145].

Хулоса сифатида шуни айтишимиз мумкинки, Ўзбекистонда 2016 йилдан эътиборан туризм соҳаси мамлакат иқтисодиётининг муҳим тармоқларидан бири деб эълон қилинди. Шу сабабдан туризм ва унинг муҳим йўналишларидан бири бўлган зиёрат туризмини ривожлантириш ва уни жаҳон миқёсига олиб чиқиш ишлари олиб борилди. Бу борада Ўзбекистон Республикаси Президентининг тегишли Фармон ва Қарорлари эълон қилинди. Шу асосда тегишли тадбирлар амалга оширилди. Шунингдек, зиёрат туризмини ривожлантириш, хорижий тажрибани ўрганиш мақсадида турли тадбирлар, илмий семинар ва конференциялар ташкил қилинди. Хорижий мамлакатлар фирма компаниялари билан бу борада ҳамкорлик алоқалари йўлга қўйилди. Бу эса ўз навбатида Ўзбекистонга, хусусан, мамлакатимиздаги муқаддас қадамжоларни зиёрат қилиш учун келаётган зиёратчилар сонининг сезиларли даражада ошишига олиб келди.

[144] https://uzbektourism.uz/cyrl/research 2019 йил ноябрь ва 2018 йил ноябрь ойларида Ўзбекистон Республикасига кириб келган ташриф буюрувчилар сонининг давлатлар кесимида тақсимланиши

[145] http://muslim.uz/index.php/yangiliklar-2016/uzbekistan/item/25252

Р.С.Амриддинова - Туризм кафедраси доценти.
А.Ю.Талибова - Туризм кафедраси ўқитувчиси.

РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА МОБИЛ ИЛОВАДАГИ ЎЗБЕКИСТОН ТУРИСТИК ГЕОПОРТАЛ ТИЗИМИНИ ЯРАТИШ ТЕХНОЛОГИЯСИ

Аннотация: *Бугунги кунда ҳаётни мобил иловаларсиз тассавур қилиш қийин. Замонавий мобил қурилмаларнинг фаолият доиралари кундан кунга кенгайиб, инсонларнинг уларга бўлган эҳтиёжи ҳам кескин ошиб бормоқда.*

Мобил иловалар туризм сохасида мустақил саёҳатни кейинги босқичга олиб чиқди. Туристик фирмалар ва агентликларнинг барча имкониятлари энди чўнтакка бемалол сиғиши мумкин. GPS ва хариталар, валюта калкулятори ва шаҳар кўрсатмаси, луғат ва таржимон дастурлари, қулай меҳмонхоналарни қидириш каби дастурлар тўплами саёҳатларни режалаштиришда вақт ва пулнинг тежалишига ёрдам беради.

Калит сўзлар*: ахборот технологиялари, геоахборот тизимлари, ГАТ харитаси, мобил иловалар, индивидуал турмаршрутлар.*

Аннотация: *Сегодня сложно представить жизнь без мобильных приложений. Ассортимент современных мобильных устройств расширяется день ото дня, и потребность в них быстро растет.*

В индустрии туризма мобильные приложения подняли индивидуальные путешествия на новый уровень. Все удобства туристических фирм и агентств теперь легко поместятся в кармане. Набор программного обеспечения, такого как GPS и карты, калькулятор валют и путеводитель по городу, словарь и переводчик, удобный поиск отелей помогут сэкономить время и деньги при планировании поездок.

Ключевые слова*: информационные технологии, геоинформационные системы, карта ГИС, мобильные приложения, индивидуальные турмаршруты.*

Abstract*: Today it is difficult to imagine life without mobile applications. The range of modern mobile devices is expanding day by day, and the demand for them is growing rapidly.*

In the travel industry, mobile apps have taken individual travel to the next level. All the amenities of travel agencies and agencies will now easily fit in your pocket. A suite of software such as GPS and maps, currency calculator and city guide, dictionary and translator, convenient hotel search will help you save time and money when planning your trips.

Key words: *information technology, geographic information systems, GIS map, mobile applications, individual tour routes.*

Кириш. Ноёб туристик ресурсларга эга мамлакатларнинг мутлоқ устунлиги бу давлатнинг ва минтақавий ташкилотларнинг пухта ўйланган ҳамда мақсадга мувофиқ инновацион сиёсати билан кучайтирилади. Бу эса давлатга халқаро туризмда рақобатбардош устунликни таъминлайдиган ноёб,

жозибали туристик маҳсулотларни яратишга имкон беради. Шу туфайли, мазкур натижага эришишда барча туристик объектлар, туристик инфратузилма, мамлакатнинг бутун туристик имкониятларини ўзида жамлаган геоахборот тизимидаги маълумотлар базасини шакллантириш ҳамда мазкур база асосида туристик маршрутларни ишлаб чиқиш лозим.

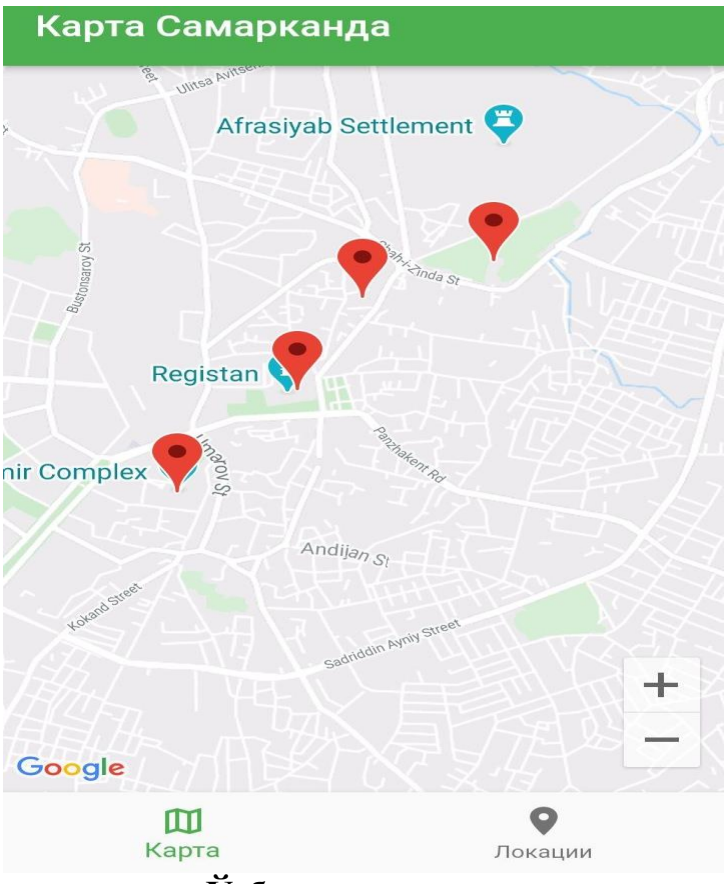
Замонавий шароитда ахборот технологияларидан фойдаланиш алоҳида аҳамиятга эга бўлиб, уларсиз мижозларга қулай, тез ва оммавий хизмат кўрсатиб бўлмайди. Ахборот технологиялари ижтимоий ва маданий хизматларни, хусусан, туризм хизматларини кўрсатиш учун бутун технологик тизимнинг асосидир. Геоахборот тизимлари харита ёки режанинг ареал, чизиқли ва нуқта объектлари тўпламининг график кўринишини ушбу объектларнинг хусусиятлари ва муносабатларини тавсифловчи маълумотлар базаларида атрибут маълумотларини сақлаш билан бирлаштиришга мўлжалланган.

Йилдан йилга мамлакатимизнинг туристик салоҳияти фаол ривожланиб ва кенгайиб бормоқда. Бугунги кунда туризм мамлакат иқтисодиётининг энг йирик ва даромадли соҳаларидан биридир. Туризм соҳасини ривожлантиришда бутун дунёда геоахборот тизимлари ва технологиялари, уч ўлчовли моделлаштириш ва интернет хизматлари жадал ривожланмоқда ва объектлар ҳамда ҳодисаларни хариталаш учун замонавий технологиялардан фойдаланилмоқда.

ГАТ ва веб-хизматлардан фойдаланиш катта ҳажмдаги геоахборотларни узатиш билан боғлиқ кўплаб масалаларни ҳал қилишга имкон беради. Бугунги кунда замонавий туризм бизнесида ГАТдан фойдаланиш сезиларли даражада ўсди ва туризм, картографик ва ижтимоий лойиҳаларни бирлаштиришнинг ажралмас қисми ҳисобланади.

Бугунги кунда автоматлаштирилган маршрутларни режалаштириш ва навигация тизимлари кўплаб соҳаларда қўлланилади. Сўнгги йилларда туристик жараёнларини автоматлаштириш жуда юқори даражага етди: кўплаб ахборот тизимлари туристик саёҳатларни энг кичик деталларга қадар режалаштиришга имкон берадиган бир қатор воситаларни тақдим этмоқда.

Агар ГАТ харитаси туристик корхоналар ҳамкорлик қиладиган курортлар, уларнинг ҳудудлари режалари, хизмат кўрсатиш сифати тўғрисидаги маълумотлар, улардаги меҳмонхоналар ва хоналарнинг фотосуратлари, пляжлари, маҳаллий ошхоналарнинг асл таомлари номлари ва бошқа нарсалар билан тузилган бўлса, ГАТ туристик корхоналарнинг меҳнат умумдорлигининг ошишига ҳамда юқори сифат ва даромад олишларига катта ёрдам бериши мумкин. Буларнинг барчаси туристик фирма ва ташкилотларга туристик маҳсулотларининг бошқа сотувчиларига нисбатан катта устунлигини яратади.



1-расм. Мобил иловадаги Ўзбекистон туристик геопортал тизимининг умумий кўриниши

Кўпинча, туроператор орқали туристик маршрутларни танлаш туристларни ҳар доим ҳам қониқтирмайди. Бунинг сабаблари турлича бўлиши мумкин:

-маршрут керакли аҳоли пунктларидан ўтмайди;

- баъзи диққатга сазовор жойларни кўра олмайди;

- маҳаллий аҳоли ҳаётига кириб, уларнинг урф-одатлари билан танишиш имконияти чекланган ёки мумкин эмас.

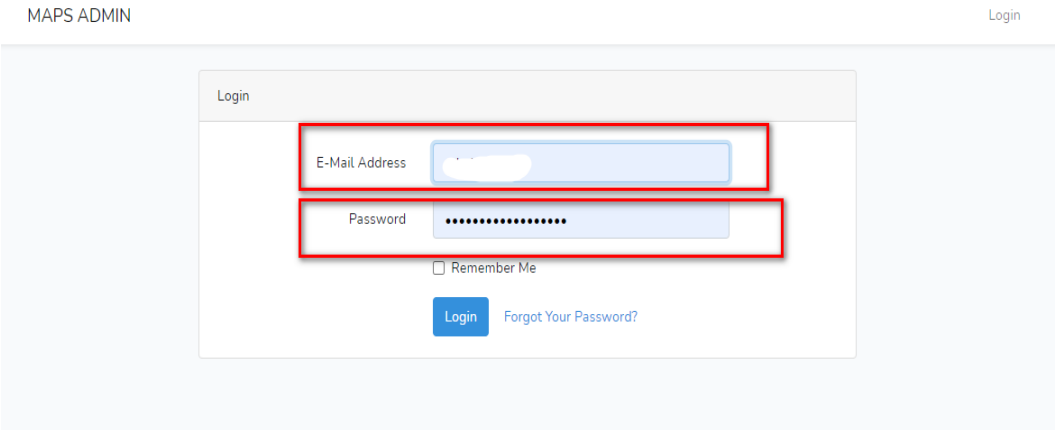
Кўплаб туристлар тобора кўпроқ ўзлари режалаштирган(индивидуал) саёҳатларни афзал кўрадилар. Бунда асосийси - муҳим йўналишни тўғри режалаштириш ва барча мумкин бўлган нюансларни ҳисобга олиш ҳисобланади.

Бугунги кунда ҳаётни мобил иловаларсиз тассавур қилиш қийин бўлиб қолди. Замонавий мобил қурилмаларнинг фаолият доиралари кундан кунга кенгайиб, инсонларнинг мобил қурилмаларга бўлган эҳтиёжи ҳам кескин ошиб бормоқда.

Мобил иловалар мустақил саёҳатни кейинги босқичга олиб чиқди. Туристик фирмалар ва агентликларнинг барча имкониятларини энди чўнтакка бемалол сиғиши мумкин. GPS ва хариталар, валюта калкулятори ва шаҳар кўрсатмаси, луғат ва таржимон дастурлари, қулай меҳмонхоналарни қидириш каби дастурлар тўплами саёҳатларни режалаштиришда вақт ва пулнинг тежалишига, асабларни асрашга ёрдам беради.

Туризм соҳасининг ҳозирги ривожланиш босқичида ахборот технологиялари ва дастурий таъминот муҳим ўрин тутади. Эволюция ва техника тараққиёти туризмга ва экскурсия тадбирларини ташкил этишга кириб борди. Бу бўйича, ноёб мултимедия қўлланмалари ишлаб чиқилган ва GPS-навигация ёрдамида мобил телефонлар учун сайёҳларга таклиф этилмоқда.

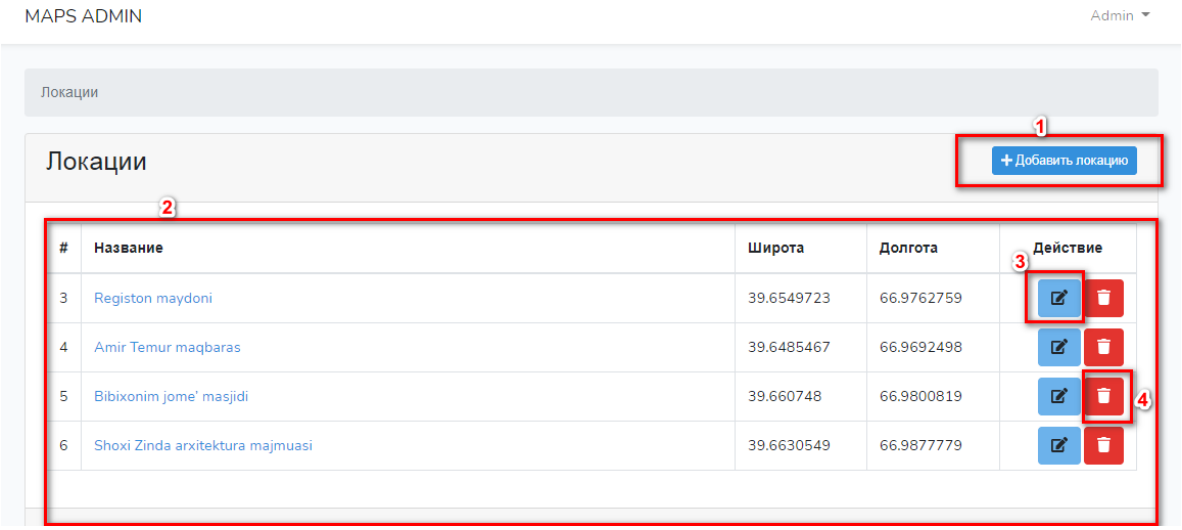
Таъкидлаш жойизки, хозири кунда IT-ишлаб чиқувчилар ва туризм бозорининг энг илғор иштирокчилари орасида, шу жумладан туризм бизнесини оптималлаштириш ва туристларга хизмат кўрсатиш сифатини ошириш учун мобил технологияларни жорий этиш ва мослаштириш бўйича фаол ишлар олиб борилмоқда. Замонавий операцион тизимга эга уяли телефон ва саёҳатчилар учун фойдали дастурлар тўплами вақт ва пулни тежашга, диққатга сазовор жойларни топишга ва саёҳат пайтида ажралмас ёрдамчига айланишга ёрдам беради.



2-расм. Манзилларни киритиш учун Администратор ойнаси

E-mail Address: *Тизим администратори учун рўйҳатдан ўтган электрон почта манзилини киритиш майдони.*

Password: *Тизимга кириш учун қўйилган паролни киритиш майдони.*



3- расм. Киритилган объектларнингманзили ҳақида маълумот

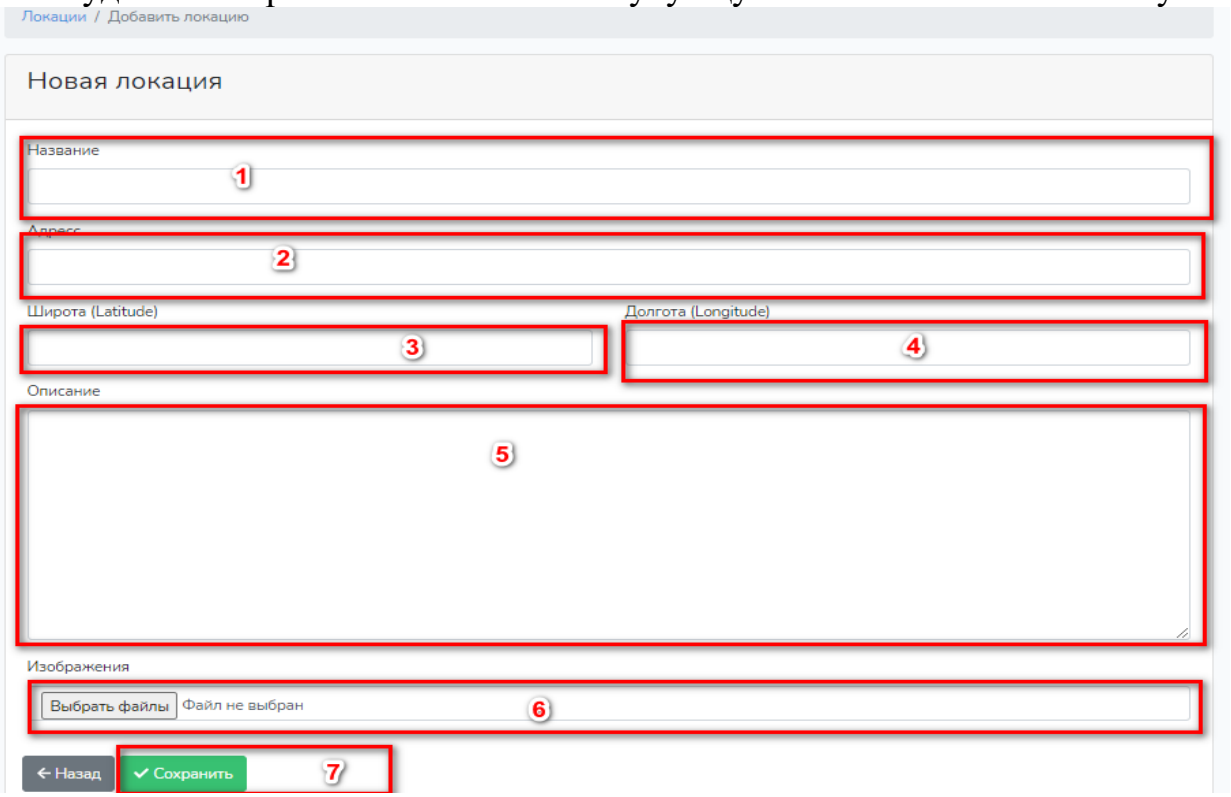
1.*Янги объектнинг манзилини киритиш*

2.*Киритилган объектлар рўйҳати*

3.*Киритилган объектни тахрирлаш*

4.*Киритилган объектни учириш*

Бугунги кунда планшетлар ва смартфонлар учун яратилган мобил иловалар ички туризмни рағбатлантириш ва инвестиция лойиҳаларни илгари суришнинг инновацион воситаси ҳисобланади. Мобил иловаларнинг асосий афзалликлари қуйидагилардан иборат: товар ва фойдаланувчи ўртасидаги соддалаштирилган алоқа, иқтисодий фойда ва қулайлик. Туристик корхоналарнинг ўзига хос хусусиятлари ва бизнеснинг долзарб устувор йўналишларига қараб, мобил иловалар янги мижозларни жалб қилишнинг самарали маркетинг воситаси ёки мавжуд мижозлар базаси билан ишлаш учун қулай хизматга айланиши мумкин.



4- расм. Янги объектнинг манзилини киритиш

1.*Янги объектнинг номини киритиш*

2.*Янги объектнинг манзилини киритиш*

3.*Янги объектнинг карта бўйича координатасини киритиш*

4.*Янги объектнинг карта бўйича координатасини киритиш*

5.*Янги объект ҳақида маълумот киритиш*

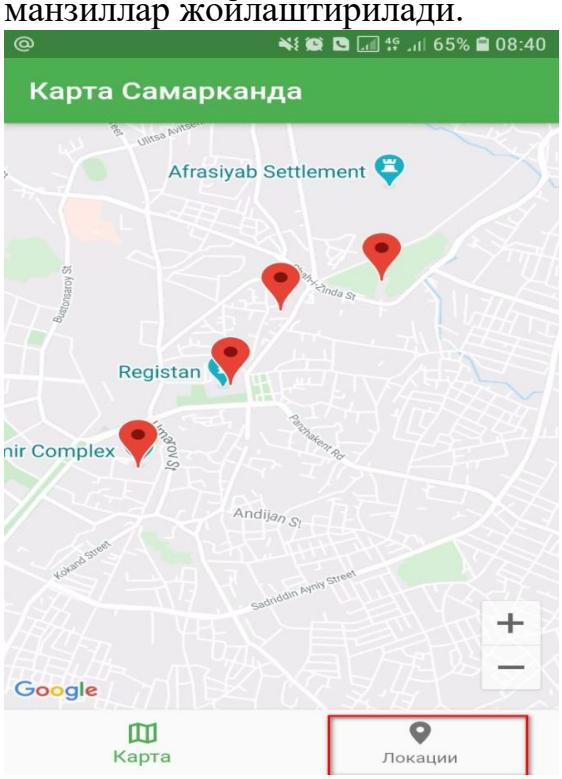
6.*Янги объектнинг расмларини киритиш*

7.*Киритилган маълумотларни сақлаш*

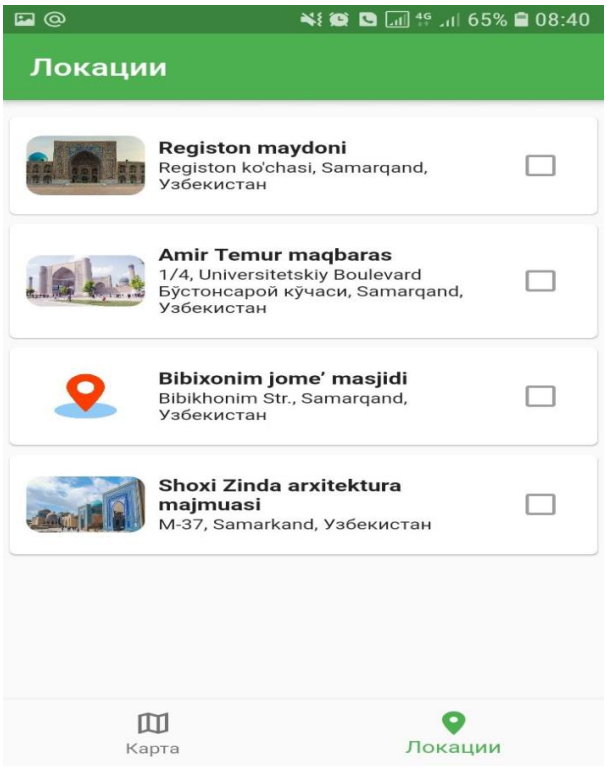
Интерфаол мобил иловалари маршрутларни геолокация қилиш ва қуриш, ижтимоий тармоқлар, виртуал галереялар билан интеграция қилиш, тармоққа доимий уланмасдан дастурдан фойдаланиш, интерактив, шу жумладан видео, анимацион графикалар, 3Д, аудио шарҳлар, панорамалардан фойдалниш имкониятини яратади.

Мобил илованинг фойдаланувчи ойнаси ёрдамида маршрутларни яратиш учун аввало расмда кўрсатилганидек “Локации” тугмасини босамиз. Локация

тугмаси остида геолокацияси киритилган диққатга сазовор жойлар, туристик манзиллар, меҳмонхона ва шунга ўхшаш жойлаштириш воситалари, овқатлантириш корхоналари ва шу каби туристларга хизмат кўрсатувчи манзиллар жойлаштирилади.

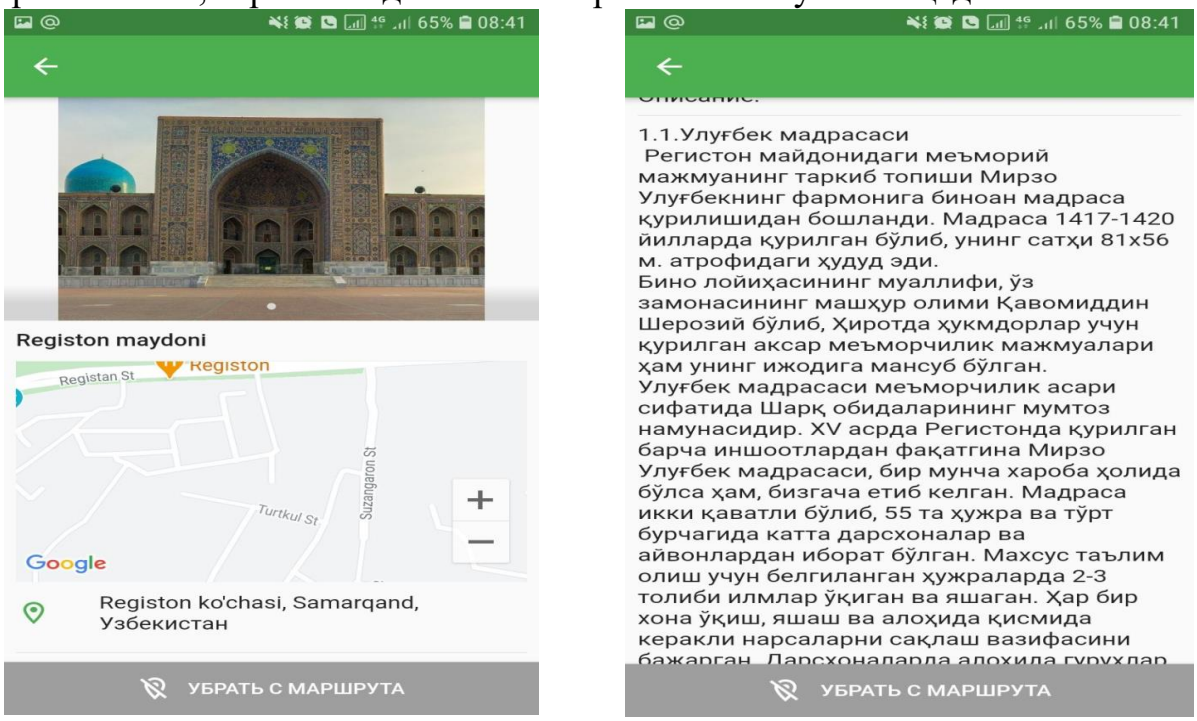


5- расм. Фойдаланувчи ойнаси



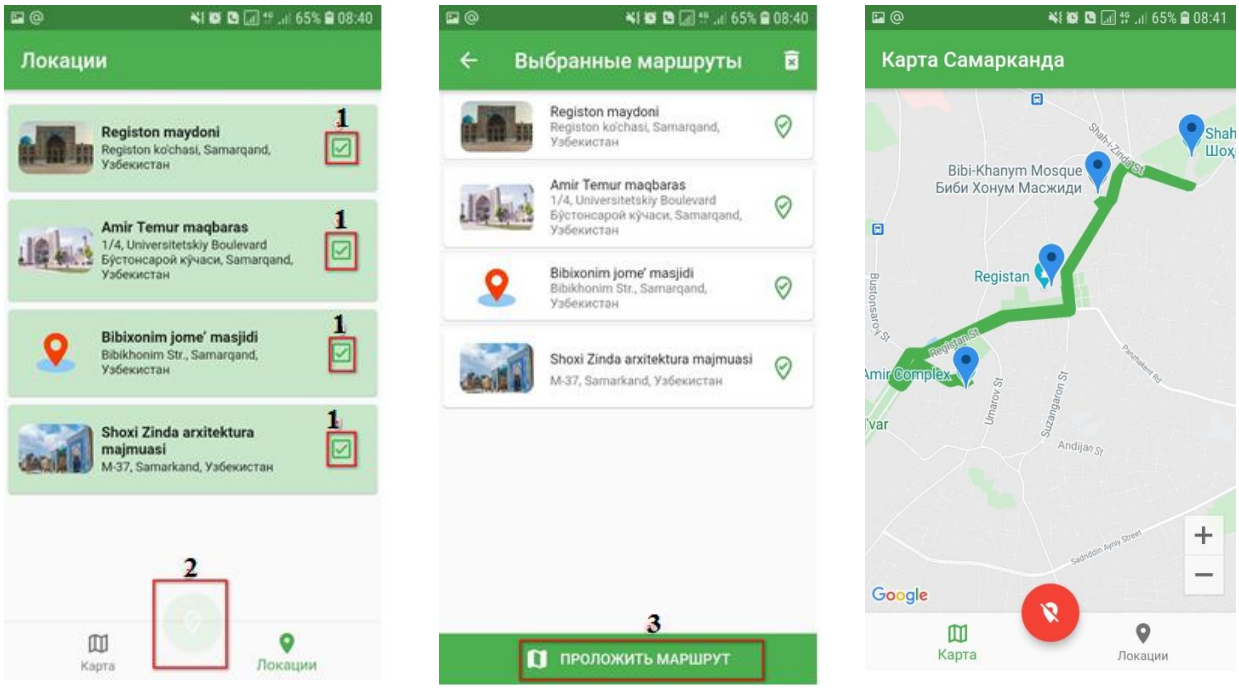
6- расм. Манзиллар ҳақида маълумотолиш ойнаси

Натижада бизга манзиллар ҳақида маълумот олиш ойнаси ҳосил бўлади. Мавжуд манзиллар ҳақида маълумот олиш учун ҳар бир манзилнинг устига бир марта босилса, экранимизда матнли ва расмли маълумот чиқади.



7-расм. Манзилларнинг матнли ва расмли маълумотлар ойнаси

Бу бўлимда манзиллар бўйича фотолавҳалар ва манзил ҳақида матнли маълумотлар жамланган. Туристлар ушбу манзиллар яъни диққатга сазовор жойлар, меҳмонхона ва шунга ўхшаш жойлаштириш воситалари, овқатлантириш корхоналари ва улар томонидан кўрсатиладиган хизматлар бўйича бирламчи маълумотларга эга бўлишади. Бу эса туристларнинг ушбу манзилга ташриф буюриш иштиёқини янада оширади. Шу туфайли мобил илованинг ушбу қисмида туристик манзилларнинг жозибадорлик даражасини оширишга алоҳида эътибор берилган.



8-расм. Маршрут яратиш тартиби ва маршрут схемаси

1. *Манзилларни белгилаш* ***3.****Янги маршрут*
2.*Маршрут ятариш* *яратиш тугмаси*
ойнасига ўтиш тугмаси

Мобил илованинг локация бўлимига кириб у ердаги туристик манзиллар (туристлар ўзлари ҳоҳлаган) белгилаб фаол ҳолатга ўтказилади ва “Проложить маршрут” тугмаси орқали маршрут схемаси чизилади. Юқорида келтирилганидек, ушбу мобил илова кўринишидаги Ўзбекистон туристик геопортал тизими туристларнинг ўзлари ҳоҳлаганидек туристик маршрутларни яратишига ёрдам беради. Шу билан биргаликда ушбу илова мамлакатимизнинг туристик салоҳиятини тарғиб қилиш, туристик минтақаларимизнинг жозибадорлик даражасини янада оширишга хизмат қилади. Бу эса мамалкатимизга ташриф буюрувчи туристик оқимнинг ошишига ёрдам беради.

Таъкидлаш жойизки, айни пайтда янги дастурларни ишлаб чиқиш вазифаси долзарб бўлиб қолмоқда. Чунки бу ахборот бозорининг энг талаб қилинадиган сегментидир. Бу шубҳасиз, мобил қурулмаларнинг инсонларнинг кундалик ҳаётига кириб бориши билан боғлиқ. Мобил қурилмалар ва мобил иловалар ёрдамида одамлар маълумот олишга ва уни бошқалар билан бўлишишга, харидларни амалга оширишга, мулоқот қилиш ва танишишга

одатланган. Бундан ташқари, уларнинг ишбилармонлик муҳитидаги амалий фойдалари ҳам равшан. Бу фойда ва бизнес ҳолатини назорат қилиш, муҳим хабарларни кузатиш ва катта ҳажмдаги маълумотларни қайта ишлаш қобилияти, тўлов хизматларидан фойдаланиш ва аналитик ҳисоботларни ўқиш имкониятларини янада оширади.

Мобил технологиялар нафақат саёҳатчиларга, балки саёҳат менежерларига ҳам сезиларли даражада ёрдам бериши мумкин ва бу уларга мижозлар учун хизмат турларини кенгайтириш имкониятини беради. Шундай қилиб, кўплаб компаниялар, шу жумладан туризм бозоридаги компаниялар, парвозлар жадвалидаги ўзгаришлар, бронлаш тафсилотлари ва ҳолати тўғрисида СМС хабар беришади. Бу жараён эса мобил технологиялар сотишда жуда муҳим рол ўйнай бошлайди. Бугунги кунда туристларга мобил телефондан ҳаво транспорти учун ҳақ тўлаш ва рўйхатдан ўтиш ва ўтириш учун зарур штрих-кодни олиши мумкин.

Tursunova G.R. – SamISI «Turizm» kafedrasi katta o’qituvchisi

O’ZBEK XALQ O’YINLARI – MILLIY MEROSDAN NISHONA

Annotasiya: *ushbu maqolada o’zbek xalq o’yinlarining ajdodlardan bizgacha saqlanib, meros bo’lib kelayotgani, to’y - tomoshalar, bayramlar xalq o’yinlari, urf - odatlarimizda nafaqat kuy - qo’shiqlar, folklor - etnografik jamoalarning chiqishlari, balki xalq o’yinlarining ijro etilishi, o’yin inson hayotining deyarli barcha bosqichlarida o’ziga xos tarzda ifoda etiladigan ixtiyoriy faoliyat turlaridan biri ekanligi haqidagi ma’lumotlar yoritib berilgan.*

Kalit so’zlar: *Milliy o’yin, o’yinning tarbiyaviy - axloqiy, ijtimoiy - estetik vazifalari, «Jahon bolalar o’yini», «lanka», eng foydali o’yinlar.*

Annotasiya: *В статье обсуждается, что узбекские народные игры сохранились и унаследованы от наших предков, сообщается, что исполнение игр является одним из видов добровольной деятельности, которые уникальным образом проявляются практически на всех этапах жизни человека.*

Ключевые слова: *Национальная игра, учебно - нравственные, социально - эстетические задания игры, «Мир детской игры», «Ланка», полезнейшие игры.*

Abstract: *It is discussed in the state that Uzbek national games have survived and inherited from our ancestors, it is reported that the execution of the game is one of the types of voluntary activities where detection methods are used.*

Keywords: *National game, educational - moral, social - aesthetic tasks of the game, «World of children’s game», «Lanka», useful games.*

Qadimdan yurtimizda to’y - tomoshalar, bayramlar xalq o’yinlari bilan yanada fayzli, ko’tarinki ruhda o’tgan. Xususan, eng ommaviy bo’lgan milliy o’yinlardan uloq - ko’pkari va kurash to’y va bayramlarning sevimli tomoshasiga aylangan.

Kurashda polvonning ori, mahorati sinovdan o'tadi. Hozirgi kunga kelib kurash yanada takomillashtirildi va xalqaro musobaqalar qatoridan joy oldi.

Mustaqillik yillarida urf - odatlarimiz nafaqat asl qiyofasiga qaytdi, balki mazmunan boyidi va yanada sayqal topdi. Ayni vaqtda bayramlarimizda kuy - qo'shiqlar, folklor - etnografik jamoalarning chiqishlari, lapar, o'lan, alla ohanglari, milliy xalq o'yinlari uyg'unlashtirilib ijro etilmoqda. O'zbek xalqining betakror samimiyatini o'zida aks ettiruvchi urf - odat va marosimlarimiz qadimiy madaniyatimizning go'zalligini namoyon etuvchi bir ko'zgudir.

Dunyoda xalq **o'yinlari** shakllanmagan bironta ham xalq yo'q. Chunki oilada farzand dunyoga kelishi bilanoq, ma'lum vaqtdan so'ng, u o'zini o'rab olgan tashqi olamni turli - tuman o'yinlar va o'yinchoqlar vositasida anglay boshlaydi. O'yin inson hayotining deyarli barcha bosqichlarida o'ziga xos tarzda ifoda etiladigan ixtiyoriy faoliyat turlaridan biri bo'lib, tarbiyaviy - axloqiy, ijtimoiy- estetik vazifani bajaradi.

Darhaqiqat «Duk», «Tepish» sharq xalqlariga xos bo'lgan yapon «Karate»si, Koreya «Taekvan-do»si, Xitoy — «Ushu» olishuvlaridan qolishmaydi.

Sog'lom va ma'nan barkamol avlod tarbiyasi umumdavlat ahamiyatiga molik ish deb qaralayotgan shu kunlarda xalq o'yinlarini tadqiq etish va o'rganish xalqimiz milliy etnografik qiyofasini aks ettiruvchi o'yinlarning shaxs dunyoqarashi va ruhiy olamida tutgan o'rnini to'g'ri belgilash imkonini beradi.

Demak, o'yinlar — xalqning tabiiy va tarixiy ehtiyoji sifatida shakllanib, ajdodlar turmushi, mehnati, tajribasi, kurashi, yutuqlarini aks ettiradigan, inson madaniyatining eng ko'hna shakllari, ko'pgina ma'naviy sohalar sarchashmasi, sog'lom avlodni shakllantiruvchi tarbiya vositasi va zamondoshlarimizning jismoniy, ruhiy, aqliy rivojlanishiga xizmat qiluvchi muhim omildir.

O'yinlarning eng muhim tomonlaridan biri shundaki, inson hayotida erisha olmagan yoki o'zida yetishmaydigan narsalar, hodisalarga o'yin yordamida erishadi. O'yin orqali insonning (jismoniy, ruhiy, aqliy) kuchi rivojlantirilgan, uning yordamida, kerak bo'lsa, inson ortiqcha kuchini ham o'zidan chiqarib yuborgan, sarflagan. Tibbiy ehtiyojlarni qondirishda ham o'yin muhim vosita hisoblangan.

Har bir xalq boy o'yin zaxirasiga ega bo'lgani kabi o'zbek xalqi ham o'ziga xos turli yoshdagilarga, jins, yil fasllari, shahar va qishloqlarga xos o'yinlar tizimiga ega. O'yin bola ongi, tafakkurini o'stirib, xotira, diqqat, irodasini mustahkamlaydi, jismoniy, ruhiy, hissiy (yemosional) taraqqiy ettirishga xizmat qiladi. Shuningdek, o'yin bolani katta hayotga tayyorlashda mashq vazifasini bajarib, kelajakda hayotda duch kelinadigan turli holatlarga ma'naviy tayyorlaydi.

Hozirgi kunda faqatgina Forish, Urgut, G'ijduvon, Qo'shrobot tumanlarida qadimgi xalq o'yinlarining namunalari saqlanib qolgan. Ayniqsa, xalq o'yinlari Forish tumanining chekka tog'li joylarida yaxshi saqlanib qolgan ekan. Bu yerda 1985 - yildan buyon ko'plab ishlar amalga oshirilshgan.

YuNESKO ekspertlarining 2003 - yildan buyon olib borgan tekshirish, kuzatishlari natijasida «lanka» - eng foydali o'yin, deb baholanib, «Jahon bolalar o'yini» ro'yxatiga o'zbek o'yini sifatida tanlab olindi. «Lanka» asli cho'loqlar o'yini bo'lib, u xasta oyoqlarni davolash, tuzatishda muhim o'rin tutgan.

Endi bu o’yinning har bir viloyatdagi turlarini yana bir bor to’plab, uni keng miqiyosda dunyo bolalariga ommalashtirish vazifasigina qoldi. Chillak o’yinini ham bu ro’yxatga kiritish mo’ljallanmoqda Demak, hali o’nlab milliy o’yinlarimiz dunyo bolalari o’yini tarzida qanot yozishiga ishonsak bo’ladi.

Xullas, o’yin odamzot taraqqiyotida katta ahamiyat kasb etib, uning sabablari quyidagicha:

Birinchidan, insonning o’yinga nisbatan tabiiy ehtiyoji bo’lib, u hayotdagi bo’shliqni to’ldirgan, inson tanidagi ortiqcha kuchni sarflashga, yetishmagan kuchni to’plashga yordam bergan.

Ikkinchidan, o’yinlar xalq tarixining in’ikosidir. O’yinlarda insonning turmushi, mehnati, tajribasi, tashvishi, kurashi, yutuqlari o’z aksini topadi. O’yinlar orqali biz insoniyat tarixi, orzu-o’ylari, muammolari, niyatlarini o’rgansak bo’ladi.

Uchinchidan, o’yin inson madaniyatining eng qadimgi ko’rinishi, ko’pgina ma’naviy soha (raqs, tomosha - teatr, musiqa, sport, marosim kabi) larning manbai sifatida xizmat qilgan.

To’rtinchidan, o’yinlar avlod - ajdodlarimizning sog’lomlashtiruvchi vositasi hisoblangan. Ota - bobolarimiz xalq o’yinlari va musobaqalari yordamida aqlan raso, ruhan tetik, jismonan baquvvat bo’lib kelgan. Sog’lom avlodlarni shakllantirishda o’yinlar asosiy omilga aylangan.

Beshinchidan, o’yinlar eng samarali tarbiya vositasi. Bolalar o’yinlar orqali hayotga tayyorgarlik ko’rgan, turmushdagi qiyinchiliklarni yengishni mashq qilgan, ish va kurashda g’alaba qilishni o’rgangan.

Oltinchidan, o’yinlar ajdodlarimizning tajribasini o’zida uyg’unlashtiruvchi madaniy meros va zamondoshlarimizni, ayniqsa yosh avlod aqliy, ruhiy va jismoniy barkamol bo’lishiga xizmat qiluvchi bebaho manbadir.

O’zbek xalqi ham boshqa xalqlar kabi o’zining boy o’yin zaxiralariga egadir. Minglab hammaga ma’lum o’yinlar bilan bir qatorda ayrim mintaqalarimizga xos o’rganilmagan o’yinlar ham bisyordir.

Ba’zi bir qishloq o’yinlari boshqalariga umuman o’xshamasligi ham mumkin. Bundan tashqari, o’zbek xalqining an’analari orasida turli yoshdagilar, turli jinsdagilar, yil fasllari, shahar va qishloqlarga xos o’yinlar tizimi bo’lgan

Xullas, o’yin ko’pgina qadimiy madaniy mashg’ulot turlarining, jumladan, raqs, teatr, sport kabilarning «onasi» hisoblanadi.

Farmanov Erkin Alimovich – Buxoro davlat universiteti 1-bosqich doktoranti

TURIZMDA TRANSPORT INFRATUZILMASINING HOZIRGI HOLATI

Hozirgi kunda dunyo mamlakatlarining ko’pchiligi transport infratuzilmasini rivojlantirish orqali o‘z milliy iqtisodiyotini taraqqiy ettirmoqda. Mamlakatimiz transportni shakllantirishda har qanday xorijiy mamlakatlardan qolishmaydigan imkoniyatlarga egaligi bu borada ko‘plab qaror va farmonlardan dalolat beradi. Xususan, O’zbekiston Respublikasi Prezidentning 2019 yil 5 yanvardagi “O’zbekiston Respublikasi turizmni jadal rivojlantirishga oid qo’shimcha chora-tadbirlar to’g’risida”gi PF 5611 sonli qarorida “2019-2025 yillarda O’zbekiston Respublikasida turizm sohasini jadal rivojlantirish Konsepsiyasi”ga muvofiq transport logistikasini rivojlantirish, ishchi va tashqi yo’nalishlarni kengaytirish, transport xizmatlar sifatini oshirish, transport logistikasini takomillashtirish, shu jumladan diqqatga sazovor joylar va madaniy obyektlar bo‘ylab qulay transport marshrutlari tarmog‘ini yaratish, zamonaviy ko‘p qavatli avtoturargohlar qurish, shuningdek, Toshkent shahridagi xalqaro aeroport yonida transport logistikasini takomillashtirish. Transportning turli yo‘nalish va turlarini qulay tarzda o‘zaro bog‘lovchi avia, temir yo‘l va avtobus qatnovlari sonini oshirishni nazarda tutuvchi Markaziy Osiyo davlatlari bilan o‘zaro transport kommunikatsiyasini rivojlantirish Konsepsiyasini ishlab chiqish va O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasiga kiritish strategik tarmog‘i sifatida belgilandi.[1]

Ushbu strategik tarmog’ sifatida, turizmda transport infratuzilmaning xizmat ko‘rsatish va servis sohasiga alohida e’tibor qaratilmoqda. Xususan, sohaga zamonaviy texnologiyalar tatbiq etilishi natijasida aholi uchun ko‘plab qulayliklar yaratilmoqda. Katta shaharlarimizda aholi gavjumligini inobatga olib, servis xizmatlarini ko‘rsatish, asosan, yo‘lovchi tashishni takomillashtirish va uning sifatini muntazam yaxshilab borishni taqozo etadi. Yo‘l-transport va kommunikatsiya infratuzilmasining jadal taraqqiyoti bunga yaqqol misol bo‘la oladi.

Oxirigi yillardan turizm sohasi jadallik bilan rivojlanib borayotgan bir davr, 2020 yilda Koronavirus pandemiyasi tufayli yuzaga kelgan iqtisodiy vaziyatlar turizm infratuzilmasiga salbir ta’sir ko’rsatdi, shuningdek ushbu sohasini qo’llab quvvatlash uchun hukumatimiz tomonidan Ichki va ziyorat turizmini rivojlantirish maqsadida, O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar mahkamasining O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2021-yil 9-fevraldagi “O‘zbekiston Respublikasida ichki va ziyorat turizmni yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PF-6165-son Farmoniga muvofiq Vazirlar mahkamasi qaror qilindi.

Yuqoridagi farmonga muvofiq O‘zbekiston Respublikasi Respublika budjeti mablag‘lari hisobidan aviatashuvchilarga subsidiya ajratish Transport vazirligi hamda turoperator va turagentlarga avia va temir yo‘l chiptalari hamda joylashtirish vositalarining mehmonxona xizmatlari xarajatlarining bir qismini qaytarish Turizmni rivojlantirish davlat qo‘mitasi tomonidan amalga oshirish;

Sayyohlarni ziyoratgohga avtotransport vositalarining navbatlar hosil qilmasdan kirib-chiqishi uchun qulay harakatlanish rejasini ishga tushirish;

Transport vositalari (avtomobil va avtobus) uchun alohida avtoturargohlar tashkil etish;

Qo’shni mamlakatlar uchun *“O’zbekistonda Navro’z” nomli maxsus sayohat dasturi* doirasida maxsus avtobus va temir yo‘l qatnovini yo‘lga qo‘yish;

Afg‘oniston, Qirg‘iziston, Qozog‘iston davlatlari bilan chegara o‘tkazish punktlari yaqinida ziyorat ma’lumot markazini tashkil etish, markazlarni targ‘ibot materiallari bilan ta’minlash va viloyat markazlariga avtobus qatnovlarini yo‘lga qo‘yish;

*“Toshkent-Buxoro-Mashhad-Tehron” xalqaro avtobus marshruti*ni yo‘lga qo‘yish

“Numo air” aviakompaniyasi faoliyatini to‘liq yo‘lga qo‘yish va avia qatnovlarini amalga oshirilishini ta’minlash;

Kuwait Airways (Quvayt), Garuda (Indoneziya), Citilink (Indoneziya), Lion Air (Indoneziya), Malaysia Airlines (Malayziya), Biman Airlines (Bangladesh), FlyNas (Saudiya Arabistoni), Freebird Airlines (Turkiya), Gulf Air (Baxrayn), Salam Air (Oman), Oman Air (Oman), Qatar Airways (Qatar), Serene Air (Pokiston), Wizz Air (Vengriya), IFLY (Rossiya), SkyUp (Ukraina), LOT Airlines (Polsha), Nainan Airlines (XXR), Asiana Airlines (Koreya), Air Baltic (Latviya) va Czech Airlines (Chexiya) aviakompaniyalari bilan muzokaralar olib borgan holda, ular bilan Respublika shaharlariga doimiy va charter reyslarini tashkil etish, muntazam reyslar sonini oshirish bo‘yicha kelishuvlarga erishish;

Bunda, asosan ziyorat turizm yo‘nalishida xorijiy turistlar oqimini oshirishga birinchi navbatda e’tibor qaratiladi;

O‘zbekiston Respublikasi respublika budjeti mablag‘lari hisobidan subsidiyalanishi belgilangan transport qatnovlari va ularni hamda mehmonxona xizmatlarini subsidiyalash miqdori to‘g‘risida ommaviy axborot vositalari orqali e’lon qilib boorish maqsadida uzoq xorij va qo’shni respublikalardan xorijiy turistlarini qabul qilish va ularga qulay shart-sharoitlar yaratish bo’yicha Vazirlar Mahkamasining 2021-yil 24-fevraldagi 100-son qaroriga 2-ilova bo’yicha “Yo’l xaritasi” ishlab chiqilgan.

Shu bilan birga, Mustaqillik yillarida temir yo’llarni elektrlashtirish ishlariga katta ahamiyat qaratildi. O’tgan davrda Xovos–Bekobod, Xovos–Jizzax liniyalari elektrlashtirildi va Maroqand–Qarshi yo’nalishini elektrlashtirish ishlari muddatidan ilgari tugatildi. Toshkent–Samarqand–Buxoro yo’nalishlarida tezyurar elektropoezdlar qatnay boshladi. Natijada poezdlardan foydalanish xarajatlarini 20 foizga kamaytirish, yo’lovchi va yuk tashish tezligini 1,3 barobar oshirish imkoni yaratildi.

2020 yilda avtomobil transportida 5 mlrd 192 mln yo’lovchi tashilgan. 17 may kuni Elektron ommaviy axborot vositalari milliy assotsiatsiyasi tashabbusi bilan transport tizimi va infratuzilmasi bo‘yicha ochiq muloqot bo‘lib o‘tdi. Unda ishtirok etgan Transport vazirligi, Avtomobil yo’llari qo’mitasi, “O’zbekiston temir yo’llari” AJ, “Uzbekistan airways” AJ, “Uzbekistan airports” AJ rahbarlari dolzarb masalalarni muhokama qilishdi.

Tadbirda sohadagi asosiy ko‘rsatkichlar dinamikasiga nazar tashlandi. Unga ko‘ra, avtomobil transporti, temir yo‘llari, havo yo‘llari va elektrotransportda yo‘lovchi tashish hajmi 2019 yil yakunida 6,03 mlrd. yo‘lovchi, 2020 yil yakunida esa 5,24 mlrd. yo‘lovchini tashkil etgan.

Jumladan:

- avtomobil transportida yo‘lovchi tashuvlari – 2019 yilda 5 mlrd 915,2 mln. yo‘lovchi, 2020 yilda 5 mlrd 192,9 mln. yo‘lovchi (92,9 foiz);
- temir yo‘l transportida yo‘lovchi tashuvlari – 2019 yilda 22,9 mln. yo‘lovchi, 2020 yilda 6,2 mln. yo‘lovchi;
- metropoletinda yo‘lovchi tashuvlari – 2019 yilda 79,2 mln. yo‘lovchi, 2020 yilda 38,8 mln. yo‘lovchi;
- havo transportida yo‘lovchi tashuvlari – 2019 yilda 3,24 mln. yo‘lovchi, 2020 yilda 0,9 mln. yo‘lovchi;
- tramvay va troleybuslarda yo‘lovchi tashuvlari – 2019 yilda 4,53 mln. yo‘lovchi, 2020 yilda 1,60 mln. yo‘lovchi.

Respublikada transport mustaqilligi ta’minlandi va mamlakatning barcha hududlarini o’zaro bog’laydigan milliy transport yaxlit tizimi vujudga keldi. Vatanimizda yaratilgan samarali transport tizimi dunyo mamlakatlari bilan integrasiyalashuv va tashqi iqtisodiy aloqalar rivojlanishida asosiy omil bo’lib xizmat qilmoqda.

O’zbekiston betakror tabiati va bir-biridan farq qilmaydigan shaharlari bilan dunyoda mashhur bo’lib, mana shunday shahardanlar biri bo’lmish Qadimiy Buxoro vohasi alohida o’rin tutadi. Buyuk ipak yo’li chorrahasida joylashgan qadimiy Buxoroi sharif va viloyatning turistik salohiyatini yanada rivojlantirish va undan foydalanish samaradorligini oshirish, sayyohlarni bu yerdagi noyob madaniy meros ob’yektlari bilan kengroq tanishtirish uchun g’oyat qulay shart-sharoitlar yaratish, vohada zamonaviy turistik infratuzilmani izchil rivojlantirishni ta’minlash hamda bugungi kun talablari asosida sayyohlik mehmonxona va transport xizmatlari ko’rsatish turlarini kengaytirish va sifatini yaxshilash maqsadida O’zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining “2019-2023 yillarda Buxoro viloyatining kompleks ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish chora-tadbirlari to’g’risida”gi 794-sonli qarori qabul qilindi.[3]

So’nggi o’n yil davomida boshqaruv usullarining eskirishi oqibatida Buxoro viloyati iqtisodiyotida hududni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish va aholi hayot darajasini oshirish uchun mineral-xomashyo va mehnat resurslarini, tadbirkorlik qobiliyati, aholining yuqori bilim darajasi va mehnat malakasini, tabiiy-iqlim sharoitlari hamda noyob tarixiy merosni o‘z ichiga olgan mavjud boy resurs salohiyatidan to‘liq foydalanish imkonini bermaydigan barqaror nomutanosibliklar yuzaga kelgan bo’lib, soha jozibadorligini oshirish maqsadida transport logistikasini yanada rivojlantirish maqsadida, qator istiqbolli rejalar ishlab chiqarilgan, xususan xorijiy aviakompaniyalarga janubi-sharqiy Osiyo shaharlaridan to‘g‘ridan to‘g‘ri parvozlarni amalga oshirishga ruxsatnomalar berish, respublikaning yirik shaharlari o‘rtasida avtomobil va temir yo‘l qatnovlarini yo‘lga qo‘yish hamda ko‘paytirish orqali Buxoro xalqaro aeroportining transport logistikasini jadal rivojlantirish;

chuqur o‘ylangan ziyorat turizmi va viloyatdagi 7 ta muqaddas qadamjolarni bog‘lovchi logistik transport yo‘nalishlarini rivojlantirish bo’yicha ulkan ishlarni amalga oshirish belgilangan.

Xullas, 2019-2023 yillarda Buxoro viloyatining kompleks ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish dasturining amalga oshirilishi qo’shib, sayyohlikni viloyat iqtisodiyotining katta daromad keltiruvchi sohasiga aylantirish, yangi ish o’rinlarini yaratish, hududlarni obodonlashtirish, mustaqillik yillarida qo’lga kiritilgan yutuqlarni, xalqimizning boy madaniy merosini jahon bo’ylab keng targ’ib etishga xizmat qiladi.

Adabiyotlar ro’yxati:

1. O’zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 5- yanvardagi “ O‘zbekiston Respublikasida turizmni jadal rivojlantirishga oid qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida” gi PF-5611 sonli qarori. (https://lex.uz/docs/-4194107)
2. O’zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2019-yil 21 sentabrdagi “2019 — 2023-yillarda Buxoro viloyatini kompleks ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida” gi 794-sonli qarori (https://lex.uz/docs/-4525528)
3. O’zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2021-yil 24 fevraldagi “Ichki va ziyorat turizmini rivojlantirish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida” gi 100-sonli qarori (https://lex.uz/docs/-5315060)
4. O’zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2020-yil 06 oktabrgi “Koronavirus pandemiyasi tufayli yuzaga kelgan iqtisodiy vaziyatda turizm sohasi subyektlarini qo‘llab-kuvvatlash va turizm infratuzilmasini rivojlantirish to‘g‘risida” gi 602-sonli qarori (https://lex.uz/docs/-5315060)

Алимардонова Зебунисо Мамаражабовна – “Ипак йўли” халқаро туризм университети мустақил изланувчиси

СУРХОНДАРЁ ВИЛОЯТИНИНГ ТАРИХИЙ-МЕЪМОРИЙ ВА АРХЕОЛОГИЯ ЁДГОРЛИКЛАРИДАН ОҚИЛОНА ФОЙДАЛАНИШ

Мозийдан сўзловчи Сурхон воҳасининг энг қадимги тарихи бўлмиш Тешиктош ғори ва илк санъат намуналари бўлмиш Зараутсой қоятош суратлари, бронза даври сополлари-ю, Эски Термиз харобалари, юнонларнинг эллин маданияти-ю, кушонлар давридаги маданий ҳаёт воҳага ташриф буюрган ҳеч бир инсонни бефарқ қолдирмайди.

Сурхон воҳаси археологик ёдгорликларга бой макон бўлиб, вилоят ҳудудида 561 та маданий мерос ёдгорликлари мавжуд, шулардан 444 таси археология ёдгорликлари ҳисобланади.

Бугунги кунда воҳада кўпгина археологик тадқиқотлар олиб борилмоқда ва ҳали ер қарида ўрганилмаган унинг сир-синоатга бой тарихи ўз кашфиётчиларини кутмоқда.

Воҳада республикамиз илмий муассасалари ҳамда Европа ва Осиё мамлакатлари Франция, Испания, Германия, Австрия, Чехия, Россия, Япония, Корея, Хитой давлатлари ўртасида халқаро миқёсдаги илмий ҳамкорликлар ўрнатилган бўлиб, кенг қамровли археологик дала тадқиқотлари амалга оширилмоқда.

Жаҳонга машҳур Тешиктош, Мачай (Бойсун), Зараутсой, Жарқўтон, Жондавлаттепа (Шеробод), Сополлитепа, Кампиртепа (Музработ), Далварзинтепа (Шўрчи), Холчаён (Денов), Қоратепа, Фаёзтепа, Зурмала, Айритом ва Қўҳна Термиз мажмуаси (Термиз) каби ёдгорликлар юртимизни дунёга танитиб, сайёҳлик йўналишларида хизмат қилиб келмоқда.

Ушбу ёдгорликларни сақлаш, таъмирлаш ва келгуси авлодга бус-бутун ҳолатда етказиш ва улардан оқилона фойдаланиш муҳим аҳамият касб этади. Айни дамда тарихий обидалар ва маданий мерос объектларидан зиёрат мақсадида, очиқ осмон остидаги музей ва кўҳна Бухоро, Ҳива, Шаҳрисабз ёдгорликлари мисолида ресторан ва меҳмонхоналар сифатида фойдаланиб келинмоқда.

Мустақиллигимизнинг дастлабки йилларидаёқ, республикамизнинг барча ҳудудларида бўлгани каби, Сурхондарё вилоятида ҳам бир қанча моддий маданий мерос ёдгорликлари хусусан, тарихий-меъморий ва археология объектларида реставрация, консервация, тиклаш ва таъмирлаш ишлари амалга оширилди. Бу эса ўз навбатида маданий мерос ёдгорликларига янги ҳаёт бағишлаб, уларнинг сақланиш муддатини узайтиришга хизмат қилмоқда.

Ўтган йиллар мобайнида яъни, 2001 йилда Қирққиз қалъаси, Кокилдор ота хонақоҳи, Султон-Саодат мажмуасида, 2000-2002 йилларда Исо ат-Термизий мақбараси, 2001-2006-2010 йилларда Ал-Ҳаким ат-Термизий мажмуаси, 2004-2006 йилларда Фаёзтепа буддавийлик монастири, 2008 йилда Кампиртепа ёдгорлиги, 2010 йилда Сўфи Оллоёр зиёратгоҳи, 2011-2012 йилларда Зул-Кифл мақбаралари, 2012 йилда Эски Термиз қалъаси каби ёдгорликларда тиклаш ва таъмирлаш ишлари олиб борилди.

Сурхондарё вилоятининг маданий мерос ёдгорликларида таъмирлаш ишларининг янги босқичга кўтарилишини 2016-2021 йилларда амалга оширилган ишлар мисолида кўриш мумкин.

Масалан, 9 асрда яшаб ижод қилган муҳаддис олим Абу Исо Имом ат-Термизий таваллудининг 1200 йиллиги муносабати билан 1990 йили 11-12 асрларга оид бўлган мақбара қайтадан таъмирланиб, зиёратгоҳга айлантирилди. 1996 йилда Амир Темур таваллудининг 660 йиллиги муносабати билан мақбарада таъмирлаш ишлари олиб борилди. 2000-2001 йилларда мажмуа эпиграфик материалларининг барчаси қайтадан таъмирланди. Барча битиклар хивалик уста Соҳибназар Шомуродов томонидан амалга оширилди. 2001 йилда навоийлик уста Ҳамдам Аҳрорхўжа ясаган мармар сағана ўрнатилди. Сағана шакли ва декорацияси кейинги темурийлар ва шайбонийлар даврларига ўхшаш сағаналарига тақлидан ясаб ўрнатилди.

Юртбошимиз Ш.М.Мирзиёев ташаббуслари билан 2016-2017 йилларда Абу Исо ат-Термизий мажмуасида улкан таъмирлаш ва ободонлаштириш

ишлари амалга оширилди. Жумладан, Имом Термизий қабри устига янги қабртош ўрнатилди, мажмуа ҳудудида 450 ўринли мачит, эркаклар ва аёллар таҳоратхонаси, ошхона, бешта шарқона айвончалар ва учта шарқона дарвозалар қурилди. Имом Термизий мақбараси қайта таъмирланиб, унинг ёнига қўшимча зиёратгоҳ бунёд этилди. 1120 квадрат метр жойга анвойи гуллар, 5890 квадрат метр ҳудуд кўкаламзорлаштирилиб, ободонлаштирилди.

Шунингдек, Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёевнинг Сурхондарё вилоятига ташрифи доирасида, 2018-2019 йилларда Ислом оламининг Нақшбандия тариқати намоёндалари ҳисобланган Хўжа Алоуддин Аттор ва Мавлоно Муҳаммад Зоҳид мақбаралари қайта таъмирланиб, зиёратчи сайёҳларга зарур шарт-шароитлар яратилди. 2019-2021 йилларда пайғамбаримиз авлодлари дафинаси ҳисобланган Султон Саодат мақбаралар ансамбли атрофида кенг кўламли бунёдкорлик ишлари олиб борилиб, замонавий инфратузилма яратилмоқда.

Бундан ташқари, 2017-2018 йилларда Ўзбекистон чегараларини Афғонистон билан ажратиб турувчи Амударёдаги Пайғамбар оролида жойлашган Зулкифл мақбараси таъмирланди ва атрофи ободонлаштирилди.

Тарихий-меъморий ёдгорликларнинг аксарияти бугунги кунга келиб зиёрат туризми мақсадида фойдаланилмоқда. Зиёрат туризми объектлари маълум бир шахс ёки шифобахш табиат масканлари билан боғлиқ зиёратгоҳ жойлар бўлиб, ҳозирда Сурхондарё вилоятидаги Ал-Ҳаким ат-Термизий ёдгорликлар мажмуаси, Абу Исо имом Термизий мажмуаси, Хўжа Алоуддин Аттор ва Мавлоно Муҳаммад Зоҳид мақбараларидагина маҳаллий ва хорижий сайёҳлар ташриф буюриши учун қулай шароит яратилган.

Мурчбобо мақбараси, Зулкифл мақбараси, Кокилдор хонақоси, Султон Саодат мажмуаси, Саъид Ваққос мақбараси, Саид Оталиқ мадрасаси, Хўжа Баркух мақбараси, Хўжа Хасан Илғорий мақбараси, Сўфи Оллоёр мақбараси, Оқостона бобо мақбаралари каби улуғ алломалар ва азиз авлиёлар номи билан боғлиқ ёдгорликлар зиёрат туризмининг янги маршрутларига киритилган бўлиб, афсуски бу зиёратгоҳларда сайёҳларга хизмат кўрсатиш инфратузилмаси етарли даражада эмас.

Маданий мерос ёдгорликларидан оқилона фойдаланиш учун аввало, зиёратгоҳлардаги муаммолар, зиёрат туризмини ривожланиши ва унда сайёҳлар оқимини кўпайишига хизмат қилувчи омилларга тўхталиб ўтсак:

- Зиёратгоҳлар маҳаллий ёки дунё аҳамиятига эгами, йўқми қатъий назар уларнинг тарихи, мифологияси ва шу масканда мангу қўним топган азиз авлиё ёки улуғ уламолар томонидан қолдирилган илмий мерос ҳақида айрим жойларда маълумотлар деярли мавжуд эмас. Хатто, ёдгорликка масъул бўлган ходимлар ёки мутасаддилар ҳам бундан мустасно эмас;

Муаммо ечими: Маданий мерос бошқармаси, Мусулмонлар идораси ҳузуридаги “Вақф” ҳайрия жамоат фонди, Республика Маънавият ва маърифат маркази вилоят кенгаши, вилоятдаги ОТМлар, музейлар, Ёшлар иттифоқи вилоят кенгаши, туризм каби мутасадди ташкилотлар ҳамкорликда ёдгорликлар

тўғрисида турли манбаларни тўплаб, маълумотлар базасини яратиши ва шу асосда тарғибот материалларини тайёрлаши лозим.

- Вилоят ҳудудида жойлашган зиёратгоҳларнинг тарқоқ жойлашганлиги, уларга олиб борувчи йўлларнинг узоқлиги ва носозлиги;

Муаммо ечими: Масалан, Термиз, Шеробод, Денов ёки Олтинсой туманларини тўғридан-тўғри боғлаб турувчи қисқа йўлларни қуриш, мавжуд йўлларни эса капитал таъмирлаш лозим.

- Зиёратгоҳларда инфратузилма йўқлиги;

Муаммо ечими: Сайёҳларга қулай шароит яратиш мақсадида, зиёратгоҳларни катта кичиклигига қараб, инфратузилмасини шакллантириш ва ободонлаштириш, яъни автотураргоҳ, таҳоратхона, намозхона, чойхона, кушхона, миллий таомлар ошхонаси, айвончалар ва уларда сўрилар, ҳунармандчилик маҳсулотлари сотуви йўлга қўйилган сувенир дўконларини ташкил этиш орқали хизмат кўрсатишни яхшилаш лозим.

- Зиёратгоҳлар тарихи, унинг аҳамияти ва хусусиятлари ҳақида ОАВ лари ва интернет тармоқлари орқали тарғиботини кучайтириш ҳамда махсус фильм ва кўрсатувлар рукнини ташкил этиш;

- Туристик намойиш масканларидан ташқари, туристик объектлар, яъни аэропорт, вокзал, ресторан (ошхона) ва меҳмонхоналарда таҳоратхона, намозхоналарни ташкил этиш, сайёҳлар ташрифи чоғида аэропорт ва вокзалларда яшил йўлакларни жорий этиш;

- Ҳар бир зиёратгоҳ тарихи ҳақида тарғибот материалларини кўпайтириш, буклет ва брошюраларни кўплаб нашр қилиш ва тарқатиш чораларини кўриш шунингдек, ҳар бир зиёратгоҳ қошида ўша зиёратгоҳ тарихини билувчи билимдон экскурсаводлар фаолиятини йўлга қўйиш лозим.

Сувенир маҳсулотлари турларини диверсификация қилиш ва ишлаб чиқиш ҳажмини оширишда албатта зиёрат турларини, жумладан

- ✓ Тарихий-маданий ва археология туризми (моддий ашёларнинг нусхаси);
- ✓ Ислом зиёрати (ёғоч ўймакорлиги, чармга расм солиш ва ҳ.к.лар);
- ✓ Буддизм зиёрати (воҳамизнинг буддизм маданияти тарихига оид моддий ашёлар, хусусан, терракотик ҳайкалчалар, сопол буюмлар нусҳаси);
- ✓ Экология туризми (воҳанинг табиати акс этган картиналар),
- ✓ Маданий-маърифий ва кўнгилочар туризми (халқ амалий санъати маҳсулотлари, хусусан, миллий либослар, гилам, жойнамоз, хўржун, миллий мусиқа асбоблари ва ҳ.к.лар);
- ✓ Гастрономик туризм (қуруқ мевалар, миллий ширинликлар, бренд маҳсулотлар);
- ✓ Саноат туризми (ипак маҳсулотлари) йўналишларини инобатга олиб, турли маҳсулотлар тайёрланиши лозим.

Сурхондарё вилоятининг энг муҳим ёдгорликларидан яна бири 16 асрга оид Саид Оталиқ мадарасасидир. Мазкур ёдгорлик Қуръони Карим сураларига монанд 114 хужрадан иборат қилиб барпо этилган ўз даврининг энг катта мадрасаларидан бири ҳисобланади.

Саид Оталиқ мадрасаси биноси ҳозирги кунда аянчли ва тўлиқ таъмир талаб аҳволда. Меъморий ёдгорлик ҳужралари, том қисмлари ва пойдеворлари емирилган. Туристлар учун ифратузилма яратилмаган. Ушбу ёдгорликни қисман таъмирлаш учун республика бюджетидан ажратиладиган маблағларга кўзга кўринарли ишлар амалга оширишни имкони йўқ.

Юқоридаги ҳолатдан келиб чиқиб, бугунги кунда мадраса биноси бўш турганлигини инобатга олиб, мадраса биносини меҳмонхонага айлантириш ва ундан оқилона фойдаланиш самарали натижа бериши ҳақида фикр билдиради муаллиф. Бу сингари меҳмонхоналар мамлакатимизнинг Бухоро, Самарқанд ва Ҳива шаҳарларида мавжуд бўлиб, туристларга самарали хизмат кўрсатиб келмоқда.

Шу ўринда Сурхондарё вилоятининг тарихи, маданияти, санъати, ушбу ҳудудда яшаган халқларнинг турмуш тарзи, эътиқоди ва диний дунёқарашларининг хилма-хиллиги натижасида бу ҳудудда қадимдан ўзига хос моддий маданият шаклланганлигини маданий мерос ёдгорликлари мисолида кўриш мумкин. Бежизга “Термиз – турли динлар ва маданиятлар чорраҳасидаги шаҳар” сифатида эътироф этилмаган.

Бугунги кунда вилоятнинг 40 га яқин энг муҳим Ислом даври тарихий-меъморий обидалари ва буддизм археология ёдгорликлари рўйхати шакллантирилган бўлиб, келгусида ушбу ёдгорликлардан “Зиёрат туризми”ни ривожлантиришда самарали фойдаланиш бўйича зарур чоралар кўрилмоқда.

Хусусан, Ўзбекистон Республикаси Президенти раҳбарлигида ўтказилган 2020 йил 9 декабрдаги 97-сон йиғилиш баёни, 2021 йил 9 февралдаги “Ўзбекистон Республикасида ички ва зиёрат туризмини янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПФ-6165-сон Фармони ҳамда Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2021 йил 2 апрелдаги ““Обод қишлоқ” ва “Обод маҳалла” дастурларини амалга ошириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида” ПҚ-5048-сон, Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2021 йил 24 февралдаги “Ички ва зиёрат туризмини ривожлантириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги 100-сон қарорлари асосида ички туризмни оммалаштириш, зиёрат туризмини ривожлантириш ва туризм объектлари ҳамда унга ёндош инфратузилма объектлари ҳолатини яхшилаш бўйича 2021-2022 йиллар давомида бир қанча лойиҳалар амалга оширилади.

Юқорида айтилганидек, Сурхондарё вилоятида мамлакатимизнинг бошқа ҳудудларида мавжуд бўлмаган ўзига хос буддизм туризми йўналишининг мавжудлиги ва турли маданиятларга йўғурилган археология ёдгорликларига бой макон эканлиги, воҳада бу соҳада ҳам катта имкониятлар мавжудлигидан дарак беради.

Милодий 1-3 асрларда Термиз будда дини марказларидан бири бўлганлигини, бу ерда буддизм икки карра равнақ топиб Шарқий ва Жануби-шарқий Осиё мамлакатларига томон кенг ёйилганлигини таъкидлаш лозим. Шу сабаб, Эски Термиз ҳудудида жойлашган Фаёзтепа, Қоратепа, Зурмала ва бошқа ёдгорликлар Хитой, Корея, Япония, Таиланд мамлакатларидан ташриф буюрувчи сайёҳлар ва илм аҳли эътиборини тортиб келмоқда.

1989-1998 йилларда Япониянинг Сока университети билан ҳамкорликда воҳанининг Далварзинтепа ёдгорлигида, 2014-2018 йилларда Рисшо университети билан Қоратепа ёдгорлигида археологик экспедициялар уюштирилди ва илмий тадқиқ қилинди. 2015 йилдан то ҳозирги кунга қадар япон мутахассислари билан ҳамкорликда 2-3 асрларга оид бўлган Ўрта Осиёдаги энг йирик буддавийлик ступасини реставрация, консервация ва сақлаш бўйича ҳамкорлик ишлари олиб борилмоқда.

Мамлакатимизда Буддизм туризмини ташкил этишда жаҳон тажрибасидан фойдаланиш, инновацион лойиҳаларни амалга ошириш, сайёҳлар учун қулай шароит яратиш ва сифатли маҳсулотларни етказиб бериш муҳим аҳамият касб этади. Бу борада мамлакатимизда олиб борилаётган амалий ишлардан бири Ўзбекистон Республикаси Инновацион ривожланиш вазирлиги томонидан 2020 йилда эълон қилинган “Республикамиз ҳудудларидаги буддизм обидалари турмашрутларининг 3D моделларини яратиш” инновацион лойиҳа гранти бўлиб, мазкур инновацион лойиҳа Тошкент Давлат Шарқшунослик университети томонидан амалга оширилмоқда. Лойиҳа муддати икки йиллик бўлиб, бугунги кунда лойиҳа доирасида Тошкент-Фарғона-Тошкент-Самарқанд-Термиз йўналишлари бўйича турмаршрутлар ишлаб чиқилган. Ушбу йўл харитага кирувчи объектлар асосан маданий мерос объектлари, музейлар ва буддизм конфессиясини ўз ичига олади.

Шунингдек, лойиҳа доирасида ҳар бир объект жойларга чиқиб ўрганилди ва 360° фотосуратлари олинди. Буддизм объектлари бўйича буклетлар, флаерлар, хариталар каби туристик маҳсулотлар нашрга тайёрланди.

Бундан ташқари, лойиҳанинг иккинчи йилида буддизм обидаларининг 3D турмашрутларини яратиш бўйича якуний маҳсулотни тайёрлаш, монография нашр қилиш ҳамда ушбу объектларни туристик айланмага киритиш режалаштирилган.

Лойиҳа орқали амалга оширилган ишлар, тайёрланган туристик маҳсулотлар ҳудуднинг туристик жозибадорлигини оширишга ва туристлар оқимини кўпайтиришга хизмат қилади.

Хулоса қилиб айтганда, Сурхондарё вилоятида қадимги Миср, Месопатамия ва Ҳинд цивилизациялари таъсири ва ўзаро маданий алоқалари натижасида шаклланган 4 минг йиллик тарихга эга Окс цивилизацияси, 2500 йиллик тарихга эга воҳанинг муҳим иқтисодий ва стратегик шаҳарларидан бири бўлган кўҳна Термиз шаҳри ва унга туташ ҳудудларда асрлар мобайнида ранг-баранг маданиятлар натижасида вужудга келган тарихий, моддий, маданий ва маънавий меросдан бугунги кунда туризм объектлари, хусусан очиқ осмон остидаги музей, музей-қўриқхонаси, зиёрат, археология ва буддизм туризми, шунингдек меҳмонхона, ресторан ва карвон саройлар сифатида оқилона ва самарали фойдаланиш муҳим аҳамият касб этади.

Фойдаланилган адабиётлар:

1. Муаллифлар жамоаси. Сурхондарё – буюк ўтмишдан ёрқин келажак сари. Китоб-альбом. Тошкент. 2018 й.
2. Э.Ртвеладзе, Ш.Пидаев ва бошқалар. Термиз – буюк йўллар чорраҳасидаги кўҳна ва янги шаҳар. Китоб-альбом. Тошкент. 2001 й.
3. Гафуров Б.Г., Таджики древнейшая, древняя и средневековая история. Кн.1, Душанбе, 1989;
4. Соловьёв В.С., Северный Тохаристан в раннем средневековье. Елец, 1997;
5. Ставиский Б.Я., Итоги раскопок Каратепе. 1965-1969 гг. // Буддийский култовый центр Каратепе в Старом Термезе. Москва, 1972
6. Ш.Р.Пидаев. Буддизм и буддийское наследие древнего Узбекистана. Книга-альбом. Ташкент. «Узбекистан» 2011 г.
7. https://t.me/uzbektourismofficial
8. Lex.uz

Tursunova G.R. – SamISI «Turizm» kafedrasi katta o'qituvchisi

O'ZBEK MILLIY O'YINLARINING SOG'LOM AVLOD TARBIYASIDAGI AHAMIYATI

Annotasiya: *Ushbu maqolada o'zbek milliy o'yinlarining sog'lom avlod tarbiyasidagi ahamiyati, aqliy, axloqiy, jismoniy, estetik va ruhiy tarbiyadagi o'rni, pedagogik, psixologik, tarbiyaviy, jismoniy va sog'lomlashtiruvchi ahamiyati, shuningdek, o'zbek xalq tantanalari, ommaviy tomoshalari, sayillari, Navro'z va Hosil bayramlarida milliy o'yinlaridan keng foydalanishi haqidagi ma'lumotlar yoritib berilgan.*

Kalit so'zlar: *Milliy o'yin turlari, aqliy, axloqiy, jismoniy, estetik va ruhiy tarbiya turlari, pedagogik, psixologik, tarbiyaviy, jismoniy va sog'lomlashtiruvchi ahamiyati, jamoaviy o'yin.*

Annotasiya: *В статье рассматривается значение узбекских национальных игр в воспитании здорового поколения, их роль в умственном, нравственном, физическом, эстетическом и духовном воспитании, педагогическое, психологическое, воспитательное, физическое и оздоровительное значение, а также узбекские народные гуляния, публичные выступления, фестивали и повсеместное использование национальных игр во время праздников Навруз и др.*

Ключевые слова: *Виды национальных игр, виды умственного, нравственного, физического, эстетического и духовного воспитания, педагогического, психологического, воспитательного, физического и оздоровительного значения, командная игра.*

Abstract: *The article examines the importance of Uzbek national games in the upbringing of a healthy generation, their role in mental, moral, physical, aesthetic and spiritual education, pedagogical, psychological, educational, physical and health - improving value, as well as Uzbek folk festivals, public performances, festivals and widespread use national games during the Navruz holidays, etc.*

Keywords: *Types of national games, types of mental, moral, physical, aesthetic and spiritual education, pedagogical, psychological, educational, physical and health - improving value, team game.*

Uzoq asrlik tarixga ega bo'lgan xalq milliy o'yinlari o'zining jozibasi, rango - rangligi, aqliy, axloqiy, jismoniy, estetik va ruhiy tarbiyadagi o'rni bilan beqiyos ahamiyatga ega.

Doimiy o'tkaziladigan o'yinlar bilan birga har bir faslga xos o'yinlar ham mavjud. Masalan,

- bahorda daraxtlar uyg'onib, tollar kurtak chiqarganda – «tol bargak», dala gullari ochilganda – «gul o'yini»,
- pishiqchilik paytida danak, yong'oq o'yinlari, arg'imchoq uchishlar sevib o'ynalgan.
- kech kuz, qishda yog'ingarchilik boshlanib, yer yumshaganda qoziq, oshiq, tosh o'yinlar odat tusiga kirgan.
- qor yoqqanda «qorxat», «qorbo'ron», yomg'ir yoqqanda «yomg'ir yog'aloq», kuchli shamol esganda «bo'ron - bo'ron», sovuq o'z kuchini ko'rsatganda barcha sandal atrofida yig'ilib, «topishmoq top», «tez aytish», «kim aytdi» kabilar o'ynalgan.
- kech kuzdan to bahorgacha «uloq-ko'pkari» musobaqalari o'tkazilgan.

Milliy xalq o'yinlarining sog'lom avlod tarbiyasida muhim ahamiyatga ega: Masalan, **– pedagogik; – psixologik; – tarbiyaviy; – jismoniy va sog'lomlashtiruvchi.**

Pedagogik ahamiyati – o'yin har bir shaxsning his-tuyg'usini, tasavvurini, dunyoqarashini boyitib boradi. Yana ularning kuzatuvchanligini, ziyrakligini, zehnini tahlil qilib, bilimini oshiradi. O'yinlar orqali yoshlarga madaniyatimiz va urf - odatlarimiz tanishtiriladi.

Psixologik ahamiyati – o'yinlar shaxsning ruhiyati va kayfiyatini ko'tarishga xizmat qiladi.

Tarbiyaviy ahamiyati – yoshlarni irodali, sabr - toqatli, hayot qiyinchiliklarini yengadigan, g'alaba qozonishga intiladigan, chaqqon, epchil, mard qilib tarbiyalaydi.

Jismoniy va sog'lomlashtiruvchi ahamiyati – milliy o'yinlar o'ynalganda organizm tizimlari va nafas olish, mushak, yurak qon tomirlarga samarali ta'sir qiladi. O'yinlar ochiq havoda o'ynalganda qon kislorod bilan to'yinadi va bu modda almashinuvini kuchaytiradi. Bu esa organizmga ijobiy ta'sir ko'rsatadi va barcha hujayralar uyg'onadi. O'yin o'ynagan har bir shaxs jismonan sog'lom va baquvvat bo'lib voyaga yetadi.

Ammo shunday bo'lishiga qaramay bugungi kunda milliy o'yinlarimizga bo'lgan talab anchayin kamaygan. Ayrim yoshlar o'zlarining bo'sh vaqtlarini

internet kafelarda yoki uyali telefon vositasi orqali ma’naviyatimizga zid bo’lgan «o’yin»larini o’ynash bilan o’tkazishmoqda.

Shu o’rinda Birinchi Prezidentimiz Islom Karimovning so’zlarini tilga olmasdan ilojimiz yo’q: «Bu dunyoda tabiatda ham, jamiyatda ham bo’shliq bo’lmaydi. Qayerdadir bo’shliq paydo bo’ldimi, hyech shubhasiz, uni albatta kimdir to’ldirishga harakat qiladi». Shunday ekan, bolalarimizning ongida ma’naviy bo’shliq qoldirmasdan, ularni ham ma’nan, ham jismonan barkamol qilib voyaga yetkazishimiz lozim.

O’yinlar hyech vaqt ermak bo’lmagan, balki kishining go’daklikdan o’sib-ulg’ayguncha eng muhim tarbiya vositasi hisoblangan. Chaqaloqlikdan kamolga yetguncha o’yinlar orqali hayot voqyealari, tabiat hodisalari, so’z qudrati, insoniy munosabatlar o’rgatilgan.

Inson tarbiyasida o’yinday ahamiyatli, o’yinday ta’sirli boshqa biron vosita yo’q. O’yinlar hayotni, yashashni, kurashni, axloqni, aqlni, tafakkurni ongga singdiradi. O’z - o’zini anglashni, xatolarni tuzatish tuyg’usini shakllantiradi. Birgina misol, besh - olti bola birgalikda o’ynasa - yu, biri erka, tantiq, g’irrom bo’lib o’yinni buzib tursa, qolganlar bir - ikki chidaydi - da, kelishib, buzg’unchini o’yinga qo’shmay qo’yadi, ajratib tashlaydi. O’sha g’irrom erkatoy ko’pi bilan bir kun yolg’iz o’ynaydi, ammo ikkinchi kun tengdoshlari oldiga kelib uzr so’raydi, saflariga qo’shib olishlarini, endi g’irromlik, buzg’unchilik qilmasligini aytib, yalinadi, yolvoradi. Xullas o’z xatosini anglab tuzatadi.

O’zbek xalq o’yinlarining tarbiya jarayonida faoliyatning bir turi sifatida namoyon bo’ladi, mehnat va o’qish bilan chambarchas bog’liqdir. Ana shunday eng muhim xususiyatlaridan biri ularning tarbiyaviy imkoniyatlarini tahlil qilish imkonini beradi ya’ni, o’rganish tarbiya jarayonini uzluksiz yangilaydi, bolalarda hayotiy vaziyatlarni yaxshi anglash qobiliyatlarini rivojlantiradi, bilishga juda qiziqish uyg’otadi, shuningdek, ularga o’z xalqining tarixi va hayotining turli sohalariga, moddiy va ma’naviy madaniyatiga, ijtimoiy turmush tarzi, odatlari va an’analariga taalluqli ma’lumotlarni beradi. Ularning kuchli, chaqqon, serharakat, ziyrak, topqir, o’zaro hamkor bo’lishiga yordam beradi.

Hozirga qadar o’zbek xalqi o’zining tantanalarini katta tomoshalar — sayillar bilan nishonlaydi. Masalan, ommaviy tomoshalar, sayillar, Navro’z ayyomida, Hosil bayramlarida xalq o’yinlaridan keng foydalaniladi. Sayillar vaqtida «Olomon poyga», «Qiz quvish», «Kurash», «Ag’darish», Ko’pkari», «Duppi yashir» kabi musobaqa o’yinlari, sport o’yinlari sifatida o’tkazilib kelinmoqda. O’zbek xalq o’yinlarining ko’pida milliy musiqa asboblaridan karnay, surnay, nog’ora, childirma asboblaridan foydalaniladi. Hozirgi vaqtda o’zbek xalq o’yinlarining asosiy vazifasi o’z mazmuni hamda metodikasi bilan bolalarni jamiyatimiz talablariga muvofiq tarbiyalashni ta’minlash, ularda axloqiy, irodaviy sifatlarini rivojlantirish, ijodkorlikka xos bilim, ko’nikma hamda malakalarni shakllantirishdan iborat.

Birinchi Prezidentimiz Islom Karimov «Yuksak ma’naviyat – yengilmas kuch» asarida ta’kidlaganidek, har qaysi xalq yoki millatning ma’naviyatini uning tarixi, o’ziga xos urf - odat va an’analari, hayotiy qadriyatlaridan ayri holda tasavvur etib

bo’lmaydi. Bu borada, tabiiyki, ma’naviy meros, madaniy boyliklar, ko’hna tarixiy yodgorliklar muhim omil bo’lib xizmat qiladi.

Mustaqillik yillarida milliy an’ana va qadriyatlarimizni asrab-avaylab, kelajak avlodga bekamu ko’st yetkazishga alohida e’tibor qaratilmoqda. Bu jarayonda unutilib ketayotgan xalq og’zaki ijodi namunalari, an’ana va urf - odatlar, milliy o’yinlar qayta tiklanayotir. Aksariyat o’yinlarning ildizlari juda qadimiy bo’lib, ular asrlar davomida xalqimiz ma’naviyatini boyitishga, ongu tafakkuri va his - tuyg’ularini teranlashtirishga xizmat qilgan. O’yinlarda xalqning turmush tarzi, mehnati, yutuqlari o’z aksini topadi. Shu bois ular yosh avlodlarni tarbiyalashda «hayot maktabi» vazifasini o’tagan.

O’yin – turli ifodali vositalar bilan ma’lum qoida yoki oldindan kelishilgan shartlar asosidagi jismoniy musobaqalar, bellashuvlar, tafakkur bahslari va ijrochilik talablaridan vujudga kelgan milliy qadriyat hisoblanadi.

Chuqurroq nazar tashlaydigan bo’lsak, milliy o’yinlar har biri sog’lom bola, jasur, oilaparvar va yurtsevar, mehr - oqibatli farzandlarni kamolga yetkazish vositasi bo’lganiga ishonamiz.

Shunday ekan biz yoshlarning vazifamiz uzoq ajdodlarimiz yaratgan va bizgacha «suyak surib» yetib kelgan xalq milliy o’yinlarini izlamoq, topmoq, qayta tiklab, yosh avlod kamoloti uchun xizmatga kiritmog’imiz, har bir elsevar, millatparvar va vatanparvar yoshu keksaning, ziyoli - yu ishchining burchiga aylansa, ma’naviy, madaniy, ruhiy qudratimiz yanada kuchli, baquvvat bo’ladi deb o’ylayman.

Азизқулов А. – СамИСИ доценти

САМАРҚАНД ВИЛОЯТИДАГИ ТАРИХИЙ, МАДАНИЙ ВА МАЪНАВИЙ МЕРОСДАН ОҚИЛОНА ФОЙДАЛАНИШ ИМКОНИЯТЛАРИ

Қадимги Рим билан замондош бўлган Самарқанд шаҳри ўзининг моддий ва маънавий мерос объектлари билан ҳамиша чет эл сайёҳларини жалб этиб келган. Самарқанд шаҳрининг ўзида 490дан ортиқ моддий маданий мерос объектлари бўлиб, шулардан 14таси қадимги археологик манзилгоҳлар, 417таси архитектура иншоотлари, 36таси монументал санъат ёдгорликлари, 23таси эса диққатга сазавор жойлардир. Самарқанд вилояти бўйича бундай объектлар сони 1626тани ташкил этиб, шундан 975 таси археологик, 581 таси архитектура, 36таси монументал санъат ёдгорликлари ва 34таси диққатга сазавор жойлардан иборат. Самарқанд шаҳрида вилоятдаги археологик объектларнинг 1,5%и, архитектура иншоотларининг 72%и, монументал санъат ёдгорликларининг 100%и, диққатга сазавор жойларнинг 68% жойлашган[146]. Вилоятдаги архитектура иншоотларининг, монументал санъат ёдгорликларининг ҳамда диққатга сазавор жойларнинг аксарияти Самарқанд шаҳрида жойлашган экан.

[146] ПЗ-20170929749 “Стратегия создания туристкой свободной экономической зоны в Самаркандской области”

Археологик ёдгорлик ва манзилгоҳларнинг асосий қисми вилоятдаги туманларда жойлашган бўлиб, шулардан 144таси Паст Дарғом туманида, 117 таси Ургут туманида, 105 таси Оқдарё туманида, 102таси Самарқанд туманида жойлашган. Археологик манзилгоҳлар Ўрта палеолит (Ургут тумани, Омонқўтон ғори)давридан бошлаб, Мустье маданияти (Ургут тумани, Такалисой ғори), Бронза даврига оид (Ғўстепа, Сайғўстепа, Ургут тумани), Неолит даврига оид манзилгоҳлар (Нуробод тумани, Сазағондаги ғорлар), Палеолит даврига туташ жойлар (Самарқанд шаҳар, Мирзо Улуғбек кўчасида), милоддан аввалги III-II минг йиллик даврга тегишли Чорбоғсой қоятош расмлари, Илонбулоқсой қоятош расмлари, Ноқисой қоятош расмлари (Қўшработ туманида) дан бошланиб, темир даври, антик давр, илк ўрта асрлар, ўрта асрларга оид археологик манзилгоҳларни ўз ичига олади.

Самарқанд вилоятидаги моддий маданий мерос орасида архитектура иншоотлари муҳум ўрин эгаллайди. Хорижий сайёҳларнинг ўзига мафтун этган сержило тарихий обидалар орасида Шоҳи Зинда мажмуаси, Хўжа Дониёр мақбараси, Ҳазрати Хизр масжиди, Биби хоним масжид мажмуаси, Сароймулкхоним мақбараси, Регистон мажмуаси, Руҳобод мажмуаси, Оқ сарой мақбараси, Амир Темур мажмуаси(Гўри Амир), Улуғбек расадхонаси муҳим аҳамият касб этади. Бундан ташқари XIX асрда Европа услубида бунёд этилган ва ҳозиргача яхши ҳолатда сақланиб қолган христиан ибодатхоналаридан Авлиё Алексей черкови, Рим-католик черкови, Арман черкови, Покров черкови, авлиё Георгий черкови мажмуаси ҳам хорижий сайёҳларнинг кўп ташриф буюрадиган объектларидандир.

Самарқанд вилоятидаги бой моддий маданий мерос объектлари муҳум туристик объектлар ҳисобланади. Бу оъектларда жаҳон стандартларига мувофиқ келадиган туристик инфратузулмани шакллантирилса, туристлар оқимини кўпайишига замин яратилади.

Бугунги иқтисодиётнинг сердаромад соҳаси бўлган туризмни ривожлартиришга давлат сиёсати даражасида қаралмоқда. Энг аввало мамлакатимизда туристлар оқимини кўпайишига қулай шарт-шароит яратилмоқда. Айниқса сўнгги тўрт йил давомида бу жараённи яққол кўриш мумкин. Президентимиз 2020 йилнинг 29 декабрида Олий Мажлис ва Ўзбекистон халқига йўллаган Мурожаатномасида “Очиқлик, прагматиклик ва амалийлик – ташқи сиёсатнинг энг муҳим тамойиллари бўлиб қолади, деб таъкидлади”[147]. Ташқи сиёсатдаги бу тамоийил туризмни ривожлантиришда жуда катта имконият яратмоқда. Туризмни ривожлантириш мақсадида Ўзбекистонда 86 та давлат фуқаролари учун визасиз режим, 57та давлат учун соддалаштирилган виза режими жорий этилди. Мазкур сиёсатнинг самараси сифатида Туристлар оқими 2016 йилга нисбатан 4.7 млн., кишига, яъни, 3.3 баробар кўпайди.

Шунингдек Мурожаатномада Президентимиз туризмни ривожлантириш бўйича муҳим вазифаларин белгилаб берар экан, шундай дейди: “Туризмни ривожлантириш бўйича 2021 йилда ҳам изчил ислоҳотларни давом эттирамиз.

[147] Янги Ўзбекистон – янгича дунёқараш. Рисола / Муаллифлар жамоаси: – Тошкент, 2021 й. – 97 б.

Айниқса, зиёрат туризми ва ички туризмни ривожлантиришга алоҳида эътибор берилади”[148]. Шу мақсадда жорий йилнинг 1 мартидан бошлаб ички туризм йўналишларидаги авиақатновларни йўлга қўйиш ва авиа чипта нархларининг бир қисмини бюджетдан қоплаб бериш тизимини жорий этиш вазифаси юкланади.

Мамлакатимиз фуқаролари, айниқса, ёш авлод қадимий ва навқирон шаҳарларимиздаги муқаддас қадамжоларни зиёрат қилар эканлар, мутафаккир алломаларимиз, буюк аждодларимизнинг жаҳон илм-фан ва маданияти ривожига қўшган ҳиссалари билан яқиндан танишиш имконига эга бўладилар. Ўрта асрларда илм-фан ва маданиятнинг ўлкамизда қай даражада юксалганлигига гувоҳ бўладилар. Хусусан, Самарқанд шаҳридаги Афросиёб музейидаги экспонатларни томоша қилган ёшларда уч минг йиллик давлатчилигимиз тарихи хусусида ишончли тасаввур ҳосил бўлади.

Бундан ташқари Улуғбек расадхонасини ва музейини томоша қилган ёшлар темурийлар даврида табиий илмий фанлар тараққиёт даражасига гувоҳ бўладилар. Аниқроғи, ёшларимиз Марказий Осиёдаги Иккинчи Уйғониш даври хусусида яққолроқ тасаввурга эга бўладилар.

Хулоса қилиб айтадиган бўлсак, Самарқанд шаҳри ва вилояти бой тарихий, маданий ҳамда маънавий объектларига эга бўлиб, бу имконият мамлакатимизда туризмни кенг ривожлантиришга заминдир. Иккинчидан ички туризм иқтисодий даромаддан ташқари фуқароларимизда миллий қадриятларимиз, маданий меросимиз ҳақидаги тасаввурларини оширишга, миллий ғурур ва ифтихор туйғусини шаклланишига хизмат қилади.

Норкулова Д.З. - СамИСИ “Туризм” кафедраси мудири, PhD
Эвадуллаев Т.Ш. - СамИСИ магистранти

СУРХОНДАРЁДАГИ МУҚАДДАС ЗИЁРАТГОҲЛАРНИНГ ЖАМИЯТ ДИНИЙ-МАЪНАВИЙ ҲАЁТИДАГИ ЎРНИ

Аннотация: *Ушбу мақолада Сурхондарё вилоятидаги табаррук зиёратгоҳлар ва зиёратгоҳларнинг жамият маънавий ҳаётидаги тутган ўрни ҳақида сўз юритилади. Жумладан зиёрат туризми ва уни ривожлантиришга оид маълумот ва тавсиялар мақолада ўз ифодасини топган.*

Калит сўзлар: *Зиёратгоҳ, Сурхондарё, Султон Саодат, Имом Термизий, Ҳаким Термизий, туризм.*

Аннотации: *В статье рассматриваются священные святыни и роль святынь в духовной жизни общества Сурхандарьинской области. В частности, в статье отражены информация и рекомендации по паломническому туризму и его развитию.*

[148] Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси/ Халқ сўзи 29 декабрь 2021й.

Ключевые слова: *Святыня, Сурхандарья, Султан Саодат, Имам Термизи, Хаким Термизи, туризм.*

Annotation: *The article examines the sacred shrines and the role of shrines in the spiritual life of the society of the Surkhandarya region. In particular, the article reflects information and recommendations on pilgrim tourism and its development.*

Key words: *Shrine, Surkhandarya, Sultan Saodat, Imam Termizi, Hakim Termizi, tourism.*

Ўзбекистон Республикасида туризм бозорининг турли сегментларига йўналтирилган туризм маҳсулоти ва хизматларини диверсификация қилишга, барча турдаги зиёратчиларга мақбул ва қулай ички ва халқаро зиёрат туризми муҳитини яратишга, зиёрат туризми маҳсулотларини кенг тарғиб қилишга, шунингдек, мамлакатимизнинг саёҳат ва дам олиш учун хавфсиз манзил сифатидаги имижини мустаҳкамлашга қаратилган сиёсат доирасида Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2021 йил 3 февралдаги «2017 — 2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегиясини «Ёшларни қўллаб-қувватлаш ва аҳоли саломатлигини мустаҳкамлаш йили»да амалга оширишга оид давлат дастури тўғрисида»ги ПФ-6155-сон ҳамда 2021 йил 2 февралдаги “Ўзбекистон Республикасида ички ва зиёрат туризмини янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПФ-6165-сон Фармонлари, Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2021 йил 24 февралдаги “Ички ва зиёрат туризмини ривожлантириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги 100-сон Қарори қабул қилинган. Ушбу меъёрий ҳужжатларнинг қабул қилиниши мамлакатимизда зиёрат туризмини ва уни ташкил этиш учун керак бўладиган инфратузилмани шакллантиришга эътиборнинг кучайтирилишидан далолат беради. Ўзбекистонда зиёрат туризми ислом дини билан чамбарчас боғлиқлиги масжидлар, мадрасалар ва мақбараларнинг туристик объектларга айлантириш масалаларини кўриб чиқиш заруратини оширади.

Ислом илоҳиёти, тасаввуф, тафсир, фиқҳ ва ҳадис илми бўйича буюк аждодларимиздан қолган меросни изчил ўрганиш ва ижодий ўзлаштириш нақадар муҳим бўлса, бундай табаррук зотларнинг ҳаёти ва вафоти билан боғлиқ қадамжолар тарихини ўрганиш ҳам шунчалик катта аҳамият касб этади.

Юртимизда шунчалик кўп тарихий, маданий ва маънавий мерос борки, бугун биз улардан тўлақонли оқилона фойдаланиш имкониятига эга бўлмаяпмиз. Хусусан, ислом маданияти ва тарихини акс эттирувчи тарихий обидалар Сурхондарё вилоятида ҳам асрлар мобайнида асраб-авайлаб келинмоқда. Термиз туманидаги Ҳаким Термизий, Кокилдор ота, Қирқ қиз, Султон Саодат, Шероботдаги Исо Термизий, Атоулло Саид Ваққос, Узун туманидаги Абу Ҳурайра, яъни Оқ Остона бобо ва бошқа зиёратгоҳлар шулар жумласидандир. Бу мақбаралар маҳаллий аҳоли доимий равишда зиёрат учун борадиган табаррук қадамжолар, руҳий покланиш ҳамда маънавий юксалиш масканлари бўлиб ҳисобланади.

Юртимизда маданий меросимиз, миллий ва диний қадриятларимизни ўрганиш ва ривожлантириш борасида катта имкониятлар яратилди. Муҳими, кўҳна тарихимизга муносабат тубдан ўзгариб, унинг маънавий-руҳий илдизларидан бири – ислом дини асослари тўғри талқин этилмоқда. Тарихимиз ва буюк аждодларимиз меросига бўлган қизиқиш кун сайин ортиб боряпти. Зеро, Президентимиз Ш.Мирзиёев таъкидлаганларидек, “Ҳамма ўз тарихини улуғлайди. Лекин бизнинг мамлакатимиздагидек бой тарих, боболаримиздек буюк алломалар ҳеч қаерда йўқ. Бу меросни чуқур ўрганишимиз, халқимизга, дунёга етказа билишимиз керак[149].

2017 йилда Муҳтарам Президентимиз ташаббуси билан Термиз шаҳрида Имом Термизий халқаро илмий тадқиқот марказини ташкил этиш тўғрисидаги Қарори қабул қилинди. Республикамизда маънавий-маърифий соҳага оид ишларнинг самарадорлигини ошириш, ёшларимизни диний ақидапарастлик ва экстремизм хатаридан ҳимоя қилиш мақсадида диний таълим ишларини такомиллаштириш бўйича кенг кўламда тадбирларни амалга оширишга эътибор қаратилмоқда. 2018 йил тарихий-меъморий аҳамиятга эга зиёратгоҳларни сақлаш, таъмирлаш, ободонлаштириш, уларнинг инфратузилмасини янада ривожлантириш, юртимиздаги муқаддас зиёратгоҳ ва қадамжоларнинг мусулмон дунёсидаги нуфузини янада ошириш, бу масканларга маҳаллий ва хорижий фуқароларнинг зиёратларини уюштириш, зиёратчилар учун зарур шароитлар яратиш мақсадида «Вақф» хайрия жамоат фонди ташкил этилди.

Ҳукуматимизнинг ушбу қарорлари ислом илмларини том маънода маърифат ва маданият даражасига олиб чиқиши ҳамда юртимиздан етишиб чиққан кўплаб алломалар ҳаёти ва фаолиятини ўрганишда муҳим аҳамият касб этади.

Таълим, фан ва маданият масалалари бўйича халқаро ислом ташкилоти (ISESCO) томонидан 2007 йилда Тошкент ва 2020 йилда Бухоро шаҳрини ислом маданияти пойтахти деб эълон қилиниши Ўзбекистоннинг ислом цивилизацияси тарихида алоҳида мавқеъга эга эканидан яна бир далолатдир.

Сурхон воҳасининг ўзига хос қадимий, тарихий обидалари қадимшунослар томонидан мукаммал ўрганилиб, муқаддас зиёратгоҳларнинг ҳудуди, географик жойлашуви, архитектураси ва меъморчилигини илмий ўрганиш масаласида бир қатор натижаларга эришилди. Чунки Сурхондарё ислом оламида алоҳида ҳурматга сазовор бўлган ал-Ҳаким ат-Термизий (ваф. IX а. охири), ал-Варроқ ат-Термизий, Юсуф Ҳаёт ат-Термизий, Имом ат-Термизий (824/825-892), Абул Музаффар ат-Термизий, Саййид Бурҳониддин Ҳусайн ат-Термизий (ваф. 1240 ёки 1275/76) ва бошқа юзлаб Термизий нисбаси билан танилган алломаларга бешик бўлган юрт дея эътироф этилади.

Қадимда Буюк Ипак йўлида жойлашган Сурхон воҳаси буддавийлик, зардуштийлик, христианлик, каби турли динларнинг шаклланишига ва тараққий этишига асос солган ҳудуд бўлиб[150], Сополлитепа, Жарқўтон,

[149] Президент Шавкат Мирзиёевнинг 2018 йил 21 декабрь куни Ўзбекистон Ислом цивилизацияси маркази қуриладиган ҳудудга ташрифи давомидаги нутқидан.

[150] Хашимов М.А. Религиозные памятники Центральной Азии. – Алматы: Издательство «САГА», 2001. – С. 8–22.

Айритом, Термиз, Далварзинтепа, Холчаён, Фаёзтепа, Қоратепа каби милоддан аввалги ва милоднинг бошларига оид қадимий археологик ёдгорликларида ўзига хос муқаддас диний обидалар, зиёратгоҳлар пайдо бўлганлиги фанда асослаб берилган[151].

Термиз Ўзбекистон ҳудудида энг қадимги шаҳар бўлиб, архитектура комплекслари шаклланган, буюк аллома ва авлиёлар дафн этилган муқаддас зиёратгоҳларни ўзида мужассам этган йирик маданият ўчоғи ҳисобланган. Мусулмон географлари, сайёҳлари ва элчилари ушбу қадамжолар ҳақида кўплаб маълумотлар келтирган[152].

Ал-Ҳаким ат-Термизий зиёратгоҳи X–XIV асрларга тегишли меъморий ёдгорлик бўлиб, Термиз туманида жойлашган. IX асрда яшаб фаолият олиб борган, сўфийлик, ҳакимийлик жамоасининг ташкилотчиси, машҳур термизлик олим, қатор диний-фалсафий асарлар муаллифи, йирик зоҳид – Абу Абдуллоҳ Муҳаммад ибн Али ибн Ҳусайн ал-Ҳаким ат-Термизий номи билан боғлиқ. Ушбу қадамжо нафақат вилоятда, балки ислом оламидаги энг йирик зиёратгоҳлардан бири ҳисобланади[153].

Қирқ қиз мажмуи Термиз тумани Намуна жамоа хўжалигида жойлашган. IX–XIV асрларга оид бу ёдгорлик ал-Ҳаким ат-Термизийнинг қизи – Термиз тумани Қирқ қиз қалъаси маликаси Ҳурайда бинт Муҳаммад ал-Ҳаким ва ал-Варроқ ат-Термизийнинг қизи – қалъа бошлиғи Руҳайда бинт ал-Варроқларнинг мақбаралари ҳисобланади[154].

Кокилдор ота зиёратгоҳи Термиз тумани Намуна жамоа хўжалигида жойлашган бўлиб, XII асрга оид бу қадамжо ал-Ҳаким ат-Термизийга алоқадор ҳисобланади. Кокилдор ота – ал-Ҳаким ат-Термизийнинг куёви, яъни унинг қизи Ҳурайда бинт Муҳаммаднинг умр йўлдошидир. Асл исми Сомон Ашур (370/980-81) бўлган, ушбу машҳур хаттот олим ва кўплаб бебаҳо асарлар муаллифи ўзи учун қурилган «Кўшки Кокилдор»га қўйилган[155].

Манбаларда келган маълумотларга кўра, Шайбонийлардан бўлган Абдуллоҳхон 1573 йил Балхни қамал қилишда Саййид Абдуллоҳ ат-Термизийнинг ўғли Мир Арабнинг уйида қўним топган. Абдуллоҳхон Термизда бўлганида ал-Ҳаким ат-Термизий ва Абу Бакр ал-Варроқ ат-Термизийнинг мазорларини зиёрат қилган[156].

Маълумки, ўлкага ислом дини кириб келгандан сўнг маҳаллий анъаналар исломий маданият билан уйғунлашиб, IX-X асрларда Сурхон воҳасида меъморчиликнинг янада ривожланиши туфайли табаррук қадамжолар, масжид, мадрасалар қурилиши амалга оширилган. Термиз ва Чағониёнда ўзига хос

---

[151] Марказий Осиё динлари тарихи / Масъул муҳаррир: Ёвқочев Ш.А. – Т.: Тошкент давлат шарқшунослик институти, 2006. – Б. 69–73.

[152] Абу Сa‘д ‘Абд ал-Карим ибн Муҳаммад ибн Мансур ат-Тамимий ас-Сам‘оний. Ал-Ансоб: 1-жилд (6 жилдли). / Муҳаммад ‘Абд ал-Қодир ‘Ато’ ҳошиялари билан. – Байрут: Дор ал-кутуб ал-илмийа, 1419/1998. – Б. 482–485.

[153] Усмонов И. Ал-Ҳаким ат-Термизийнинг «Наводир ал-усул» асари – ҳадис ва тасаввуф илмига оид муҳим манба: тар. фан. номз. ... дис. автореф. – Т.: Тошкент ислом университети, 2007. – Б. 13–14.

[154] Аҳмад Устурлобий ас-Сағоний ат-Термизий. Илм ан-нужум. – ЎзР ФАШИ. – қўлёзма № 8147.

[155] Сомон Ашур Ҳамзаи Ҳофиз Кокилдор. Шажарот ал-калом. Тошкент, тошбосма. Хўжамшукурова Гулсумнинг шахсий кутубхонасида сақланмоқда. – Термиз шаҳри. – Б. 15.

[156] Мирзо Ж. Термиз тарихи. – Т.: Шарқ, 2001. – Б. 71.

меъморчилик намуналари уламо-ю авлиёларнинг мазорлари устига мақбаралар қурилгани бундан далолат беради.

Шунингдек, вилоятда зиёратчилар билан гавжум Хўжаи Пирях (Қари муз хўжаси), Чашми дивонаҳо (Девоналар булоғи), Боғи Шайхо (Шайхлар боғи), Шаҳидон мазороти (Шаҳидлар мазори), Писта мазороти, Ҳовуз мазороти, Хўжамқара мазороти, Қўтирбулоқ зиёратгоҳи, Чашмаи Бибиҳур – Бибинур мазори, Чашмаи Соро, Мазори тўқ, Хўжаи Мурид, Дарвозаҳо, Қирқ қиз, Хўжаи Асмин каби зиёратгоҳлар ҳам бор. Зиёратгоҳларнинг дарё, ариқ, булоқ, кон, ҳунармандчилик, деҳқончилик, чорвачилик, дарахт, турли доривор ўсимликлар ўсадиган ҳудудларда шаклланиши асосан географик ҳолат билан боғлиқлигини кўрсатади. Муқаддас жойларнинг ҳудудида қадимий дарахт ёки булоқ мавжудлиги, уларнинг тепаликлар, адирликларда, қадимий қалъалар атрофида жойлашганлиги аҳоли маънавий ҳаётида муҳим аҳамият касб этади.

Халқимиз орасида улуғланган аллома-ю авлиёларнинг қадамжоларига бориб, зиёрат қилиш ва шундай азиз масканда тоат-ибодат қилиб, улар орқали Яратгандан ўз ниятларини сўраш одатлари шаклланиб қолган. Шариатимиз кўрсатмаларига кўра қабрларни зиёрат қилиш суннат амаллардандир. Имом Термизий бобомиз ривоят қилган ҳадиси муборакда Пайғамбаримиз соллоллоҳу алайҳи ва саллам Мадинаи мунавварага келганларидан кейин шундай марҳамат қилганлар:

"كُنْتُ نَهَيْتُكُمْ عَنْ زِيَارَةِ الْقُبُور أَلاَ فَزُورُوهَا فَإِنَّهَا تُذَكِّرُكُمُ الْآخِرَةَ (رَوَاهُ التِّرْمِذِيُّ)"

яъни: ***«Сизларга қабрлар зиёратини тақиқлаган эдим. Мана, энди қабрларни зиёрат этаверинг, зеро у сизларга охиратни эслатади»***.[157]

Термиз туманидаги ал-Ҳаким ат-Термизий (IX–X аа.) зиёратгоҳи бутун мусулмон олами, Республикамиз ва бошқа вилоятларда ҳам таниқли зиёратгоҳлардан ҳисобланади. Бу жойга араб давлатларидан, юртимизнинг турли вилоятлари, туманларидан жуда ҳам кўп зиёратчилар келишади.

Термиз туманидаги Султон Саодат мақбаралар мажмуи (XI–XIX аа.) нафақат вилоят ёки республикада, балки бутун мусулмон оламида таниқли зиёратгоҳдир. Зиёратчилар марҳумлар ҳаққига Қуръон тиловат қилишади, баъзилари жонлиқ олиб келиб, садақа қилишади.

Шеробод туманидаги Абу Исо ат-Термизийнинг (824-892) зиёратгоҳи бутун мусулмон оламида машҳур олтита муҳаддислардан бирининг табаррук бўлган аждодимиз қабридир. Ушбу зиёратгоҳга республикамиз вилоятлари, туманларидан ташқари, Саудия Арабистони, Афғонистон, Покистон, Туркия, Индонезия, Малайзия ва қўшни Республикаларимиздан ҳам зиёратчилар келишади.

Қумқўрғон туманидаги Хожа Самандар ат-Термизий (XVII–XVIII аа.) зиёратгоҳи вилоят миқёсида машҳур бўлиб, у ерда Термиз саййидлари авлодидан бўлган машҳур, ҳуқуқшунос, арбоб, қаҳрамон, тарихчи Хожа Самандар ат-Термизийнинг қабри мавжуд.

[157] Абу Исо ат-Термизий. Сунани Термизий. Т. 1. – Т.: Адолат, 1999.

Сурхондарё вилояти, Олтинсой туманидаги Катта Вахшивор деган тоғли қишлоқда Марказий Осиё Нақшбандия тариқатининг йирик намоёндаси, туркий тасаввуф адабиётнинг машҳур вакилларидан бири, мутасаввиф шоир, адиб, йирик аллома Сўфи Оллоёр зиёратгоҳи мавжуд.

Сўфи Оллоёр шариат ва тасаввуф таълимотини тушунтириш мақсадида Тожикистон ва Ўзбекистоннинг шаҳар ва қишлоқларига (Панжикент, Ургут, Шаҳрисабз, Ғузор, Дехқонобод, Бойсун, Шеробод, Қабадиён, Қоратегин, Ҳисор, Деҳнов ва бошқа жойларга) сафар қилиб, у ерларда бир неча йиллар яшаб толиби илмларга шариат ва тариқат аҳкомларидан таълим беради. Сўфи Оллоёр забардаст шоиргина эмас, айни пайтда йирик мутафаккир, олим ҳамдир. У «Махзанул мутеъийн» асарини араб тилида, «Маслакул муттақин» ва «Муродул орифин» асарларини форс тилида, «Саботул ожизин» китобини ўзбек тилида ёзиб, Ислом оламига улуғ мерос қолдириб кетган.

Муқаддас жойларга дафн этилганларнинг кўпчилиги Сурхон воҳаси ижтимоий-иқтисодий ва маданий ҳаётига, дунёвий ва диний билимларнинг ривожланишига ҳар томонлама муносиб ҳисса қўшиб, халқимизнинг ҳурматига сазовор бўлган шахслардир. Ушбу тарихий шахслар яратган дунёвий ва диний илмлар асрлар оша барҳаёт бўлиб, халқимизнинг маънавий-маърифий ҳаёти ривожидаги аҳамияти ҳамда маданиятимизнинг жаҳон цивилизацияси тарихига қўшган ҳиссаси билан ажралиб туради.

Шу туфайли буюк шахслар тарихини ўрганиш, табаррук қадамжоларини ободонлаштириш, маънавий меросини ёш авлодга ўргатиш бурчимиздир.

Қабрга бориб, қабрда ётган кишини тавоф қилиш, ундан ўз ниятларини сўраш динимиз таълимотида мумкин эмас. Қабристон зиёрати охиратни эслатади. Кишиларнинг кибрланиб, ҳаволаниб кетишига йўл қўймайди. Уларнинг Аллоҳдан қўрқишига ва ножўя ишлар қилмаслигига имкон яратади.

Зиёратгоҳларда фаолият юритаётган ходимлар ва зиёратчиларнинг ислом тарихидан хабардор бўлиши, диний мадраса, масжид билан бевосита боғланиши ҳамда мукаммал холисона диний билимни ўзлаштириши долзарб масаладир.

Хулоса қилиб айтгнда юртимизда бой меъморчилик ва ҳунармандчилик анъаналари тараққий этиб, моддий маданият ҳар томонлама ривож топган. Минтақага ислом дини кириб келгач, маҳаллий анъаналар исломий маданият билан уйғунлашган ҳолда юксалиб борган. Сурхон воҳасида ҳам бундай жойларда зиёрат этувчиларнинг сони кўп бўлганидан махсус бинолар, хонақоҳлар ҳам барпо этилгани тарихий манбаларда акс этган.

Сурхондарёдаги табаррук зиёратгоҳларнинг шаклланиши илк даврлардан бошланиб, ўрта асрларгача давом этиб турган. Зиёратгоҳларнинг шаклланишига маҳаллий халқнинг мифология олами, дунёқараши ва анъаналари, одатларининг тарихий жараёнлари ҳамда зиёратгоҳларнинг географик муҳити ўз таъсирини ўтказиб келган.

Сурхон воҳасида жойлашган табаррук зиёратгоҳлар уларда дафн этилган маънавият қаҳрамонлари ўзларининг инсонпарварлиги, ватанпарварлиги, илму маърифатга бағишлаган умрлари жаҳон маънавияти ривожига муносиб

қўшилган ҳиссадир. Бу мерос ёш авлодни юксак маънавий тарбиялашда чексиз имкониятлар яратади.

Зиёратгоҳлар билан боғлиқ алломалар ва авлиёлар, уларнинг тарихи, жамият маънавияти ривожига қўшган ҳиссаси, илмий салоҳияти, башоратлари, кароматлари, устоз-шогирдлик мактаблари, давлатчилик ривожига таъсири ҳамда иқтисодий-маданий, маънавий жараёнларни акс эттириши кишилар ҳаётида муҳим ўрин эгаллайди.

Юртимиздаги табаррук зиёратгоҳлар, мақбаралар, қадамжолар ҳам диний, ҳам миллий қадриятлардан саналади. Шундай бўлгач, уларнинг диний-маърифий ва илмий-маънавий хулосаларга асосланган тарихини чуқур ўрганишимиз лозим. Шундагина ўсиб келаётган ёш авлод онггида соғлом эътиқод, алломаларимиз меросига нисбатан меҳр-муҳаббат уйғота оламиз.

Сурхондарё вилоятидаги бой тарихга эга қадамжолар, зиёратгоҳлар ҳудудда зиёрат туризмини жорий этиб, нафақат маҳаллий балки, хорижлик сайёҳлар оқимини кенгайтиришда муҳим аҳамият касб этади. Президентимиз Шавкат Мирзиёевнинг Сурхондарё вилоятига ташрифи чоғида воҳанинг туризм салоҳиятидан самарали фойдаланиб, янги иш ўринлари яратиш ва аҳоли даромадларини оширишга алоҳида эътибор қаратган эди. Шунга мувофиқ вилоятда туризм салоҳиятини комплекс ривожлантириш чора-тадбирлари дастури қабул қилиниб, ҳудуднинг янгиланган, замонавий қиёфасини яратиш, транспорт инфратузилмасини такомиллаштириш, хориждан ташриф буюраётган сайёҳларга сифатли хизматлар кўрсатиш каби муҳим масалаларга алоҳида аҳамият берилмоқда. Давлатимиз раҳбарининг 2021 йил 9 февралдаги “Ўзбекистон Республикасида ички ва зиёрат туризмини янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида” ги ПФ-6165 сонли Фармойишида ҳам 2021/2022 ўқув йилидан бошлаб Термиз давлат университетида «зиёрат туризми», «транспорт логистикаси» ва «ижодий саноат» (creative industry) магистратура мутахассисликларида кадрлар тайёрлаш тизимини йўлга қўйиш белгиланди.

Бу ўз ўрнида зиёрат туризми имкониятларидан унумли фойдаланишга қулай муҳит яратади. Муқаддас қадамжолар жойлашган шаҳар ва туманларда савдо-сотиқ, ҳунармандчилик ва йўлларни ободонлаштириш каби хайрли ишларга асос бўлади. Азиз-авлиёларимиз табаррук ҳоки қўйилган бу масканларни ободонлаштириб, зиёратчи сайёҳларнинг таҳорат қилиши, намоз ўқиши учун замонавий қулайликлар яратиш, “ҳалол” стандартини жорий этиш ҳудудда зиёрат туризмини янда ривожаланишига сабаб бўлади.

R.S. Amriddinova – Samarqand iqtisodiyoti va servis instituti “Turizm” kafedrasi dotsenti
F.Sh. Malikova – Samarqand iqtisodiyot va servis instituti magistranti

EKSKURSIYALARNI TASHKIL ETISHDA MUHIM QULAYLIK VA SHAROITLARNI YARATISH, EKSKURSIYA MARSHRUTLARI

Annotatsiya: *Maqolada O`zbekiston hududida ekskursiyalarni tashkil etish, ekskursiyalarning davlat iqtisodiy rivojlanishidagi o`rni, ekskursiya marshrutlarining sayohat jozibadorligi va davomiyligi uchun ahamiyati, marshrutlarni tuzishda e`tibor qaratish joiz bo`lgan omillar, taklif qilinayotgan xizmatlarning oldindan mijozlarga keng qamrovli tarzda namoyish etilishi, sayyohlar ro`yxatini shakllantirish tartibi, xizmatlar sifatini oshirish, mijozlar bilan ekskursiyadan oldin va ekskursiya davomida ishonchli aloqa o`rnatish va mijozlar fikrini anketa usulida organish kabi g`oya va tavsiyalar bildirib o`tilgan.*

***Kalit so`zlar:*** *ekskursiya, marshrutlar, sayyohlar, anketa usuli, turistik xizmatlar, yo`lovchilar ro`yxati.*

Аннотация: *В статье рассматриваются вопросы организации экскурсий на территории Узбекистана, роль экскурсий в экономическом развитии государства, значение экскурсионных маршрутов для привлекательности и продолжительности путешествия, факторы, которые следует учитывать при разработке маршрутов, идеи и рекомендации, такие как процедура составления списка, повышение качества услуг, установление надежной связи с клиентами до и во время тура, а также изучение мнения клиентов в форме анкет.*

Ключевые слова: *экскурсия, маршруты, туристы, методика опроса, туристические услуги, список пассажиров.*

Annotation: *The article deals with the organization of excursions in the territory of Uzbekistan, the role of excursions in the state economic development, the importance of excursion routes for the attractiveness and duration of travel, the factors that should be taken into account when designing routes, ideas and recommendations such as the procedure for compiling the list, improving the quality of services, establishing reliable communication with customers before and during the tour, and investigating the opinion of customers in the form of questionnaires.*

Keywords: *excursion, itineraries, tourists, survey method, tourist services, passenger list.*

Ekskursiya – bu odamlar guruhi tomonidan odatda, dam olish, o`rganish yoki salomatlik maqsadlari uchun qilingan sayohat turi. Bu ko`pincha uzoq safarga yoki ba`zida boshqa (odatda ish bilan bog`liq) maqsadlarda tashrif buyurish bilan xarakterlanadi. Ekskursiyalar dastlab1887-yili Sietl shahri tashqarisida Jamoat transporti kompaniyalari shu turdagi biznesni kengaytirish uchun sayyohlarni jalb qilish maqsadida arzonlashtirilgan ekskursiya chiptalarini chiqaradi. Ko`pincha ushbu chiptalar eng ko`p bo`lgan kunlar yoki tegishli manzillar uchun belgilangan vaqtlar

bilan cheklangan. Ta`lim olish uchun yoki tabiiy hodisalarni kuzatish uchun tashkil qilingan kichik sayohatlar ham ekskursiyalar deb nomlanadi. O`zbekiston Respublikasi hududida ham ichki turizmni jadal rivojlantirishni ta`minlash maqsadida ko`pgina chora-tadbirlar ko`rilmoqda. Prezidentimiz tomonidan qabul qilingan Qarorda shunday deyilgan: "…hududlarni barqaror ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishning eng muhim omillaridan biri sifatida ichki turizmni jadal rivojlantirish, fuqarolarni mamlakatimizning madaniy-tarixiy merosi hamda tabiiy boyliklari bilan tanishtirish maqsadida "O`zbekiston bo`ylab sayohat qil!" ichki turizmni rivojlantirish dasturini amalga oshirish bo`yicha chora-tadbirlar rejasi tasdiqlansin."[158] O`zbekiston Respublikasining Prezidentining PF-6199-son Farmoniga asosan Turizm va Sport Vazirligining faoliyati yanada kengaytirildi. Ulardan asosiylari, turizm obyektlarini davlat-xususiy sheriklik asosida samarali boshqarish hamda mazkur sohaga zamonaviy axborot texnologiyalarini joriy etish belgilandi.

Turar joy ta`minotchilari tomonidan taklif qilinadigan ekskursiyalar turizm paketlarining ajralmas qismidir. Turar joy jozibadorligini va qulayligini oshirish mehmonlarni uzoqroq muddat davomida turishga va ko`proq mablag` sarflashga undaydi. Ekskursiyalar nisbatan qisqa muddatli va kam xarajatli ekanligi bilan sayyohlarni ko`proq jalb qila oladi. Ekskursiyalar cheklangan jamoalardagi sayyohlarning diqqatga sazovor joylarga tarqalishi bir qator imkoniyatlarni yaratishi mumkin. Shuningdek, iqtisodiyotni rivojlantirish va ish bilan ta`minlash imkoniyati natijasi o`laroq qashshoqlikni ham kamaytiradi.

Mahalliy infratuzilmani rivojlantirish mukammal salohiyat bilan sayyohlik tuzilmalarini kengaytirish, ekskursiya marshrutlari ishlab chiqishni yaxshilash, yangi mahsulotlar va yangi xizmat turlarini yaratish orqali amalga oshiriladi.

Ekskursiya marshrutlarini ishlab chiqishning afzalliklaridan biri shundaki, ular mustaqil ravishda bo`lmagan bir nechta diqqatga sazovor bog`lab qo`yishlari mumkin. Natijada, tashrif buyuruvchilar ko`proq vaqt va mablag` sarflashlari mumkin.

Quyida O`zbekiston hududida ekskursiyalar uchun muvofiq bo`lgan marshrut tuzish jarayoni bosqichma-bosqich yangi tavsiyalar bilan izohlab beriladi.

Birinchidan, yo`nalish marshrutini yaratsih bilan birga taklif qilinayotgan xizmatlarning yaxshi namoyishi muvaffaqiyatning garovidir. Bunda ko`plab fotosuratlar, tavsiflar va aniq tarkib bilan siaftali marshrut yaratish qiliandigan birinchi vazifadir. Mijoz nuqtai nazaridan – bu narxlar, sayohat jadvali va kundalik ishlarning tavsiflari haqida qisqacha ma`lumotni anglatadi. Marshrutlarni avtomatik tarzda tuzadigan ekskursiya mobil dasturi bo`lsa, afzalliklar yanada ortadi. O`zbekiston Respublikasining Prezidentining PF-6199-son Farmoniga asosan Turizm va Sport Vazirligining faoliyati yanada kengaytirildi. Ulardan asosiylari, turizm obyektlarini davlat-xususiy sheriklik asosida samarali boshqarish hamda mazkur

[158] Shavkat Mirziyoyev «O`zbekiston Respublikasi turizm salohiyatini rivojlantirish uchun qulay shart-sharoitlar yaratish bo`yicha qo`shimcha tashkiliy chora-tadbirlar to`g`risida"gi Qaror. 2018. PF-5326.

sohaga zamonaviy axborot texnologiyalarini joriy etish belgilandi. [159] Albatta, turzim sohasidagi ko`pgina faoliyatlarni zamonaviy tarzda axborot texnologiyaari bilan ta`minlash, ekskursiya marshrutlari yaratishga moslashtirilgan dasturlar ishlab chiqilsa ham bu turizm rivojlanishidagi muhim ishlar bo`ladi.

Ikkinchidan, marshrut yaratishda ekskursantlar ro`yxatini tuzish ham muhim ahamiyatga ega. Yetarli darajada sayyohlar ariza topshirgandan keyin barcha yo`lovchilar ro`yxati olinishi, ma`lumotlar tekshirilishi, agar lozim bo`lsa tuzatishlar kiritilishi kerak. Bunga ular to`lovni amalga oshirgan yoki oshirmaganliklari tekshiruvi ham kiradi. Sayyohlar ro`yxatining aniqligi ekskursiya tizimida hamkor yetkazib beruvchilar bilan aniq ma`lumotlarni alamshinuvini ta`minlashga xizmat qiladi.

Uchinchidan, ekskursantlar ro`yxati bilan tanishib chiqqandan so`ng, yetkazib tomonidan taqdim etiladigan barcha xizmatlarning mavjudligini tekshirish va ularning tasdig`ini olish zarurdir. Barcha xizmatlar taqdim etilgandagina, ekskursiya boshlanishi mumkin. Ekskursiya xizmatining umumiy xususiyatlariga uning davomiyligi, ekskursantlarning mavjudligi, ekskursiya rahbarining mavjudligi, ko`rgazmaliligi, ekskursiya obyektlarining mavjudligi, ekskursiya marshrutining mavjudligi, maqsadliligi va guruhning faolliligi kabilar kiradi.[160] Ekskursiya paytida quyidagi hujjatlarni tayyorlash ham muhimdir:

a) O`rinlar ajratish ro`yxati. Sayyohlar kelishilgan manzilga kelishgandan so`ng, chalkashliklarga duch kelmaslik va noqulay vaziyat yaratmaslik uchun ularni tartib bilan joylashtirish muhimdir.

b) Xonalar ro`yxati. Xonalarga joylashish bo`yicha tushunmovchiliklarni oldini olish uchun xonalar ro`yxatiga oldindan ega bo`lish muvofiq yechim bo`la oladi.

d) Qo`shimcha talablar ro`yxati. Barcha mijozlar ro`yxatini va ularning maxsus so`rovlari va ehtiyojlarini yozib bo`lgach, sayyohlar uchun taqdim etilishi kerak bo`lgan qo`shimcha xizmatlarni ro`yxatga olsih mumkin. Masalan, mijozlar uchun qo`shimcha yotoq, bolalar karyolasi yoki massaj kabilar qo`shimcha talablar bo`lishi mumkin. Har bir insonga moslashtirilgan yondashuv keyinchalik xizmatlarni ado etishda muvaffaqiyat keltiradi va mijozlar qoniqishini a`lo darajaga yetkazadi.

To`rtinchidan, electron pochta yoki mobil matnlar orqali sayyohlarga eslatmalar yuborish ham mijozlar va turistik korxona ortasidagi ishonchli aloqani mustahkamlaydi. Ba`zan yo`lovchilar  passport yoki sug`urta polisi kabi hujjatlarni unutib qo`yiishadi yoki kelishilgan uchrashuv joyiga kechikib kelishadi. Eslatmalar esa bu kabi muammolarning oldini olishi mumkin.

Beshinchidan, ekskursiyalar marshrutiga (jadvaliga) rioya qilish zarur. Ba`zan rejani aniq bajarish qiyin, chunki kutilmagan hodisa yuz berishi mumkin. Masalan, guruhdan kimdir kechikadi yoki transport vositasida kutilmagan muammo sodir bo`ladi. Ammo tur operator bunday holatlarga tayyor bo`lishi va ular haqida

[159] Shavkat Mirziyoyev. Turizm, Sport va Madaniy meros sohalarida davlat boshqaruvi tizmini yanada takomillahtirish chora-tadbirlari to`grisida PF-6199. 2021-yil. 6-aprel.

[160]O.I.Tuxliyev. R.S.Amriddinova, , G.R.Tursunova. Ekskursiya xizmatini tashkil qilish. Samarqand. 2015-yil. 33-bet.

yo`lovchilarga xabar berishi kerak. Bunday vaziyatlar uchun ham oldindan muqobil vositalar rejalashtirilgan bo`lishi kerak.

Oltinchidan, sayyohlardan fikr-mulohazalarni olish bu korxonaning kelajakdagi rivojlanishining yaxshi manbasi bo`lishi mumkin. Sayyohlardan ekskursiya bo`yicha to`g`ridan-tog`ri savollar so`rashdan ko`ra ma`lum bir anketa berish bu eng yaxshi usuldir. Bu yerda ular ekskursiyaning ijobiy tomonlari va kamchiliklari, hamda boshqa takliflar bildirishlari mumkin.

Xulosa o`rnida shuni ta`kidlab o`tish kerakki, ekskursiyalar bu iqtisodiy tizimning qulay tarzda rivojlauvchi va samarali daromad keltiruvchi bir qismidir. Ekskursiyalarni tashkil etish bevosita marshrutlarni puxta yaratish bilan bog`liqdir. Marshrutlarni muvaffaqiyat qozonishi uchun esa tur operatorlar bir qancha chora-tadbirlar ko`rish, oldindan muqobil rejalar tuzish, muammoli vaziyatlarga ham tayyor turish kabi amallarni bajarishi kerak. Ulardan eng asosiylari sifatida marshrutdagi xizmatlarni ta`sirli darajada namoyish etib bera olish, yo`lovchilar ro`yxatini aniq tuzish, xizmat ko`rsatishda egiluvchan va moslashuvchan bo`lish, mijozlar bilan elektron pochta va boshqa mobil qurilmalar orqali matnli aloqalar o`rnatish, hamda mijozlar fikrini korxona istiqboli uchun samarali tarzda o`rganish kabilar tavsiya etildi.

Каримова Азиза Махоммадризоевна – старший преподаватель, Самаркандский институт экономики и сервиса

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ НАЛОГОВОЙ СИСТЕМЫ, КЛЮЧ РАЗВИТИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ ТУРИЗМА

Анотация: *В статье рассматриваются характеристика изменений в налоговой системе в связи с негативным влиянием пандемии коронавирусной инфекции на турпредприятиях. Подчеркивается, что целях формирования благоприятных условий и предпосылок для развития туризма, прежде всего требуется совершенствование концепции регулирования инвестиционной деятельности турпредприятий, а также создание стимулирующей налоговой среды и механизма, который способствовал бы дальнейшему развитию данной сферы.*

Ключевые слова: *экономика, концепция, налоги, налоговая политика, налоговая ставка, прибыль, туризм, внутренний туризм, налоговое стимулирование, туристы, турагенты.*

Abstrack. *This article discusses the issues of lending to subjects of the tourism market, the reasons and factors that impede the increase in the efficiency of their activities. The stages of the lending operation are provided, the conditions for lending to individuals for the purchase of tourist products are considered, and proposals are also given for solving existing problems.*

Keywords: *domestic tourism, bank lending, consumer, tourism product, economy, tourism, private business, tourism, small enterprises.*

Не требует доказательств тот факт, что между туризмом и окружающей средой имеется тесная взаимосвязь и от уровня их взаимоотношений зависит как развитая сфера туризма, так и состояние его инвестиционного развития. Поэтому в процессе инвестирования субъектов туризма необходимо учитывать возможные негативные аспекты, которые оказывает приток инвестиционного капитала в среду туризма чтобы обеспечить динамичное развитие их инвестиционной деятельности. Развитие их инвестиционной деятельности, является и основой успешного функционирования инвестиционной деятельности в целом. Выполняя ряд важнейших социально-экономических задач таких как обеспечение занятостью активного населения, формирование конкурентной среды с помощью предоставления инновационных туруслуг, установление рыночного равновесия, а также способствование пополнению доходов бюджета всех уровней. Туристическая индустрия является одним из самых перспективных и активно развивающихся секторов мировой экономики и касаясь совершенствования деятельности туристических организаций Президент Республики Узбекистан Ш.М.Мирзиёев отметил, что «мы должны превратить индустрию туризма в стратегическую отрасль экономики»[161].

Сегодня туризм является основным источником дохода бюджета всех уровней для многих рыночно-развивающихся стран. Развитие предприятий сферы туризма на инвестиционной основе может создать дополнительные условия для обеспечения занятости и увеличения валютных поступлений страны. Потому что инвестиционная деятельность туризма имеет важную роль в качестве движущей силы экономического развития турпредприятий. По данным Всемирной туристской организации, в 2018 году экспорт глобальных туристических услуг увеличился на 4% до 1,7 трлн. долл., а количество международных тур визитов увеличилось на 5% до 1,4 млрд. Основные причины этого - низкие цены в развивающихся странах и упрощение ими визовых процедур.[162]

В 2019 году в Узбекистане сделана большая работа для развития туризма, в частности, был принят ряд мер по упрощению визового процесса, устранению ненужных барьеров для повышения инвестиционной привлекательности отрасли. В результате в 2019 году экспорт туристических услуг увеличился на 26,1% по сравнению с 2018 годом и составил 1,3 млрд. долл. доля отрасли в экспорте услуг составила 39,3%.[163]

В целях формирования благоприятных условий и предпосылок для развития туризма, прежде всего в частном секторе, повышения конкурентоспособности и качества предоставляемых услуг, активного и

[161] Послание Президента Республики Узбекистан Шавката Мирзиёева Олий Мажлису. 2020 г.
[162] Проделанная в 2019 году работа по развитию туристической индустрии. https://review.uz/oz/post/turizm-soasini-rivozlantiris-bujica-2019-jilda-amalga-osirilgan-islar
[163] Проделанная в 2019 году работа по развитию туристической индустрии. https://review.uz/oz/post/turizm-soasini-rivozlantiris-bujica-2019-jilda-amalga-osirilgan-islar

комплексного продвижения национального туристского продукта на мировых рынках и реализации предложений, озвученных в Послании Президента Республики Узбекистан,[164] а также в соответствии с задачами Стратегии действий по пяти приоритетным направлениям развития Республики Узбекистан в 2017-2021 года, утверждена Концепция развития сферы туризма в Республике Узбекистан в 2019-2025 годах[165]. Также принят ряд нормативно-правовых актов, способствующих дополнительному развитию данной сферы.

Ныне ключевой проблемой развития отрасли туризма Узбекистана связанна с отсутствием мер стимулирования участников этого рынка, преимущественно экономических и налоговых, что делает данную сферу относительно невыгодной с точки зрения инвестирования и получения стабильного и высокого предпринимательского дохода, и как следствие роста доли в ВВП.

Определение границы налоговой ставки по отношению налогооблагаемой прибыли, закладываемые в регулируемые цены, несет на себе явный отпечаток финансового состояния предприятий сферы туризма и конкурентоспособности. Однако очень важной представляется и обратная связь: условия установления границы налоговой ставки, устанавливается государственными органами развития, в свою очередь может оказать заметное влияние на развитие инвестиционной деятельности турпредприятий. Рассмотрение способа регулирования налоговой ставки во взаимосвязи с ценами, может продлить дополнительный импульс на специфику развития инвестиционной деятельности турпредприятий особенно в условиях пандемии каронавируса. Эта проблема имеет один аспект, делающий её особенно актуальной. Способ установление границы налоговой ставки в регулируемых ценах может существенно влиять на инвестиционную деятельность предприятий сферы туризма и эффективность их использования.

В условиях модернизации экономики наступил момент, когда для возобновления развития экономики требуются значительные инвестиционные капиталовложения. Планируются мероприятия по модернизации деятельности турпредприятий с целью повышения их инвестиционной привлекательности. Однако для радикального улучшения инвестиционной и финансовой деятельности турпредприятий необходимо осовременить концепции[166] и методы регулирования налоговой ставки.

Вполне очевидно, что оптимизация границы налоговой ставки не сводится только к способу определения экономической границы прибыли в регулируемых ценах. Повышению эффективности использования производственных ресурсов, способствовало бы внедрению в практику регулирования налоговых ставок моделей налогообложения по предельным затратам, в частности цен, дифференцированных по периодам времени. Однако

[164] Послание Президента Республики Узбекистан Олий Мажлису Республики Узбекистан от 28 декабря 2018 года

[165] КОНЦЕПЦИЯ развития сферы туризма в Республике Узбекистан в 2019-2025 годах

[166] Указ Президента Республики Узбекистан «О концепции совершенствования налоговой политики Республики Узбекистан» от №УП-5468 29.06.2018г.

прежде всего следует перейти от «бухгалтерских затрат» к экономическим (альтернативным) затратам. Строить ли налоги на показателях средних или предельных затрат-вопрос второй. В основе тех и других должны лежать экономические затраты, следовательно, необходимо учитывать (альтернативную) стоимость капитала.

Налоги, выступают ключевым элементом государственного регулирования экономики деятельности турпредприятий. Устанавливая ставку турпредприятиям в рамках реализуемой им финансовой политики.

Главной целью налоговой политики государства является создание механизма эффективной налоговой системы, обеспечивающей развитие предпринимательской деятельности, высокую собираемость налогов и, в целом, повышение благосостояния населения.[167]

Для изучения содержания механизма эффективности определения социально-экономической сущности налогов необходимо исследование проблем регулирования налоговой ставки в рамках турпредприятий и выявление фондов, приводящих к развитию их инвестиционной деятельности. В итоге актуальным вопросом и учитывая тот факт, что развитие предприятий сферы туризма зависит от выбора инвестиционной стратегии с учетом влияния факторов внешней и внутренней среды.

Следует особо отметить, что до 2020 года приток инвестиционных капиталов, способствующих развитию турпредприятий и их инвестиционных продуктов, однако в условиях пандемии коронавируса начиная с марта 2020 года до сегодняшнего дня приток инвестиционных капиталов в эту сферу резко снизились не смотря на объявление правительством многочисленных налоговых льгот.[168] Следовательно даже установление налоговых льгот сегодня в условиях пандемии коронавируса не способствует притоку инвестиционный капитала.

Инвестиционный капитал, и налоговые льготы не совсем удачно сказываются с одной стороны на развитие инвестиционной деятельности турпредприятий с другой стороны на приток туристов. Последний сказывается и на стратегическую деятельность турпредприятий.

Налоговые ставки по своей природе должны служить фактором приносящий предприятию прибыль, достаточным в своем размере чтобы можно было обеспечить финансирование всех капиталовложений или значительной их части. Другими словами, считается, что налоги должны служить не только для обеспечения роста прибыли их и создать условия для прироста капитала, обеспечивающий необходимый его объем

Особенности регулирования налоговых ставок должно заключатся в том, что прибыльность предприятий сферы туризма должна быть достаточной, чтобы обеспечивать ее инвесторам тот уровень отдачи на вложенный капитал,

---

[167] Ротанова, Д.Е. Налоговое стимулирование предпринимательской деятельности / Д.Е. Ротанова, М.В. Васильева, Н.М. Тарабаева // Символ науки. - 2016. - №6-1. - С.257-261

[168] Указ Президента Республики Узбекистан «О неотложных мерах поддержки сферы туризма для снижения негативного воздействия коронавирусной пандемии» от 28.05.2020

какого они могли бы достичь, инвестируя капитал в другие направления со сравнимым риском.

Такой метод в нашей практике пока не применяется, прибыль планируется исходя из «потребности» регулируемых субъектов сферы туризма в средствах и приемлемого повышения цен. Следовательно, экономические границы прибыли должно устанавливаться не в целях удержания или привлечение инвесторов, а в целях обеспечения повышенных внутренних источников накопления. Достаточных для финансирования собственных нужд на капитальные вложения.

Сегодня со сложившейся ситуация, связанная с пандемией коронавируса Указом Президента Республики Узбекистан "О первоочередных мерах по смягчению негативного воздействия на отрасли экономики коронавирусной пандемии и глобальных кризисных явлений"[169] было реализован ряд пакетных мер по смягчению налоговой нагрузки. (см.: табл.1,2)

В частности, был утвержден целый ряд льгот и послаблений.

Таблица 1

Первый пакет льгот для физических лиц и индивидуальных предпринимателей.

Во первых,	С 1 апреля до 1 октября 2020 года минимальный социальный налог в размере 223 000 сумов для индивидуальных предпринимателей будет снижен до 50 процентов базовой расчетной величины, или уменьшен до 111,5 тысячи сумов. Это позволит 239 тысячам индивидуальных предпринимателей сэкономить 232,9 миллиарда сумов.
Во вторых,	Кенгашам народных депутатов районов и городов рекомендовано снизить на 30 процентов фиксированные суммы налога на доходы физических лиц для 3167 индивидуальных предпринимателей, деятельность которых напрямую или косвенно зависит от сферы туризма.
В третьих,	В городах вместо 225 тысяч сумов фиксированной суммы налога на доходы физических лиц для таких ИП установлено 157 тыс. сумов в месяц, областных центрах вместо 150 тыс. в месяц - 105 тыс., районах месячная оплата в 50 тыс. сумов снижена на 30 процентов (35 тысяч). Другими словами, в распоряжении ИП, деятельность которых напрямую или косвенно зависит от сферы туризма, остается 2,3 млрд сумов.
В четвертых,	Продлевается до 1 августа 2020 года и представление декларации о совокупном годовом доходе физических лиц за 2019 год, а срок уплаты физическими лицами налога на имущество и земельного - до 15 октября 2020 года.
В пятых,	Налог на имущество и земельный налог физических лиц 7,3 млн.

[169] Указ Президента "О первоочередных мерах по смягчению негативного воздействия на отрасли экономики коронавирусной пандемии и глобальных кризисных явлений" от 19 марта 2020 года

	граждан на 2020 год рассчитывался в размере двух трлн. сумов. Из одного трлн, подлежащего уплате до 15 апреля, уплачен 341 млрд. сумов. На 15 апреля оставшаяся часть составляет 670 млрд. Срок уплаты этой суммы продлевается до 15 октября 2020 года.
В шестых,	С 1 апреля 2020 года освобождаются от налогообложения доходы физических лиц, получаемые в виде материальной выгоды от благотворительных организаций. В распоряжении физических лиц останется в среднем 28,4 млрд сумов.

Таблица 2

Второй пакет льгот для поддержки субъектов предпринимательства - юридических лиц.

Во первых,	Льготы позволят более семи тысячам субъектов предпринимательства оставить в своем распоряжении 17,1 млрд сумов.
Во вторых,	В 2020 году на 50 процентов снижаются ставки налога за пользование водными ресурсами для орошения сельхозугодий. Этой преференцией могут воспользоваться 83 тыс. фермерских хозяйств. Их прогнозный показатель по налогу за пользование водными ресурсами в 300 млрд. сумов будет снижен до 150 млрд.
В третьих,	Органы государственной власти на местах предоставят 14 828 хозяйствующим субъектам отсрочку (рассрочку) на шесть месяцев по уплате налога на имущество, за пользование водными ресурсами и земельного налога без взимания процентов.
В четвертых,	Приостанавливается и применение штрафных санкций в отношении хозяйствующих субъектов за просроченную дебиторскую задолженность по внешнеторговым операциям. На сегодня имеется просроченная дебиторская задолженность 6572 субъектов на 1,4 млрд. сумов. Сумма штрафных санкций составляет 75,5 млн. долларов.
В пятых,	Приостанавливается начисление пени по земельному налогу, на имущество и за пользование водными ресурсами к хозяйствующим субъектам, испытывающим временные трудности. Меры принудительного взыскания приниматься не будут.

Все меры дадут ощутимые результаты и прежде всего способствуют действенности налогового механизма в соответствии с современными требованиями. Потому, что комплексное решение задач по смягчению налоговой нагрузки в условиях пандемии коронавируса позволит создать стимулирующую налоговую среду для субъектов сферы туризма.

Список использованной литературы:

1. Гудков А.А., Дудина К.Э. Основные возможности налогового стимулирования отрасли внутреннего туризма в России // Экономика, предпринимательство и право — 2017. — Том 7. — № 3. — С. 139-150. doi: 10.18334/epp.7.3.38401
2. Агузарова Ф.С., Хохоева З.В. Значение налогов в повышении инвестиционной активности в Северо-Кавказском-Федеральном округе // Фундаментальные исследования. – 2014. – № 11-4. – С. 836-839.
3. Ротанова, Д.Е. Налоговое стимулирование предпринимательской деятельности / Д.Е. Ротанова, М.В. Васильева, Н.М. Тарабаева // Символ науки. - 2016. - №6-1. - С.257-261
4. Дедкова Е.Г. — Налоговое стимулирование развития отрасли туризма: от реальности к перспективам // Налоги и налогообложение. – 2017. – № 6.– С. 14 - 32. DOI: 10.7256/2454-065X.2017.6.23536
5. Зайналов Дж.Р., Алиева С.С., Агзамов А., «Проблемы корректировки налоговой системы в условиях пандемии коронавируса» Институциональное развитие взаимоотношений финансово-кредитной системы с реальным сектором экономики. Материалы XII межд.научно-практ. конф. Самарканд, СамИЭС, 10-11 июня 2020г. - С. 512-514
6. Ротанова, Д.Е. Налоговое стимулирование предпринимательской деятельности / Д.Е. Ротанова, М.В. Васильева, Н.М. Тарабаева // Символ науки. - 2016. - №6-1. - С.257-261
7. Каримова Азиза Махоммадрезаевна Развитие кредитования субъектов деятельности сферы туризма // Архивариус. 2020. №2 (47). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-kreditovaniya-subektov-deyatelnosti-sfery-turizma
8. Тогаев, С. С., & Амиров, Э. Д. (2016). ОСНОВНЫЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ВНЕДРЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ СТАНДАРТОВ БАЗЕЛЬ III В МИРЕ И ОСОБЕННОСТИ ВНЕДРЕНИЯ ИХ В УЗБЕКИСТАНЕ. *World science*, *3*(3 (7)).
9. Каримова А. М. Источники финансирования инновационного развития деятельности сферы туризма //Иқтисодиётда инновация. – 2020. – Т. 2. – №. 3.
10. Указ Президента "О первоочередных мерах по смягчению негативного воздействия на отрасли экономики коронавирусной пандемии и глобальных кризисных явлений" от 19 марта 2020 года
11. Указ Президента Республики Узбекистан «О неотложных мерах поддержки сферы туризма для снижения негативного воздействия коронавирусной пандемии» от 28.05.2020
12. Послание Президента Республики Узбекистан Шавката Мирзиёева Олий Мажлису. 2020 г.
13. Послание Президента Республики Узбекистан Олий Мажлису Республики Узбекистан от 28 декабря 2018 года

14. КОНЦЕПЦИЯ развития сферы туризма в Республике Узбекистан в 2019-2025 годах
15. Проделанная в 2019 году работа по развитию туристической индустрии. https://review.uz/oz/post/turizm-soasini-rivozlantiris-bujica-2019-jilda-amalga-osirilgan-islar
16. Проделанная в 2019 году работа по развитию туристической индустрии. https://review.uz/oz/post/turizm-soasini-rivozlantiris-bujica-2019-jilda-amalga-osirilgan-islar

Хамраев Самариддин Бахриллоевич - СамИСИ мустақил изланувчиси
Низамиддинова Азиза Икромовна - СамИСИ “Туризм” кафедраси кабинет мудираси

ТУРИЗМ СОҲАСИДАГИ МУТАХАССИСЛАРНИНГ КАСБ ЭТИКАСИ ҲАМДА АХЛОҚИЙ ВА ИЖТИМОИЙ МАСЪУЛИЯТИ

Аннотация: *В статье рассматриваются вопросы касбийьной этики, культуры и касбийьной этики, а также значение касбийьной этики в развитии туризма. Также были даны рекомендации по повышению социальной ответственности касбийов в этой сфере.*

Abstract: *The article deals with the issues of professional ethics, culture and professional ethics, as well as the importance of professional ethics in the development of tourism. Also, recommendations were given to increase the social responsibility of professionals in this area.*

Ключевые слова: *туризм, сервис, касбийьная этика, социальная ответственность, культура, моральные качества, этика, добродетель.*

Key words: *tourism, service, professional ethics, social responsibility, culture, moral qualities, ethics, virtue.*

XXI асрнинг бошларида ижтимоий-маданий хизмат кўрсатиш ва туризм соҳасининг жадал ривожланиши бу соҳада касбий мутахассисларни оммавий тайёрлаш заруриятини вужудга келтирди.

Ижтимоий-маданий хизмат кўрсатиш ва туризм соҳасидаги замонавий мутахассис нафақат иқтисодий, бошқарув соҳасида билим ва кўникмаларига эга бўлиши, балки бир нечта хорижий тилларни билиши, муаммо ва низоларни ҳал қилиш учун зарур бўлган кўникмаларга, кўрсатилаётган хизматлар сифатини назорат қилиш ва ташкил этиш бўйича билимларга, шунингдек, алоқа маданияти кўникмаларига, бир қатор касбий муҳим шахсий фазилатларга (ҳалоллик, масъулият, оптимизм, одоб-ахлоқ ва ҳ.к.) эга бўлиши ва буларга риоя қилиши лозим.

Туризмдаги касбий этика ўзи ва бошқа одамлар ҳақидаги билимларни ҳисобга олган ҳолда ўрнатиладиган ўзаро муносабатларга асосланади, бу нафақат ўз хатти-ҳаракатларини ҳис қилиш, балки бошқаларнинг ҳам

тажрибаларини тушуниш қобилиятини ривожлантириш асосида амалга оширилади.

Касбий этика – инсоннинг касбий бурчига бўлган муносабатини белгилайдиган ахлоқий меъёрлар тўпламидир.

Ижтимоий-маданий хизмат кўрсатиш ва туризм соҳасида фаолият юритадиган мутахассисларнинг касбий ахлоқи мижозларга хизмат кўрсатиш учун касбий мажбуриятларни бажаришда амалга ошириладиган ўзига хос талаблар ва ахлоқ меъёрлари мажмуасини ифодалайди.

Касб ахлоқи ишчиларнинг касбий бурч тушунчасини шакллантириш, мижозлар ва ҳамкасблар билан мулоқот маданиятини ривожлантиришга қаратилган.

Касбий ахлоқ масаласи ҳар бир мутахассисни тайёрлашнинг ажралмас қисми бўлиши керак. Юқори даражадаги касбий ходимларнинг вазифаси шахсий ахлоқий қадриятларини норма сифатида қабул қилинган қадриятлар билан уйғунлаштиришдир.

Ижтимоий-маданий хизмат кўрсатиш ва туризм соҳасидаги касбий этиканинг асоси инсон эҳтиёжларини қондириш, инсонга, унинг касбига, услубига ва турмуш тарзига ҳурмат кўрсатишга қаратилган.

Бизнесда этика ташкилотнинг ижтимоий масъулиятли хатти-ҳаракатлари ва менежерлар ва бошқарувчиларнинг хатти-ҳаракатлари билан боғлиқ.

Ташкилотнинг ижтимоий масъулияти тушунчаси, умуман, маҳсулот ишлаб чиқариш ва сифатли хизматлар кўрсатиш, ходимларнинг меҳнатга бўлган ҳуқуқларини ҳурмат қилиш, меҳнат хавфсизлиги ва гигиенаси талабларини бажариш, ижтимоий тадбирларда иштирок этиш, бизнесни яхши йўлга қўйиш каби вазифаларни ўз ичига олади.

Ахлоқий бўлмаган хатти-ҳаракатларга йўл қўймаслик учун ижтимоий масъулиятнинг юқори стандартларига риоя қилиш нафақат уларнинг ахлоқий тамойилларини ҳимоя қилиш, балки бундай принципларнинг мавжудлигини ҳам талаб қилади. Ижтимоий масъулият вазифаси жамиятда компания ҳақида ижобий фикр яратиш ва қўллаб-қувватлашдир.

Умуминсоний элементлар билан бир қаторда, ахлоқ тарихий жиҳатдан вақтинчалик меъёрлар, тамойиллар, идеалларни ўз ичига олади.

Касбий ахлоқ-жамиятдаги касбий гуруҳларнинг ахлоқий обрўсини қўллаб-қувватлайдиган муайян вазифалар ва хатти-ҳаракатлар нормалари тўпламидир. Касбий этиканинг вазифалари муайян касб вакиллари сифатида одамларни тавсифловчи ахлоқий меъёрлар ва баҳоларни, қарорлар ва тушунчаларни аниқлашни ўз ичига олади.



1-расм. Туризмда касбий этика элементлари

Касбий этика муайян фаолият турларига хос бўлган меъёрлар, стандартлар, талабларни ишлаб чиқади.

Касбий этика одамларнинг бизнес муносабатларини тартибга солади. Касбий этиканинг асослари касбий масъулият билан боғлиқ қўшимча жавобгарликни ўз зиммасига оладиган муайян принциплар ва нормаларга асосланган.

Касбий ахлоқ - бу касбий фаолиятнинг ахлоқий меъёрларининг ўзига хос хусусиятлари бўлиб, у тўғридан-тўғри шахсга ўзининг касбий ва расмий фаолиятининг муайян шароитларида йўналтирилади.

Касбий ахлоқий меъёрлар-етакчилик тамойиллари, қоидалари, намуналари, стандартлари, идеалларга асосланган шахснинг ички ўзини-ўзи бошқариш тартибидир.

Ижтимоий-маданий хизмат кўрсатиш ва туризм соҳасидаги барча ходимларга хос бўлган хизмат ахлоқининг асосий меъёрлари, уларнинг иш жойи қаерда бўлишидан қатъи назар қуйидагилардан иборат бўлиши лозим:

- диққатлилик, хушмуомалалик;
- сабр-тоқатлилик, ўз-ўзини бошқариш қобилияти;
- яхши хулқ-атвор ва нутқ маданияти;
- низоли вазиятлардан қочиш қобилияти ва агар пайдо бўлса, уларни муваффақиятли ҳал қилиш, ҳар икки томоннинг манфаатларини ҳисобга ола билиш;
- эҳтиёткорлик, мулойимлик;
- меҳмондўстлик, яхши ниятлилик;
- назокатлилик, босиқлик;
- ўз-ўзини танқид қилиш;
- хизмат кўрсатиш жараёнида бир ёки бир нечта одамни диққат марказида ушлаб туриш орқали тезда жавоб бериш қобилияти;
- ҳар бир мижозга индивидувал ёндашиши қобилияти;

- касбий обрўга эътибор бериш;
- ички ва халқаро туризмни ривожлантиришга кўмаклашиш;
- танқидларни тўғри қабул қила олишлик;
- одамларнинг маънавий қадриятларини ва маданиятини ҳурмат қилиш, инсоннинг миллий, диний ёки ахлоқий ҳис-туйғуларини ҳақорат қилувчи баёнотларга йўл қўймаслик.

Ижтимоий-маданий хизмат кўрсатиш ва туризм соҳасининг касбий этикаси билан мос келмайдиган номақбул хатти-ҳаракатлар нормалари ва шахсий фазилатларни санаб ўтамиз:
- қўполлик, шафқатсизлик, бепарволик;
- ноҳақлик, иккиюзламачилик;
- ўғрилик, очкўзлик, худбинлик;
- мижозлар ҳақидаги шахсий маълумотларни ошкор қилиш, уларнинг камчиликлари ва заиф томонларини муҳокама қилиш.

Ижтимоий-маданий хизмат кўрсатиш ва туризм соҳасида ахлоқий меъёрларнинг аҳамияти нафақат ходимларнинг истеъмолчилар билан, балки ходимларнинг бир-бири билан ўзаро муносабатларида ҳам сезилади. Туристик корхонада низоларнинг юзага келмаслиги, яхши ижтимоий муҳитнинг яратилганлиги ходимларнинг ўзаро муносабатда ҳурматни сақлаши ва эътиборли бўлишига боғлиқ. Жамоада ўзаро ёрдам муҳити, ходимларнинг биргаликда ишлаш қобилияти, шунингдек, махсус хизмат гуруҳларини яратиш муҳим ҳисобланади. Ҳамкорлар ва ҳамкасблар билан муносабатларда қуйидаги ахлоқий меъёрларга риоя қилиш лозим бўлиб ҳисобланади:
- касбий бирликни сақлаб қолиш;
- касб нуфузи ҳақида қайғуриш;
- расмий муносабатларнинг тартибга солинишини таъминлаш;
- ҳамкасбларининг асосли рад этиш ҳуқуқини ҳурмат қилиш.

Буларнинг барчаси умумий мақсад - мижозларга сифатли хизмат кўрсатишга эришишга ёрдам беради.

Ахлоқий кодексларда эълон қилинган принциплар ва қоидалар ташкилотнинг реклама мақсадларида фаол ишлатилиши мумкин. Ахлоқий кодексларда нафақат ходимларнинг ташкилот олдидаги масъулиятини, балки ташкилотнинг ходимлар ва умуман жамиятга бўлган мажбуриятларини ҳам таъминлаш муҳимдир.

Жаҳон амалиётида юқори ахлоқий даражани сақлаб қолиш учун кодекларни яратиш билан бирга қуйидаги ёндашувлар қўлланилади:
- доимий фаолият юритувчи этика қўмитасини ташкил этиш;
- изоҳлар ва шикоятлар учун “ишонч телефони”ни яратиш;
- ходимларнинг хулқ-атворини доимий текшириб бориш;
- ходимларнинг намунали ахлоқий хулқ-атвори учун мотивация бериш механизмининг ишлашини таъминлаш.

Ижтимоий масъулият – бу шахс характерининг ўзига хос хусусияти бўлиб, ўз ичига сезгирлик, камтарлик, жасорат, саховат ва бошқаларни олади.

Ижтимоий масъулиятнинг расмий таърифи ташкилотни бошқаришда қарор қабул қилиш ва фаровонлик даражасини оширадиган ва жамият ва туристик корхонанинг манфаатларига жавоб берадиган ҳаракатларни амалга ошириш мажбуриятини ўз ичига олади.

Ташкилотнинг ижтимоий масъулият соҳасидаги фаолияти қуйидаги мақсадларга эришишга қаратилган бўлиши керак:

- инсоннинг меҳнат ва ижтимоий ҳуқуқларига риоя қилиш;
- сифатли маҳсулот ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш;
- истеъмолчиларининг ҳаёти, соғлиғи ва мол-мулкини ҳимоя қилиш;
- аҳолининг кам таъминланган гуруҳларига ёрдам бериш.

Олиб борилган тадқиқот натижасига кўра қуйидаги хулосага келдик:

1. Туристларга юқори даражадаги сифатли сервисни тақдим қилиш туристик корхона учун ҳар томонлама фойдалидир. Аксинча, ахлоқий ва ижтимоий масъулиятнинг этишмаслиги корхона даромадларининг пасайишига сезиларли таъсир кўрсатади.

2. Ижтимоий-маданий хизмат кўрсатиш соҳасида ахлоқий меъёрларнинг аҳамияти нафақат ходимлар истеъмолчилар билан, балки ходимларнинг ўзаро муносабатларида ҳам сезилади. Жамоада ўзаро ёрдам муҳитини яратиш, ходимларнинг биргаликда ишлаш қобилиятини яратиш жуда муҳимдир. Буларнинг барчаси умумий мақсад – сифатли сервисни тақдим қилишга ёрдам беради.

3. Ижтимоий масъулият сиёсатига риоя қилиш орқали туристик корхона қатор афзалликларга эга бўлади: жамиятда унинг янада жозибали қиёфаси шаклланади, ташкилотнинг кенг доирадаги манфаатдор томонларда ишончини оширади, фойдали буюртмалар олиш имконияти пайдо бўлади. Ходимларнинг ижтимоий сиёсатга аниқ садоқатини намойиш қилишлари, улар ахлоқсиз ёки ҳатто зарарли тарзда ҳаракат қилишлари мумкинлигига шубҳа билан қарашади.

Шундай қилиб, агар ижтимоий-маданий хизмат кўрсатиш ва туризм соҳасидаги мутахассислар ахлоқий ва ижтимоий масъулият тамойиллари ва меъёрларига эга бўлса, касбий этикага тўлиқ амал қилишса туристик корхонанинг самарадорлиги ошади, туристик хизматлар бозорида рақобатбардошлиги ошади.

Tursunova G.R. – SamISI «Turizm» kafedrasi katta o'qituvchisi

O'ZBEK MILLIY O'YINLARINING INSONLAR HAYOTIDA TUTGAN O'RNI

Annotasiya: *Ushbu maqolada o'zbek milliy o'yinlarining insonlar hayotida tutgan o'rni, turmush tarziga ta'siri, o'yin turlari va o'ziga xos jihatlari, bizga meros bo'lib kelgan Mahmud Qoshg'ariy, Kaykovus, Alisher Navoiy, Bobur, Firdavsiy, Beruniy, Ibn Sino, Kaykovus va Amir Temurlarning asarlarida, shuningdek, milliy urf - odatlari, an'analari, qadriyatlarda ham aks etganligi haqidagi ma'lumotlar batafsil yoritib berilgan.*

Kalit so'zlar: *Milliy o'yinlar, Mahmud Qoshg'ariy, Kaykovus, Alisher Navoiy, Bobur, Firdavsiy, Beruniy, Ibn Sino, Kaykovus va Amir Temur, milliy urf - odatlari, an'analari, qadriyatlar.*

Annotasiya: *В статье рассматривается роль узбекских национальных игр в жизни людей, их влияние на образ жизни, виды и особенности игр, унаследованные от нас Махмудом Кашгари, Кайковусом, Алишером Навои, Бабуром, В произведениях Фирдавси, Беруни, Ибн Сино, Кайковуса и Амира Темура, а также в национальных обычаях, традициях и ценностях.*

Ключевые слова: *Национальные игры, Махмуд Кашгари, Кайковус, Алишер Навои, Бабур, Фирдавси, Беруни, Ибн Сино, Кайковус и Амир Темур, национальные обычаи, традиции, ценности.*

Abstract: *In this article, the role of Uzbek national games in people's lives, their impact on lifestyle, types and peculiarities of games, inherited from us Mahmud Kashgari, Kaykovus, Alisher Navoi, Babur , In the works of Firdavsi, Beruni, Ibn Sino, Kaikovus and Amir Temur, as well as in national customs, traditions and values.*

Keywords: *National games, Mahmud Kashgari, Kaykovus, Alisher Navoi, Babur, Firdavsi, Beruni, Ibn Sino, Kaykovus and Amir Temur, national customs, traditions, values.*

O'zbek millatining sezgisi, idroki, xotirasi, tafakkuri, salohiyatining ma'lum yo'nalishga qaratilganligi, ehtiyoji va qiziqishlari, milliy ong o'ziga xos betakror xususiyatga ega.

O'tgan avlodlarning bizga meros qilib qoldirgan madaniy boyliklari xazinasiga xalq o'yinlari ham kiradi. Xalq o'yinlari o'zining vujudga kelishi va rivojlanishiga ko'ra g'ayrioddiy hodisa emas, balki xalqning hayotini muayyan aks ettiradigan va jamiyat taraqqiyotining qonunlari bilan belgilanadigan maqsadli faoliyatdir. Xalq o'yinlari xalq ijodiyotining xos janri bo'lib, ko'p asrlik tarixga ega **bo'lgan, ajdodlardan avlodlarga meros bo'lib kelayotgan, ma'naviy boyligimiz, qadriyatlarimizdan sanaladi.** O'yinlar xalq tomonidan yaratilgan va kishilarning kundalik hayotidagi voqyealar hamda hodisalarni o'z ichida aks ettiradi. Taassurotlarni, kuzatishlarni tajriba va hissiyotlarni gavdalantirib, o'zida so'z, musiqa, raqs shakllarini mujassamlashtirgan.

Mamlakatimiz mustaqillikka erishgandan so'ng, milliy qadriyatlarimiz, an'ana - yu udumlarimiz, shu jumladan, xalq o'yinlarini qayta tiklashga katta e'tibor qaratildi. Bugun yurtimizda yoshlarni sportga, milliy xalq o'yinlariga keng jalb qilish sog'lom avlodni voyaga yetkazishning muhim omili sifatida qaralmoqda. Darhaqiqat, sog'lom avlodni shakllantirishda milliy xalq o'yinlari muhim ahamiyatga ega.

Barchamizga ma'lumki, butun yer yuzida har bir xalq millat sifatida shakllanibdiki, ular o'zining milliyligiga egadir, shu qatorda o'zbek xalqining milliy urf - odatlari, an'analari, qadriyatlari va shu bilan birgalikda milliy o'yinlari shakl-lanib bordi.

O'yinlar – xalqning tabiiy va tarixiy ehtiyoji sifatida shakllangan, ya'ni har bir shaxs o'yinga nisbatan o'zida yaxshi ehtiyoj sezgan. Shu boisdan insonlar o'z mashg'ulotlaridan, mehnatidan, yashash sharoitidan hamda ijtimoiy muhitdan kelib chiqqan holda o'yinlarni yaratishgan. Shuningdek, xalq o'yinlari ajdodlar turmushi, mehnati, tarbiyasi, yutuqlarini o'zida aks ettirgan. Ular sog'lom avlodni shakllantiruvchi tarbiya vositasi va bolalarni ijtimoiy - ruhiy, aqliy rivojlanishiga xizmat qiluvchi muhim omil hisoblangan.

Xalq o'yinlari inson hayotidagi bo'shliqni to'ldiradigan, tanasidagi ortiqcha kuchni sarflashga, yetmaganini esa to'plashga yordam beruvchi vosita hisoblangan. Bundan tashqari bolalar o'yinlar orqali hayotga tayyorgarlik ko'rishgan, turmushdagi qiyinchiliklarni yengib o'tishga, ish va kurashda g'alaba qozonishni o'rganishgan.

Yuqoridagi izohlardan kelib chiqqan holda milliy o'yinlarga quyidagicha ta'rif berishimiz mumkin:

Milliy o'yinlar – bo'sh vaqtni unumli va maroqli o'tkazishga qaratilgan, har bir shaxsni aqlan raso va jismonan sog'lom bo'lishga undaydigan, ko'tarinki ruh hamda kayfiyat ulashuvchi, mardlikka, epchillikka, chaqqonlikka qolaversa, ezgulikka chorlovchi tarbiya vositasidir.

O'yinlar xalq hayotining muhim qismi bo'lganligini Sharq allomalari – Mahmud Qoshg'ariy, Kaykovus, Alisher Navoiy, Bobur, Firdavsiy, Beruniy, Ibn Sino asarlaridan ham bilsa bo'ladi. Chunki Mahmud Qoshg'ariy - turkiy xalqlarga oid ko'plab o'yin turlarining bayoni, Kaykovus - o'yinlarda qatnashish odobi, Alisher Navoiy - bayramlar, tantanalar, to'ylar munosabati bilan tashkil etilgan o'yinlarda pahlavonlik, zo'rchi zavqi - shavqi o'yinlarning uyushtirilishi, ijrochilari, o'tkazish qoidalarini bayon etgan.

Firdavsiy – o'zining «Shohnoma» asarida Shox o'yinlari, Kaykovusning «Qobusonma» asarlarida milliy o'yinlar, Beruniy - qadimgi xalqlar o'yinlari, Ibn Sino - o'yinning kurash va jismoniy mashqlarning kishi badan tarbiyasidagi o'rni, o'yinning shifobaxsh xususiyatlari haqida jiddiy fikrlar yozib qoldirganlar.

Hattoki «Alpomish» dostonida ham xalq o'yinlaridan kurash, ot poyga, uloq, nayza sanchish, kamondan o'q otish, qilichbozlik, merganlik kabi o'yinlar negizida jasurlik, jangovarlik, oriyatlilik, matonat, ma'naviy va jismoniy komillik bilan bog'liq fazilatlarni tarbiyalash bo'yicha xalq tajribasi o'z o'rnini topgan.

Sohibqiron Amir Temurning har tomonlama kamol topishida ham o'yinlar katta rol o'ynagan. Amir Temur yoshligida olishuv-kurash, ot o'yinlari,

chavandozlik, nayzabozlik, tosh ko'tarish, uzoqqa chopish kabi musobaqalarda qatnashib, chiniqqan va bu haqda o'zining «Temur tuzuklari», asarida ko'plab ma'lumotlar keltirilgan. Yoshligidagi bu o'yin - mashqlardan chiniqqan Amir Temur xalq o'yinlaridan o'z qo'shinini harbiy tayyorlashda keng foydalangan. Jahongir Amir Temur o'z qo'shinining ruhiy va jismoniy bardam qilish uchun mashq, musobaqa, o'yinlar tizimini yaratgan.

Bizgacha yetib kelgan xalq milliy o'yinlari haqida Mahmud Qoshg'ariyning «Devoni lug'otit turk» asarida bir yuz ellikdan ziyod turi tilga olinib, ulardan 20 tasiga ta'rif berilgan. Jumladan, «qorang'uni» (qorong'ida qo'rg'on olish), «bandol» (asir olish), «o'tish - o'tish» (davra o'yini), «mungiz» (suv o'yini), «chavgon» (to'p o'yini), «o't bandal» (tayoq o'yini), qilichbozlik, nayzadorlik kabi o'yinlarni misol qilib aytishimiz mumkin. Asarda izoh berilgan o'yinlarning bir nechtasi hozirgi kunda ham bolalar uchun qiziqarli mashg'ulot sanaladi.

Bundan tashqari «Avesto» kitobida bir qancha o'yin turlari haqida ma'lumotlar keltirib o'tilgan. Jumladan, olov o'yinlari, kurash, ot, poyga, uloq, nayza sanchish, kamondan o'q otish, qilichbozlik, merganlik o'yinlari, unlar negizida mardlik, jangovarlik, oriyat, matonat, ma'naviy va jismoniy komillik kabi fazilatlar o'z ifodasini topgan.

V ШЎЪБА. ЎЗБЕКИСТОНДА ТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНТИРИШГА ТАЪСИР ЭТУВЧИ ОМИЛЛАР

Бунаков Олег Александрович – к.э.н., доцент, Зав.каф.сервиса и туризма, Казанский федеральный университет.
Прохорова Валерия Дмитриевна – студент 4-го курса, Казанский федеральный университет.

ЭЛЕКТРОТРАНСПОРТ КАК АЛЬТЕРНАТИВНЫЙ ФОРМАТ ПРОВЕДЕНИЯ ГОРОДСКИХ ЭКСКУРСИЙ

Аннотация: *в статье обозревается история появления и распространения электрических СИМ (электросамокат, электроуницикл), оценивается возможность использования их в городском туризме, приводятся технологические рекомендации по экскурсионному облуживанию с использованием электрических СИМ.*

Ключевые слова: *электротранспорт, туризм, экскурсии, инновации в туризме*

Annotation: *the article observes the history of rise and spreading of electric transport (electric scooter, electric unicycle), estimates an availability to use them in city tourism, offers technological recommendations of excursion services with electric transport usage.*

Key words: *electric transport, tourism, excursions, tourism innovations*

Существует множество видов туризма, одни из которых являются базовыми, а другие – некими надстройками над базисом. Все виды туризма имеют определённую методологическую специфику, то есть порядок организации. По мере развития технического прогресса отдельные виды туризма с методологической точки зрения претерпевают значительные изменения. Исследование посвящено альтернативному способу проведения городских экскурсий с помощью индивидуального электротранспорта (электросамокат, электроуницикл).

Актуальность темы исследования состоит прежде всего в том, что городской экскурсионный туризм – один из наиболее востребованных и доступных видов туризма среди россиян, а развитие цифровых и транспортных технологий сегодня позволяет сделать данный вид туризма передовым и увлекательным. Индивидуальный электротранспорт – набирающий популярность, быстрый и экологичный вид индивидуального транспорта, который в перспективе можно широко использовать в качестве альтернативного средства передвижения во время экскурсий.

Методология классического экскурсионного менеджмента в качестве информационный базы исследования описана в учебниках Б. В. Емельянова, Н. А. Балюка. Что касается информационной базы по теории и практике

использования индивидуального электротранспорта как варианта альтернативного передвижения экскурсантов по городу, по данной теме пока недостаточно авторитетных научных источников, что представляет, с одной стороны, некоторую сложность процесса исследования, с другой – широкие возможности для его проведения.

Объектом исследования выступают экскурсионно-познавательные маршруты как туристский продукт.

Предметом исследования выступает методика организации экскурсионно-познавательного маршрута с использованием индивидуального электротранспорта.

Целью исследования была разработка рекомендаций по совершенствованию формата городских экскурсий путём использования индивидуального электротранспорта в качестве средства передвижения для экскурсантов.

Что касается истории возникновения и распространения электросамоката и электроуницикла, то первые прототипы современных СИМ стали появляться уже в первой половине XIX-го века. Появление первого электросамоката относят к началу 1900-х гг. Он представлял собой довольно громоздкую конструкцию с двигателем внутреннего сгорания небольшой мощности. На тот момент значимость изобретения не была оценена, и в массовое производство воплощение первого патента не вошло. В дальнейшем инженеры работали над эргономикой, безопасностью, энергоэффективность и внешним обликом транспортного средства. Одним из прорывных улучшений стал складной руль, что позволяло людям беспрепятственно перемещаться с самокатом в помещениях, удобно парковать его. К середине XX-го века в Европе электросамокат стал популярным развлечением у молодёжи и высшего света, а также подспорьем пешей ходьбе и велосипеду для представителей «активных» профессий – например, почтальонов. В это же время в США конструкцию самоката модернизируют – уменьшают колёса, убирают сиденье. Принципом запуска самоката становится отталкивание ногой от земли. Это простое улучшение сделало электросамокат 1950-х г.г максимально похожим на современные агрегаты и невероятно популярным среди населения. В 1960-х гг. появляется электросамокат с топливным щелочным элементом, а уже в 1970-х самокат работал на подзаряжаемой батарее. В 1990-х гг. в эксплуатацию ввели самокаты на никель-кадмиевых батареях, что существенно увеличило запас хода и мощность аккумулятора. После 2000-х в производстве электросамокатов стали использовать литий-ионные батареи. В конструкции самоката появились подвески, амортизаторы, фары, устройства для подачи звуковых сигналов, регулируемые сиденья, дисковые и гидравлические тормозные системы. Основными производителями на рынке являются китайские компании – Xiaomi, Ninebot, Kugoo. Лёгкие в эксплуатации, быстрозаряжаемые, долговечные, энергоёмкие аккумуляторы сегодня позволяют широко использовать электросамокаты в повседневной жизни, а улучшенный металлический корпус, сбалансированное конструкционное исполнение и

отсутствие топливных выбросов в окружающую среду вывело эксплуатацию электросамокатов в модный и экологичный тренд современного общества.

Электроуницикл (моноколесо с электромотором, моноцикл, электроцикл) получает своё развитие несколько позже. Первые патенты на «улучшенный велосипед» появляется к концу 1860-х гг. Конструкция того времени была двухпедальная, с огромным колесом и сидением внутри и приводилась в движение по большей части мускульной силой человека. К сожалению, из-за своих размеров и конструктивных особенностей разработка была практически неуправляема и закономерно не получила распространения в широких кругах. Новый виток развития электроуницикл получает первой половине XX-го века: появляются проекты моноциклов с двигателем внутреннего сгорания. В 1960-х одним из известных изобретений стал моноцикл с тракторным колесом, прямоугольной рамой, гироскопом, сидением водителя, мотором и средством управления. Конструкция хорошо перемещалась по прямой, однако с поворотливостью возникали проблемы. Сложности управления, затратность и внушительные размеры не позволили разработке выйти в массовое производство. Отметим, что в эту эпоху моноциклы без двигателя использовались преимущественно в цирках, так как обучение езде было долгим и непростым, а явных преимуществ перед уже завоевавшими популярность велосипедом и самокатом не было. Наиболее похожий прототип современного электроуницикла был разработан в 1970-е гг. Изначально в разработку было заложено полуатоматическое управление, однако автоматизация стоила дорого, поэтому было принято решение оставить управление человеку. Принцип работы заключался в подаче усилия электромотору с помощью резистора ногами человека, которые ставились на подножки. Но и эта технология не получила распространения из-за неустойчивости человека во время движения – необходимость постоянных усилий тела по сохранению равновесия не создавали уверенности в комфорте и безопасности данного транспортного средства. В 2004-м и 2006-ом годах новыми патентами был представлен, пожалуй, самый компактный прототип современного электроуницикла. Имея вес всего в несколько килограмм, конструкция представляла собой небольшое мотор-колесо, под осью которого располагались две подножки для человеческих ног. Совершая давление на подножки, человек выводил колесо из равновесия. Движение мотор-колеса осуществлялось за счёт того, что встроенный акселерометр посылал сигнал на электрический контроллер, воспринимавший отклонения мотор-колеса в пространстве. Аналогичный принцип движения стал использоваться в последующих разработках. На будущее электроуницикловв значительной степени повлияло распространение сигвеев с гироскопическими датчиками движения – уже в 2011 году появился электроуницикл SoloWheel, произведенный в Китае. Данный электроуницикл уже не имел сидения, в отличие от своих SBU-предшественников, внутренняя система была защищена пластиковым корпусом, максимальная скорость агрегата составляла 16 км/ч. На протяжении нескольких лет SoloWheel совершенствовал дизайн, уделяя внимание компактности и футуристичности.

Данный проект относительно уверенно продержался на рынке лишь до 2016-го года, уступив новым участникам рынка – Ninebot, InMotion, Begode (ex. GotWay), производившим более мощные модели. Сегодня электроунициклы работают на износостойких литий-ионных батареях, имеют различные диаметры, фары, ручки для перевозки, USB-порты, встроенные Bluetooth-колонки (большинство моделей), большой запас хода (некоторые модели – более 100 км), стильные, ударопрочные корпусы. За счёт свободных рук и практически полному отсутствию усилий при движении электроунициклы конкурируют с электросамокатами и другим индивидуальным электротранспортом по части удобства и безопасности.

В туристском отношении электросамокаты и электроунициклы – инновационная мировая практика. Туристские маршруты на индивидуальном электротранспорте популярны в крупных городах Европы и России – Париже, Праге, Стокгольме, Копенгагене, Москве, Санкт-Петербурге, Казани, Петрозаводске, Самаре. Отметим общие для электросамокатов и электроунициклов достоинства использования в туризме:

— экологичность. Двигатели на электрической тяге и литий-ионных аккумуляторах не требуют подачи топлива, а значит не производят токсичных выбросов в окружающую среду. Таким образом данные СИМ являются безопасными и предпочтительными в так называемом «устойчивом туризме»;

— большой запас хода и скорость. На полном заряде популярные модели электросамокатов и электроунициклов способны выдержать райдера весом до 150 кг и проехать от 30 до 120 км, развивая скорость до 40 км/ч и выше (для движения в рамках обзорных экскурсий достаточно 10-15 км/ч);

— простота в уходе и эксплуатации. Заряжать электросамокат и электроуницикл можно от напряжения 220 В, а переноска СИМ возможно с помощью телескопических ручек. Некоторые модели указанных СИМ оснащены парковочными элементами (например, подножками). Очистка от загрязнений производится в выключенном состоянии влажной или сухой тканью;

— эргономичность. Электросамокаты имеют возможность компактно складываться в руке, а электроунициклы – находиться рядом с райдером, придерживаемые за ручку (лёгкие модели до 16 кг можно нести как сумки). В помещении данные СИМ, в отличие от мопедов и велосипедов, практически не занимают места.

По части приобретения навыков езды электросамокат имеет очевидное преимущество перед электроунициклом. Неподготовленный человек намного быстрее освоится с электросамокатом по причине простого механизма управления: для запуска электросамоката достаточно, включив устройство и поставив одну ногу на длинную опорную площадку, оттолкнуться свободной ногой от земли и запустить акселератор. Современные электросамокаты оснащены надёжными тормозными системами, которые запускаются нажатием на рычаг тормоза. Освоение электроуницикла может занять от нескольких часов до нескольких дней, так как необходимо не только научиться держать

равновесие, но и контролировать транспорт наклонами тела в ускорении и торможении, при поворотах и остановке. Таким образом экскурсионные поездки на электросамокатах доступны как начинающим, так и опытным райдерам, в то время как электроуницикл требует опыта эксплуатации, исчисляемого пробегом от 100 км.

Что касается проходимости, электроуницикл значительно превосходит электросамокат: конструкционная эргономика и достаточная мощность позволяют большинству моделей электроунициклов свободно преодолевать неглубокие ямы, пригорки, бордюры, лестничные полотна и другие городские препятствия. Кроме того, внутренняя система управления и контроля в электроуницикле более надёжно защищена от попадания влаги, пыли, грязи благодаря закрытому типу корпуса, что даёт райдеру возможность эксплуатировать транспортное средство в относительно неблагоприятную погоду.

В туристской эксплуатации электросамокатов и электроунициклов существует и ряд недостатков:

— высокая стоимость. Закупать электрические СИМ достаточной для проведения экскурсий мощности отдельно турагентствам невыгодно (популярные модели – от 30 тыс. руб.), а шэринг доступен преимущественно в крупных городах;

— необходимость надевать экипировку. Эксплуатация электрических СИМ сопряжена с высоким риском травматизма, поэтому райдерам настоятельно рекомендуют использовать защитную экипировку: минимально – шлем, дополнительно – комплект роллерной защиты. Ношение защитной экипировки может доставлять неудобства, к примеру, в жару, при посещении санузлов, предприятий питания и т. д.;

— сезонность туризма на электротранспорте. Системы контроля и управления электрических СИМ довольно уязвимы для воздействия влаги и крайних температурных показателей. Во избежание возникновения неисправностей проведение экскурсий на электросамокате и электроуницикле предпочтительно только в сухую погоду поздней весной, летом и ранней осенью;

— отсутствие законодательства, регулирующего передвижение. Сегодня формально «водители» электрических СИМ приравнены к пешеходам, однако скорости и габариты таких пешеходов более опасны в сравнении с пешеходами, передвигающимися пешком. Превышение скорости, несоблюдение дистанции и недостаток навыков управления могут провоцировать травматизм;

— новизна и малая распространённость. Т. к. электрические СИМ получили распространение в России в течение последних лет, в обществе недооценивают серьёзность данного вида транспорта, считая его «пугающей игрушкой для взрослых». В связи с этим пользователи индивидуального электротранспорта могут столкнуться с негативным отношением окружающих в общественных местах, в том числе посещая объекты туристского показа.

При разработке любого экскурсионного маршрута следует принимать во внимание особенности его организации в выбранных условиях. В данной работе мы разрабатываем экскурсию по городу на весенне-летний сезон и адаптируем её под передвижение на электросамокате и электроуницикле. Подготовка технологических рекомендаций по разработке и проведению экскурсии на индивидуальном электротранспорте требует учесть ряд факторов:

— территориальный потенциал города (количество потенциально интересных в рамках темы объектов, возможная протяжённость маршрута с учётом повышенного скоростного режима электрических СИМ и т. д.);

— значимость погодных условий (решения на случай благоприятной и неблагоприятной погоды);

— доступность городской среды (наличие безопасных и удобных переходов между объектами, состояние дорожного покрытия, наличие ограниченных зон для пешеходов и транспортных средств и т. д.);

— эксплуатационные особенности электрических СИМ (необходимость техобслуживания, учёта конструкционных особенностей, габаритов и веса, ограниченная проходимость, соблюдение принципов ускорения и торможения, повышенный скоростной режим т. д.);

— обязанность соблюдения санитарных предписаний по профилактике заражения COVID-19 (использование антисептических средств, соблюдение социальной дистанции и т. д.)

— необходимость следования нормам ПДД и др.

Результатом исследования стали методические рекомендации по проведению городских экскурсий с использованием индивидуального электротранспорта, из которых было принято выделить базовые:

1) заблаговременная подготовка экскурсантов к прохождению маршрута: наработка и проверка навыка балансирования, маневрирования и остановки на электросамокате и электроуницикле. Специфика формата экскурсии – предварительное обучение (если необходимо);

2) инструктаж по технике безопасности при эксплуатации электротранспорта в любых погодных условиях, обеспечение и проверка наличия защитной экипировки для экскурсантов;

3) при длительности маршрута в 1,5-2 часа увеличение количества остановок и количества объектов показа на маршруте в зависимости от скоростного режима и возрастного состава экскурсантов;

4) вынужденное техническое ограничение по численности группы экскурсантов (до 10 человек);

5) использование группы устройств «радио-гида» для обеспечения качественной слышимости экскурсовода.

Мухаммедов М.М. – д.э.н., проф. СамИЭС

ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАНИЯ КАК ВАЖНЕЙШИЙ ФАКТОР ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА

Острая необходимость модернизации экономики и обеспечения конкурентоспособности национальной экономики с целью достижения устойчивого экономического роста на основе развития кадрового потенциала, повышения эффективности его использования приобретают особую актуальность как в масштабе всей страны, так и на региональном уровне. В Концепции социально-экономического развития Республики Узбекистан до 2030 года предусматривается обеспечение макроэкономической стабильности и устойчивости экономического роста, повышение конкурентоспособности, инвестиционного и экспортного потенциала отраслей экономики, создание благоприятных условий для развития и защиты предпринимательства, снижение уровня напряженности на рынке труда, рост доходов населения и сокращение малообеспеченности. В ней предусматривается разработка и реализация программ комплексного развития территорий, а также развития промышленного потенциала и инфраструктуры городов и районов. Всё это в комплексе позволит увеличить долю регионального производства в валовом внутреннем продукте страны до 41,2%.

Поскольку экономика страны характеризуется низким уровнем инклюзивности, сопровождающаяся невысоким качеством человеческого капитала,[170] важнейшим условием решения проблемы инновационного развития экономики региона является развитие человеческого капитала с целью усиления его воздействия на экономический рост. Наиболее значимыми факторами этого процесса являются: повышение качества образования, инвестиции в человеческий капитал, использование научного потенциала вузов и вузовской науки.

Сегодня рассматриваются различные подходы к решению актуальных проблем образования, активно анализируются условия и пути повышения его качества, обосновывается необходимость поддержки малого предпринимательства в регионе и его роль в инновационном развитии экономики, выявляются существующие в этом процессе проблемы и возможные пути их решения, а также исследуется роль науки и образования в решении важных вопросов инновационного развития экономики региона.

Важнейшее условие решения проблемы инновационного развития экономики - повышение качества человеческого капитала. Наиболее значимыми факторами этого процесса являются: повышение качества образования, активизация предпринимательской активности населения, инвестиции в человеческий капитал, использование научного потенциала вузов и вузовской науки. Рассматриваются различные подходы к категории

[170] Концепция комплексного социально-экономического развития Республики Узбекистан до 2030 года. Ташкент, 2019 г.

«человеческий капитал», имеющиеся в экономической науке, особенности инвестиций в человеческий капитал, анализируются условия повышения качества образования, обосновывается необходимость поддержки малого предпринимательства в регионе и его роль в инновационном развитии экономики, выявляются существующие в этом процессе проблемы и возможные пути их решения, а также исследуется роль вузовской науки и конкретные направления научного потенциала вузов в решении вопросов инновационного развития экономики региона и повышения качества человеческого капитала.

Все истекшие годы самостоятельного развития стали для Узбекистана периодом трансформации экономической и социально-политической жизни. Переход Узбекистана от плановой системы к рыночной сопровождался становлением частной собственности, возрастанием роли малого и частного бизнеса, формированием финансово-кредитной, банковской систем, институциональной и политической структур и др. Вместе с тем, еще не полностью используется имеющийся огромный потенциал Узбекистана для решения острых роблем устойчивого и ускоренного экономического роста и повышения конкурентоспособности национального хозяйства и экономики отдельных регионов. Невзирая на проводимые в стране широкомасштабные экономические реформы, в деле сокращения присутствия государства в экономике, сбалансированного социально-экономического развития регионов, районов и городов, активного привлечения инвестиций в регионы, мы существенно вперед не продвинулись.[171] Человеческий капитал ещё не стал решающим фактором социально-экономического развития страны и её регионов из-чего экономика носит затратный характер. В структуре экономики аграрный сектор занимает 32,4 %, промышленность –32,0%, а сфера услуг всего – 35,6 %. В стране и её регионах остаётся очень низкой восприимчивость бизнес-структур к инновациям: а удельный вес инновационно активных организаций в составляет всего 1,9% о общего количества зарегистрированных предприятий и организаций. На сегодняшний день остаются нерешёнными острые проблемы разработки новых видов продукции, технологий, внедрение инноваций, а также подготовки высококвалифицированных научных кадров, во многом определяющих уровень и темпы экономического развития. Инновационная инфраструктура развита слабо. В стране действуют только 668 организаций, выполняющих научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки.

В результате всего этого научный потенциал страны используется не в полной мере, а инновационный потенциал не стал ведущим фактором экономического роста и конкурентоспособности. Не в полной мере используется научный потенциал профессорско-преподавательского состава высших учебных заведений, молодых учёных, специалистов.

Негативные тенденции в социально-экономическом развитии ставят проблему перехода экономики на инновационный путь в разряд наиболее

[171] Основные проблемы развития экономики Узбекистана и как их решить kun.uz › news › 2020/06/12 .

актуальных, поскольку от их решения зависит ситуация в регионе в ближайшей и отдалённой перспективах.

Решающую роль в преодолении всех этих и других негативных последствий прошлого играет человеческий капитал и в связи с этим повышение его качества является одним из важнейших условий инновационного развития экономики.

Безусловно, решения требует весь комплекс проблем социального и экономического развития как на ближайшую, так и на отдалённую перспективу. Однако вопросы модернизации экономики страны, обеспечения конкурентоспособности на мировом рынке товаров и услуг, устойчивого роста на основе развития инновационного потенциала, повышения эффективности его использования в настоящее время приобретают особую актуальность.

Узбекистан не испытывает дефицит сырья, обладает большими запасами уникальных и ценных природных ресурсов, имеет быстро растущее молодое население. Однако, мировая практика показывает, что успешное развитие экономики определяется не наличием ресурсов, а умением их рационально и эффективно использовать.

Многие страны мирового сообщества стали лидерами социально-экономического развития, имея конкурентные преимущества в одном из факторов производства, тогда как Республика Узбекистан имеет конкурентные преимущества по двум факторам одновременно – это земля и труд. Их умелое и успешное сочетание может обеспечить для Узбекистана неимоверно высокое темпы социально-экономического развития. Япония стала лидером мирового сообщества именно на основе разумного использования своего трудового потенциала. Примерно по такому же сценарию развивается национальная экономика Китая, успехи которого в социально-экономическом развитии за последние 30 лет, просто ошеломительные. Страны Запада, хотя и на сегодняшний день располагают огромным инвестиционным потенциалом, но все же в основе их успеха в экономическом развитии лежит умелое и эффективное использование трудового фактора производства, накопление и мобилизация человеческого капитала. Даже самые богатые природными ресурсами страны не могут сравниться с ними в экономическом развитии из-за низкой отдачи трудовых ресурсов, неумелого использования трудового потенциала, нерешенности проблемы повышения производительности труда, прежде всего из-за нехватки квалифицированной, высокопроизводительной рабочей силы. Не случайно, что в последние годы в Узбекистане придаётся огромное значение проблемам социальных отношений, преодоления бедности, развития рынка труда, сокращения безработицы и обеспечения занятости населения. Перспективность такого подхода заключается в том, что без создания эффективной системы мобилизации и использования трудового потенциала, обеспечения сбалансированности между спросом на рабочую силу и ее предложением, разработки и применения современной, высокоэффективной системы мотивации труда и побуждения людей к высокопроизводительному труду с полной отдачей сил и энергии, усиления

социальной направленности рыночного хозяйства невозможно решить исключительно важную, но архисложную задачу повышения уровня жизни широких слоев населения и преодоления бедности. Переход Узбекистана к социально ориентированной рыночной экономике является главной стратегической задачей, а ее достижение требует первоочередного решения проблем повышения уровня жизни населения. Причем следует ставить задачу повышения уровня жизни не отдельной, избранной его части, а широких слоев и подавляющего большинства населения за счёт сокращения бедствующей части населения.

Однако в сфере занятости жителей целого региона немало проблем. Поэтому в рамках, проводимых в стране крупномасштабных реформ, в регионе первостепенное значение придается проблемам занятости. И это вполне понятно. Не решив острые проблемы занятости и достойной оплаты труда, нет смысла говорить об экономическом подъеме и улучшении уровня жизни населения, о снижении уровня бедности. По некоторым данным около 2,6 млн. чел. или же 18% экономически активного населения республики работают за пределами Узбекистана[172]. По другим источникам численность населения, работающего за пределами страны, достигает до трети трудоспособного населения[173]. Такое положение обусловлено, прежде всего, нехваткой рабочих мест в Узбекистане, а также низким уровнем заработной платы.

Мы не претендуем на анализ всех факторов формирования человеческого капитала, но самим значимым в их числе является повышение качества образования. Подготовка высокообразованных и квалифицированных специалистов, способных к профессиональному росту и профессиональной мобильности, является важнейшим показателем качества человеческого капитала и конкурентоспособности личности.

Сегодня в Узбекистане от низкого качества образования сильно страдает национальная экономика, в том числе экономика всех регионов, заметно снижается её конкурентоспособность на внешнем и внутреннем рынках. молодёжь, особенно выпускники средних или высших учебных заведений, другие категории невостребованной на рынке труда рабочей силы. От него сильно страдают работодатели, наёмные работники, но и конечно же сами специалисты с дипломами на руках о профессиональном образовании. Врезался в память случай, когда студент-выпускник, претендующий на диплом о профессиональном высшем образовании, не смог правильно назвать предмет, по которому он сдавал государственный экзамен.

В настоящее время на национальном рынке труда преобладает молодёжь, не обладающая какими-либо специальностями. Простые рабочие руки годны лишь для несложных работ. Дивно, чему учили колледжи детей в течение прошедших лет самостоятельного развития – ничему дельному. Целое поколение молодых людей, не получая реальную специальность (ремесло),

[172] Интернет ресурс: https://uz.sputniknews.ru
[173] Интернет ресурс: https://www ca.-portal.ru/ article: 40715.

вдобавок оказалась на грани безграмотности. Выпускники колледжа толком не знали математику, физику и химию, историю и географию, биологию и т.д. Между тем этими знаниями свободно владели выпускники 10-11 классов прошлых лет. Выпускники колледжа толком не освоили и профессиональные знания по избранной специальности.

Амбициозная пертурбация с просвещением, образованием, неудавшийся эксперимент по совершенствованию и повышению качества профессионального образования нанесли огромный вред обществу, повлекли за собой огромные материальные и финансовые потери, немалые средства государственного бюджета были брошены на ветер.

В этих условиях делить национальный пирог при необузданных действиях работодателя, слабости и невмешательства профсоюзов, слабой социальной защиты безработных, не обладающих трудовыми навыками и получающих мизерное пособие, приемлемо ли увеличить долю носителя рабочей силы в национальном пироге? Ответ, безусловно, отрицательный. На наш взгляд, чтобы рассеять толпы безработных молодых людей на неофициальном рынке труда (например, в Самарканде в широкой улице С. Айни), пришло время в сфере занятости исходить из индивидуального подхода к безработному в отдельности. Президент как-то образно сказал: один безработный, одна головная боль, два безработных - две головные бол для государства.

Уточнение обстоятельств отсутствия у безработного специальности, не лишнее узнать у него, его наклонности к выбору профессии, желает ли он учиться, скажем, на 3-6 месячные курсы для овладения рабочими профессиями за счёт государства с получением стипендии или есть другие варианты трудоустройства, которые могли бы его удовлетворить. Полный охват безработных путем оказания им реальной помощи для получения ими привлекательной специальности, решила бы не только проблему занятости, но и содействовал бы в увеличении их доли в национальном доходе страны.

Разумеется, такое направление помощи безработным требует дополнительных затрат, увеличит нагрузку содействующих региональных государственных структур по контролю и исполнению этой специально направленной задачи. Учитывая нынешние особенности времени, по большому счёту следует отметить, что технический прогресс делает умного работника более продуктивным, а неквалифицированного - просто не нужным. По образному выражению американского экономиста Чарльза Уиллана человеческий капитал отделяет имущих от неимущих.[174] Здесь уместно напомнить известную американскую пословицу: «если ты умный, почему ты бедный?». В нашем веку, где огромен спрос на квалифицированный труд, умный, образованный человек никогда не будет бедным.

До промышленного переворота XVIII века, ремесленники, кустари производили продукцию на основе семейного разделения труда, а значит

[174] Уилан Чарльз. **Голая экономика. Разоблачение унылой науки. –** М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. - С.16**8.** [Электронный ресурс].

ограниченной специализации, при которой ремесло кормило своего владельца. Современное промышленное производство, основанное на глубокую специализацию с законченным циклом выпуска продукции, требует от носителей рабочей силы наличия способностей, образования, специальности, профессии, креативности, предпринимательской жилки и т.д. Всё это в современном лексиконе называется человеческим капиталом. Человеческий капитал, по утверждению Чарльза Уиллана, сумма знаний и навыков, воплощенных в том или ином человеке: его образование, интеллект, харизма, творческий потенциал, опыт работы, предпринимательская жилка, даже способность сильно и метко бросать бейсбольный мяч. Это то, с чем вы останетесь, если вдруг лишитесь всех своих активов - работы, денег, дома, имущества.[175]

Более того, он считает, что "человеческий капитал - понятие более всеобъемлющее, нежели умение индивида больше зарабатывать. Он делает нас лучшими родителями и более информированными избирателями, учит высоко ценить искусство и культуру и больше наслаждаться жизнью. Он нас делает более здоровыми, а здоровье - важная часть человеческого капитала.[176] Западные эксперты в области человеческого капитала считают, что на суммарные запасы образования, профессиональной подготовки навыков и даже здоровья людей приходится около 75 процентов богатства современной экономики.

Учитывая всю важность связи человеческого капитала с экономическим развитием страны Президент Ш.М.Мирзиёев в своём послании к Олий Мажлису от 28 декабря 2018 года, со всей очевидностью и твердостью отметил, что" в развитых странах большое внимание уделяется инвестированию в полный цикл образования, то есть выделяется средства на обучение ребенка в возрасте от 3 до 22 лет. Такие инвестиции в будущем окупаются в 15-17 кратном размере. У нас в стране пока лишь в 4 кратном. Следовательно, мы должны усилить внимание к человеческому капиталу." На самом деле, между уровнем экономического благосостояния страны и её человеческим капиталом выявлена четкая позитивная корреляция, а не между природными ресурсами и уровнем жизни населения.

Поэтому западные экономисты человеческий капитал называют как бы экономический паспорт, а саму экономику называют "экономикой человеческого капитала". Поэтому проблемы повышения благосостояния людей и экономического роста объёмов регионального продукта должны быть изучены с позиции концепции человеческого капитала, его продуктивности. Продуктивность общественного производства отчасти зависит от природных ресурсов, но на неё всё сильнее влияют технологии, специализация, навыки, то есть прежде всего образование, затем все другие производные человеческого капитала

[175] Уилан Чарльз. **Голая экономика. Разоблачение унылой науки. –** М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. - С.16**8.** [Электронный ресурс]. **С**.160**.**

[176] Там же, С.16**7.**

Масштабы трансформации социально-трудовых отношений и коренных преобразований на рынке труда огромны и поэтому невозможно своевременно решить все имеющиеся проблемы в этой сфере, которые накопились за многие годы. Тем не менее, это не исключает возможность глубокого исследования и решения первоочередных, наиболее актуальных задач развития национального рынка труда, обеспечения занятости населения и повышения на этой основе уровня его жизни. Прежде всего, отметим, что в нынешних экономических условиях развития Узбекистану необходим пересмотр подходов к формированию государственной политики занятости и регулирования рынка труда в направлении обеспечения продуктивной занятости, улучшения использования огромного трудового потенциала страны на основе совершенствования механизма распределения вновь созданной стоимости между трудом и капиталом, роста производительности труда и повышения качества рабочей силы, как основного фактора наращивания человеческого капитала.

Необходимо осуществлять переход к новому типу регулирования рынка труда, достижения эффективной занятости, который бы позволил максимально сочетать рыночные отношения в сфере труда и высокую социальную защищенность населения. С научной точки зрения, проблемам занятости, доходов и уровня жизни населения уделяется достаточно большое внимание. Экономические категории «Занятость», «Доходы» и «Уровень жизни» являются предметом исследования многих ученых, занимают важное место в социально-экономической политике любого уважающего себя и свой народ, государства. Однако, проблемы взаимосвязи и взаимозависимости между этими тремя важнейшими показателями изучена крайне недостаточно. Например, достаточно много работ, посвященных проблемам занятости. В то же время крайне недостаточна исследована причинно-следственная связь между этим важнейшим показателем и уровнем жизни населения. Нет научно обоснованного ответа на жизненно важный вопрос: «Является ли допустимым, с точки зрения социальной справедливости, когда отдельные, не работающие живут вдоволь и немало тружеников, живущих в бедности?». Крайне проблематичны на сегодняшний день вопросы соотношения трудовых и нетрудовых доходов при формировании абсолютных параметров уровня жизни населения. «Если жить можно хорошо не работая, тогда зачем же работать?», или же «если можно жить хорошо, работая плохо, зачем же тогда хорошо работать?». Понятно, что ответы на все эти жизненно важные вопросы должны найти свое непосредственное отражение в социально-экономической политике государства и играть первостепенную роль при решении проблем формирования количественных и качественных параметров уровня жизни населения современного общества. Безусловно, каждое суверенное государство самостоятельно решает проблемы занятости и развития рынка труда, отрабатывая свою стратегию и тактику, что само по себе представляет научный и практический интерес.

Проблема заключается не просто в повышении уровня жизни населения как такого, исчисляемого на основе среднеарифметических данных по региону, а повышения уровня жизни широких слоев населения, подавляющего большинства людей, проживающих на его территории. Основным фактором подобного повышения уровня жизни населения должен быть продуктивный, высокопроизводительный труд в любой его форме (предпринимательский, наемный, индивидуальный, коллективный) - главный источник всякого богатства, важнейший фактор благополучия и процветания любой нации во все времена. Поэтому не случайно, что право на труд справедливо считается первостепенным правом человека и гражданина, которое однозначно гарантируется конституцией любой цивилизованной страны.

Все, что удовлетворяет наши материальные или духовные потребности, создается, за исключением лишь единичных случаев, человеческим трудом. Как с точки зрения социальной справедливости, так и необходимости повышения экономической эффективности общественного производства, все создаваемые этим же трудом блага должны распределяться прежде всего по объективным законам рынка в соответствии с трудовыми усилиями каждого трудоспособного члена общества, его реального вклада в производство, а трудовой доход должен превратиться в основной источник повышения уровня жизни населения. Автор статьи долгие годы занимался исследованиями взаимосвязи и взаимозависимости между занятостью, доходами и уровнем жизни населения. Мы пришли к однозначному выводу, что какими бы совершенными и эффективными не были методы государственного регулирования, «…рыночные механизмы саморегулирования необходимы для обеспечения объективного экономического роста на основе формирования факторных доходов и усиления мотивационных механизмов через действие законов рыночной экономики»[177]. В противном случае не только ущемляются интересы тружеников в части получения заработанных собственным трудом средств, но и существенно снижается суть государственной социальной политики, направленной на повышение уровня жизни населения. Не решив эту проблему, страна не может претендовать на высокие темпы экономического роста, на заинтересованное отношение работников к труду, к его конечным результатам. По крупному счету, если труд и получаемые по его результатам заработки не станут основным источником повышения уровня жизни основной массы населения, то все постулаты о социально справедливом распределении создаваемых в стране благ, превращаются в пустые слова.

Ещё один важный момент: увеличение доли наемного работника во вновь созданной стоимости стимулирует потребительский спрос и тем самым способствует развитию производства и расширению рынка товаров и услуг.

Превращение трудовых доходов в основной, превалирующий источник совокупных доходов населения должно стать стратегической целью государства на ближайшую и отдаленную перспективу. Именно высокий

[177] Мухаммедов М.М. и др. Занятость, доходы и уровень жизни./ Монография. - Т.: «IQTISODIYOT», 2016. - С.243.

уровень доходов от занятости и их определяющее значение при формировании показателей уровня жизни населения должен соответствовать, на наш взгляд, содержанию формируемой в Республике Узбекистан социально ориентированной модели рыночной экономики. Социальная направленность рыночной экономики предполагает, прежде всего, достижение социальной справедливости в обществе. В этом обществе должны жить хорошо не только работодатели и собственники, имеющие в своих руках средства производства, но и все другие слои населения и, прежде всего, те, чьим трудом создаются материальные и духовные ценности. Рыночная экономика, отдающая приоритет экономическим целям, достаточно жестока и создаёт для товаропроизводителей такие условия и среду, при которых наемный работник «выкладывает» практически все свои силы и возможности и трудится в полную отдачу (по образному выражению Тейлора «система выжимания пота»). Коль это так, то и труд наемного работника должен соответствующим образом вознаграждаться, а заработанный трудом совокупный доход должен превратиться в основной критерий уровня жизни населения. В экономической литературе социальное рыночное хозяйство интерпретируется несколько упрощенно. В большинстве работ, посвященных данной проблематике, центральное место занимает идея справедливого перераспределения национального дохода в пользу слабых и неспособных, социально уязвимых слоев населения, остро нуждающихся в поддержке со стороны государства или иных субъектов рыночной экономики. Большая часть госбюджета и без того направляются в этих целях. В отличие от этого, автор настоящей статьи выдвигает собственную точку зрения на счет сущности социально ориентированной рыночной экономики, что центральным звеном социально-рыночной системы должно стать справедливое распределение всей вновь созданной стоимости, и прежде всего, между собственниками средств производства и наёмными работниками.

Обращаясь к реалиям практики, заметим, что справедливое распределение национального пирога является прерогативой государства при участии частного партнёрства. Но научной мысли небесполезно приложить свои рекомендации в решении этой исключительно важной, как с экономической, так и с социальной точек зрения, проблемы.

Абдукаримов Барат-Али – СамИСИ, «Тармоқлар иқтисодиёти» кафедраси профессори
Игамбердиев Сахобиддин – СамИСИ Иқтисодиёт йўналиши магистранти

ТУРИСТИК ХИЗМАТЛАР САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШДА ИННОВАЦИЯЛАРНИНГ АҲАМИЯТИ

Аннотация: *Мақолада хизматлар соҳаси, хусусан туристик хизматлар самарадорлигини оширишда инновацияларнинг ўрни, хизматлар соҳасидаги инновацияларнинг таснифланиши, туристик фаолиятда инновациялардан фойдаланишнинг истиқболлари ҳақида сўз юритилади.*

Калит сўзлар: *инновация, инвестицион муҳит, туристик хизматлар, инновацияларнинг турлари, инновацион технологиялар.*

Аннотация: *В статье рассматривается роль инноваций в повышении эффективности услуг, в частности туристических услуг, классификация инноваций в сфере услуг, перспективы использования инноваций в туризме.*

Ключевые слова: *инновации, инвестиционный климат, туристические услуги, виды инноваций, инновационные технологии.*

Annotation: *The article discusses the role of innovations in improving the efficiency of services, in particular tourism services, the classification of innovations in the field of services, the prospects for the use of innovations in tourism.*

Keywords: *innovation, investment climate, tourism services, types of innovations, innovative technologies.*

Ривожланган мамлакатларда инновацияларни ишлаб чиқиш ва амалга ошириш ижтимоий ва иқтисодий ривожланишнинг ҳал қилувчи омили, иқтисодий хавфсизликнинг кафолати ҳисобланади. Ҳозирда инновацион жараёнлар тобора муҳим аҳамият касб этмоқда, уларнинг асосий вазифаси корхоналар томонидан рақобатда устунликларга эришиш ва истеъмолчиларнинг юқори сифатли товарлар ва хизматларга бўлган талабини тўлиқ қондиришдир.

Бугунги кунда бу асосан янги иқтисодий шароитларда кенг жорий этилиши ва фойдаланилиши зарур бўлган янгиликлар билан таъминланиши мумкин.

Хизмат кўрсатиш соҳаси ҳозирги иқтисодий шароитда жамият эҳтиёжларини қондиришда муҳим рол ўйнайди. Мамлакатимизда постиндустриал ахборот жамияти шаклланиб бораётганлиги сабабли, хизмат кўрсатиш соҳасининг роли барқарор равишда ошиб боради, чунки аҳоли эҳтиёжлари доимий равишда ўсиб боради ва уларнинг хилма-хиллиги доимий равишда кенгайиб бормоқда. Бу жараёнда инновацияларни тадбиқ қилиш ва улар асосида самарадорликка эришиш асосий устуворликлар бермоқда.

"Инновация" тушунчасига турли хил ёндашувлар мавжуд. Одатда, инновация ижодий жараён ва ўзини янгилаш жараёни натижаси сифатида белгиланади. Халқаро стандартга мувофиқ, инновация бошқарув категорияси

ҳисобланади. Ҳозирги кунда инновациялар жамиятнинг барча соҳаларида фаол бўғин вазифасини ўтамоқда. Замонавий дунёни энди одатланиб қолган, татбиқ этилаётган инновацияларсиз, балки келажакдаги эволюцияга ҳисса қўшадиган келажаксиз тасаввур қилиш мумкин эмас. Ўзбекистоннинг хизмат кўрсатиш соҳасида сўнгги йиллар ичида бутун ташкилий ва иқтисодий механизм алмаштирилди, бунинг асосида хизмат кўрсатиш соҳаси ривожлантириб борилмоқда. Шу билан бирга, самарали хизмат турларини кенгайтириш билан ишни бажаришнинг инновацион шакллари ва усулларини жорий этишнинг кучли импулслари ҳам корпоратив хизмат кўрсатиш муҳитида, ҳам истеъмолчилар томонидан рағбатлантирилди. Инновацион жараёнларга, шунингдек, мамлакатимизга янгиликлар билан фаол кириб борган хорижий фирмалар ҳам сезиларли таъсир кўрсатди.

Хизматларни ишлаб чиқаришда қуйидаги турдаги инновациялар ажратилади: техник, бу янги турдаги ускуналар, асбоблар, мосламалар, шунингдек хизматга техник ва технологик меҳнат усулларини киритиш билан боғлиқ. Ҳозирги кунда энг сезиларли тенденция - бу компютер технологияларини жорий этиш, ахборот технологиялари янгиликларининг тарқалиши, бу ўзаро таъсирлашув жараёнлари ва хизматларни кўрсатиш жараёнини сезиларли даражада осонлаштиради.

Хизмат кўрсатиш соҳасида қуйидаги турдаги инновациялар ажратилади:

- хизматларнинг янги турлари, хизмат кўрсатишнинг янада самарали шакллари ва хизмат кўрсатишда ташкилий меъёрлардан фойдаланиш билан боғлиқ бўлган ташкилий ва технологик;
- ташкилотнинг ташқи ва ички алоқаларини яхшилашга йўналтирилган бошқарув;
- бир вақтнинг ўзида хизмат кўрсатувчи ташкилотлар фаолиятининг барча жиҳатларини қамраб оладиган комплекс инновациялар[178].

Яқин келажакда инновацияларни жорий этиш қуйидагиларга олиб келади:

- мамлакат иқтисодий ўсишига, яъни замонавий жамиятда янгилик олдинга чиқади;
- иқтисодиётда янги тармоқларни яратишга;
- ягона бозор майдонини яратишга;
- рақобатни фаол равишда рағбатлантириш ва шахслар, ташкилотларнинг рақобатбардошлигини ошириш;
- интеллектуал фаолиятга бўлган интеллектуал ҳуқуқларни, патент ва тижорат имтиёзларини ҳимоя қилиш соҳасидаги қонунчилик базасини ривожлантириш ва такомиллаштиришга сабаб бўлади;
- бозор улушининг ошишига, потенциал харидорлар доирасининг кенгайишига, янги бозор сегментларини эгаллашга, корхоналарнинг бозордаги мавқеини барқарорлаштиришга ва консолидацияга олиб келади;
- ишлаб чиқариш харажатларининг пасайишига олиб келади.[179]

[178] Жданова О.А. Роль инноваций в современной экономике // Экономика, управление, финансы: материалы междунар. науч. конф. Пермь: Меркурий, 2013

Шундай қилиб, ҳозирги вақтда хизмат кўрсатиш соҳасидаги инновацион жараёнлар тобора муҳим аҳамият касб этмоқда, уларнинг асосий вазифаси - уларга хизмат кўрсатувчи ташкилотлар томонидан рақобатбардош устунликларга эришиш ва истеъмолчиларнинг юқори сифатли хизматларга бўлган талабини тўлиқ қондиришдир.

Туризмдаги инновацион технологиялар - бу соҳада ижобий ўзгаришларга олиб келадиган сифатли янгиликка эга бўлган тизимли ҳодисалардир. Кўпинча, ушбу соҳада таклиф этилаётган барча янгиликлар маркетинг хусусиятига эга ва такомиллашмоқда ёки комбинацион хусусиятга эга. Масалан, виртуал туризмнинг пайдо бўлишини кўриб чиқишимиз мумкин, унинг жараёни тобора кўпроқ соҳаларни қамраб олади. Виртуал туризм - бу мониторда уч ўлчовли кўп элементли маконни реал равишда намойиш этиш усули. У шарсимон панорамалардан, яъни интерактив ҳаволалар билан боғланган виртуал уч ўлчовли тасвирлардан иборат бўлиб, объектлар ўртасида ҳаракат қилиш имкониятини беради. Баъзида виртуал саёҳатлар оддий фотосуратлар ва интерфаол элементлар билан ўзгарувчан маълумот ойналари, тушунтириш ёзувлари ва графика билан яратилган бошқарув тугмачалари билан тўлдирилади. Бундай экскурсия мижозга маҳсулотни (хизматни) махсус тарзда намойиш этишга имкон берадиган самарали маркетинг воситасидир, чунки у шахсий мавжудлик эффектини яратади. Ҳозирги вақтда виртуал 3-d турлар энг ажойиб ва интерактив визуализация воситаларидан бири ҳисобланади. Виртуал саёҳатларни кўриш учун сиз фойдаланувчи компютерига махсус дастурларни ўрнатишингиз ва потенциал харидорлар ёки мижозларнинг фаоллигини ошириш учун компания, меҳмонхона ёки ресторан веб-сайтига виртуал саёҳатларни жойлаштиришингиз шарт эмас. Ўзбекистонда виртуал туризмнинг ривожланиши 2010 йил ўрталарида бошланган ва айни пайтда баъзи йирик туроператорлар таклиф қилинаётган меҳмонхоналар ва дам олиш масканлари, шунингдек, диққатга сазовор жойлар билан танишиш учун виртуал саёҳатларни тақдим этишади. Бундан ташқари, Ўзбекистон минтақаларининг веб-сайтларида ўз туманлари ва диққатга сазовор жойларига виртуал саёҳатлар қилиш имкониятини берадиган сайёҳлик порталлари пайдо бўлди.

Умуман олганда, виртуал туризм бу реклама қилинаётган объектнинг туристик оқимини кўпайтириш ва рентабеллигини оширишга ёрдам берадиган самарали маркетинг янгиликидир. Ушбу янгиликни таснифлаганда, у моддий-техник эканлигини таъкидлаш мумкин, чунки бу янги техник ечимга асосланган янги хизматдир. Бундан ташқари, бу ижтимоий аҳамиятга эга, чунки у реклама мақсадларидан ташқари, ногиронларга виртуал саёҳат қилиш имкониятини беради, дастур улар учун дунёнинг кўплаб жойларига саёҳат қилади. Туризм бозори ва тақдим этилган виртуал саёҳатлар таҳлили асосида шуни таъкидлаш мумкинки, ушбу инновацион технология мамлакатимиз туризм соҳаси учун ҳанузгача янги ҳисобланади.

Чекланган бюджет билан Ўзбекистонда сайёҳлик корхоналарини ривожлантириш учун янги технологияларга мослашиш, булутли тизимларни

[179] Abdusattarova X.M. «Innovatsiya strategiyasi» - o'quv qo'llanma - T.: TDIU, 2011. 233– bet.

амалга ошириш ва турли хил Интернет-платформалардан фойдаланиш муҳимдир. Меҳмондўстликдаги технологик янгиликлар тақдим этилаётган хизматлар сифатини оширишга, яъни мижознинг, сайёҳнинг қулайлигини оширишга, шунингдек корхона харажатларини оптималлаштиришга қаратилган. Буларнинг барчаси ташкилотнинг фаолиятини яхшилашга, потенциал мижозлар олдида унинг рақобатбардошлиги ва жозибадорлигини оширишга ёрдам беради.

Р. Ҳайитбоев – СамИСИ “Туризм” кафедраси катта ўқитувчиси

ЎЗБЕКИСТОННИНГ ЧЎЛЛАРИДА ТУРИЗМНИ ТАШКИЛ ҚИЛИШ ВА РИВОЖЛАНТИРИШДАГИ МУАММОЛАР

Аннотация: *мақолада Ўзбекистоннинг чўлларида туризмни ташкил қилиш ва ривожлантиришдаги муаммолар тадқиқ қилинган ва бу муаммоларни ечиш йўллари тавсия қилинган.*

Аннотация: *статье исследованы проблемы при организации и развития туризма в пустыни Узбекистана и даны рекомендации решения по этих проблемы.*

Abstract: *The article investigates the problems of organizing and developing tourism in the deserts of Uzbekistan and gives recommendations for solutions to these problems.*

Калит сўзлар: *арид минтақа, чўл минтақаси, адир минтақаси, бефарқлик, биологик ресурслар, декларатив ҳисобот, замонавий маршрутлар.*

Ключевые слова: *аридная зона, пустынная зона, адирная зона, биологические ресурсы, декларативный отчёт, современные маршруты.*

Keywords: *arid zone, desert zone, adir zone, biological resources, declarative report, modern routes.*

Ўзбекистоннинг чўлларида туризмни ривожлантиришдаги муаммолар. Чўлларимизда туризмни ривожлантириш муаммоларини ёки масалаларини ихтиро ёки кашф қилиш керак эмас, бу муаммолар туризм мутахассисларига ҳам чўллардаги ҳокимликларга ҳам, мамлакатимизнинг туризми бошқарувига ҳам маълум ҳисобланади. Бу ерда энг ачинарли ва таасуфли жойи шундаки, чўллар ҳудудларида жойлашган вилоятларнинг ҳокимликлари чўл ҳудудларида туризмни ривожлантириш чўлликларнинг ижтимоий-иқтисодий ҳаётида истиқболли йўналиш эканлигига эътиборсизлик қилаётганлилигида, чўлларнинг ҳудудларида туризмни ривожлантириш масалаларида ташаббускорликни ташкил қилмаётганлигида ҳисобланади.

Чўл минтақаларидаги туристик ресурслардан туризмда фойдаланишдаги ташкилий муаммолар қуйидагилардан иборат:

1.Чўл ва адир ҳудудларининг марказлардан, шаҳарлардан узоқ масофаларда жойлашганлиги.

2.Чўллардаги туманларнинг марказларида меҳмонхоналарнинг йўқлиги.

3.Чўлларда туристларнинг сифатли овқатлантириш хизматларининг ташкил қилинмаганлиги.

4.Чўлларда туристик инфратузилмаларнинг йўқлиги.

5.Чўллар ва адирлардаги қизиқарли туристик ресурсларга туризм маршрутларининг ишлаб чиқилмаганлиги.

6.Чўллар ва адир ҳудудларидаги туризм ресурсларидан туризмда фойдаланиш рекламаларининг ишлаб чиқилмаганлиги.

7.Чўлларнинг аҳолисида туризм соҳаси ҳақида тўлиқ маълумотларнинг тарғибот ва ташвиқот ишларининг йўқлиги.

8.Чўл ҳудудларидаги туманлар ҳокимликларининг ўз ҳудудларида туризмни ривожлантиришга бефарқлилиги.

Бу муаммоларни ечишда ва чўлларимизда туризмни ривожлантиришдаги дастлабки лойиҳаларда мамлакатимизда ички туризмни ривожлантириш масалаларини тадқиқ қилишимиз зарур бўлади. Туризм ривожланган давлатлар дастлаб ўз давлатларида ички туризмни ривожлантирганлар.

Ўзбекистоннинг чўллар ва адир ҳудудларида туризм соҳасини ривожлантиришнинг яна бир қатор муаммоларига тўхталиш лозим. Халқ хўжалигидаги ҳар қандай янги соҳанинг ривожланишида дастлаб шу соҳани ривожлантиришнинг муаммолари ўз заҳиралари билан мавжуд бўлади. Ҳар қандай соҳада ривожланишни таъминлаш учун дастлаб бу соҳанинг ҳуқуқий-меъёрий асослари давлатнинг қонунлари билан мустаҳкамланмоғи лозим.

Мамлакатимизнинг чўл ва адир ҳудудларида туризмни ривожлантиришдаги муаммолар бу бепаён минтақаларда туризмни ижтимоий-иқтисодий жиҳатлардан ташкил қилиш масалалари билан узвий ҳолатларда боғлангандир. Бу муаммолар анча жиддий бўлган мажмуали муаммолар ҳисобланади:

1.Чўллар ва адир минтақаларида туризмни ривожлантириш муаммоларининг биринчиси-бу ҳудудлардаги туристик ресурсларни рўйхатга олиш, ҳужжатлаштириш, асосий ва қўшимча туристик объектларнинг тариф ва тавсифларини батафсил ёзиб чиқиш, бу туристик ресурслардан туризмда фойдаланишда ижтимоий ва иқтисодий самарадорликни аниқлаш, истиқболда туризм иқтисодиётидаги ўрнини белгилаш.

2.Ўзбекистоннинг чўл ва адир минтақаларида туризмни ривожлантириш бепаён ҳудудлардаги табиат бойликлари, биологик хилма-хиллик ресурслари билан боғлиқ туристик ресурс манзиллари, объектлари, овчилик майдонлари, сув ҳавзалари, дарёлар соҳиллари давлат муҳофазасида бўлганлигидан бу ҳудудлардан туризмда фойдаланишнинг ҳуқуқий-қонуний меъёрлари ҳозиргача ишлаб чиқилмаган. Хусусан чўл ҳудудларидаги табиат қўриқхоналари ва табиат буюртмахоналаридан туризмда фойдаланишда давлат ҳокимияти рухсатномалари ҳозиргача олинмаган.

3.Чўл ва адир минтақаларидаги маҳаллий аҳоли яшаш жойлари ва аҳолига яқин бўлган туристик объектларда аҳолини, меҳнат ресурсларини туристик объектларга жалб қилиш,бу тадбирлардан маҳаллий аҳолини иш билан банд

қилиш муаммолари ечилиши, туристлар билан дўстлашув алоқалари вужудга келишидек муҳим масалаларнинг тарғиботи, ташвиқоти, тушунтириш ишлари умуман ташкил қилинмаган.

4.Чўллар ва адир минтақаларида жойлашган ёки қисман жойлашган Қашқадарё, Навоий, Самарқанд, Бухоро, Хоразм, Қорақалпоғистон Республикаси, Жиззах вилоятларидаги ҳокимликлар, туманларнинг ҳокимликлари ва "Ўзбекистон республикаси туризм ва спорт вазирлигининг бу вилоятлардаги Департаментлари ва Бошқармалари ўз вилоятларидаги туристик ресурслардан "Вилоятда туризмни ривожлантириш чора-тадбирларида" чўл ва адир ҳудудларидаги туристик ресурслардан туризмда фойдаланиш масалаларига эътборсиз бўлганлиги бу ҳудудларда туризмни туризмни ташкил қилиш ва ривожлантиришнинг ҳозирги ҳолати далолат бермоқда.

5.Чўллар ва адир минтақаларидаги туристик ресурслардан фойдаланишда экологик, қишлоқ, гастрономия, рекреация ва овчилик туризмларини ривожлантириш имкониятлари устувор эканлигини ҳисобга олиб, бу туризм ресурсларига замонавий туристик маршрутлар ишлаб чиқиш ишлари бошланмаган.

Ҳар қандай соҳадаги муаммолар ўз ечимларини топмаган вақтда соҳадаги вазиятлар оғирлашиб, чалкашиб бораверади. Вазиятни ўнглаш учун эса яна қўшимча вақт ва қўшимча маблағлар талаб қилинади. Бу ҳолатлардан вақти келиб чиқилиши мумкин, чиқилади албатда. Бу ерда энг афсусланадиган жойи шундаки, кўп маблағлар, энг асосийси, инсон умрининг қулай фурсатлари бой берилган бўлади. Мамлакатимизда туризмни ривожлантиришнинг барча шарт – шароитлари, ҳуқуқий-меъёрий асослари яратилган ҳозирги вақтда маҳаллий ҳокимликларнинг бу асослар, шароитлар ва қулайликлардан фойдаланмаслик лари асло кечирилмас ҳолат ҳисобланади.

Чўлларда туризмни ташкил қилиш ва ривожлантиришдаги муаммолар нинг ечимлари. Чўллар ва адир минтақаларида туризмни ривожлантириш муаммоларини ўз вақтида ҳал қилиш, келажакда чўлликлар иқтисодиётини кўтарувчи бу соҳани ўз вақтида ривожлантириш "Ўзбекистон Республикаси туризм ва спорт вазирлигининг асосий вазифаларидан бўлиши лозим.

Чўл ва адирларда туризмни ривожлантириш муаммолари туризмни ривожлантиришга маъсул бўлган ташкилотлар, туризм таълимини ўқитаётган, ўргатаётган профессор-ўқитувчилар ва туризмдаги катта-катта назариётчилару амалиётчиларга ҳам маълум. Бу ерда энг таассуфли жойи шундаки, вилоятларнинг ва туманларнинг ҳокимликлари давлатимизнинг туризм соҳасини жадал ривожлантириш ҳақидаги фармонлари ва қарорларини фақат қоғозда лойиҳалаштириш ва декларатив бажариш билан банд.

Чўллар ва адирларнинг ҳудудларидаги қишлоқлар ва овулларнинг миллий ижтимоий-иқтисодий ҳолатларини тубдан ўзгартиришда ҳозирги муносабатларимизни Республикамизнинг қишлоқларига тенг қараш ва тенг ривожлантиришни талаб қилади. Бу мақсадларда чўлларда туризмни ташкил қилиш ва ривожлантириш муҳим аҳамиятга эга.

Ўзбекистон Республикасининг Президенти Шавкат Мирзиёевнинг “Обод қишлоқ” дастури тўғрисида 2018 йил 29-мартда қабул қилган Фармонида- *“Мамлакатимизнинг бой ва қадимий тарихидан маълумки, аждодларимиз томонидан маҳаллаларни ободонлаштириш ва бунёдкорлик ишларини амалга ошириш энг бебаҳо қадриятлардан ва анъаналардан ҳисобланади. Мазкур қадриятларимизни изчил давом эттирган ҳолда кенг кўламли бунёдкорлик ишларини барча ҳудудларда амалга ошириш орқали қишлоқ аҳолиси учун муносиб шароитлар яратиш ва уларнинг турмуш маданиятини янада юксалтириш, энг асосийси ёшларни хайрли ишларга даъват этиш* алоҳида аҳамият касб этади. Президентимизнинг бу фармонида ҳам тараққиётни барча ҳудудларда амалга ошириш белгиланган.

Ўзбекистон Республикасининг Президенти Шавкат Мирзиёевнинг “Обод қишлоқ” дастурини 2018 йилда амалга ошириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги Қарорининг 11-бандида -“Ўзбекистон Республикаси Бандлик ва меҳнат муносабатлари вазирлиги, Қорақалпоғистон Республикаси Вазирлар Кенгаши, вилоятлар ва туманлар ҳокимликлари, секторлар раҳбарлари, хўжалик бирлашмалари корхона ва ташкилотлар билан биргаликда “Обод қишлоқ” дастурига киритилган қишлоқ аҳоли пунктларида янги иш ўринлари яратиш ва аҳолининг иш билан бандлигини оширилишини таъминласин” дейилган.

Қайд қилинган муммоларни ечиш учун Ўзбекистоннинг чўллар минтақаларида жойлашган вилоятлар, туманлар ҳокимликлари биринчи навбатда Ўзбекистон Республикаси туризм ва спорт вазирлигининг ўз вилоятларидаги бўлимлари билан “Вилоятнинг барча ҳудудларида туризмни ташкил қилиш ва ривожлантириш” дастурларини ишлаб чиқишлари лозим.

Яна шуниси муҳимки, чўл минтақаларида туризмни ривожлантириш бу-келгусида чўл минтақаларида ободончилик, чўлдаги йўлларнинг яхшиланиши, меҳмонхоналарнинг қурилиши, янги ошхоналарнинг, ресторанларнинг яратилиши, транспорт коммуникация тизимларининг яхшиланиши, маҳаллий аҳолида ташаббускорликнинг кўтарилиши, туризм тадбиркорлигининг юзага келиши, янги иш ўринларининг кўпайиши, чўлликларнинг хорижий давлатлар билан ўзаро ҳамкорлик алоқаларининг келиб чиқишига мустаҳкам замин, пойдевор яратишини бугун англамоғимиз керак.

Хулоса:

Чўл минтақаларида туризм соҳасини ташкил қилиш ва ривожлантиришни қуйидаги уч босқичда босқида амалга ошириш мумкин:

Биринчи босқич-Чўлларда туризм соҳасини ташкил қилишнинг ҳуқуқий-меъёрий асосларини, дастлабки ташкилий-иқтисодий жараёнларини давлат ўз зиммасига олиши.

Иккинчи босқич-Чўл минтақаларининг табиий экологик иқлим шароитларини ҳисобга олиб, туризм географиясининг усуллари асосида янги туризм ҳудудларини ва марказларини яратиш бўйича тавсиялар ишлаб чиқишда давлатнинг қўллаб-қувватлаши зарур.

Учинчи босқич-Янги туризм ҳудудларини ташкил қилишда туризм соҳаси ривожланган хориж давлатларининг тажрибаларини, технологияларини

кўриб чиқиш ва Ўзбекистон чўллари шароитларида қўллаш имкониятларини амалга оширишда давлатнинг қўллаб-қувватлаши зарур.

Тавсиялар:

1. Ўзбекистоннинг чўллар минтақаларида жойлашган вилоятлар,туманлар ҳокимликлари биринчи навбатда “Ӯзбекистон Республикаси туризм ва спорт вазирлигининг ўз вилоятларидаги бўлимлари билан “Вилоятнинг барча ҳудудларида туризмни ривожлантириш” дастурларини ишлаб чиқишлари лозим.

2. Чўллар ва адир минтақаларида туризмни ривожлантириш муаммоларини ўз вақтида ҳал қилиш, келажакда чўлликлар иқтисодиётини кўтарувчи бу соҳани ўз вақтида ривожлантириш “Ӯзбекистон Республикаси туризм ва спорт вазирлигининг асосий вазифаларидан бўлиши лозим.

Фойдаланилган адабиётлар:

1.Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг «Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида»ги 2016 йил 2-декабрдаги ПФ-4861 сонли Фармони.

2.Ӯзбекистон Республикасининг Президенти Шавкат Мирзиёевнинг «Обод қишлоқ» дастури тўғрисидаги Фармони, Тошкент ш., 2018 йил, 29-март.

3.Ҳайитбоев Р., Ўзбекистоннинг чўл минтақаларида зиёрат туризмини ривожлантиришдаги вазифалар. “Буюк Ипак Йўли чоррахасида зиёрат туризмнинг ренессанси” халқаро конференция материаллари. СамДУ, 2019 йил, 24-25 май. Самарқанд, 2019.-350-353 б.

4.Ҳайитбоев Р., Бобоев Ш., Ўзбекистоннинг чўлларидаги экотуристик районларда экотуризмни ривожлантиришдаги вазифалар.«SERVIS» журнали, Самарқанд, 2016, № 1-2, 48-53 б.

5.Ҳайитбоев Р., Даминов М.Ўзбекистоннинг чўллари ва адирларида туризмни ривожлантириш модели. “SERVIS” журнали, 2017, 1-сон, 49-53 б.

6.Ҳайитбоев Р.,Ўзбекистоннинг чўлларида туризмни ташкил қилиш ва ривожлантириш механизмлари. “SERVIS” журнали, № 4-сон, 2018. -70-74 б.

7.Ҳайитбоев Р.,Ўзбекистон чўлларида туризмни ривожлантириш истиқболлари, (Монография), “Наврўз полиграф”, Самарқанд,2018.-143 б.

8.Ҳайитбоев Р.,Чўл минтақаларида туризмни ривожлантиришни давлатнинг қўллаб-қувватлашининг зарурлиги. “Ўзбекистоннинг туризм соҳасида ахборот коммуникация технологияларини жорий қилиш” мавзусидаги республика илмий-амалий анжумани материаллари. Самарқанд-2019 йил 20-21 май. Самарқанд -2019.-31-37 б.

R.S.Amriddinova – Samarkand Institute of Economics and Services, Department of Tourism, assistant professor
F.Sh.Malikova – Samarkand Institute of Economics and Services, master student

ANALYSIS AND SOLUTIONS TO PROBLEMS IN THE ACTIVITIES OF TOUR COMPANIES IN UZBEKISTAN

Annotatsiya: *Maqolada O`zbekistondagi tur firmalar faoliyati, ularda yuzaga keladigan muammolar, bartaraf qilish usullari va istiqbolli tavsiyalar, tur firmalar kadrlarinining vazifalarini konkretlashtirish, firma hisob-kitob ishlarini avtomatlashtirish, daromadlarni yil davomida ushlab turish, quyi mavsumiylik davrida qo`shimcha faoliyatlar bilan shug`ullanish va yangi daromad manbalarini o`rganish kabi g`oya va tavsiyalar bildirib o`tilgan.*

Kalit so`zlar: *tur firmalar, rentabellik, mavsumiylik, daromad manbalari.*

Аннотация: *В статье рассматривается деятельность турфирм в Узбекистане, их проблемы, решения и рекомендации на будущее, уточнение задач персонала турфирм, автоматизация бухгалтерского учета компаний, круглогодичное удержание доходов, дополнительные виды деятельности в низкий сезон и изучение новых источников дохода.*

Ключевые слова: *туристические фирмы, прибыльность, сезонность, источники дохода.*

Annotation: *The article deals with the activities of tour companies in Uzbekistan, their problems, solutions and future recommendations, specification of the tasks of the staff of tour companies, automation of company accounting, year-round income retention, additional activities during the low season and the study of new sources of income.*

Keywords: *tour companies, profitability, seasonality, sources of income.*

In today's fast-paced world economy, every country aims to achieve its financial achievements by using its full potential. In our country, Uzbekistan, we are also developing and implementing high-level reforms and programs in the economic system, as well as achieving great efficiency in many industries. The topic of analysis below is also the tourism sector, which is one of the integral sources of income of the economy of Uzbekistan. On this topic some scientists had conducted research such as Safarov B, Ruziyev Sh, Gulmuratov I. However, they had mainly based their research on statistics to create forecasts for tour companies and to expand the activities of tour companies in Uzbekistan.

This scientific article discusses the factors and methods of increasing the profitability of tour companies during the year, the importance of the topic for income and ways to maintain the balance during the year, ways to overcome financial problems in the tour company, control personnel costs and overall cost management. Opportunities for creating new sources of income will be considered. The economy of the 21st century cannot be imagined without tourism, as tourism has become one of the most lucrative industries of this century. President Shavkat Mirziyoyev has

also adopted decrees and resolutions to improve the tourism sector in Uzbekistan. In particular, the Concept for the development of tourism in the Republic of Uzbekistan for 2019-2025, adopted on January 5, 2019, was approved.

"We are gradually creating all the conditions for tourism, giving investors and businessmen ample opportunities," said Shavkat Mirziyoyev.[180] Of course, the decisions made and the investments made do not go unnoticed. The development of a single tourist infrastructure in accordance with international standards, increasing the number of tour operators and other tourism companies from 860 to 1676, as well as the number of housing facilities will also make a big difference in the industry. All organizations in the tourism cluster must work together for the further development of the tourism industry. But since tour firms are an institution that attracts a large number of tourists, their responsibilities are much greater. Personnel who perform their duties perfectly are in great demand in Uzbekistan. Inexperience and low quality service sometimes occur in the activities of many tourism firms, which are closed or suspended after several years of operation. “The increase in tourist services will help meet the needs of tourists and increase tourism revenues. At present, the volume of exports of tourist activities and accommodation services is not high” (Safarov B.)[181]

From the above, it can be concluded that not all new laws and new opportunities can radically improve the performance of a tour company. There is a growing need for strategies to empower them experimentally, create new services that will attract tourists even in the off-season, and how to increase the firm’s revenue. If the following ideas and ideas are also tested in practice, the performance of tour firms can be significantly improved.

First, increase profitability throughout the year. The nature of the seasonal tourism industry makes seasonality seem to be an insurmountable challenge for some types of firms. Careful planning, careful strategy and the establishment of flexible processes will help the tourism firm's business to maintain profitability even during the low season. Inventing ways to manage and minimize off-season spending means slowing down advertising and marketing, and focusing on domestic tourism services. It is also advisable to disable less important services.

Second, the increase in income in the peak season also covers the low-income months. Creating more convenient opportunities to sell during the high season, creating a referral program, or introducing different price levels can help increase the profitability of existing customers and encourage new buyers to make purchases.

Third, it is also very important to address the problems that arise in the travel agency in a timely manner. Taking the business process seriously and identifying obstacles in a timely manner will show where the money is being lost. It is also important to determine where each customer (tourist) is coming from and why they are leaving. If this is due to high prices, prices should be lowered, and this will eventually be resolved with an increase in customers and compensation for losses. Another area where cracks can occur is internal processes. Perhaps operators in a

[180] Shavkat Mirziyoyev: «2019-yil turizm rivojida tub burilish yili bo‘ladi» https://www.xabar.uz/uz/iqtisodiyot/shavkat-mirziyoyev-2019-yil-turizm

[181] Safarov B. Turistik xizmatlar bozori istiqbolini aniqlashning innovatsion usullari// Iqtisodiyot va ta`lim jurnali. Toshkent., 2017.P- 47.

particular type of firm can create quotes in a matter of hours, prepare routes in Word, or double-check Excel manually for errors. These may not be as accurate as they appear in the year-end financial statements, but a quick calculation will show how much these measures actually cost. The use of good tour operator programs is more useful in this situation because they clearly show daily or monthly expenses and income, as well as allow you to know in advance what awaits the tour company at the end of the year.

Fourth, managing personnel costs is tantamount to overcoming one of the biggest hurdles. The biggest cost for many businesses is staffing. The 2016 ATTA (Adventure Travel Trade Association) statistics show that the average travel firm spends at least 28% of its revenue on staffing costs. This is more than any other business cost. Automating the creation of documents and simplifying tasks using tour operator programs will reduce the above-mentioned barriers and ultimately minimize staff costs. The time of the corporate team is more promising and it is preferable to focus on customer support.

Fifth, finding new sources of revenue and bringing them to the business level will also serve to expand the firm. The peak season in tourism can actually be the key to new business opportunities. Organizing new sources of income is a great way to create a more sustainable cash flow throughout the year. For example, in new target markets, the tour company may rent some expensive equipment or organize new interactive events that will appeal to travelers. Events organized for groups that travel on a regular basis (such as corporate) are especially rewarding.

In conclusion, it should be noted that the activities of tourism enterprises include very large-scale activities and events. Because they are main organizers of tourism. Expanding and enriching their work schedule is tantamount to developing the entire tourism industry. The simplification of tour operators` tasks not only keeps them busy creating documents, but also allows them to work on new innovative ideas, projects and activities. Tour operators in Uzbekistan may not be able to generate the income of many tour operators on a global scale, but they can achieve this in the coming years by improving the quality of staff, automating the company's activities and attracting additional investment.

Каршибаев Х.К. – ст. преподаватель СамИЭС
Абдуллаева М. – ТГЭУ Самаркандского филиала

МАТЕМАТИЧЕСКАЯ ИНТЕРПРЕТАЦИЯ МАССОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

Аннотация: *В данной статье рассмотрены математические методы анализа организаций массового обслуживания, оказывающие различные услуги населению для выявления эффективности деятельности и нахождения путей оптимизации. В качестве применения математического аппарата в обслуживании рассмотрен крупный супермаркет со столом заказов для*

которого и приведён анализ. Также показано на примере обслуживания рабочих инструментами из кладовой с неявными потерями, а именно необходимо ли содержать ещё одного кладового или текущее положение выгоднее, чем содержание нового кладового.

Ключевые слова: *теория массового обслуживания, математический аппарат, системы массового обслуживания, распределение вероятностей.*

Аннотация: *Ушбу мақолада фаолият самарадорлигини ва оптималлаштириш йўлларини аниқлаш мақсадида аҳолига турли хил хизмат кўрсатувчи ташкилотлар таҳлилининг математик усуллари кўрсатилган. Математик аппаратнинг қўлланилиши сифатида буюртмалар столи мавжуд бўлган йирик супермаркет мисол тариқасида қаралган ва унга таҳлил келтирилган. Шунингдек ишчиларнинг анжомлар билан таъминлаш иши сезиларсиз, юқотишларсиз ишлашига мисол келтирилган, яъни хозирги ҳолати фойдалироқми ёки яна бир ишчининг сақланиши фойдалироқмилиги кўрсатилган.*

Калит сўзлар: *оммавий хизмат кўрсатиш назарияси, математик аппарат, оммавий хизмат кўрсатиш тизими, эҳтимоллар тақсимоти.*

Abstract: *In this article the mathematical methods of the analysis of the organizations of a queuing rendering various services to the population for identification of effectiveness of activity and finding of paths of optimization are considered. As application of a mathematical apparatus in an upkeep the large supermarket with an advance orders section for which is considered the analysis is provided. It is also shown on the example of an upkeep of workers by tools from the storeroom with implicit losses namely whether it is necessary to support one more stockman or the current situation is more favorable, than contents new stockman.*

Key words: *theory of a queuing, mathematical apparatus, systems of a queuing, probability distribution.*

Теория массового обслуживания впервые применялась в телефонном обслуживании, а затем ив других областях хозяйственной деятельности.

Например, организация нормального процесса обслуживания покупателей связана с правильным определением следующих показателей:

количества предприятий данного торгового профиля, численности продавцов в них (в том числе и «механических»), наличия соответствующих основных фондов, частоты завоза товаров, численности обслуживаемого населения, плотности обращаемости и потребности в соответствующих товарах (по групповому и внутригрупповому ассортименту). Если предположить, что предприятие располагает необходимыми основными фондами, торгует товарами, имеющимися в достаточном количестве (при нормальной частоте завоза), то и тогда в процессе обслуживания остаются такие переменные величины, которые могут существенно повлиять на качество обслуживания.

Надлежит, следовательно, выбрать такой оптимальный вариант организации торгового обслуживания населения, при котором время обслуживания будет минимальным, качество – высоким, не будет излишних

народно-хозяйственных затрат. Математический аппарат теории массового обслуживания облегчает решение этой задачи. При этом различают две формы обслуживания: с неявными потерями и с явными потерями.

Систему массового обслуживания с неявными потерями (правило очередей) можно показать на примере обслуживания рабочих необходимым инструментом (из обособленных кладовых промышленного предприятия).

Допустим, что в инструментальной кладовой работают два кладовщика.

Требуется определить, в какой мере они своевременно обеспечивают заявки на обслуживание, поступающие от рабочих; в очереди за инструментом дороже, чем дополнительное содержание еще одного или двух кладовщиков?

Таблица 1

Расчет полного числа приходов рабочих в кладовую

Число приходов в единицу времени (за15мин)	Наблюдаемое число приходов,%	Наблюдаемая частота приходов,%	Полное число приходов рабочих (гр.1х х гр.2)	Число приходов в единицу времени (за15 мин)	Наблюдаемая частота приходов,%	Наблюдаемая частота приходов,%	Полное число приходов рабочих (гр.1х х гр.2
1	2	3	4	1	2	3	4
	0	0	0	15	23	7,67	345
1	0	0	0	16	20	6,67	320
2	1	0,33	2	17	18	6,00	306
3	3	1,00	9	18	16	5,33	288
4	5	1,67	20	19	13	4,33	247
5	8	2,67	40	20	11	3,67	220
6	10	3,33	60	21	10	3,33	210
7	12	4,00	84	22	8	2,67	176
8	13	4,33	104	23	5	1,67	115
9	16	5,33	144	24	3	1,00	72
10	18	6,00	180	25	1	0,33	25
11	20	6,67	220	26	1	0,33	26
12	19	6,33	228				
13	21	7,00	273				
14	25	8,33	350				
					300	99,99	

Для решения данной задачи необходимы прежде всего хронометражные замеры о потоке требований на обслуживание единицу времени. Если хронометраж осуществлялся в течение дней каждый мин за смену (кроме начала и конца рабочего дня), то за этот отрезок времени было произведено

300 наблюдений (30 наблюдений, умноженное на 10). Время наблюдений (7) составит 4500мин (15 300). Причем таких промежутков, когда на склад никто не приходил или приходил только один рабочий, не наблюдалось, приход двух рабочих отмечался один раз, трех - три раза и т.д.

Частота при 300 наблюдениях равна

$$0{,}33\left(\frac{1}{300}\cdot 100\right),\quad \text{трех}\quad -1\left(\frac{3}{300}\cdot 100\right)\quad \text{ит.д.}$$

Для определения среднего числа приходов в единицу времени (X) исчисляется полное число приходов (N) как сумма произведений числа приходов (количества пришедших в кладовую рабочих) на наблюдаемое число приходов.

Таким образом, среднее число требований на обслуживание, т.е. среднее число приходов в единицу времени (X), составит

$$\lambda = \frac{N}{T} = \frac{4064}{4500} = 0{,}903 \text{ чел. - мин.}$$

Чтобы определить распределение вероятностей для длительности обслуживания при предположении, что закон распределения экспоненциальный, вычислим среднюю продолжительность одного обслуживания $(T_{облс})$; она равна 1,6 мин.

После этого можно установить интенсивность обслуживания (μ):

$$\mu = \frac{1}{T_{облс}}; \mu = \frac{1}{1{,}6} = 0{,}625 \text{ чел. – мин.}$$

В случае, когда $X < \mu,$ увеличение очереди не возникает, так как удовлетворение требований происходит не ранее их поступления. В нашем п Точно определить величину очереди как случайную нельзя. Можно вычислить вероятность того, что в момент времени (t) очередь будет характеризоваться числом требований $P_n(t)$:

$$P_n(t) = \sigma^{\mathrm{n}}(1-\sigma);\ P_0(t) = (1-\sigma);\ \sigma = \frac{\lambda}{\mu},$$

где $P_0(t)$ – вероятность отсутствия требований.

В тех случаях, когда $a > 1,$ вероятность отсутствия очереди (σ_0) обычно берется из графиков (в нашем случае $a = 1{,}445$).

Для построения таких графиков воспользуемся таблицей значений P_0 для различных значений ст и n (n - количество кладовщиков в инструментальной кладовой).

По данным табл. 2, в нашем случае рассматривается многолинейная система, когда $\mathrm{n} > 1$ (количество кладовщиков превышает единицу).

Таблица 2

Значения P_n

σ^{n}	2	3	4	5	6	7	8
1	0,333	0,363	0,367	0,367	0,367	0,367	0,368
2		0,111	0,130	0,134	0,135	0,135	0,135
3			0,037	0,046	0,049	0,049	0,050
4				0,013	0,016	0,017	0,018

Определим среднее время ожидания (T_c), которое складывается из среднего времени ожидания обслуживания в очереди $(T_{ож})$ и среднего времени обслуживания $(T_{обл})$:

Предположим, что у рабочего потери от простоев составляют 5, а содержание кладовщика – 4 ден. ед. в единицу времени. За период времени T в систему поступает $\lambda\ \ Г$ заявок, т.е. $1{,}445\ \ Г$ заявок.

Потери вследствие простоя рабочих при различном числе кладовщиков, расходы на заработную плату кладовщиков, а также суммарные затраты и потери приведены в табл. 3.

Таблица 3

Количество кладовщиков	Потери от простоя рабочих	Затраты на содержание кладовщиков	Суммарные затраты и потери
2	$3{,}213 \cdot 1{,}445 \cdot 5T = 23{,}214T$	8Т	$31{,}214T$
3	$1{,}799 \cdot 1{,}445 \cdot 5T = 12{,}998T$	12Т	$24{,}998T$
4	$1{,}635 \cdot 1{,}445 \cdot 5T = 11{,}813T$	16Т	$27{,}813T$

Из данных табл. 3 следует, что экономически выгоднее в инструментальной кладовой иметь трех кладовщиков, поскольку суммарные затраты и потери будут наименьшими $(\min\ 24{,}9987)$.

Порядок исчисления показателя качества обслуживания с явными потерями покажем далее для условий простейшего потока требований.

Стол заказов при крупном супермаркете оборудован четырьмя телефонами. Среднее число вызовов в течение часа составляет 96, среднее время, затрачиваемое на прием одного заказа, -2 мин. Требуется определить, как полно загружены приемщики заказов, какова вероятность отказа в обслуживании.

Степень загруженности приемщиков определяется по формуле

$$\mu_1 = \sum_{k=1}^{\mathrm{n}} \mathrm{KP_k} = \sum_{k=1}^{n} \frac{1}{(k_1 - 1)!} (\frac{\lambda}{\gamma})^n P_0$$

По условиям если $n = 4$(4 телефона, 4 приемщика заказов), $X = 96$ (число вызовов в течение часа); среднее время, затрачиваемое на прием одного заказа, составляет 2 мин, или $\frac{2}{60} = \frac{1}{30}$ единицу времени; значение параметра $\gamma = 1 : \frac{1}{30} = 30$, следовательно, $\frac{\lambda}{\gamma} = \frac{96}{30} = 3{,}2$. Величины вероятностей P_0, P_1, P_2, P_3, P_4 приведены в табл. 4. Значение членов второго столбца найдено по формуле

$$\frac{P_k}{P_0} = \frac{1}{k!} (\frac{\lambda}{\gamma}) = \frac{(3{,}2)^k}{k!}$$

Как известно,

$$\sum_{k=1}^{n} P_k = 1,$$

Отсюда

$$\frac{P_k}{P_0} = \sum_{k=0}^{4} \frac{P_k}{P_0} = \frac{1}{P_0} \quad \text{при } P_0 = \frac{1}{19{,}151} \approx 0{,}0522$$

Умножая каждое из значений $\frac{P_k}{P_0}$ на $P_0 = 0{,}0522$, получим величину P_k. Затем, умножая значения членов третьего столбца на значения первого столбца (на 0), второго (на 1) и т. д. и суммируя их, получим математическое ожидание числа занятых приемщиков:

$$\mu_1 = \sum_{k=0}^{4} KP_k = 2{,}4693.$$

Таблица 4

Число приемщиков	$\frac{P_k}{P_0}$	P_k	KP_k
0	1,0	0,0522	0
1	3,2	0,1670	0,1670
2	5,12	0,2673	0,5346
3	5,462	0,2851	0,8553
4	4,369	0,2281	0,9124
	19,151	0,9997	2,4693

Следовательно, каждый приемщик заказов будет занят в среднем 0,62 рабочего дня $(\frac{2{,}4693}{4})$.

Ответим на второй вопрос: какова вероятность отказа в обслуживании?

Для этого найдем вероятность того, что все приемщики будут заняты в момент обращения очередного клиента:

$$P_n = \frac{(\frac{\lambda}{\gamma})\frac{1}{n!}}{\sum_{m=0}^{n} \frac{1}{m}(\frac{\lambda}{\gamma})^m}$$

Подставляя значения - $n = 4$, найдем значение P_n: $P_4 = 0{,}23$.

Полученный результат показывает, что из 100 заказчиков в среднем 77 будут обслужены, а 23 – нет. Следовательно, обслуживающую систему нельзя признать достаточной (23% отказов); экономия на численности обслуживающего аппарата отрицательно влияет на качество обслуживания населения.

Число приемщиков отдела заказов целесообразно увеличить до пяти, тогда математическое ожидание числа не обслуженных заявок составит лишь

0,13. Иными словами, из 100 заказчиков будет обслужено 87, а 13 получат отказы. Таким образом, увеличение числа приемщиков на одного повысит качество обслуживания с 77 до 87.

Литература

1. М.И. Баканов, М.В. Мельник, А.Д. Шеремет. Теория экономического анализа. Учебник. / Под ред. М.И. Баканова. - М.: “Финансы и статистика” , 2007.
2. В.И. Колемаев и др. Теория вероятностей и математическая статистика.

Учеб. пособия. –М.: «Высшая школа» 1991.

3. Экономическая теория: Учебник /Под ред. В.Д. Камаева. - М.: Владос, 2011.
4. И.Е.Гмурман. Теория вероятностей и математическая статистика. Учеб. пособия. –М.: «Высшая школа» 2009.

Odambaev D.B. - SamISI “Tarmoqlar iqtisodiyoti” kafedrasi MI-220 guruh magistranti
Xannazarova O.I. - SamISI “Turizm”kafedrasi MTF-119 guruh magistranti
Pardayev M.Q. - SamISI professori i.f.d.

XIZMAT KO'RSATISH SOHASIDA TADBIRKORLIKNI RIVOJLANTIRISH VA SAMARADORLIGINI OSHIRISH YO'LLARI

Annotatsiya: *Ushbu maqolada xizmat ko’rsatish sohasining ilmiy-nazariy tushunchalari, samaradorligini oshirish usullari hamda rivojlangan davlatlar xizmat ko’rsatish sohasining ustuvor tajribalaridan foydlanish ko’rsatib o’tilgan.*

Kalit so’zlar: *Xizmat korsatish, tadbirkorlik, xorijiy tajribalar, bozor infrotuzilmasi.*

Аннотация: *В данной статье изложены научно-теоретические концепции, методы повышения эффективности сферы услуг и использования приоритетного опыта развитых стран в сфере услуг.*

Ключевые слова: *Предоставление услуг, предпринимательство, зарубежный опыт, инфраструктура рынка.*

Abstract: *In this article, scientific-theoretical concepts of the service sector, methods of increasing efficiency and developed countries have been used in the priority experience of the service sector.*

Keywords: *Service delivery, entrepreneurship, foreign experience, market infrastructure.*

Xizmat ko'rsatish sohasidagi korxonalarning tijorat ishlari turli xil xususiyatlarga ega bo'lgan bir qator masalalar qaroridan iborat bo'lishi kerak:

xizmatlar bozorini kon'yunktura bo'yicha o'rganish haqida ma'lumot olish; shartnomalar (buyurtmalar) bo'yicha o'z vaqtida, shuningdek xizmatlar iste'molchilarini yuqori sifatli ta'minlash; xizmatlar ishlab chiqarish va sotishning mutlaqo barcha ishtirokchilari o'rtasidagi munosabatlar tizimining kommunikativligini ta'minlash va boshqalar. Ushbu senariyda ko'rsatilayotgan xizmatlar turlarini, ularning tuzilishini, tarqatish kanallarini kengaytirish, iste'molchilarni jalb qilish va h.k. larni kengaytirish rejalarini shakllantirish uchun bozor tadqiqotlarini prognoz qilish va amalga oshirish zarurligi aniqlanmoqda. davlat iqtisodiyotidagi o'zgarishlar korxonalarni boshqarish, uning sifati, rentabelligi va xizmat ko'rsatish turlariga yo'naltirilganligini o'zgartirish uchun eng yangi shart-sharoitlarni taqdim etadi.

Ishlab chiqarish xizmatlari sohasi ikki manbalar hisobidan shakllantiriladi:

1) yangi turdagi xizmatlar paydo bo'lishi;

2) ilgari korxonada amalga oshirilgan moddiy ishlab chiqarish sohasidan operatsiyalar ajratilishi.

Bunday xizmatlarni ajratish ikki shaklda amalga oshiriladi: katta firma yoki filiallar nafaqat ota-kompaniya, balki tashqi kompaniyalarning ehtiyojlariga, shuningdek, muayyan turdagi xizmatlarga ixtisoslashgan mustaqil qazishga xizmat qiladi. Bunday kompaniyalarda xizmatlarni arzonlashtirish va ularning sifatini oshirish, standartlashtirish va ixtisoslashuvni tejash, talabni yanada chuqurroq o'rganish, yangi ehtiyojlarni aniqlash va ularni qondirish uchun sharoit yaratadi.

Rivojlangan bozor infratuzilmasi sharoitida xizmat ko'rsatish sohasining o'rni juda katta. Bu Amerika biznesini sotish 1/3 dan ortiq hajmini tashkil etadi. Hozirgi vaqtda rivojlangan mamlakatlarda xizmat ko'rsatish sohasida 60%, Rossiyada esa - 30% ish bilan band. AQShda 80-90% aholilar uchun ish bilan bandlik asosan xizmat ko'rsatish sohasini kengaytirish hisobiga ortdi, chunki moddiy ishlab chiqarish faqat ishchi kuchini yo'qotdi

Xizmatlarning barcha turlarini ikki katta guruhga bo'lish mumkin: shaxsiy xizmatlar-ta'lim, sog'liqni saqlash, maishiy xizmatlar va boshqalar.va biznes xizmatlari - moddiy va nomoddiy ishlab chiqarish xizmatlarini o’z ichiga oladi.

Xizmatlari sohasi ikki manbalar hisobidan shakllantiriladi:

- yangi xizmat turlarini yaratish;
- moddiy operatsiyalar sohasidan chiqish;

Bunday xizmatlar ikki shaklda yodda tutiladi: katta firma o'ziga va muayyan turdagi xizmatlarga ixtisoslashgan asosiy kompaniyaga xizmat qiluvchi shuba korxonalar yoki filiallarni tashkil qiladi. Bunday kompaniyalarda xizmatlarning narxini pasaytirish va ularning sifatini oshirish uchun shart-sharoitlar yaratilgan bo'lib, ular miqyosi iqtisodiyoti, ixtisoslashuvi va bozor talabini aniqroq o'rganish, ularni qondirishning yangi usullarini o'rganish orqali amalga oshiriladi.

Rivojlangan mamlakatlar tajribasiga tayangan holda kichik biznesning o'rni haqida so'z yuritar ekanmiz, kichik tadbirkorlikni izchil rivojlantirish quyidagi muammolarni muvaffaqiyatli hal etishda muhim omil bo'ladi:[182]

[182] O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "harakatlar strategiyasi to'g'risida" gi PF-4947-sonli farmoni O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish" 2017 yil 7 fevraldagi. Kirish tartibi: http://lex.uz/pages/getpage.

- mahsulotlar va etkazib beruvchilarning lentasini yanada aniqroq qurish;
- tovarlar va xizmatlar ishlab chiqarishni muayyan iste'molchilarga yaqinlashtirish;
- mamlakat iqtisodiyotini qayta qurishga ko'maklashish. Kichik tadbirkorlik iqtisodiyotga moslashuvchanlik, harakatchanlik;
- korxonalarni rivojlantirish uchun aholining shaxsiy mablag'larini jalb qilish.

Biroq, xizmat ko'rsatish sohasida tadbirkorlikni rivojlantirishga to'sqinlik qiluvchi asosiy muammo-barcha darajalarda samarali boshqaruvning yo'qligi. Soliq solish shartlari mintaqaviy iqtisodiyotning ko'plab tarmoqlarida xizmat ko'rsatish sohasida faoliyat yuritayotgan tadbirkorlarning faolligini oshirishga to'sqinlik qiladi. Oliy darajada qabul qilingan va amaldagi hududiy kichik va o'rta biznesni qo'llab-quvvatlash dasturlari xizmat ko'rsatish sohasi uchun ularni moliyalashtirish, tadbirkorlik faoliyatini rag'batlantirish, mintaqaviy hududlarning o'ziga xos xususiyatlarini hisobga olmagan holda umumiy bozor sharoitlarini yaratishga, mintaqa va butun mamlakatni rivojlantirish vazifalari bilan kelishishga qaratilgan.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Abulkosimov X.O’zbekistonda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni davlat tomondan qo’llab-quvvatlash mehanizimi/ / iqtisodiyot va moliya. № 1,, 15-28 betlar 2018.
2. www.lex.uz – O’zbekiston Respublikasi Qonun hujjatlari ma’lumotlari bazasi
3. www.data.gov.uz - O’zbekiston Respublikasi ochiq ma’lumotlar portali

Урунбаева Ю.П. - СамИСИ PhD
Боротова М.И. - СамИСИ магистранти

ПОСТИНДУСТРИАЛ ЖАМИЯТНИ ШАКЛЛАНТИРИШДА ТАДБИРКОРЛИК ФАОЛИЯТИНИНГ ЎРНИ

Аннотация *Ушбу маърузада постиндустриал жамиятни шакллантиришда тадбиркорлик фаолиятининг ўрни ҳақида назарий асосларни яратишга ҳисса қўшган турли иқтисодий мактаб намойондалари ва мутафаккирларнинг қимматли ва эътиборга молик фикрлари ҳақида сўз юритилган.*

2.O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning oliy Majlisga murojaatnomasi 28.12.2018. Kirish tartibi: http://www.pres.uz
https://www.uzdaily.uz/ru/post/48351
http://staff.tiiame.uz/storage/users/464/articles/9NKY1aUK3gx7FP23hRquSJCEKGbf2KJX09OWOMvZ.pdf
http://library.ziyonet.uz/ru/book/download/6809

Калит сўзлар*.Постиндустриал жамия, иқтисодий тизим, тадбиркор, тадбиркорлик фаолияти,кичик ва хусусий тадбиркорлик.*

Abstract. *In this report, a speech was made about the valuable and remarkable views of various economic School figures and thinkers who contributed to the creation of theoretical bases on the role of entrepreneurship in the formation of postindustrial society.*

Key words. *Postindisterial society, economic system, entrepreneur, entrepreneurial activity, small and private entrepreneurship.*

Аннотация. *В этом отчете обсуждаются ценные и ценные идеи различных экономических школ и мыслителей, которые внесли свой вклад в создание теоретической основы роли предпринимательства в формировании постиндустриального общества.*

Ключевые слова. *Постиндустриальное общество, экономическая система, предприниматель, предпринимательская деятельность, малое и частное предприятии.*

Тадбиркорлик постиндустриал жамиятга асосланган иқтисодиётнинг муҳим хусусиятларидан бири бўлиб, иқтисодий тизим сифатида товар-пул хўжалигининг устунлигини таъминлашнинг бош омилидир. У бозор иқтисодиёти фалсафасининг асосини ташкил этади. Тадбиркорлик фаолиятисиз бозор хўжалигини тасаввур қилиб ҳам, ривожлантириб ҳам бўлмайди. Тадбиркорлик инсонларга табиат инъом этган шундай бир муъжизаки, у индивидда мужассамлашган барча фазилатлар (ақл, идрок, тафаккур, билим, тажриба, қобилият, истеъдод, меҳнатсеварлик, шижоат, жасурлик, қатъийлик, таваккалчилик ва ҳоказолар)ни рўёбга чиқаради ва бу борада ҳеч қандай бошқа восита ёки фаолият унинг ўрнини боса олмайди. Бозор муносабатларига асосланган иқтисодиётнинг фалсафасини, унинг негизини ташкил этган айнан ана шу муъжиза, яъни тадбиркорлик муъжизаси бозор хўжалиги шароитида жадал иқтисодий юксалиш ва тараққиётда инсон ақлини лол қолдирадиган иқтисодий кўрсаткичларга эришиш сирларини ўзида ифодалайди.

Хўш, тадбиркорликнинг ўзи нима, ҳозирги замонда жуда кенг тарқалган, бозор хўжалигининг асосини ташкил этиб турган ушбу тушунчанинг асл мазмун-моҳияти нимадан иборат? Ушбу муҳим савол назарий жиҳатдан ўзининг тўғри ечимини топмас экан, жамиятда тадбиркорликка нисбатан тўғри, оқилона муносабат ўрнатиш, уни ривожлантиришга оид самарали сиёсат олиб бориш жуда қийин бўлади. Шу боисдан ушбу масала бўйича ўзимизнинг айрим фикр-мулоҳазаларимизни баён этишни лозим деб топдик.

Бир сўз билан айтганда, тадбиркорлик тадбиркор томонидан амалга ошириладиган фаолият. Тадбиркор эса тадбир билан иш тутадиган шахс. Аслида “Тадбир” ибораси араб тилидан олинган бўлиб, бирор ишни, мақсадни амалга ошириш, руёбга чиқариш воситаси, тадбиркор эса ишни пухта ўйлаб, режа асосида мақсадга эришишни кўзлаб иш тутувчи шахс ҳисобланади. Тадбирнинг моҳиятига доир мавжуд муаммоларни ҳисобга олган ҳолда, ушбу сўзларнинг луғавий маъносига тўхталишни мақсадга мувофиқ деб топдик.

Ўзбек тилининг изоҳли луғатида «тадбир бошқариш, идора қилиш; тежамкорлик; чора, илож, йўл-йўриқ; ҳаракат тарзи», деб кўрсатилган. Бундан ташқари "Тадбир" ибораси бир неча мазмунда қўлланилиши эътироф этилган: 1. Амалга ошириш, рўёбга чиқариш учун йўл-йўриқ ва чора. 2. Мақсадни амалга ошириш йўлидаги иш, хатти-ҳаракатнинг ўзи. Бу шунчаки оддий тадбир бўлмай, у ер юзида тинчликни мустаҳкамлаш иши билан чамбарчас боғланиб кетади. 3. Маълум мақсадда ташкилий равишда амалга ошириладиган (бажариладиган) иш, ишлар[183]. Жамият бундай шахслардан, уларнинг фаолиятидан манфаатдор. Чунки пухта ўйлаб, палама-партиш ва ортиқча ҳаракатларга йўл қўймасдан, режали, мақсадли фаолият жамият ривожининг бош омили, асосий воситаси ҳисобланади.

Режали, маъмурий-буйруқбозлик тизими шароитида хўжалик субъектларида ҳамма нарсани пухта ўйлаб, тадбирли фаолият олиб боришга ҳеч қандай эҳтиёж ва зарурат йўқ. Жойларда ҳамма ишни юқоридан, ягона марказдан белгиланган режа ва буйруқ асосида ўз вақтида аниқ ижросини таъминлашнинг ўзи кифоя. Пастки бўғинларда ҳеч қандай ташаббус ва тадбиркорликка ўрин ҳам, ҳожат ҳам йўқ, умуман улар бу тизим моҳиятига ва талабларига мос келмайди. Аксинча, ишбилармонлик ва ташаббускорлик иқтисодиётни ягона марказдан режа асосида бошқариш усуллари ва тамойилларига тамоман зид келади. Шу сабабли режали иқтисодий тизим шароитида тадбиркорлик фаолияти ман этилган эди.

Бундан фарқли ўлароқ, бозор муносабатларига асосланган иқтисодий тизим тадбиркорликка кенг имкониятлар очиб беради, унга тўла таянади ва, айни бир пайтда, унинг иқтисодиётни жадал юксалтиришдаги чексиз имкониятларидан унумли ва мақсадли фойдаланади. Тадбиркорлик бозор иқтисодиётининг асосини ташкил этади ва унинг инсониятга ҳозиргача маълум бўлган бошқа барча тизимлардан мутлақ устунлигини таъминлайди.

Шу сабабли кўп йиллар давомида тадбиркорлик феноменига оид кўплаб илмий изланиш ва тадқиқотлар олиб борилган, турли иқтисодий мактаб намоёндалари ва мутафакирлар бу тўғрисида қимматли ва эътиборга молик фикрлар билдирганлар ва шу тариқа тадбиркорликнинг назарий асосларини яратишда ўзларининг муносиб ҳиссаларини қўшганлар.

Дастлаб ўрта асрларда араб мутафаккири Ибн Халдун "касб" ("тадбиркор" тушунчасига жуда яқин мазмундаги) тушунчасини талқин этиб, уни мулкка эгалик, меҳнат ҳамда инсон қобилиятлари билан боғлаб изоҳлаган. Ғарб цивилизациясида "тадбиркор" тушунчаси биринчи марта 1723 йилда Парижда нашрдан чиққан "Умумий тижорат луғати"да қўлланилган ва унда "тадбиркор" деганда "ишлаб чиқариш ва объектлар қурилиши бўйича мажбуриятни ўз зиммасига олган шахс"[184] тушунилган[185].

---

[183] Ўзбек тилининг изоҳли луғати. Т.: "Ўзбекистон миллий энциклопедияси" Давлат илмий нашриёти. 2008, учинчи жилд 636-б.

[184] Основы бизнеса / Под.ред. Ю. Б. Рубина. Учебник. 6-е изд. - М.: Маркет ДС Корпорейшн, 2005. - С. 47.

[185] Ўша даврларда тадбиркор деган иборада акс эттирилган маъно билан ҳозирги даврда унда ўз ифодасини топган маъно жуда кескин фарқ қилади. Лекин ҳозирги кунда ҳам ушбу тушунча, унинг моҳияти хусусида иқтисодий адабиётларда жуда кўплаб турли карашларни учратиш мумкин.

Буюк иқтисодчи А.Смит тадбиркорни фойда олиш учун бирон-бир тижорат ғоясини амалга ошириш мақсадида таваккалчилик билан иш кўрувчи мулкдор деб тавсифлайди[186].

Лекин тадбиркорликнинг муайян тартибга келтирилган илмий назарияси француз иқтисодчиси Р. Контиллион томонидан XVIII аср биринчи ярмининг ўрталарида, аниқроғи 1725-1730 йилларда яратилган. Бу соҳада Р.Контиллионнинг хизмати шундаки, у тадбиркорликнинг биринчи концепциясини яратди ва "тадбиркор" тушунчасинининг моҳиятини очиб берди. Унинг фикрига биноан, тадбиркор ўзидаги олдиндан кўра билиш ва таваккалчилик асосида иш тутиш қобилиятларини ишга солиб, қўшимча даромад олиш мақсадида бозорда ҳаракат қилувчи индивиддир. Тадбиркор такрор ишлаб чиқаришнинг ҳар қандай босқичида: ишлаб чиқаришда, айрибошлашда, тақсимотда иштирок этиши мумкин. Р.Контиллион тадбиркорликни бевосита хавф-хатар (риск) билан боғлаган ва тадбиркор бозорнинг ноаниқ вазиятида катта масъулиятни ўз зиммасига олиб, қўрқмасдан таваккалига иш тутишига алоҳида эътибор қаратган. Иқтисодчининг тадбиркорлик концепциясини яратишдаги катта хизмати шундан иборатки, у биринчи бўлиб тадбиркорликка хос бўлган учта муҳим хусусиятларини очиб берган.

Биринчидан, тадбиркор қўшимча (яъни тадбиркорлик қилмасдан олиш мумкин бўлган даромадига нисбатан кўпроқ) даромад олиш мақсадида иш тутади.

Иккинчидан, тадбиркорлик билан шуғулланувчи индивид олдиндан кўра билиш ва хавф-хатардан қўрқмасдан таваккалига иш тутишга журъат этиш қобилиятига эга бўлиши керак. Айнан ана шу қобилияти эвазига у қўшимча даромад олиши мумкин ва олишга ҳақли.

Учинчидан, тадбиркорлик хавф-хатарли (рискли) фаолият бўлиб, таваккалига иш тутган тадбиркорнинг нафақат қўшимча, балки умуман озгина бўлса ҳам даромад олиши хаттоки зарар кўрмаслиги ҳам бозорнинг ўзгарувчан шароитларида ҳеч нарса билан ва ҳеч ким томонидан кафолатланмаган, яъни барча иқтисодий масъулият тўлалигича тадбиркорнинг зиммасида қолади.

Ғарбий Европада тадбиркорлик назариясини шакллантириш ва ривожлантиришда физиократлардан Ф.Кенэ ва А. Тюрголарнинг хизматлари катта бўлиб, улар тадбиркорликнинг субъектив жиҳатларига кўпроқ эътибор қаратишган.

Ж.П.Сэй ва А. Маршалл ҳам тадбиркорлик назариясини ривожлантиришда ўзларининг беқиёс ҳиссаларини қўшдилар. Улар тадбиркорнинг такрор ишлаб чиқаришдаги ролига янгича ёндашдилар. Уларнинг фикрига кўр, тадбиркорнинг асосий функцияси ишлаб чиқариш омилларини оқилона танлаш ва уларни мохирона қўшишдан иборат бўлиб, шунинг эвазига улар тадбиркорлик даромадини олишга эришадилар.

Тадбиркорлик назариясини бойитиш ва уни ривожлантиришда таниқли иқтисодчи Й.Шумпетернинг илмий қарашлари муҳим босқич бўлди. У олдинги

[186] Смит А.Исследование о природе и причинах богатства народов. Пер. с англ. Е.М.Майбурда. М.:1993.150 б.

концепцияларни ижодий ривожлантирди ва бу борада ўзининг ҳар томонлама асосланган ва истиқболли концепциясини яратди. Й.Шумпетер тадбиркорни иқтисодий ривожланишнинг асосий ишлаб чиқарувчи кучи сифатида талқин қилди ва тадбиркорнинг яратувчанлик, янгиликка интилувчанлик жиҳатларига катта эътибор қаратди. Унинг қарашларига мувофиқ, ишлаб чиқариш омиллари янгича нисбатда ўзаро уйғун бириккан (янги комбинация) тақдирдагина иқтисодий тизим ривожланади. Истеъмолчиларга ҳозирги кунгача номаълум бўлган янги маҳсулотни яратиш, такрор ишлаб чиқаришнинг янгича усулларини жорий этиш, хомашёнинг янги манбаларини топиш, меҳнатни ташкил этишнинг янги усулларини қўллаш, янги бозорларни забт этиш ва ҳоказолар ишлаб чиқариш омилларининг янги уйғунликда ўзаро бирикишини (комбинациясини) таъминлайди. Такрор ишлаб чиқариш жараёнида ишлаб чиқариш омилларини янгиликлар асосида янгича ўзаро уйғунликда қўшган хўжалик субъектларини Й.Шумпетер тадбиркорлар деб таърифлаган. Демак, у тадбиркорликнинг инновацион жиҳатига катта эътибор қаратган ва бу омил иқтисодиётнинг муқаррар равишда жадал ривожлантиришга олиб келишини асослаб берган.

Режали иқтисодиёт бархам берилиб, ўрнига иқтисодий ислоҳотлар асосида бозор муносабатлари ташкил топаётган МДҲ давлатларида ҳам тадбиркорлик назариясига оид кўплаб тадқиқотлар амалга оширилди, унинг моҳияти, шунингдек, ўтиш даври ва бозор хўжалигининг ундан кейинги ривожланиш босқичларидаги ўрни ва аҳамиятига, ривожланиш истиқболларига бағишланган, айниқса кичик тадбиркорлик хусусида юзлаб, минглаб илмий мақолалар ва монографиялар, дарслик ва ўқув қўлланмалар яратилди.

Табиийки, ўтиш даврини бошидан кечираётган ва тадбиркорлик жадал ривожланаётган собиқ совет республикалари олимлари тадбиркорлик, унинг моҳияти ва аҳамияти масалаларига ҳам жиддий эътибор қаратишди.

Масалан, россиялик иқтисодчи А. Бусыгин тадбиркорликни "фойда олиш мақсадидаги иқтисодий фаолликнинг махсус тури" [187] сифатида таърифлайди. Ушбу таърифда тадбиркорлик иқтисодий фаоллик билан тенглаштирилади, инсон фаолиятини фойда олиш мақсадидаги алоҳида, ўзига хос тури сифатида талқин этилади. Ваҳоланки, иқтисодий фаоллик инсон табиатида азал-азалдан мужассамланган бўлиб, айнан унинг воситасида инсон табиатга таъсир кўрсатиб, ўз эҳтиёжларини қондириш учун зарур бўлган ноз-неъматларни яратган. Ибтидоий жамоа даврларидаёқ иқтисодий фаоллик инсон учун ҳаёт кечиришнинг асосий воситаси бўлган. Лекин уша даврларда, табиатга фаол таъсир кўрсатишнинг яккаю-ягона мақсади шахсий эҳтиёжларни қондириш учун зарур бўлган неъматларни яратиш, яъни турмуш кечиришдан иборат бўлган. Кейинчалик, бирламчи, иккиламчи меҳнат тақсимотлари натижасида натурал хўжалик шакли негизида аста-секин товар хўжалигининг пайдо бўлиши инсонларда тамоман янги, яъни хусусий мулкчилик муносабатларининг юзага келишига ва ривожланишига сабаб бўлди. Хусусий

[187] Бусигын А. В. Предпринимательство, начальный курс. - М.: НИРП, 1992. - С. 17.

мулк пайдо бўлгандан бошлаб, инсон иқтисодий фаоллигини янада фаоллаштирувчи янги омил – фойда категорияси пайдо бўлди ва жамиятни ҳаракатга келтирувчи асосий кучга айланди.

Россиялик бошқа иқтисодчи Н. Сирополис тадбиркорликни жонли, динамик фаолият ҳисоблаб, тадбиркорни ишлаб чиқариш корхоналарини ташкил этувчи, уни бошқарувчи ва барча мавжуд рискни ўзига олувчи шахс сифатида талқин қилади ва унинг қуйидаги муҳим хусусиятларини кўрсатиб беради: аниқ мақсадларни кўзлаш; новаторлик; фаолиятнинг рисклилиги; ўзига ишониш; катъиятлилик; жавобгарлик[188]. Ушбу таърифда ҳам тадбиркорлик тушунчасининг моҳияти атрофлича тўла очиб берилмаган. Муаллиф тадбиркорликни жонли, динамик фаолият сифатида талқин этган. Гуёки жонсиз, динамик бўлмаган фаолият ҳам бўлиши мумкин. Ҳар қандай иқтисодий фаолият жонли, динамик бўлиши шарт, акс ҳолда у фаолиятсизлик бўлган бўлар эди. Бундан ташқари, муаллиф тадбиркорни ишлаб чиқариш корхоналарини ташкил этувчиси, уни бошқарувчиси сифатида талқин этади. Ваҳоланки, тадбиркор ишлаб чиқариш корхоналарининг нафақат ташкил этувчиси, уни бошқарувчиси, кўп ҳолларда унинг ижрочиси бўлиши ҳам мумкин ва бунга тўсқинлик қилиши мумкин бўлган ҳеч қандай сабаб йўқ. Келтирилган таърифда яна бир муаммо шундаки, унда тадбиркорнинг мақсади ўз ифодасини топмаган.

Кейинги йилларда кичик бизнес тушунчасининг моҳиятини очишга қаратилган тадқиқотлар кучайиб бормоқда. "Экономикс" дарслиги муаллифларининг (Макконелл К. Р., Брю С. Л.) фикрича, "кичик бизнес – бу шундай соҳаки, у товарлар ва хизматлар ишлаб чиқарилиши жараёнида ер ресурслари, капитал ва меҳнатни бирлаштириш бўйича ташаббусни ўз зиммасига олади, шу билан бирга бизнесни юритиш жараёнида асосий карорларни қабул қилади. Шунингдек, кичик бизнес янгилик яратувчи бўлиб, тижорат асосида янги маҳсулотлар, янги ишлаб чиқариш технологиялари ёки бизнесни ташкил этишнинг янги шаклларини ишлаб чиқаришга интилувчи, рискли фаолиятдир"[189].

М. Лапуста, Ю. Старостин тадқиқотларида "кичик тадбиркорлик – қонунчиликда белгиланган меъёрларга мувофиқ бозор иқтисодиёти субъектлари томонидан тадбиркорлик фаолиятининг амалга оширилиши"[190], деб кайд этилган. Кичик тадбиркорликнинг моҳияти, ташкил этилиши ва ривожланишининг айрим жиҳатлари А. Хоскинг, Р. Хизрич, М. Питерс, Ф. Хайекларнинг илмий асарларида[191] ҳам тадқиқ қилинган.

---

[188] Сирополис Николас К. Управление малым бизнесом. Руководство для предпринимателей: Пер. с англ. - М.: Дело, 1997. - С. 50-60.

[189] Макконелл К. Р., Брю С.Л. Экономикс. Т-1., - М.: Дело, 1992. - С. 38.

[190] Лапуста М. Г., Старостин Ю. Л. Малое предпринимательство. - М.: ИНФРА-М, 1997. - С. 5.

[191] Щумпетер Й. А. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. - М.: Эксмо, 2007. - 864 с.; Хоскинг А. Курс предпринимательства. - М.: Дело, 1993. - 230 с.; Хизрич Р., Питерс М. Предпринимательство. - М.: Дело, 1991. - 159 с.; Хайек Ф. Ф. Познание, конкуренция и свобода. Аналогия сочинений. - М.: Пневма, 1990. - 309 с.; Лембден К. Дж. Финансы в малом бизнесе. Пер. с анг. - М.: Финансы и статистика, 1992. - 200 с.

Ўзбекистон миллий энциклопедиясида тадбиркорлик тушунчаси қуйидагича талқин этилган: “Тадбиркорлик” – капитал сарфлаб товар ва хизматлар яратиш билан фойда топишга қаратилган иқтисодий фаолият. Тадбиркор қуйидаги тамойилларга таянади: бозор талабига кўра мустақил иқтисодий фаолият олиб бориш; фойда олишдан иборат мақсадга эга бўлиш; иқтисодий маъсулият ва мажбуриятни ўз зиммасига олиб, таваккалига иш қила билиш; янгиликка интилиш; белгиланган қонун-қоидаларга риоя қилиш; тадбиркорлик сирини сақлаш; ижтимоий маъсулиятни ҳис этиш, яъни ўз жамоаси, халқ фаровонлигини таъминлашни ўз фаолиятининг асосий йўналиши деб билиш[192]. Демак, тадбиркорлик инсоннинг иқтисодий фаолияти, унинг ўзига хос хусусиятлари ҳамда бошқа иқтисодий фаолият турларидан нималари билан фарқланиши асослаб берилган.

Ватандош олимларимиздан А. Ўлмасов, А. Вахобовлар фикрича, "тадбиркорлик моҳиятан бизнеснинг асосий тури. Аммо хар қандай бизнесни тадбиркорлик деб бўлмайди. Бунинг учун бизнес яратувчилик белгиларига эга бўлиши лозим"[193], Б.А.Эркаев, Г.И.Каримовалар эса “тадбиркорлик фойда олиш мақсадида фуқаролар ва корхоналарнинг ўз ташаббуси асосида мустақил фаолият юритиши” деб таъкидланган[194]. Уларнинг ёндошувларида ҳам тадбиркорликнинг инновацион, яратувчанлик жиҳатига, унинг мақсадига асосий эътибор қаратилган.

Умуман тадбиркорлик, жумладан кичик ва хусусий тадбиркорликка берилган таъриф ва талқинларни ўрганиш ва умумлаштириш асосида шундай назарий хулосага келдикки, ушбу манбаларда бу муҳим тушунчанинг моҳиятини очишда бир томонлама ёндошилган.

ФОЙДАЛАНИЛГАН АДАБИЁТЛАР РУЙХАТИ

1. Мухаммедов М.М., Ю.П.Урунбаева Аҳоли турмуш даражасини шакллантириш омиллари ва ошириш истиқболлари. «Зарафшан», 2010.

2. Мухаммедов М.М. К вопросу о повышении производительности труда в Республике Узбекистан. «Аҳолининг турмуш даражасини кўтариш ҳамда ижтимоий ҳимоясини кучайтириш йўллари ва воситалари» мавзусидаги илмий - амалий конференция материаллари». Самарақанд, 2002 йил.

[192]“Ўзбекистон миллий энциклопедияси” Давлат миллий нашриёти,.-Т.: 2004.- 8- том. Б.224.

[193] Yulduz P. Urunbaeva Increasing the impact of service sector on the living standards of population in innovative economy environment http://sersc.org/journals/index.php/IJAST/article/view/10387/5598 2020. 05.

[194] Б.А.Эркаев, Г.И.Каримова. Бозор иқтисодиёти: Изоҳли луғат. –Т.: Шарқ, 1997. - Б. 121.

Р. Ҳайитбоев – СамИСИ “Туризм” кафедраси катта ўқитувчиси

ЎЗБЕКИСТОННИНГ ЧЎЛ МИНТАҚАЛАРИДАТУРИЗМНИ ТАШКИЛ ҚИЛИШ ВА РИВОЖЛАНТИРИШДАГИ ИМКОНИЯТЛАР

Аннотация: *мақолада Ўзбекистоннинг чўл минтақаларида туризмни ташкил қилиш ва ривожлантиришда салоҳиятли туристик ресурслар тадқиқ қилинган. Шунингдек, улардан туризмда фойдаланиш бўйича тавсиялар берилган.*

Аннотация: *статье исследованы потенциальные туристические ресурсы находящихся в зоны пустыни Узбекистана для организации и развития туризма. А также даны рекомендации по использавании из их в туризме.*

Abstract: *The article explores the potential tourist resources located in the desert zone of Uzbekistan for the organization and development of tourism. And also given recommendations for using them in tourism.*

Калит сўзлар: *чўллар, адир, сардоба, қалъа, экспедиция, минерал ресурслар, биохилмахиллик, экотизим, қизил китоб,*

Ключевые слова: *пустыни, адир, сардоба, крепость, экспедиция, минеральные ресурсы, биоразнообразия, экосистема, красная книга.*

Keywords: *deserts, adir, sardoba, fortress, expedition, mineral resources, biodiversity, ecosystem, red book.*

Муаллиф 1998-2005 йилларда Ўзбекистон қоркўлчилик ва чўл экологияси илмий-тадқиқот институтининг олимлари билан халқаро грант лойиҳалари бўйича АҚШ, Франция, Австралия, Суриялик олимлар билан ҳамкорликда ишлади. Чет эллик олимлар илмий экспедициядан ташқари бўш вақтларда асосан чўл табиатига қизиқишарди. Шунингдек, экспедициялар вақтида кўплаб чет эллик туристларнинг чўлларда, айниқса чўллардаги йўлларнинг атрофларида фотоаппарат билан томоша қилиб юрганлиги кўзга ташланган. “Қизилқум” давлат табиат қўриқхонаси ва “Жайрон” халқаро экомаркази ҳисоботларида ҳам чет эллик туристларнинг ташрифлари ҳақида қайдлар бор.

Худди шундай қайдлар “Қарнобчўл”, “Нурота” дала тажриба станцияларида ҳам жуда кўплаб рўйхатга олинган. Чўлга яқин шаҳарлар ва қишлоқларнинг аҳолиси баҳор ойларида атайлаб чўлнинг хуштам оқ қўзиқоринини териш ва чўлдаги ўрмонларда дам олиш учун чиқиши одатий ҳоллардан бўлиб бормоқда.

Кузатувлар ва ахборотлардан маълум бўладики, чўл ва адир минтақаларидаги туристик ресурсларга ички ва халқаро туристик ташрифлар амалга оширилмоқда. Аксарият ҳолларда бу туристларни илмий-тадқиқот институтлари ва илмий-тадқиқот марказлари кутиб олиб, ўзаро ҳамкорлик қилишмоқда.

Бу ҳолатларда хулоса қилиш мумкинки, чўл ва адирларнинг туристик ресурсларидан ички туристлар ҳам халқаро туристлар ҳам фойдаланишмоқда. Афсуски,чўл ва адир минтақаларидаги туристик ресурслардан фойдаланувчи

туристик фирмалар, туристик ташкилотлар ва меҳмонхоналар фаолиятини мувофиқлаштириш, бошқаришнинг йўқлиги натижасида чўл минтақаларига ташриф буюраётган ҳар қандай даражалаги туристларнинг рўйхатини ва бу туристларнинг қайси туристик ресурслардан фойдаланаётганлигини тадқиқ қилиш қийин.

Қайд қилинганлардан хулоса шуки, бепаён чўл ва адир ҳудудларидаги туристик ресурслардан фойдаланиб туризмни ривожлантиришни бошқариш марказлашган бўлиши ва бу бошқарувда вазирликлар, Ўзбекистонда Республикаси туризм ва спорт вазирлиги, давлат қўмиталари, туризм соҳасига мутахассислар тайёрлайдиган университетлар, институтлар, коллежлар турфирмалар, туристик ташкилотлар, меҳмонхоналар ва туризм мутахассисларининг биргаликдаги, ягона ҳамкорлиги талаб қилинмоқда.

Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг «Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида»ги 2016 йил 2-декабрдаги ПФ-4861 сонли Фармонида:-ички, кириш ва чиқиш туризмини комплекс ривожлантиришнинг миллий ва ҳудудий дастурларини ишлаб чиқиш ва амалга ошириш” белгиланган.

Фармонга асосланган ҳолда таъкидлаш мумкинки, мамлакатимизда миллий туризмни истиқболда ривожлантирилиши режалаштирилган туризмнинг турлари ва соҳаларини янги ҳудудларда ва минтақаларда ташкил этиш, янги туризм йўналишларини, марказларини шакллантириш туризм соҳасидаги энг долзарб муаммолар ҳисобланади.

Бу фармон мамлакатимиз ҳудудларидаги аҳолининг ижтимоий-иқтисодий ҳаёти даражаларини бир текис ривожлантиришда туризм соҳасидан фойдаланиш имкониятларини излаш, муаммоларини илмий-амалий тадбиқ қилишда, туризмни катта ҳудудларда ва минтақаларда ривожлантиришнинг ҳуқуқий-меъёрий асослари ҳисобланади. Шунинг учун ҳам, туризм соҳасини ривожлантиришдаги илмий-амалий тадқиқотлари мамлакатимизнинг катта ҳудудларини, минтақаларини қамраб олиши лозим. Аммо бу йўналишда жиддий муаммолар ҳам мавжуд.

Туризм ижтимоий-иқтисодий соҳа бўлганлигидан давлатимиз бошқарувидаги жуда кўплаб таркиблар билан ишлаб тараққий этиши мумкин.Чўл ва адир минтақаларидаги табиий ресурслар, биологик хилма-хиллик ресурслари, ер, ўрмонлар ва сув фондлари турли хил вазирликлар тасарруфида ҳисобланади.Табиат қўриқхона ва буюртмахоналари, табиий ландшафтлардан фойдаланиш, табиий бойликлар устидан назорат қилиш Ўзбекистон республикаси экология ва атроф-муҳитни муҳофаза қилиш давлат қўмитаси маъсуллигида.

Ўзбекистоннинг чўл минтақаларида туризмни ривожлантиришда мураккаб муаммоларнинг яна бири бу минтақалардаги табиат қўриқхоналари ва табиат буюртмахоналарида экотуризмни ривожлантириш ҳисобланади.

Чўлдаги тўқай ва ўрмонлар Ўзбекистон Республикаси ўрмончиликни ривожлантириш давлат қўмитасига қарайди. Сув ҳавзалари, дарёлар ва сув

омборлари Ўзбекистон Республикаси қишлоқ ва сув хўжалиги вазирликлари ихтиёрида. Бу улкан ҳудудлардаги туристик ресурслардан туризмда фойдаланиш учун қайд қилинган давлат қўмиталари ва вазирликларнинг рухсатлари, келишувлари лозим бўлади. Бу эса вақт ҳисобидан жуда чўзилувчан жараёндир.

Ўзбекистоннинг чўл минтақаларида туризмнинг турларини ривожлантириш. Ўзбекистоннинг чўл минтақаларида туризм соҳасини ташкил қилиш ва ривожлантиришда асосий эътибор албатда туризмдаги турларнинг ресурсларига берилиши керак. Иккинчидан, чўл минтақаларида ички туризм соҳасини ривожлантиришда жуда мураккаб муаммолар келиб чиқмайди. Чунки, ватанимиз аҳолисининг мамлакатимиз бўйлаб ҳоҳлаган вақтда сайёҳатларга чиқишида ҳеч қандай чекловлар қўйилмаган.

Чўл минтақаларида халқаро туризмни ривожлантиришда эса анча тўсиқларга дуч келишимиз мумкин. Бу тўсиқлардан ўтиш учун биринчидан, чўл минтақаларида халқаро туризмни ривожлантиришнинг ҳуқуқий-меъёрий асослари яратилган бўлиши керак. Бу ҳуқуқий меъёрлар туризмнинг турлари бўйича чўл минтақаларидаги қайси туристик ресурслардан халқаро туризмда фойдаланиш мумкинлигини ва фойдаланиш имкониятларини аниқлаб бериши лозим.

Чўл минтақаларининг катта ҳудудларни эгаллаганлиги қазилма конларнинг ишлаётганлиги ва стратегик минерал ресурсларнинг олинаётганлиги туфайли бу минтақаларнинг баъзи бир ҳудудлари туристлар учун ёпиқ бўлиши мумкин. Чўл минтақаларида халқаро туризмни ривожлантиришнинг ҳуқуқий-меъёрий асослари чўл ҳудудларида туризмда фойдаланадиган туристик объектлар ва бу туристик объектларга ишланадиган туристик маршрутларнинг ўтиши ва фаолият кўрсатиши йўлларини ва манзилларини аниқ кўрсатиб бериши керак.

Чўл минтақаларидаги туристик ресурсларнинг тавсифи ва таснифлари қуйидагича:

1.Чўлларда археология туризмининг ресурслари.

2.Чўлларда зиёрат туризмининг ресурслари.

3.Чўлларнинг ҳайвонот олами ва ўсимликлар дунёси -экотуризм ресурслари.

4.Чўллардаги табиат қўриқхоналари ва табиат буюртмахоналари-экотуризм ресурслари.

5.Чўлларда овчилик туризмининг ресурслари.

6.Чўллардаги сардобалар -туризмнинг ресурслари.

7.Чўллардаги аҳолининг миллий маҳсулотлари ва миллий ўйинлари -туризм ресурслари.

Сўнги йилларда мамлакатимизга келаётган хорижий туристлар оқимида археологик туризмнинг талабгорлари Қорақалпоғистон Республикаси, Хоразм ва Сурхондарё вилоятларидаги қадимий шаҳарларнинг қолдиқларига кўпроқ қизиқишмоқда. Айниқса, Тошкентдаги туристик фирмаларнинг “Тарих ва замонавийлик” мавзуларидаги халқаро туристик маршрутлари

Қорақалпоғистон Республикаси ва Хоразм вилоятларидаги қадимий қалъаларга ишлаб чиқилган бўлиб тобора жаҳон миқёсларида оммавийлашиб бормоқда. Шунинг учун ҳам, чўл минтақаларида халқаро археологик туризмни ривожлантиришнинг имкониятлари катта. Бу йўналишга мамлакатимизнинг чўл ҳудудларида сақланиб қолган қадимий сув иншоатлари сардобаларни ҳам қўшиш мумкин.

Чўл минтақаларида 3 та табиат қўриқхоналари, битта Сармишсой миллий парки ва 10 та табиат буюртмахоналари мавжуд. Шунингдек, чўлларнинг ҳайвонот дунёси ва ўсимликлар олами, халқаро "Қизил китоб" ва Ўзбекистон республикасининг "Қизил китоби"даги ҳайвонларни халқаро миқёсларда қизиқарли туристик ресурслар ҳисоблаб чўл минтақаларида халқаро экотуризмни ривожлантиришнинг катта имкониятлари мавжуд. Иккинчидан, экосафари ресурсларини ҳам экотуризм йўналишига қўшиш мумкин.

Навоий вилоятидаги "Сармишсой" қоятошларидаги қадимий расмлар ҳозирнинг ўзидаёқ жаҳон миқёсида тобора халқаро туризм масканига айланиб бормоқда. Чўл минтақаларида халқаро аҳамиятга эга бўлган зиёрат туризмининг ресурслари ҳам мавжуд.

Келтирилган фикр, мулоҳазалар бўйича дастлабки вақтларда Ўзбекистоннинг чўл минтақаларида туризмнинг қуйидаги турларини ривожлантириш мақсадли бўлади:

I.Ички туризмда:

- Экотуризмни(чўлнинг табиати, флора ва фаунаси, Сармишсой миллий парки, 3та табиат қўриқхонаси, 10та табиат буюртмахонаси, «Жайрон» халқаро экомаркази);
- Зиёрат туризмини (Нурота зиёратгоҳи, Араб ота зиёратгоҳи, Султон Увайс ота зиёратгоҳи);
- Археологик туризмни (Қорақалпоғистон Республикаси ва Хоразм вилоятидаги қадимий қалъалар, сардобалар);
- Овчилик туризмини(чўл ҳудудларидаги овчилик майдонлари)
- Экскурсия туризмини(чўл минтақаларидаги барча туристик ресурслар

II. Халқаро туризмда:

- Экотуризмни(Сармишсой миллий парки, 3та табиат қўриқхонаси, 10та табиат буюртмахонаси, «Жайрон» халқаро экомаркази));
- Зиёрат туризмини(Нурота зиёратгоҳи, Султон Увайс ота зиёратгоҳи);
- Археологик туризмни(Қорақалпоғистон Республикаси ва Хоразм вилоятидаги қадимий қалъалар, сардобалар);
- Миллий маданият туризмини(чўл минтақаларидаги аҳолининг миллий, маданий мероси бойликлари.

Ўзбекистоннинг чўл минтақаларида туризм соҳасини ривожлантиришда чўл минтақаларида жойлашган вилоятлар ҳокимликлари ҳукуматимизнинг туризмни ривожлантиришдаги ҳуқуқий-меъёрий асослар доирасида иш кўришлари ва ташаббускор бўлиши лозим. Чўл минтақалари улкан ҳудудларни қамраб олганлигидан туризмни ривожлантириш бошқармасининг туманлар ҳокимликларида ҳам штат бирлигидаги вакили бўлиши керак.

Келтирилган мулоҳазалардан маълум бўладики, чўл минтақаларида ички туризмни ҳам, халқаро туризмни ҳам ривожлантирувчи туристик ресурслар мавжуд. Шунинг учун ҳам, чўл минтақаларида фаолият кўрсатувчи ва ташкил қилинувчи туристик фирмалар ва туристик ташкилотлар туризмнинг қайд қилинган йўналишларига ва туризмнинг турларига ихтисослашган бўлиши талаб қилинади.

Мамлакатимизнинг миллий туризмида ўзаро ҳамкорлик ва бири-бирини қўллаб қувватлаш жуда суст даражаларда ҳисобланади. Европа давлатларида бу ҳолатни акси.Шунинг учун ҳам, «Чўл минтақаларида туризмни ривожлантириш» ихтиёрий-ташаббус маркази (чўл туризми тадбиркорлигини тайёрлаш, чўл минтақаларида туризмни ривожлантириш ҳамкорлигини ташкил қилиш, туристик фирмаларни тезкор ахборотлар билан таъминлаш, чўлнинг қишлоқларида «турист уйлари»ни ташкил қилиш, «чўл туризми бозори»ни ташкил қилиш ва бошқ..) ни ташкил қилиш вилоят ҳокимликларининг ўз вилоятлари ҳудудларида туризмни бир текис ривожлантиришига ёрдам беради.

Хулоса:

1.Ўзбекистоннинг чўл минтақаларида ички туризмни ҳам, халқаро туризмни ҳам ривожлантирувчи туристик ресурслар мавжуд. Шунинг учун ҳам, чўл минтақаларида фаолият кўрсатувчи ва ташкил қилинувчи туристик фирмалар ва туристик ташкилотлар туризмнинг қайд қилинган йўналишларига ва туризмнинг турларига ихтисослашган бўлиши лозим.

2. Ўзбекистоннинг чўл минтақаларида туризм соҳасини ривожлантиришда чўл минтақаларида жойлашган вилоятлар ҳокимликлари ҳукуматимизнинг туризмни ривожлантиришдаги ҳуқуқий-меъёрий асослар доирасида иш кўришлари ва ташаббускор бўлиши, бу ҳудудларда туризмни ташкил қилиш ва ривожлантиришда мақсадли йўналишлар бўлади.

Тавсиялар:

1.Чўллардаги асосий туристик ресурсларнинг ва бу асосий ресурс атрофидаги қўшимча туристик экскурсия объектларининг тавсиф ва тарифларини тайёрлаш тадқиқотларини амалга ошириш.

2.Чўлларда аҳоли зич жойлашган қишлоқларни, зиёратгоҳларни ва тарихий жойларни рўйхатга олиш ва бундай жойларнинг атрофларидаги туристик экскурсия объектларининг таъриф ва тавсифларини тайёрлаш.

3.Чўлларда туризмни ташкил қилиш ва ривожлантиришнинг ташкилий-иқтисодий механизмларини яратиш тадқиқотларини амалга ошириш.

Фойдаланилган адабиётлар:

1. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг «Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида»ги 2016 йил 2-декабрдаги ПФ-4861 сонли Фармони.

2. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг «Кириш туризмини ривожлантириш чора-тадбирлари тўрисида» 2018 йил 6 февралда ПҚ-3509-сонли Қарори.

3. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг “Ички туризмни жадал ривожлантиришни таъминлаш чора тадбирлари тўғрисида”ги 2018 йил 7 февралдаги ПҚ-3514-сонли Қарори.

4. Ҳайитбоев Р., Экологик туризм. Ўқув қўлланма,“Баркамол файз медиа”, Тошкент, 2018.-248.

5. Ҳайитбоев Р., Бобоев Ш., Ўзбекистоннинг чўлларидаги экотуристик районларда экотуризмни ривожлантиришдаги вазифалар.«SERVIS» журнали, Самарқанд, 2016, № 1-2, 48-53 б.

6. Ҳайитбоев Р., Даминов М.Ўзбекистоннинг чўллари ва адирларида туризмни ривожлантириш модели. “SERVIS” журнали, 2017, 1-сон, 49-53 б.

7. Ҳайитбоев Р.,Ўзбекистоннинг чўлларида туризмни ташкил қилиш ва ривожлантириш механизмлари. “SERVIS” журнали, № 4-сон, 2018. -70-74 б.

8. Ҳайитбоев Р.,Ўзбекистон чўлларида туризмни ривожлантириш истиқболлари, (Монография), МЧЖ “Наврўз полиграф”, Самарқанд,2018.-143

Usmonov M.D. – SamISI “Tarmoqlar Iqtisodiyoti” kafedrasi MI-220 guruh magistranti
Shokirov F.U. – SamISI “Turizm” kafedrasi MTF-119 guruh magistranti
Xannazarova O.I. – SamISI “Turizm” kafedrasi MTF-119 guruh magistranti

QISHLOQ XO’JALIGIDA TURIZM RESURSLARIDAN FOYDALANGAN HOLDA AHOLINI ISH BILAN TA’MINLASH ISTIQBOLLARI

Annotatsiya: *Ushbu maqolada qishloq xo’jaligi resurslardan foydalangan holda ish o’rinlarini yaratish hamda aholi turmish tarzini yaxshilash, qishloq turizmini keng ko’lamda tadbiq qilshish orqali qiziquvchilar (turistlar) sonini oshirish yo’llari ko’rsatib otilgan.*

Kalit so’zlar: *Qishloq turizmi, etnografik turizm, qishloq aholisi, aholi turmish tarzi, fermer xo'jaliklari, urf-odatlar, atrof-muhit.*

Аннотация: *В данной статье указаны пути создания рабочих мест с использованием ресурсов сельского хозяйства и улучшения образа жизни населения, увеличения числа заинтересованных лиц (туристов) путем широкомасштабного внедрения сельского туризма.*

Ключевые слова: *Сельский туризм, этнографический туризм, сельское население, стиль туризма населения, фермерские хозяйства, обычаи, окружающая среда.*

Abstract: *This article shows the ways to create jobs using agricultural resources and improve the lifestyle of the population, increase the number of interested persons (tourists) through the large-scale introduction of rural tourism.*

Key words: *Rural tourism, ethnographic tourism, rural population, population tourism style, farmer farms, customs, environment.*

Aholini ish bilan ta’minlash inson ijtimoiy rivojlanishining eng muhim jihatlaridan biri bo’lib, u mehnat masalalari bilan bog’liq muammolarni hamda mehnatga bo’lgan taklif va talablarni qondirish yo’llarini ochib beradi. Ish bilan bandlik kishilarning ish joylari qayerdaligidan qat’i nazar, ijtimoiy foydali mehnatda qatnashish yuzasidan o’zaro kirishadigan ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlaridir. Ish bilan bandlik munosabatlari, mehnatga layoqatli kishilarning qanchasi va qay darajada ijtimoiy foydali mehnatda qatnashishini ko’rsatadigan ijtimoiy-iqtisodiy ko’rsatkichdir. Aholining ish bilan bandlik toifasi faqat iqtisodiy komponentlar bilan cheklanmaydi. Ish bilan bandlik, avvalo, ijtimoiy munosabatlardir. Shu bois qandaydir azaliy, bevosita yuzaga kelgan hodisa sifatidagi ijtimoiylik uning asosiy xususiyati hisoblanadi. Ish bilan bandlik ijtimoiy-iqtisodiy hodisa sifatida namoyon bo’lar ekan, uni quyidagicha ta’riflash mumkin. Ish bilan bandlik – fuqarolarning qonun hujjatlariga zid kelmaydigan o’z shaxsiy va ijtimoiy ehtiyojlarni qondirish bilan bog’liq, ularga ish haqi yoki mehnat daromadi keltiradigan faoliyatdir. Qishloq turizmi orqali koplab ish o’rinlar yaratish mumkin va bu bilan ayniqsa, qishloq aholisini yashash tarzini izchil o’zgartirish mumkin bo’ladi. [195]

Qishloq turizmi ichki va kirish turizmini rivojlantirish yo'nalishlaridan biri bo'lib, u nisbatan yangi va istiqbolli yo'nalishdir. Qishloq hududlarida turizmni rivojlantirish qishloq hududlarini barqaror rivojlantirish, infratuzilmani rivojlantirish, hayot sifatini yaxshilash, mahalliy aholi daromadlarini oshirish, ish o'rinlarini yaratish, an'ana va madaniyatni qo'llab-quvvatlash va saqlash, ekologiyani saqlab qolish kabi ijtimoiy ahamiyatga ega tadbirkorlik faoliyati hisoblanadi. Bugungi kunda bu turdagi sayyohlik faoliyatining universal ta'rifi yo'q, ammo dunyoda keng tarqalgan ta'rif quyidagicha: qishloq turizmi (agroturizm) fuqarolarning doimiy yashash joyidan qishloq joylariga, qishloq mehmon uylariga, qishloq mulklariga va sayyohlik maqsadlariga ega bo'lgan fermer xo'jaliklariga joylashtirish va vaqtinchalik yashash joyidagi manbalardan daromad olish bilan bog'liq faoliyatni amalga oshirmasdan sayohat qilishdir. Qishloq turizmi, qishloq joylarida dam olish kabi, nafaqat modaga hurmat bilan qarash, balki shaharlarda hayotning dinamik va jadal ritmi, shaxar atrof-muhitning ifloslanishi shahar aholisi uchun toza tabiiy muhit o'rtasida tinchlik va yolg'izlikni talab qiladi. Bunday dam olish insonga tabiatga yaqinlashish, dam olish, kuch topish imkonini beradi va bundan tashqari, ushbu mintaqaga xos bo'lgan tarixiy, madaniy, etnografik, shuningdek, me'moriy meros, urf-odatlar va hunarmandchilikni o'rganish, mahalliy xalq kiyimlari, oshxona, folklor to'plami, mahalliy til yoki dialektni o'rganish, havaskor foto tasvirlar olish, o'simliklar va minerallarni yig'ish kabi o'ziga xos sevimli mashg'ulotlarini qondirishga imkon beradi. Shuni ta'kidlash kerakki, qishloq turizmi hamma joyda emas, balki faqat

[195] [195] O‘zbekiston Respublikasining “Aholini ish bilan ta'minlash to‘g‘risida” gi qonuniga sharhlar. -Toshkent.: “Sharq”, 2000. –384 b. Abdurahmonov Q.X. Mehnat iqtisodiyoti. Darslik. - T.: MEHNAT,
2009. - 763 bet.
www.mineconomu.uz – Ўзбекистон Республикаси Иқтисодиёт вазирлигининг сайти
https://moluch.ru/archive/53/7225/

qishloq va qishloqlar kabi hududlarda atrof-muhitni ifloslantiradigan faoliyat bilan qamrab olinmagan hududlarda samarali rivojlanishi va ishlashi mumkin xarakterli an'anaviy arxitektura, qishloq xo'jaligi fermalari,o'rmon xo'jaligi, tabiiy bog'lar va o'ziga xos himoyalangan hududlar, dam olish joylari, turli tabiiy hodisalar; va muqaddas joylar; ochiq havoda xalq madaniyatining diqqatini tortatadi.

O'zbekistonda qishloq turizmini rivojlantirish ishlari jadal olib borilmoqda buning isboti o'laroq Obod qishloq va obod mahalla dasturi doirasida har bir qishloqda (ya'ni turistik resurslarga nisbatan boyroq bo'lgan) "**turistic gusthouse**" tashkil etish yo'lga qo'yilgan bunda har bir istalgan oilda chet el va mahalliy mehmonlar uchun shart- sharoitlar yaratilgan xonalarni ,uylarni ijaraga berish va bu orqali foyda ko'rish ko'zda tutilgan. Bundan tashqari qishloq joylarda o'tkaziladigan turli marosim va an'analar ham turistalar va mahalliy aholining qiziqishini uyg'otadi bunga misol sifatda **ko'pkari, navroz sayillari ,qovun sayillari, kurash** (mahalliy til bilan aytganda "dorveshona") larni sanab o'tsak boladi. Bu marosim va sayillar mobaynida tashrif buyuruvchi sayyoh va mehmonlarga xizmat ko'rsataish orqali bir necha turdagi xizmat ko'rshatish faoliyatlarini tashkil qilishimiz mumkin misol uchun: ovqatlantirish, transport va animatsion xizmatlar va hokozo.

Qishloq turizmini rivojlantirish orqali nafaqat turistlaring ushbu turga bo'lgan ehtiyojini qondirish hamda qishloq aholisi turmush tarzini yaxshilash balki bu yo'nalish orqali boshqa davlatlarga ham o'zimizning etnografik ,ma'daniy-tarixiy boyligimiz qanchalar buyuk va behisob ekanini korsatishimiz mumkin.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR.

1. M.R.Boltaboyev, I.S.Tuxliyev, B.Sh.Safarov, S.A.Abduxamidov "Turizm: nazariya va amaliyot". –T.: Fan va texnologiya", 2018, 400 bet.
2. www.lex.uz – O'zbekiston Respublikasi Qonun hujjatlari ma'lumotlari bazasi
3. www.data.gov.uz - O'zbekiston Respublikasi ochiq ma'lumotlar portal
4. O'zbekiston Respublikasi turizmni rivojlantirish davlat qo'mitasining 2019 yil 1 yarim yillik faoliyati yakunlari to'g'risidagi hisoboti
5. www.ziyonet.uz

Содиқов О. - СамИСИ ўқитувчиси

ТУРКИЙ ТИЛЛАР ТАРАҚҚИЁТИНИНГ АЙРИМ ЎЗИГА ХОС ХУСУСИЯТЛАРИ ҲАҚИДА

Аннотация: *Ушбу мақолада туркий тиллар, уларнинг дунё олимлари то монидан таснифи, илмий тадқиқотлар натижалари, кузатувлар натижалари таҳлилий жиҳатдан тасвирланган. Мақола, шунингдек, инглиз тилида сўзлаша диган мамлакатларда туркий тилларни ўрганиш ва ўқитишга бир оз ойдинлик киритишга қаратилган. Муаллиф ушбу масалаларни қиёсий ўрганган*

Калит сўзлар: *туркий тиллар, лингвистик ва этнографик маълумотлар, тасниф, чет эл тадқиқотлари, замонавий ёндашув, эчимлар.*

Аннотация: *В статье описаны тюркские языки, их классификация мировыми учеными, результаты научных исследований, результаты наблюдений в аналитическом аспекте. Статья также призвана пролить свет на изучение и преподавание тюркских языков в англоязычных странах. Автор провел сравнительное исследование этих вопросов.*

Ключевые слова: *турецкие языки, лингвистические и этнографические данные, классификация, зарубежные исследования, современный подход, решения.*

Abstract: *This article describes the Turkic languages, their classification by world scientists, the results of scientific research, the results of observations in an analytical aspect. The article also aims to shed some light on the study and teaching of Turkic languages in English-speaking countries. The author has made a comparative study of these issues.*

Keywords*: Turkish languages, linguistic and ethnographic data, classification, foreign studies, modern approach, solutions.*

XX асрнинг 90-йилларидан бошлаб миллий анъаналарни, миллий маданиятни тиклаш, миллий тил обрў-эътиборини кучайтириш муаммолари кўтарила бошланди. Мустақиллик даврида Ўзбекистонда яшовчи халқларнинг тарихини ўрганишга алоҳида қизиқиш билан қаралмоқда. Бунда миллатларнинг тенг ҳуқуқлилиги, уларнинг маданияти ва тарихи мамлакатимизнинг маънавий бойлиги эканлиги Президентимизнинг бир қатор асарларида кўрсатиб берилди.

Ўзбек тили Ўзбекистон Республикасининг давлат тили сифатида тан олинар экан, бу республика ҳудудида бошқа тилларнинг фаолият кўтаришига, ривожланишига, Ўзбекистонда яшовчи барча миллатлар ва элатларнинг ўз она тилларида алоқа қилишларига монелик қилмаслиги (2-модда) кафолатланган. Бошқа миллат ва элатларнинг тилларига ҳурмат билан муносабатда бўлиш, бу тилларни ривожлантириш учун шарт-шароит яратиш (4-модда) таъкидланади. Шу билан бирга, республикамизда яшовчи барча халқларнинг тилларини илмий ўрганишга ҳам алоҳида эътибор билан қаралмоқда. Қардош тилларнинг туб илдизларини ўрганиш бу борадаги муҳим вазифалардандир.

Туркийлар дунёдаги жуда кўплаб халқларнинг этногенезида иштирок этган, катта қисми эса, ўзга халқлар билан аралашиб, бошқа тилларни мажбуран қабул қилган. Айрим этнографлар венгер, болгар, албан сингари халқлар ҳам ўтмишнинг турли даврларида туркий қабилалардан вужудга келганини таъкидлайдилар. Баъзи тилшунослар эса, корейс ва япон тиллари Олтой тиллари оиласига мансуб деган фаразни илгари суради.

Олтой тиллари оиласининг катта қисмини туркий тиллар ташкил этиши ўз-ўзидан маълум. Америка қитъасининг туб аҳолиси бўлган ҳиндулар беш минг йилча илгари Беринг бўғози орқали ўтиб, «Янги дунё»ни овруполиклардан анча аввал кашф этган туркийларнинг қадимий аждодларидан тарқалган, деган фаразлар ҳам илгари сурилмоқда. Чунки, майя, ацтек, инк

тилларида жуда кўп туркий сўзлар учрар экан. Тамомила бошқа қитъада, океан ортида, туркийлардан минглаб чақирим олисда яшаган бу қавмлар тилида туркий сўзлар учраши чиндан-да, ажабланарлидир.

Тадқиқотлардан маълумки, туркий сўзлар дунёнинг жуда кўп халқлари тилларида учрайди. Масалан, туркийдаги «**бер яқ»** (бериги ёқ, бериги томон) бирикмаларидан русча **«берег»** сўзи ясалган.

Ҳар қандай фан амалий билиш устига қўйилган назарий билимга асосланади. Билиш эса фалсафа фанининг асоси саналади. Назарий фалсафа асосчиси И.Кант унинг ўрганиш предмети нарсалар (табиат ва жамият) эмас, балки инсоннинг билиш фаолиятини илмий текширишдан, инсон ақлий фаолиятини аниқлашдан иборат эканлигини таъкидлаган эди.

Фалсафа инсоннинг ўз моҳиятини англаши, борлиқнинг турли соҳаларига оид бўлган ҳодиса ва воқеалар ҳақида, уларнинг туб моҳиятини ифодалайдиган умумий хулосалар чиқариши демакдир.

Фалсафий тафаккур оламидаги нарса ва ҳодисаларни фикрда умумлаштириб, ўзаро боғлиқликда ва ривожланишда ўрганиш, уларнинг моҳиятини чуқурроқ ва тўлароқ билишдир. Фалсафа марказида борлиқ ва уни билиш муаммоси ётади.

Ҳозирги вақтда тарихи ўрганилиб, бир-бири билан қардош эканлиги аниқланган тил оилаларидан бири туркий тиллар оиласидир. Ҳозирда туркий тиллар оиласига йигирмадан ортиқ тиллар киради: қирғиз, қозоқ, турк (усмонли турк), туркман, ўзбек, уйғур, татар, чуваш, озарбайжон, ёқут, қорақалпоқ, тува, балқар ва б.

Бу тиллар келиб чиқишининг умумийлиги, фонетик, лексик-семантик, грамматик хусусиятларининг умумийлиги билан характерланади. Туркий тиллар оиласига мансуб тиллар учун асос бўлган тил қадимги туркий тилдир. Истиқлол туфайли ўтмиш маданиятимизга, бой маданий меросимизга холис баҳо бериш имкониятига эга бўлдик.

Шу вақига қадар юртимиздан етишиб чиққан тилшунос олимларнинг илмий мероси етарли баҳоланмади. Тилшуносликнинг назарий масалалари Европа олимлари номлари билан боғлаб ўрганилди.

Фойдаланилган адабиётлар:

1. Баскаков Н.А. Алтайская семья языков и её изучение. - М.: Наука, 1981.- 135 с.

2. Бегматов Э.А. Ҳозирги ўзбек адабий тилининг лексик қатламлари. - Тошкент: Фан, 1985. - 200б.

3. Дадабаев Х., Насиров И., Хусанов Н. Проблемы лексики старо-узбекского языка. - Ташкент: Фан, 1990. - 214 с.

4. Дадабаев Х. Сословная терминология в старотюркских письменнх памятниках Х1У-ХУ вв. // Адабий мерос. - Ташкент, 1989.-№2(48).-С. 17-27.

Урунбаева Ю.П. - СамИСИ PhD
Боротова М.И. - СамИСИ магистранти

АҲОЛИ ТУРМУШ ДАРАЖАСИНИ ОШИРИШГА ТАЪСИР ЭТУВЧИ ОМИЛЛАР

Аннотация. *Ушбу маърузада жамиятда аҳоли турмуш даражасини оширишга доир муаммоларни ҳал этишда оила дарамодлари ва унинг ижтимоий ҳимояга бўлган талаби ўртасидаги тадқиқотларни ривожлантиришни режалаштириш, унинг яқин ва узоқ келажакдаги истиқболларини белгилаш ҳақида сўз юритилган.*

Калит сўзлар*. Аҳоли турмуш даражаси, ижтимоий ҳимоя, ижтимоий хизматлар, оила даромади.*

Abstract. *In this litek, it is to talk about the development of research between the problems of improving the living standards of the population and its demand for social protection, to determine the prospects for its close and long-term future.*

Keywords*. Society, social protection, social services, family income.*

Аннотация. *В этом Литтеке следует поговорить о развитии исследований между проблемами улучшения уровня жизни населения и его спроса на социальную защиту, чтобы определить перспективы ее близкого и долгосрочного будущего.*

Ключевые слова*. Общество, социальная защита, социальные услуги, семейный доход.*

Мустақил тараққиёт даврида Ўзбекистонда аҳоли турмуш даражаси ва сифатини ошириш ижтимоий-иқтисодий ривожланишнинг энг муҳим якуний натижаси бўлиб бормоқда. Республикамизда ижтимоий йўналтирилган бозор иқтисодиётини шакллантириш ва шу асосда аҳоли турмуш даражасини ошириш ижтимоий-иқтисодий ислоҳотларнинг муҳим йўналиши ва бош мақсади қилиб белгиланган. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёев ушбу муҳим масалага алоҳида эътибор қаратган: “Аҳолининг ижтимоий ҳимояга муҳтож эҳтиёжманд қатламлари ҳимоясини кафолатлаш бугунги кунда мамлакатимиз олдида турган устувор вазифалардан бири сифатида белгиланмоқда. Хусусан, бу масала 2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегиясини “Халқ билан мулоқот ва инсон манфаатлари йили”да амалга оширишга оид Давлат дастурида тўла ўз аксини топган[196]. Шу сабабли, Ўзбекистонда амалга оширилаётган ислоҳотларнинг пировард натижаси авваламбор аҳолининг турмуш даражасини оширишга қаратилган.

Бинобарин, мустақил тараққиётнинг дастлабки йилларидан бошлаб амалга оширилган ислоҳотлар жараёнида аҳолининг турмуш фаровонлигини

[196] 2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегиясини “Халқ билан мулоқот ва инсон манфаатлари йили”да амалга оширишга оид Давлат дастурини ўрганиш бўйича илмий-услубий рисола. - Тошкент.: Маънавият, 2017. -175 -б.

ҳамда ҳаёт сифатини ошириш юзасидан катта яратувчилик ишлари амалга оширилди. Бугунги кунда Давлат бюджетининг қарийб 60 фоизи ижтимоий соҳани ривожлантиришга йўналтирилмоқда. Бу аҳолининг ҳаёт сифати яхшиланишига хизмат қилмоқда[197]. Бозор иқтисодиётига ўтишнинг беш тамойилидан бири сифатида кучли ижтимоий сиёсат, бошқача қилиб айтганда, кам таъминланган[198] оилаларнинг турмуш даражасини маълум меъёрда сақлашга қаратилгани ҳам бежиз эмас.

Аҳолининг турмуш даражаси кишилар ҳаётий фаолиятининг кўп қирраларини ўзида мужассамлаштирган мураккаб ижтимоий-иқтисодий категория бўлиб, уларнинг ҳаётий эҳтиёжларининг қондирилиш меъёри ҳисобланади. Ҳар бир кишини қанча миқдордаги ва қандай сифатдаги товар ва хизматларни истеъмол қилиши унинг турмуш даражаси сифатида тавсифланади. Шунингдек, аҳоли турмуш даражаси давлат ижтимоий-иқтисодий сиёсати самарадорлигини баҳолашнинг энг муҳим мезонидир.

Аҳоли турмуш даражаси – кенг қамровли ижтимоий-иқтисодий категория бўлиб, у аҳолининг моддий ва маънавий неъматлар, турли-туман хизматлар билан таъминланганлик даражаси (истеъмол ҳажми) ҳамда қулай ва хавф-хатарсиз ҳаёт кечириш учун зарур шароитларнинг мавжудлиги билан ўлчанади[199].

Аҳоли турмуш даражасини аниқлаш ва баҳолашнинг турли мезонлари ўрганиб келинмоқда. Бундай мезонларни мавжудлигига бефарқ бўлмаслик муҳимдир. Иқтисодчи олимлар томонидан ўтиш даврининг биринчи ва иккинчи босқичларида айнан “тўқ турмуш даража”, “нормал турмуш даража”, “камбағал” ва “қашшоқ” сўзларининг учраб туриши табиий ҳол эди, чунки бундай терминлар ўтиш давригача ҳам тез-тез синоним сифатида ишлатилган.

Ҳозирги шароитда эса “бой[200]”, “ўрта ҳол”, “камбағал” сўзларини ишлатиш орқали аҳолини турмуш даражасини бу қатламларга ажратиб кўрсатиш ҳолатлари ҳам мавжуд. Шундан келиб чиқган ҳолда, аҳолини турмуш даражасига қараб турли гуруҳларга таснифлашда унинг ҳар бир табақасига мос келадиган эҳтиёжлар миқдори, хизмат турлари, сифатини доимий ва тизимли аниқлаб бериш муҳимдир.

Жамиятда аҳоли турмуш даражасини оширишга доир муаммоларни ҳал этишда айнан эҳтиёжманд ҳолатда ҳаёт кечираётган аҳоли қатламларини аниқлаб, уларнинг сонини узлуксиз камайтириб боришга жиддий эътибор қаратмоғимиз лозим.

Ушбу жараённи амалга ошириш мақсадида 2019 йилда Самарқанд вилояти бўйича эҳтиёжманд ҳолатда ҳаёт кечираётган аҳоли қатламларини аниқладик. Ўтказилган тадқиқотимиз қуйидаги натижаларни берди: эҳтиёжманд оилалар сони 9777 тани ташкил этган ҳолда нафақа олувчилар сони 63433 тани ташкил этган. Ушбу оилалар ўртасида хатлов ўтказилиб, улар уч

---

[197] Уша манбада. 185-б.

[198] 2017 йил 12 сентябр ПҚ-3268 “Аҳолининг кам таъминланган қатламларини қўллаб-қувватлашга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги қарор.

[199] Таъриф: Муаллифники.

[200] www.spprinfo.ru: Forbes рейтинги: дунёнинг энг бадавлат 20 та инсони тўғрисида маълумот. Билл Гейст 2020 йилда ҳам бой одамлари рейтингига бошчилик қилмоқда.

тоифага ажратилди ва ҳар бир тоифага нисбатан аниқ чора-тадбирлар ишлаб чиқилди, жумладан:

Биринчи тоифага давлат томонидан кам таъминланган оилалар учун кўрсатилаётган хизматлардан фойдаланиш мақсадида ўз даромадларини яшириб келаётган ва натижада асоссиз тарзда ижтимоий нафақалар олаётган (чет элдаги, бозор, уй хўжалигида чорва моллари ва бошқа даромадлар) оилалар киритилди.

Иккинчи тоифага кам таъминланган оилалар рўйхатига киритилган, лекин, томорқа ер майдонларига эга бўлган ва ундан фойдаланиш эвазига даромад топиш имконияти мавжуд бўла туриб, кам таъминланган оила сифатида давлат бюджети маблағларидан ўринсиз фойдаланаётган оилалар киритилди.

Учинчи тоифага ногиронлиги бўлган шахслар, якка-ёлғиз, боқувчисини йўқотган, сурункали касал ва 16 ёшга тўлмаган фарзандларини тарбиялаётган оилалар (оналар) киритилди. Натижада, биринчи ва иккинчи тоифада асоссиз тарзда ижтимоий нафақалар олиб келаётган оилалар (11087 киши) сони 20 фоизга мақбуллаштирилиш ҳисобига 2019 йилда моддий ёрдам 90,0 млн.сўм, 2 ёшгача нафақа 322,6 млн. сўм, 14 ёшгача нафақа 227,2 млн.сўм, жами 639,9 млн.сўм бюджет маблағлари иқтисод қилиш имконини берди[201]. Иқтисод қилинган маблағлардан учинчи тоифадаги оилаларни ижтимоий химоя қилишга, сурункали касал фуқароларни даволаниш учун имтиёзлар кучайтирилди.

Шу боис бюджетдан кўрсатиладиган ижтимоий хизматлар доимо ҳимояланган бўлиши муҳимдир. Бундай вазиятни бугунги кунда суғурта компаниялари ва пенсия жамғармаси бажариши мақсадга мувофиқ.

Энг муҳими кам таъминланган деб рўйхатга кирган оилалар (бошқа даромадларга эга бўлган ҳолда) ўз қўшимча даромадларини яширишса, унда уларни турли имтиёзли хизматлардан четлаш зарур бўлади. Мисол учун дам олиш учун бепул путёвкалар, транспорт воситаларидан бепул фойдаланиш, ер солиғидан озод этиш ва шу кабилар. Ушбу тартибни қўлланишини ҳуқуқий асоси яратилса унда биргина Самарқанд вилояти бўйича 2 млрд.сўм доирасида бюджет маблағлари иқтисод қилиб қолиниши мумкин бўлади[202].

Оила даромадлари ва унинг ижтимоий ҳимояга бўлган талаби ўртасидаги узвий боғлиқлик ҳақидаги тадқиқотларни ривожлантиришни режалаштириш, унинг яқин ва узоқ келажакдаги истиқболларини белгилаш муҳимдир.

[201] Самарқанд вилоят Молия бош бошқармаси ходимлари билан ҳамкорликда ўтказилган кузатувлар ва таҳлиллар асосида аниқланган.
[202] Ўша таҳлилдан.

Xamitov M.X. – SamISI “Turizm” kafedrasi katta o‘qituvchisi
Nosirova U.M. - SamISI MTF-119 guruh magistranti

O‘ZBEKISTONDA EKOLOGIK TURIZMNI RIVOJLANTIRISHNING TASHKILIY MEXANIZMI

Annotatsiya: *Ushbu maqolada mamlakatimizda ekologik turizmni rivojlantirishni tashkiliy mexanizmini takomillashtirish boshqarish jarayoni o‘rganilgan. Boshqarish jarayonining bevosita va bilvosita mexanizmlar orqali turizmga ta’sir ko‘rsatishi tadqiq qilingan.*

Kalit so‘zlar: *turizm, ekoturizm, tashkiliy mexanizm, bevosita mexanizm, bilvosita mexanizm, ekologik menejment, ekologik menejment va audit sxemasi – EMAS, ISO, ichki salohiyat, tashqi salohiyat, firma imidji.*

Аннотация: *В статье исследуется управленческий процесс совершенствования организационного механизма развития экотуризма в нашей стране. Изучено влияние процесса управления на туризм через прямые и косвенные механизмы.*

Ключевые слова: *туризм, экотуризм, организационный механизм, прямой механизм, косвенный механизм, экологический менеджмент, схема экологического менеджмента и аудита - СЭМА, ISO, внутренний потенциал, внешний потенциал, имидж фирмы.*

Resume: *The article examines the management process of improving the organizational mechanism for the development of ecotourism in our country. The influence of the management process on tourism through direct and indirect mechanisms has been studied.*

Key words: *tourism, ecotourism, organizational mechanism, direct mechanism, indirect mechanism, environmental management, Eco – Management and Audit Scheme - EMAS, ISO, internal potential, external potential, company image.*

Jahon amaliyotida ekologik turizmni rivojlantirishning uslubiy asoslarini takomillashtirish yo‘nalishlarini aniqlash, tabiiy resurslardan oqilona foydalanish, ekologik turizmning me’yoriy-huquqiy asoslarini ishlab chiqish va takomillashtirish bo‘yicha qator ilmiy izlanishlar olib borilmoqda. Bu jarayonda turizmning atrof muhitga ta’sirini aniqlash, tabiat va turizm o‘rtasidagi muvozanatni saqlash, ekoturizmni rivojlantirish modelini ishlab chiqish masalalariga alohida e’tibor qaratilmoqda. Bunda milliy iqtisodiyotdagi ekologik turizmning ulushini va ekoturizmni iqtisodiyotdagi samarasini aniqlash muhim masalalar qatoriga kiritilgan.

Ekspertlarning fikricha, turizm sanoatida eng tez rivojlanayotgan sektorni tabiiy va sarguzasht turizmi tashkil etadi. BMT va BTT tashkilotlarining ma’lumotlariga ko‘ra, xalqaro ekoturizmdan daromad 500 mlrd. AQSH dollari miqdorida bo‘lmoqda. Ayrim olimlarning fikricha, bu daromadlarga ichki turizmdan daromadlar ham qo‘shilsa, ushbu raqamlar 5-6 martagacha oshishi mumkin. Demak, tabiiy va ekoturizm - bu jiddiy biznes sohalari sanaladi.

Mamlakatimizda ekologik turizmni rivojlantirishni tashkiliy mexanizmini takomillashtirish boshqarish jarayoniga bog‘liq bo‘ladi. Boshqarish jarayoni bevosita va bilvosita mexanizmlar orqali turizmga ta’sir ko‘rsatadi. Bevosita tartibga solishda ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishni boshqarishning ma’muriy metodlari qo‘llaniladi (rag‘batlantiruvchi bozor mexanizmlaridan yo‘l-yo‘lakay foydalanish bilan birgalikda). Ular, qoida tariqasida, shartnoma asosida amalga oshiriladi.

Bevosita tartibga solishning eng muxim mexanizmi davlat moliyalashtiradigan maqsadli ekoturistik davlat dasturlari hisoblanadi. Bundan tashqari, ularga investitsiya loyixalarida davlatning ishtiroki ham kiradi. Shuningdek byudjet orqali tartibga solish-davlatning ekoturizmga bevosita ta’sirining tarkibiy qismi-daromad manbalarini mahalliy, mintaqaviy davlat byudjetlari darajasida ekoturistik loyixa va dasturlarni amalga oshirishga ajratish ham amaliyotda qo‘llaniladi.

Bilvosita tartibga solishda davlat boshqarishning iqtisodiy mexanizmlarini qo‘llaydi: xo‘jalik yurituvchi sub’ektlarning xulq-atvoriga moliyaviy, pul-kredit richaglaridan foydalanish orqali (rag‘batlar va to‘siqlar) bilvosita ta’sir ko‘rsatadi. Soliq orqali tartibga solish soliq va imtiyozlar vositasida amalga oshiriladi. O‘zbekistonda uch bosqichli-respublika, mintaqa va mahalliy soliq tizimi mavjud.

Ekoturizmni boshqarish mexanizmlari turizmni barqaror rivojlantirishning asosi hisoblangan tabiat va inson resurslariga tayanadi. U turfirmalar faoliyatini rekreatsiya resurslaridan samarali foydalanish, mehmonlar va mahalliy aholiga xizmat ko‘rsatishga yo‘naltiradi, turizm bozori va tashqi muhitning o‘zgarishi xususiyatlarini hisobga olib tegishli chora-tadbirlarni amalga oshiradi, bular birgalikda turistik firmalarni rivojlantirishning strategik maqsadiga erishishiga imkon beradi.

Ekoturizmni rivojlantirishni boshqarishda ekologik menejment va ekologik marketing yutuqlarini qo‘llash bir vaqtning o‘zida ikki tomonlama foyda olish prinsipi asosida yuqori natijalarga erishishning yangi imkoniyatlarini ochadi, ya’ni bir vaqtning o‘zida ham ekologik, ham iqtisodiy yutuqlar “qo‘shaloq foyda”ni olishga erishiladi.

O‘zbekistonda ekoturizmni rivojlantirishni boshqarish mexanizmlarini takomillashtirishda zamonaviy ekologik menejment va ekologik marketing nazariya va amaliyotining eng muhim yutuqlarini mazkur sohaga qo‘llash maqsadida ularni qisqacha ta’riflash zarur.

Hozirgi zamon ekologik menejmenti amaliyotida xalqaro standartlarning quyidagi ikki tizimi yetakchi rol o‘ynaydi: Yevropa Ittifoqida qabul qilingan Ekologik menejment va audit sxemasi – EMAS (Eco – Management and Audit Scheme) va xalqaro standartlar tizimi ISO 14000 EMAS (1993/1995, 2001). EMAS asosida atrof tabiiy muhitga yetkazilgan zararni uning aybdoridan undirish prinsipi yotadi. Yevropa standart tizimida a’zolik, korxonalar tomonidan quyidagi bosqichlarni amalga oshirish va ularga o‘tishni ko‘zda tutadi: birlamchi ekologik tekshirish;ekologik siyosat;ekologik menejment tizimini qurish;ekologik deklaratsiya;ekologik ekspertiza;Yevropa ekoaudit tizimida a’zolikni tasdiqlash.

Xalqaro ekologik menejment va audit tizimi ISO 14000 standartlari dunyoda EMAS ga nisbatan kengroq tarqalgan bo‘lib, 1996 yilda Xalqaro standartlashtirish

tashkiloti (International Standartization Organization) tomonidan ishlab chiqilgan. Uning markaziy hujjati ISO 14000 – “Ekologik menejment tizimidan foydalanish bo‘yicha talablar (spesifikatsiya) va qo‘llanma” bo‘lib, uning matniga kiritilgan talablar va ko‘rsatmalar baholanishi va sertifikatlanishi kerak.

ISO 14000 standartiga muvofiq tashkilotlar quyidagilarni bajarishlari shart: a) tashkilot o‘ziga mos keladigan ekologik siyosatni belgilashi; b) tashkilotning o‘tmish, hozir va rejalashtirilayotgan faoliyati turlari, mahsuloti yoki xizmatlaridan kelib chiqadigan ekologik jihatlarini identifikatsiyalash va ularning atrof muhitga jiddiy ta’sirini aniqlash; v) tegishli qonunchilik aktlari va reglament talablarini identifikatsiyalash (aynan tenglashtirish); g) ustunliklarni identifikatsiyalash (aynan tenglashtirish) va tegishli maqsadli va rejali ekologik ko‘rsatkichlarni belgilash; d) siyosat va maqsadli va rejali ekologik ko‘rsatkichlarni amalga oshirish uchun tashkiliy sxema va dasturlarni ishlab chiqish; ye) rejalashtirish, nazorat, monitoring, tuzatuvchi harakatlarga, audit va tahlilga yordam berish va bunda ham atrof muhit muhofazasini boshqarish tizimini belgilangan siyosatga mos kelishini, ham uni zarur darajada qo‘llab quvvatlashni ta’minlash; j) o‘zgarayotgan holatga moslashish qobiliyatiga ega bo‘lish.

Tegishli talablarning yana ham aniqroq majmuasi ISO 14001 standartining 4-bo‘limida berilgan (1 jadval).

1- jadval

ISO 14001 standarti talablari[203]

ISO 14001 standarti talablari	
Ekologik siyosatga talablar	
Talab 1	Ekologik siyosat
Talab 2	Ekologik jihatlari
Talab 3	Huquqiy va boshqa talablar
Talab 4	Maqsadli va rejali ekologik ko‘rsatkichlar
Talab 5	Atrof muhitni muhofaza qilishni boshqarish
Joriy etish va ishlash bo‘yicha talablar majmuasi	
Talab 6	Tuzilma va mas’uliyat
Talab 7	Ta’lim, xabardorlik va vakolatlilik
Talab 8	Kommunikatsiya (aloqa)
Talab 9	Atrof muhitni muhofaza qilishni boshqarish hujjatlari
Talab 10	Hujjatlar va operatsiyalarni boshqarish
Talab 11	Avariya vaziyatlariga tayyorgarlik va ularga javob bermoq
Tekshirishlar va tuzatuvchi harakatlarni o‘tkazish bo‘yicha talablar	
Talab 12	Monitoring va o‘lchashlar
Talab 13	Nomuvofiqlik va tuzatuvchilik, shuningdek ogohlantiruvchi harakatlar
Talab 14	Ro‘yxatga olingan ma’lumotlar
Talab 15	Atrof muhit muhofazasini boshqarish tizimi auditi

[203] www.iso.org/iso/ru

Rahbariyat tomonidan tahlillarga talablar	
Talab 16	Rahbariyat tomonidan tahlil

Faoliyati tabiatdan foydalanish bilan bog‘liq bo‘lgan barcha tashkilotlar, shu jumladan ekoturistik tashkilotlar o‘z faoliyatida ISO 14001 standarti talablariga amal qilishlari shart.

O‘zbekistonda ekoturizm tashkiliy mexanizmi sifatida ISO 14001 standartiga asoslanib tashkil etish ob’ektiv zarurat bo‘lib, uni amaliyotga joriy etgan korxonalar qator afzallik va ustunliklarga ega bo‘ladilar:

- resurs, energiyani tejash, utilizatsiya, ishlab chiqarishning qo‘shimcha mahsulotlari va chiqindilarini sotish, resurslar va atrof muhitni ifloslantirganlik uchun to‘lovlarni minimallashtirish hisobiga harajatlarni sezilarli kamaytiradi;
- “ekologik toza” mahsulot va xizmatlarning yuqori bahosi, raqobatbardoshlikni oshirish, yangi turdagi mahsulot va xizmatlarni yaratish hisobiga daromadlar oshadi;
- tashkilotlar, jamoatchilik, investor va hamkorlar, hokimiyat organlari va boshqaruvi oldida qulay imidjiga ega bo‘ladi;
- mahsulot assortimentini doimiy yangilashga imkoniyat yaratiladi va umumiy maqsad va g‘oyalar bilan birlashgan ijodiy kollektiv shakllanadi;
- mahsulot va xizmatlar eksporti uchun katta imkoniyatlar yaratiladi va boshqalar.

ISO 14001 standartini ekoturizmda qo‘llash quyidagi potensial foyda va manfaatga ega bo‘lishga imkon beradi: **ichki salohiyat:** mavjud atrof muhit muhofazasi tadbirlarini tizimlashtirish; harajatlarni kamaytirish salohiyatini aniqlash; xodimlarning o‘z faoliyatini asoslashini oshiradi; korxonaning innovatsion salohiyatini oshiradi; **tashqi salohiyat:** bank kreditlari va sug‘urtalashdan foydalanishga kirish yaxshilanadi; hokimiyat bilan munosabatlar yaxshilanadi; firmaning imidji yaxshilanadi; raqobatbardoshlik yaxshilanadi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

6. Boltaboev M.R., Tuxliev I.S., Safarov B.Sh., Abduxamidov S.A. Turizm: nazariya va amaliyot. – T.: “Barkamol fayz mediya” nashriyoti, 2018 yil, 412 b.
7. Matyakubov U. Ekologik vaziyatni inobatga olib turizm samaradorligini oshirish yunalishlari va istiqbollari (Xorazm viloyati misolida). Iqt. fan. nomzodi diss.avtoreferati. Samarqand, 2011.
8. Hamidov O.H. O‘zbekistonda ekologik turizmni rivojlantirishni boshqarish mexanizmini takomillashtirish. Iqtisodiyot fanlari doktori (Doctor of Science) dissertatsiyasi. Samarqand, 2017.
9. Боголюбова С.А. Эколого-экономическая оценка рекреационных ресурсов. Учебное пособие.- М.: Академия, 2009 - 252 с.
10. Hamidov O.X. O‘zbekistonda ekologik turizmni rivojlantirishni boshqarishni takomillashtirish: muammo va yechimlar. Monografiya. – T.: “IQTISODIYOT”, 2016 y. 190 b.

11. www.uzbektourism.uz
12. www.stat.uz
13. www.unwto.org
14. www.iso.org/iso/ru

Omonov Shohruh Qo'chqorovich – SamIES teacher
Usmonov Behruz Sharofiddin o'g'li – SamIES student

THE IMPACT OF SELF-SERVICE ON THE ECONOMY

Annotatsiya: *Ushbu maqola, bugungi kunda jahonda va O'zbekistonda o'z o'ziga xizmat ko'rsatishning ahamiyati, ommalashishi, aholiga zarurligi va foydali jihatlarini ko'rsatib beradi. Undan tashqari, maqolada bu sohani rivojlantirishga doir shaxsiy fikr va g'oaylarimni bo'lishganman. Maqolaning asosiy g'oyasi o'z o'ziga xizmat, kelajak sohasi ekanini yoritishdan iborat.*

Kalit so'zlar: *servis, terminal, mijoz, nasos, bankamat, tizim, jamiyat, to'lov, karta, istemolchi, foydalanuvchi, kassa, ehtiyoj.*

Аннотация: *Эта статья показывает важность, популярность, необходимость и преимущества самообслуживания в мире и в Узбекистане сегодня. Кроме того, в статье я поделился своими личными мыслями и идеями по развитию этого направления. Основная идея статьи - подчеркнуть, что самообслуживание - это область будущего.*

Ключевые слова: *услуга, терминал, клиент, помпа, банкомат, система, общество, платеж, карта, потребитель, пользователь, кассир, потребность.*

Anotation: *This article shows the importance, popularity, need and benefits of self-service in the world and in Uzbekistan today. In addition, in the article I shared my personal thoughts and ideas on the development of this area. The main idea of the article is to highlight that self-service is the field of the future.*

Keywords: *service, terminal, customer, pump, ATM, system, society, payment, card, consumer, user, cashier, need.*

Why has the demand for self-service increased in recent years?

Demand for self-service is on the rise due to high demand in crowded cities, rising prices and shortages of services for a large number of users…

For example, here are some inconveniences in the service area:

● Long queues and lost time for users;

● Managers always feel the need for workers;

● Some services are open for a certain period of time, ie they are closed when everyone is out of work;

● Due to the lack of payment terminals in most places, you only have to use cash;

We believe that the self-service sector needs to be developed to prevent this and other inconveniences. As for the important aspects of the industry we are proposing:

● You will never have a problem with workers because you have workers as long as you have a customer;

● Customers are offered any type of payment method;

● You will be aware of all payments via your mobile phone, even if you do extra work;

● Freely, each user has the opportunity to serve themselves as they wish;

● You can now earn money 24 hours a day, not just for a limited time;

● Users can use your services at any time convenient for them.[204]

However, this aspect also has its own peculiarities. That is, you need to pay special attention to the value of money so that the customer who used your service will come back and offer it to those he knows. Another aspect we need to focus on is having good advertising and facilities that meet the norms.

You just have to be more discriminating with the help you render toward other people. For example, today.

The customers who can use this service the most on a daily basis are the students. They prefer to use this service in more dining areas. This is due to the fact that the payment is free of service fees, There are many more examples in this area. One of them is a gas station. Here, too, one of the main conveniences is to use only the service and pay for fuel without using any workers. In fact, the first self-service was invented in Japan. Japan allowed self-service of gasoline pumps in 1994.[205]

It is safe to say that the ATM method of self-service is popular and justified in Uzbekistan. Once the system was up and running, there was no need to stand in line at the bank's cash desks for hours to convert insignificant money transfers, payments and card funds into cash. Consumer demand is also important in the development of self-service. This is because the industry guarantees that customers will be able to use your services at their convenience.

How useful is it to organize car washes on the ground, which is another area of need for the citizens of our country, one of the types of self-service?

● First of all, all users will be able to use this service 24 hours a day;

● Special devices calculate the products they use (water, powder, etc.) and pay for the product they use, as well as time;

● Each payment comes to the owner's mobile phone;

● Customers will have the opportunity to wash their cars with their own love;

● Constantly monitor costs using meters;

● Four-stage filtered water;

● The washing process is carried out in the following 4 stages: foam water, high pressure water spray, nano foam water, high pressure washer;

● Any type of payment except paper money.[206]

---

[204] https://afex.uz/product/oz-oziga-xizmat-korsatuvchi-avto-yuvish-shahobchasi-avtomoyka-af-l029/

[205] https://afex.uz/product/oz-oziga-xizmat-korsatuvchi-avto-yuvish-shahobchasi-avtomoyka-af-l029/

[206] https://apps.uillinois.edu/selfservice

We think that the above-mentioned conveniences will definitely attract users. Our main recommendation is to use self-service car wash devices to keep prices and service at the same level in car wash outlets, where the number of users is growing and as a result prices are rising.

Foreign experience shows that large-scale integration can increase economic efficiency. The main centers are Asia, Europe (Western Europe) and North America. The tourism cluster is one of the most developed systems in European countries.

Today, in a country like Italy, tourism has a modern developed tourism infrastructure due to the interaction of organizations with the state apparatus. Historical and cultural heritage monuments are carefully preserved. They have become the main attractions of the state. All modern achievements are actively used, which makes tourism attractive.

Another international experience is the country of Israel, for which the tourism business is a key component. It accounts for 4 percent of the state's gross domestic product. Israel is divided by business and natural tourism. In this country, a cluster is not only an independent merger of individual companies, but also a clear interaction of all structures managed by government agencies.

Another example of a cluster state is the Republic of Belarus. The idea of this association is the interaction of objects for different purposes. It includes public catering establishments, museums, guest houses, souvenir shops. All participants signed a cooperation agreement on the provision of joint tourist services. Different routes have been developed: for schoolchildren, retirees, foreign tourists. The organizers have created a unique collection of "Miracles of Shchuchin." These include: Malomozheikovskaya Church, this castle, Drutsky-Lubetsky Palace, Rakovitskaya icon of the Mother of God. A distinctive feature of this region is the mushroom plantation.

In fact, the concept of social capital was used by Pierre Bourdieu in 1983 to express social relations for the purpose of mutual benefit. P. Bourdieu's concept of social capital consisted of a set of existing and potential reserves, based on mutual obligation and responsibility, with some degree of institutionalized or strong network links. He came up with practical ideas, and his main idea was to unite several individuals in the pursuit of self-interest and to use available resources wisely. He expressed little opinion about social capital, saying that the benefits of membership in the group are the foundation of future cooperation. It should be noted that another characteristic of social capital is that it is a phenomenon of a collective nature, not an individual one. (2)

Most developed countries pay special attention to social and human capital and strive to develop it. Because the level of health and competitiveness of the minority population is very important for these countries. They understand that investment in human resources creates the conditions necessary for society and the people of the future to grow and function (3). In the context of market relations, the development of the social sphere, health, education, culture, housing and communal services, culture, sports, tourism, social protection of the population, especially the vulnerable,

labor protection, pensions, insurance and the implementation of problems in these areas depends only on the development of social and human capital.

Additional literature used:

- https://wptp.ru/uz/istorii-uspeha/chto-nuzhno-uchest-pri-stroike-avtomoiki-samoobsluzhivaniya-biznes-plan/
- https://en.m.wikipedia.org/wiki/Self-service
- https://youtu.be/dx6jVL5UXEE
- https://youtu.be/heBAkwO3Wac

Musayev Bekjon Shukurillayevich – SamISI “Marketing” kafedrasi katta o‘qituvchisi

RESTORANLAR BOSHQARUVIDA XODIMLAR FAOLIYATINI BAHOLASH ZARURIYATI VA MEZONLARI

Annotatsiya: *Ushbu maqolada restoran biznesini yuritishda rahbar xodimlar, xodimlar va nomzodlar faoliyatini nima uchun baholash kerakligi asoslab berilgan. Shuningdek, baholashning bir qancha turlari hamda restoranlarda xodim mehnatini baholash usullari batafsil yoritib berilgan.*

Kalit so‘zlar: *Restoran, xodim, boshqaruv, rag‘batlantirish, majmuaviy, lokal, davomli, ekspressiv, baholash, tanlash, miqdor, sifat, munosabat, puxtalik, hamkorlik.*

Аннотация: *В этой статье обоснована причина оценки деятельности руководителей, сотрудников и кандидатов в ресторанном бизнесе. А также, в статье даётся классификация типов оценки и предложены методы оценки труда сотрудников ресторана.*

Ключевые слова: *Ресторан, сотрудник, менеджмент, поощрение, комплексный, локальный, постоянный, экспрессивный, оценка, выбор, количество, качество, отношение, тщательность, сотрудничество.*

Abstract: *This article substantiates the reason for assessing the performance of managers, employees and candidates in the restaurant business. And also, the article provides a classification of the types of assessment and offers methods for assessing the work of restaurant employees.*

Key words: *Restaurant, employee, management, encouragement, complex, local, permanent, expressive, assessment, choice, quantity, quality, attitude, thoroughness, cooperation.*

Restoranlarda xodimlar bilan ishlashning eng muhim jihati shundaki, boshqaruv kadrlari va xodimlarining faoliyatini baholashdir. Bunday baholash: xodimlarni tanlash, joy-joyiga qo‘yish, xodimlarni rag‘batlantirish tizimini

takomillashtirish, ularni xizmat vazifasi bo‘yicha yuqori pog‘onaga ko‘tarish va nihoyat barcha xodimlarining malakasini oshirish uchun zarurdir.

Restoran mulkdori va rahbariyati u restoran strategiyasini amalga oshirishga qodir xodimlarni to‘g‘ri tanlash uchun, shuningdek, xodimlar ishda o‘zini yaxshi his etishi va bu ish ularning qobiliyati va imkoniyatlariga mos kelishi uchun javob berishini doim yodda tutishi kerak.

Restoranlarda xodimlarni baholash – shaxsning ishbilarmonlik va shaxsiy fazilatlari lavozim yoki ish o‘rni talablariga muvofiqligini aniqlashga yo‘naltirilgan jarayondir.

Restoranlarda xodimlar faoliyatini baholashning bir qancha turlari mavjud bo‘lib, ular quyidagilardan iborat:

1. Restoran xo‘jaligida faolyat ko‘rsatayotgan xodimlarning *shaxsiy faoliyatini majmuaviy baholash* bo‘lib, bunda xodimning barcha vazifalarini qamrab olinadi. Bu muhim va murakkab baholash turidir. Shaxsni majmuaviy baholash xodimning yoki rahbarning samarali mehnatini bevosita tashkil qiluvchi shaxsiy sifatlarni qo‘shilishidan kelib chiqadi. Bu kabi sifatlar bir nechta bo‘lishi talab qilinadi:

a) umum-ijtimoiy: mehnat qilish ishtiyoqi, ishni jadalligi, o‘z ishini yaxshi rejalab olish qobiliyati, ishda intizomliligi;

b) shaxsiy sifatlar: xotira, fahm-farosatlilik, etika me’yorlariga amal qilish;

v) kasbiy sifatlar: konseptual fikr yuritish, rivojlangan intuitsiya, tadbirkorlik, ishchanlik, kasbiy bilimdonlik.

2. Restoran xo‘jaligi boshqaruvida lokal baholanish. Baholash biror bir funksiya yoki uning bir qismining bajarish natijalari asosida amalga oshiriladi. Bunda mana shu lokal baholash asoida rahbar xodimga yoki xodim rahbarga baho berishi mumkin. Masalan, restoran menejeri VIP toifadagi mijozlarga xizmat ko‘rsatishda, restorandagi to‘g‘ri kelgan xodimga ishonib topshirib ketavermaydi. Bu ishni xodimga yuklashdan oldin shunga o‘xshash topshiriqlarni bajarishiga ya’ni, lokal baholash natijasiga qarab, u ijobiy bo‘lsa, bu ish yuklanadi. Agar salbiy bo‘ladigan bo‘lsa, bu ish yuklatilmaydi. Bundan tashqari xodimlar rahbarlarga ham lokal baho berishi mumkin. Bugungi kunda restoran menejeriga bir qancha funksional vazifalar yuklatilgan bo‘lib, ulardan biriga xodimlar tomonidan baho berishini tushunamiz. Masalan, menejerlarga restoran xodimlarining shikoyat va takliflarini ko‘rib chiqish funksiyasini ham yuklatgan bo‘lishi mumkin. U ushbu funksiyani yaxshi bajarayaptimi yoki yo‘qmi? Funksiyaning bajarilishi quyidagilar orqali baholash mumkin:

1. Shikoyatlarni ko‘rib chiqish muddati (agar u buni tez bajarsa, demak yaxshi ishlaydi).

2. U shikoyatlarga qanday javob beradi (masalaning mohiyatiga yetib boradi yoki shikoyatga yuzaki qarab, so‘z o‘yini qiladi).

3. Rad javobdan keyin ishchilar yuqori tashkilotlarga shikoyat bilan murojaat qilish yoki qilmasligi.

4. Javobini shakli (javob dag‘al shakldami yoki muloyim shakldami?).

Keltirilgan baholashlar odamlar bilan ishlay olishining umumiy ko‘rinishini beradi. Bu kabi tavsif uning majmuaviy tavsiflari bir qismi hisoblanadi.

3. Restoran xo‘jaligi boshqaruvida davomli baholash. Mutaxassisning uzoq muddatli mehnat faoliyatiga baho beriladi. Bu baholash xizmatchini o‘tgan va joriy faoliyatini tahlil qilishga asoslangandir. Bu baholash usuli rahbar va mutaxassislarni faoliyatini umumiy tavsifini berishi mumkin.

4. Restoran xo‘jaligi boshqaruvida ekspressiv baholash («ekspressiv» so‘zi tez ifoda etish ma’nosini bildiradi) turi ham mavjud. Bunda faqat joriy faoliyatga baho beriladi. Bu insonni hozirgi davrda namoyon bo‘layotgan sifati va qanday ishlashini tahlil qiladi. Bu kabi baholash ba’zi bir holatlarda mos kelishi yoki kelmasligi ham mumkin. Chunki, bunday baholashda yaxshi bilim va tajribaga ega xodimning psixologik holati yaxshi bo‘lmaganligi uchun past baho olishiga sabab bo‘lishi mumkin. Bundan kelib chiqib aytadigan bo‘lsak, yaxshi ishlaydigan xodimning natijasi salbiy bo‘lib, lavozim talabiga javob bermaydi degan xulosaga ham kelishi mumkin va aksincha ham bo‘lishi mumkin.

Boshqaruv jarayonida har bir xodimning shaxsiy xususiyatlarini va ishchanlik qobiliyatini baholash muhim ahamiyatga ega bo‘lib, baholash mezonlarini kelgusida bajarilishi lozim bo‘lgan ishning mazmuni va sifatiga qo‘yilgan talablardan kelib chiqib ishlab chiqish va baholashni amalga oshirish lozim. Bunda xodimning yo kasbiy, yo shaxsiy fazilatlari birinchi o‘ringa qo‘yilishi mumkin. Xodimni muayyan lavozimda sinash usullari va texnikasidan ham keng foydalanilsa, maqsadga muvofiq bo‘lar edi. Xodim mehnatini haqqoniy baholashda bir nechta baholash mezonlari keltirilgan 1-jadval ma’lumotlaridan keng foydalanish lozim.

1-jadval

Restoranlarda xodim mehnatini baholash usullari

№	Sifat mezoni	Baholash mezonining darajalari				
		1	2	3	4	5
1.	Mehnat miqdori (unumdorlik)					
2.	Mehnat sifati					
3.	Ishga munosabat					
4.	Ishda puxtalik					
5.	Hamkorlikka tayyorlik					

Bunda baholash mezonining darajalari quyidagicha baholanishi kerak:

1 – mehnat unumdorligi yetarli emas;

2 – mehnat unumdorligi talab darajasida;

3 – mehnat unumdorligi talabga to‘la javob beradi;

4 – mehnat unumdorligi talab darajasidan ham yuqori;

5 – mehnat unumdorligi talab darajasidan ancha yuqori.

Restoranlarda xodim mehnatini baholashning bir necha usullari mavjud bo‘lib, ulardan biri *mehnat miqdorini* baholash usuli hisoblanadi. Bunda mehnat hajmi, mahsuldorligi, intensivligi hamda sarflangan vaqt bilan aniqlanadi. Keyingi usul *mehnat sifatini* baholash usuli bo‘lib, ishda yo‘l qo‘yilgan xatolar ulushi, restoranda ko‘rsatiladigan xizmatlar sifati, uning jahon andozalariga muvofiqligi va sh.k.lar

bilan aniqlanadi. Shuningdek, xodimning *ishga bo‘lgan munosabatini* baholash usulini tahlil qiladigan bo‘lsak, xodimning tashabbuskorligi, ishda katta og‘irlikni o‘z zimmasiga olish imkoniyati, turli vaziyatlarga moslashish imkoniyati va sh.k.lar bilan baholanadi.

Restoranlarda xodim mehnatini baholash usullaridan yana biri *ishda puxtalikdir*. Bunda xizmat ko‘rsatish vositalaridan samarali foydalana olishi, resurslardan tejab tergab oqilona foydalanishi, ish o‘rnida moddiy harajatlarning hisobga olinish darajasi va boshqalarni nazarda tutadi. Bundan tashqari xodimning *hamkorlikka tayyorlik* usulidir. Bunday baholashda qo‘yilgan vazifalarni birgalikda hal qilishga xodimning ishtiroki, jamoa a’zolari bilan o‘zaro munosabatlari, jamoa ishida qatnashish ko‘nikmalarining mavjudligi, chetdan aytilgan fikrga o‘zining munosabatini bildirishi va boshqa shaxsiy fazilatlari e’tiborga olinadi.

Xulosa qilib aytganda, keltirilgan mezonlar ish faoliyatida xodimlarni va tanlov jarayonida nomzodlarni baholash uchun asos bo‘lib xizmat qiladi. Bunda ularning har birini miqdoriy ifodalash (masalan, ballarda) muhimdir. Ballar asosida baholash mazkur mezonlar muayyan xodimda qay darajada mavjudligini yaqqol ko‘rish imkonini beradi.

Норбоева Д.Ж. - СамИСИ катта ўқитувчиси

ТУРИЗМ СОҲАСИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШДА СОҲА МУТАХАССИСЛАРИНИНГ ИЖТИМОИЙ ПСИХОЛОГИК БИЛИМДОНЛИГИНИ ОШИРИШ МУАММОЛАРИ

Аннотация: *Мазкур мақолада олиб борилган изланишлар натижасида кадрлар тайёрлаш тизимининг асосий омилллари келтириб ўтилган. Туризм соҳаси учун бўлажак мутахассисларни касбий тайёрлашда, уларда ижтимоий психологик билимдонликни, мулоқот кўникмаларини, етакчилик сифатларини, раҳбарлик малакаларини шакллантириш масалалари таъкидлаб ўтилган.*

Калит сўзлар: *ижтимоий психология, мулоқот, коммуникация, кадрлар тайёрлаш, инновацион жараён, инновацион туризм, ақлий фазилатлар, нутқ маданияти.*

Аннотация: *В данной статье, на основе проведённых исследований были выявлены новые пути обеспечения качественной подготовки специалистов в сфере туризма, в которой высшая школа играет главную роль. Кадровое обеспечение в сфере туризма предполагают подготовку специалистов, способных генерировать новые знания и технологии, а также подготовку специалистов в области социальной психологии, т.е. осуществление туристической инновационной деятельности и их практической реализации в инновациях.*

Ключевые слова: *социальная психология, общение, коммуникация, подготовка кадров, инновационный процесс, туристическая инновация, общение, психические качества, культура общения.*

Abstract: *As a result of the research in this article, general trends have been identified and systemized for the cadres training system. It is emphasized that professional training of potential specialists for the tourism needs of socially vulnerable strata of the population should focus on the formation of social-psychological knowledge, communication skills, leadership qualities and leadership skills.*

Keywords: *social psychology, communication, communication, training, innovation process, tourism innovation, communication, mental qualities, communication culture.*

Бугунги кунда республикамиз ижтимоий-иқтисодий юксалиш сари дадил одимлар билан кириб бораётган бир пайтда юқори малакали, рақобатбардош мутахассисларга эҳтиеж жуда ортмоқда. Ўзбекистон Республикасининг кадрлар тайёрлаш Миллий дастури айнан шундай ўта муҳим ижтимоий эҳтиёжни қондиришга қаратилган. Айниқса, туризм соҳаси учун бўлажак мутахассисларни касбий тайёрлашда уларда ижтимоий психологик билимдонликни, мулоқот кўникмаларини, етакчилик сифатларини, раҳбарлик малакаларини шакллантиришга алоҳида эътибор бериш лозим. Зеро, бугун замонавий техникумларда, олий мактабларда таҳсил олаётган иқтидорли, ташаббускор ёшлар туризм соҳасида, ташкилотларда етакчи мутахассислар, раҳбарлар сифатида фаолият юритади. Янги асрда фаолият кўрсатадиган ижтимоий ҳимояга муҳтож аҳоли қатламлари туризми ва сервиси соҳасидаги етакчи мутахассислар қандай бўлмоғи керак? Ушбу саволни ҳам ўз ичига олган тадқиқот натижаларининг таҳлили кўрсатишича, респондентлар назарида мазкур туризм соҳасида замонавий мутахассислар маънавий етук, маърифатли, ҳозирги замон менежмент илмини, янги ахборот-мулоқот технологияларини чуқур эгаллаган, ходимлар ва мижозлар кунглига йўл топа оладиган, ўз фикрини равшан баён қила оладиган, мулоқот кўникмаларига, ташкилотчилик, ишбилармонлик қобилиятига эга, ижтимоий психологик билимдон инсон бўлиши зарур. Ижтимоий психологик тадқиқотлар натижалари кўрсатишича, туризм ва сервис соҳасидаги мутахассислар фаолиятида мулоқот жуда муҳим ўрин тутади. Чунки, улар ўз фаолиятларини асосан мулоқот орқали амалга оширадилар. Одатда мулоқот деганда кишиларнинг ўзаро маълумот, фикр, ҳис-туйғу, кайфиятлар ва ҳоказолар алмашиш асосида бир-бирлари билан нутқли ёки нутқсиз алоқалар ўрнатиш ва ривожлантириш жараёни тушунилади.

Туризм соҳасидаги мутахассислар кишилар билан оқилона ва усталик билан мулоқотда, муомалада бўла олиши, уларнинг иш фаолиятида муваффақиятга эришишиинг энг муҳим омилларидан биридир. Бу соҳанинг етук мутахассиси Дейл Карнеги фикрича, кишиларнинг ўз иш фаолиятидаги ютуқлари ўн беш фоизлари унинг касбий билим ва кўникмаларига боғлиқ, бўлса, саксон беш фоизи унинг одамлар билан муамолада бўла олиш қобилиятига боғлиқ.[207].

[207] (Карнеги.Д. Как приобюретать друзей и оказқвать влияние на людей – Киев,1989. – С. 11.)

Иш мулоқоти жараёни дастлабки қарашда содда туйилади. Аслида иш мулоқоти жараёни жуда мураккаб, кўп қиррали жараёндир. Одатда мулоқотнинг учта томонини ажратиш мумкин. Мулоқот жараёнида кишилар узаро маълумот алмашадилар, бир-бирларига маълум таъсир курсатадилар ва бир-бирларини идрок қилишади. Шунингдек, иш мулоқотида хам узвий боғлиқ учта таркибий қисм бор. Улар қуйидагилар:

- доимий мулоқотда бўладиган ходимлар, мижозларнинг руҳий хусусиятлари хақида маълумотга эга бўлиш;
- кишиларнинг ташқи қиёфаси, туриши, қараши, хатти-харакатининг бошқа жиҳатларига қараб ички руҳий кечинмалари истак хохишларини била олиш;
- ходимлар, мижозлар билан мақсадга мувофиқ, муносабат ўрнатиш;
- самарали мақсадли таъсир кўрсатиш.

Туризм соҳасидаги мутахассисларнинг муомала маданияти унинг қуйидаги билим, кўникма ва малакаларга эга бўлишида намоён булади:

1. Ўзининг психологик хусусиятларини билиш ва ўзини бошқара олиш;
2. Мулоқотда бўлаётган кишининг ташқи қиёфаси, гапириши, имо-ишоралари ва юриш-туришига қараб унинг ички психологик хусусиятлари ҳақида туғри хулоса чиқариш;
3. Мулоқотда бўлиш, яъни одамларга ёқиш ва уларга таъсир кўрсата олиш кўникмаларига эга бўлиш;
4. Шахслараро вазиятларни тўғри баҳолай билиш ва шу вазиятга мос ҳатти-харакат қилиш;
5. Ўзини ҳодимлар, мижозлар ўрнига қўя билиш ва ҳодисаларга уларнинг нуқтаи назаридан қарай олиш;
6. Тинглай олиш.

Бошқача қилиб айтганда, муоамала маданиятига эга бўлиш-бу кишининг қачон, қаерда, қандай муомалада бўлиш, мулоқотда ўзини қандай тутиш кераклигини билиши, шахслараро муносабатда фаросатлилик демакдир.

Буни конкрет мисолларда кўрайлик.

Одатда, туризм сохасида ёш мутахассислар дастлабки иш бошлаганларида хизмат кўрсатиш жараёнини ўзгартириш учун янги ғоялар, фикр-мулохазаларга бой бўладилар. Муносабат психологиясини билмаган ёш мутахассис ўзининг янги фикрини даб-дурустдан, ҳудди тажрибали ходимларни менсимагандай таклиф қилиб, жамоани ўзига қарши қуяди. Аксинча, ижтимоий-психологик етук киши ўз ғоясининг тарафдорларини топиб, улар билан маслаҳатлашган ҳолда, биргаликда таклиф қилади ва кўпчилик томонидан бу ташаббуснинг қўлланишига эришади.

Иккинчи бир мисол, мутахассис ўзининг касбдоши ёки ходимлар, мижозлар фаолиятида, хулқ-атворида бирор-бир камчиликни сезиб қолди дейлик. Муносабат қонуниятини билмаган киши дарҳол ўша камчиликни кўрсатишга, танқид қилишга ёки маслаҳат беришга киришади, уларнинг ўзига, бошқаларга муносабатлари ҳамда шахс хусусиятларининг ўзгариши рўй беради.

Ижтимоий психологик тренинг воситасида туризм соҳасида мутахассислар, педагоглар, юристлар, врачлар, таржимонлар, раҳбар ходимларда самарали мулоқот, муомала кўникмаларини, шахслараро муносабатларда сезгирликни, коммуникатив билимдонлик ва етукликни шакллантириш мумкин.

Хорижда психотренингнинг бир нечта турлари бор. Америкалик таниқли психолог Кьеел Рудестам "Т-гурух" яъни тренинг гурухининг фойдаланиш мақсади бўйича 3 та типини ажратади:

1) ташкилотчилик фаолияти самарадорлигини ошириш учун зарур кўникмаларни шакллантиришга йўналган тренинг гурухи:

2) шахслараро муносабатларини шакллантиришга ва кичик гурухлардаги психологик жараёнларни ўрганишга йўналган:

3) сензитивлик тренинги-шахслараро муносабатда сезгирликни оширишга, шахсни ривожлантиришга йўналган:

Фикримизча, Лейпциг университетида М.Форверг томонидан ишлаб чиқарилган ижтимоий психологик тренинг алоҳида эътиборга лойиқ, Бу ижтимоий психологик тренинг ўз ичига иккита фаол ўқитиш услубини олади:

- гуруҳий муҳокама, бахс (конкрет вазиятлар таҳлили, гурухий ўз-ўзини таҳлил этиш):
- драммалаштириш элементларини ўз ичига олган ролли ўйинлар: М.Форвергнинг ўзи таъкидлашича, тренинг жараёнида киши фаолияти билан боғлиқ, конкрет вазиятларни гурухий муҳокама қилиш, ролли ўйинларда қатнашиш орқали ўрганиш жараёни ижтимоий психологик тренинг қатнашувчиларида мулоқот кўникмаларини, ўз фаолиятида психологик жиҳатдан асосланган хулқ-атвор намуналарини шакллантириш самарадорлигини оширади. (Форверг М.1971).

Демак, туризм соҳасидаги мутахассис ходимлар, мижозлар билан самарали мулоқот ўрнатишлари учун аввало ўзларининг ва ходимлар, мижозлар шахсининг руҳий хусусиятларини мукаммал билишлари, уларнинг хулқ-атворини туғри тушуна олишлари, улар билан мақсадга мувофиқ муносабат ўрната олишлари ва самарали таъсир кўрсатиш кўникмаларига эга бўлишлари зарур.

Хулоса қилиб айтганда, туризм соҳасида булғуси мутахассисларни тайёрлашда ижтимоий психологик ва коммуникатив билимдонликни шакллантириш услубларини ўрганиш, яратиш ва амалиётга татбиқ қилиш муҳим аҳамият касб этади.

Фойдаланилган адабиётлар:

1.Карнеги.Д. Как приобюретать друзей и оказывать влияние на людей – Киев,1989. – С. 11.

2.Каримова В., Суннатова Р. Мустакил фикрлаш. –Т.: Шарк, 2000.

3.Маклаков А.Г. Общая психология. - СПб.: Питер, 2010.

4.Немов Р.С. Психология. – М.: Владос, 2003. 1-т.

5.Нишонова З. Мустакил ижодий фикрлаш. –Т.: Фан, 2003.
6.Психология. Под ред. Э.И.Рогова. – М.: Владос, 2005. .
7.Фозиев З.Ф. Умумий психология. – Т.: Ўзбекистан файласуфлари миллий жамияти, 2019.
8.Хайдаров Ф.И., Халилова Н.И. Умумий психология. - Т.: ТДПУ, 2010.
9.Гозиев Э. Тафаккур психологияси. –Т.: Ўқитувчи, 2004.

Imamov N. - SamISI o'qituvchisi

TURIZM SOHASINI RIVOJLANTIRISHDA KADRLAR TAYYORLASH MASALALARI

Annotatsiya: *Maqolada turizmni rivojlantirishning muhim vazifalari hamda kadrlar tayyorlash milliy dasturining asosiy vazifalari yoritib o'tilgan. Qolaversa, O'zbekiston Respublikasi ta'lim tog'risidagi qonunlarning amaldagi tadbiqi maqolada aks etgan.*

Annotation: *The article outlines the main tasks for the development of tourism and the main objectives ofnational program of training cadres. In addition, the current legislation of the Republic of Uzbekistan is reflected in the article.*

Аннотация:*В статье изложены основные задачи развития туризма и основные задачи национальной программы подготовки кадров. Кроме того, в статье отражено действующее законодательство Республики Узбекистан.*

Kalit so'zlar: Turizm, xizmat ko'rsatish,turmush darajasi, savdo sohasi, kadrlar tayyorlash milliy dasturi.

Key Words: *Tourism, service, living standards, trade,national program of training cadres.*

Ключевые слова: *туризм, сервис, уровень жизни, торговля,национальная программа подготовки кадров.*

Hozirgi kunda davlatimizda olib borilayotgan ijtimoiy siyosatning ustuvor yo'nalishlaridan bu turizm va biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish hisobiga aholi daromadlarini va ularning turmush darajasini oshirishga erishish hisoblanadi. Bu borada amaliyotga joriy qilinayotgan bir qancha qonunlarning ijrosi biznes va xususiy tadbirkorlikni oshirishga samarali ta'sir ko'rsatmoqda. Bu borada kadrlar tayyorlash milliy dasturining amalda tadbiq etilganligi bugungi kunning muhim vazifalarini o'zida mujassam etdi. Kadrlar tayyorlash milliy dasturi "Ta'lim to'g'risda"gi O'zbekiston Respublikasi Qonunning qoidalariga muvofiq tayyorlanganligi, milliy tajribaning tahlili va ta'lim tizimidagi jahon miqyosidagi yutuqlar asosida yetishib kelayotgan yosh avlodni yetuk kadrlar darajasiga ko'tarish vazifasi belgilab qo'yilgan.

Ayniqsa, bugungi kunda xizmatlar sohasining bir qancha yo'nalishlari, shu jumladan, aloqa, transport, qurilish, turizm xizmatlari va savdo sohalarini misol sifatida keltirishimiz mumkin.

Jamiyatimizni farovon va qulay sharoitda qulay sharoitda hayot kechirishlari maqsadida xizmatlar sohasida bir qancha qulay sharoitlar yaratilmoqda. Qulay shart-sharoitlar mamlakatimizning qishloq aholisining yashash tarziga yaqinlashib bormoqda.

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.Mirziyoyevning O'zbekiston Respublikasi oliy Majlisiga 2018-yil 28-dekabrda qilgan Murojaatnomasida bildirilgan takliflarni amalga tadbiq etish maqsadida 2017-2021-yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo'nalishlari bo'yicha Harakatlar strategasida belgilangan vazifalarga muvofiq. Quyidagilarni nazarda tutuvchi 2019-2025 yillarda O'zbekiston Respublikasida turizm sohasini rivojlantirish Konsepsiyasi ishlab chiqildi. Bunga muvofiq quyidagilar belgilandi: turizm faoliyati sohasidagi normativ-huquqiy bazani takomillashtirish, turizmni rivojlantirish uchun qulay shart sharoitlar yaratish, turistik xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirish, turizm tarmoqlari uchun kadrlarni tayyorlash, qayta tayyorlash va malakasini oshirish tizimini takomillashtirish, transport logistikasini rivojlantirish.

O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi tomonidan 1992-yilgi "Ta'lim to'g'risida"gi qonun,1997-yil 29-avgustda 463-son ostida qabul qilingan "Kadrlar tayyorlash milliy dasturi" kabilarni keltirishimiz mumkin. Buning samarasi sifatida yoshlarimizning barkamol shaxs bo'lib yetishishlarida iste'dod hamda iqtidorlarini ro'yobga chiqarishlarida ta'limning o'rni sezilarlidir.

Yetuk kadrlar masalasi ijtimoiy hayot tarzida muhim ahamiyat kasb etib, yoshlarni yetuk darajada tarbiyalash hamda ularning erkin fikr va qarashlarini rivojlantirish davrning muhim bosqichlaridandir. Bu borada pedagoglar zimmasida yuksak mas'uliyatli vazifalar turibdi. Barkamol avlodni yetuk mutaxassis sifatida tayyorlab borish, ularning ta'lim olishlari uchun qulay shart-sharoitlarni yetkazish, bugunning muhim bosqichlaridan biridir. Yetuk kadrlarni yetishtirish jarayonida quyidagi bosqichlarga alohida to'xtalib o'tishimiz lozim.

1.Ta'lim-tarbiyaning uzviy aloqadorligi

2.Ta'lim jarayonida zamonaviy axborot texnologiyalarni qo'llay olish.

3.Dars jarayonida nutqning imkoniyatlaridan unumli foydalanish.

4.Iqtidorli yoshlarni tarbiyalash borishda ilmiy ijod imkoniyatlaridan foydalanish.

Yuqorida keltirib o'tilgan bosqichlardan eng muhimi, bu ta'limning tarbiya bilan aloqadorligidir. Ta'lim tizimida tarbiya muhim o'ringa egadir. Chunki, talaba ta'lim tarbiyani bir –biri bilan uzviylikda olib bormas ekan, u holda ilmni ham mustahkam darajada olib borolmaydi.

Turizm sohasida chet tillarni o'qitish va uni amalda qo'llay olish muhim xususiyat kasb etmoqda.Yoshlarimizni jahon standartlariga mos ravishda bilim olishlari uchun ham chet tililarning o'rni beqiyosdir. Bu borada 2012-yil 10-dekabrdagi "Chet tillarini o'qitish tizimini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi 1875-sonli Qaror qabul qilinganligi yoshlarimizni, ayniqsa maktab o'quvchilarining ham chet tiliga bo'lgan qiziqish va bilim olishlari uchun muhim jarayon hisoblandi. Bunda nafaqat yoshlar balki, soha vakillari ham chet tilini

o’rganishlari hamda pedagoglarning o’z ustida yanada ko’proq ishlashlari uchun ayni maqdasli vazifalardan biri bo’ldi.

Umuman olganda kadrlar tayyorlash faqat xizmat ko’rsatish sohasida emas iqtisodiyotning barcha sohalarida muhim ahamiyat kasb etadi.Malakali kadrlar tayyorlashda mehnat bozori qonunlarining harakatlanishi ishchi kuchi sifatini yuqori darajaga ko’tarishga imkon beradi. Milliy iqtisodiyotimiz va uning ajralmas bir bo’lagi bo’lgan xizmat ko’rsatish sohasi dunyo miqyosida o’z o’rniga ega bo’lishi va rivojlanishi lozim. Shuning uchun ham iqtisodiyotdagi tarkibiy o’zgarishlarga mos malakali kadrlar tayyorlash iqtisodiy islohotlar sharoitining muhim muammolaridan biri hisoblanadi.

Yurtimizda yashovchi aholining deyarli 60% ini yoshlar tashkil qiladi. Bu esa O’zbekistonning kelajagi yoshlar qo’lida deganidir. Ularni malakali kadrlar qilib tayyorlash zamon talabiga aylanmoqda. Kelajakda bu yoshlar iqtisodiyotimizning har bir sohasi rivojlanishida muhim ahamiyat kasb etadi. Bugungi bozor iqtisodiyoti sharoitida ulkan taraqqiyot davrida malakali kadrlarga bo’lgan talab kun sayin oshib boraveradi. Bu esa kadrlar tayyorlashda takomillashgan yangi yangi usullar tizmlarni o’rganish va ularni hayotga tadbiq qilishni taqozo qiladi.

Bir so’z bilan aytganda, biz yoshlar bugunning mas’uliyatli avlodlari ekanmiz, o’qib-izlanish hamda yetuk darajadagi kadrlar bo’lib yetishish uchun tinmay o’zib-izlanish bizning oldimizda turgan mas’uliyatli vazifalardan biri hisoblanib qolajak.

Foydalanilgan adabiyotlar ro’yxati

1. O’zbekiston Respublikasining “Turizm to’g’risida”gi qonuni. 1999 y. 20 avgust.
2. I.S.Tuxliyev, R.Haydarov, B.Sh.Safarov, G.R.Tursunova. Turizm asoslari. Darslik,-Toshkent. 2014.-38 b.
3. Pardayev M.Q. Atabayev R. Turizm asoslari. Samarqand, SamISI. 2006 – 74 b.,
4. Pardayev M.Q., Atabayev R., Pardayev M.Q. Turizmni rivojlantirish imkoniyatlari.T.: “Fan va texnologiya”. 2007. - 32 bet.
5. Xizmat ko’rsatish, servis va turizm sohalarini rivojlantirish: muammolar va ularning yechimlari. T.: “Iqtisod va moliya”. 2008.- 259 b.
6. http://www.uzbektourism.uz

Suyunov Suxrob Ochilovich – SamISI, MBI-119 guruh magistranti

BANKLAR AKTIVLARINI BOSHKARISHNI TAKOMILLASHTIRISH YO‘LLARI

O‘zbekiston Respublikasi tijorat banklarining aktivlarini boshqarishni takomillashtirish maqsadida quyidagi chora-tadbirlarni amalga oshirish lozim:

1. Mamlakat tijorat banklari aktivlarining rentabellik darajasini oshirish maqsadida, birinchidan, muammoli aktivlar miqdorini kamaytirish, ikkinchidan, foizsiz xarajatlar miqdorini kamaytirish hisobiga sof foyda miqdorini oshirish, uchinchidan, so foydaning o‘sish sur’atini aktivlarning o‘sish sur’atidan yuqori bo‘lishini ta’minlash lozim.

2. Tijorat banklari tomonidan berilgan kreditlar bo‘yicha muddati o‘tgan qarzdorlik muammosini hal qilish maqsadida:

– mijozlarning kredit to‘loviga layoqatliligini baholashning xalqaro bank amaliyotida keng qo‘llanilayotgan, takomillashgan metodikalarini respublikamiz banklari amaliyotiga joriy qilish;

– tijorat banklarida muammoli kreditlarni “oldindan ogohlantirish” tizimini yaratish va uni takomillashtirish zarur;

– Hukumat kafolatlari asosida berilgan kreditlar bo‘yicha muddati o‘tgan qarzdorlikni o‘z vaqtida undirilishini ta’minlash maqsadida (Davlat byudjetida ortiqcha pul mablag‘larining mavjud emasligini hisobga olib), maxsus Jamg‘arma tashkil etish lozim.

3. Tijorat banklari aktivlari va majburiyatlarining muddatlari o‘rtasidagi muvofiqlikni ta’minlash va transaksion depozitlarning faqat barqaror qoldig‘idan resurs sifatida foydalanishni yo‘lga qo‘yish orqali transformatsiya riskiga barham berish lozim.

4. Tijorat banklarining qimmatli qog‘ozlarga qilingan investitsiyalari hajmini oshirish maqsadida, birinchidan, qimmatli qog‘ozlar emitentlarining moliyaviy va mulkiy holatini tahlil qilish tizimini takomillashtirish zarur; ikkinchidan, banklarning Markaziy bankning obligatsiyalariga qilingan investitsiyalari hajmini oshirish orqali ularning joriy likvidlilik darajasini oshirish lozim;

Taraqqiy etgan mamlakatlarda tijorat banklarining joriy likvidlili, asosan, yuqori likvidli qimmatli qog‘ozlarga qilingan investitsiyalar hisobidan ta’minlanadi. Masalan, 2020 yilning 31 dekabr holatiga ko‘ra, Benk of Amerika (AQSH) aktivlarining umumiy hajmida yuqori likvidli qimmatli qog‘olarga qilingan investitsiyalarning salmog‘i 9,1 foizni[208], Doychebankda esa, ushbu ko‘rsatkich mazkur sanada 6,5 foizni tashkil etdi[209].

5. Tijorat banklari aktivlarining daromadliligini ta’minlashga qaratilgan chora-tadbirlarni amalga oshirishda asosiy e’tibor tijorat banklarining kreditlardan olinadigan foizli daromadlarining yalpi daromad hajmidagi salmog‘ining barqarorligini ta’minlashga qaratilishi lozim:

[208] Consolidated Balance Sheet. Bank of America. Annual Report 2017.. www.bankofamerica.com.
[209] Consolidated Balance Sheet. Deutsche Bank. Annual Report 2017. www.db.com

6. Tijorat banklari tomonidan beriladigan kreditlarning risk darajalarining oshishini oldini olish maqsadida banklarning Kredit siyosatida Xalqaro tiklanish va taraqqiyot banki ekspertlari tomonidan ishlab chiqilgan kreditning rik darajalarini me'yoriy ko'rsatkichlarni aks ettirish lozim[210]:

7. Tijorat banklari bilan sug'urta kompaniyalari o'rtasidagi moliyaviy munosabatlarni rivojlantirish yo'li bilan banklar faoliyatidagi kredit riski darajasini pasaytirish lozim. Buning uchun banklar va sug'urta kompaniyalarining bir-biriga bo'lgan ishonchini ta'minlash lozim.

Bank-ashshurans amaliyotini takomillashtirishda risklarni kompleks sug'urtalashning "VVV polisi bo'yicha sug'urtalash" (Bankers Blanket Bond) deb nomlanadigan usuldan foydalanish lozim va bunda ushbu usulning quyidagi jihatlariga e'tiborni qaratish lozim:

1. Bank xodimining aybi bilan zarar ko'rish xavfi.

2. VVV polisida bank binosining, undagi uskunalar, saqlanayotgan qimmatbaho buyumlarning bus-butun saqlanishi ko'zda tutilgan bo'lishi kerak.

3. Soxta cheklar (Forgery of Alteration) va qimmatli qog'ozlar (Securities) bo'yicha sug'urta hodisasi berganda sug'urta qoplashni qo'llash.

4. Soxta valyutalar (Counterfeited Currency) bo'yicha sug'urta hodisasi berganda sug'urta qoplashni qo'llash[211].

Mazkur xulosa O'zbekiston bank amaliyoti uchun muhim ahamiyat kasb etadi. Buning sababi shundaki, respublikamizda bank xodimlarining noqonuniy hatti-harakatlari natijasida ko'rilgan zararlarni va soxta valyutalardan ko'rilgan zararlarni sug'urtalash amaliyoti mavjud emas.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. www.db.com – Doychebank (Germaniya)
2. www.bank ofamerica.com Benk of Amerika (AQSH)
3. www.worldbank.org. – Jahon banki guruhi
4. www.cbu.uz – O'zbekiston Respublikasi Markaziy banki

[210] www.worldbank.org.

[211] Молохов А.В., Порубиновская В.В. Страхование риска в банковской деятельности – индульгенция или профанация//Банковское дело. – Москва, 2013. – №10. – С. 83.

Хамитов М.Х. – СамИСИ “Туризм” кафедраси катта ўқитувчиси

МЕҲМОНХОНА ХЎЖАЛИГИНИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ АСОСИЙ ОМИЛЛАРИ

Аннотация: *Ушбу мақолада туризм ва меҳмонхона хўжалигининг мамлакат иқтисодиётининг ривожланишидаги ўрни ҳамда меҳмонхона хўжалиги иқтисодиётининг ривожланишига таъсир этувчи омиллар ўрганилган.*

Калит сўзлар: *туризм, меҳмонхона хўжалиги, туристик маҳсулот, омил, иқтисодий омиллар, қонунчилик, инвестицион капитал, сайёҳлар оқими, халқаро стандартлар, моддий хизматлар, ижтимоий-маданий хизматлар.*

Аннотация: *В статье исследуется роль туризма и гостиничного бизнеса в развитии экономики страны и факторы, влияющие на развитие гостиничной экономики.*

Ключевые слова: *туризм, гостиничный менеджмент, туристический продукт, фактор, экономические факторы, законодательство, инвестиционный капитал, туристический поток, международные стандарты, материальные услуги, социально-культурные услуги.*

Annotation: *The article examines the role of tourism and the hotel business in the development of the country's economy and the factors influencing the development of the hotel economy.*

Key words: *tourism, hotel management, tourist product, factor, economic factors, legislation, investment capital, tourist flow, international standards, material services, social and cultural services.*

Жаҳонда туризм хизматлар бозорида экологик туризмга эътиборнинг кучайиши аввало, туризмнинг кенг кўламли ва юқори даромадли фаолият тури сифатида иқтисодий аҳамиятининг ортиб бориши билан боғлиқ бўлиб, 2019 йилда унинг дунё ЯИМдаги улуши 10% ни ташкил қилган. Бутунжаҳон туризм ташкилоти (БТТ) маълумотларига кўра 2019 йилда дунё бўйича 1,5 млрд туристик сафарлар уюштирилган, уларнинг сони охирги ўн йил мобайнида йилига ўртача 4% ортган[212]. Пандемиянинг таъсири туфайли жаҳон миқёсида туризм соҳаси иқтисодий инқирозга юз тутмоқда. Халқаро ва ички чегараларнинг ёпилганлиги, инсонларнинг ўз-ўзини яккалаш режимига ўтилганлиги сабабли туризм индустриясининг ўсиш суръатлари секинлашди. Шу туфайли, Ўзбекистонда Президент фармони ва ҳукумат қарори билан мамлакатда пандемиянинг туризмга салбий таъсирини камайтириш борасида кескин чора-тадбирлар кўрилди.

Меҳмонхона хўжалигини туризм тараққиёти омиларидан бири ва туристик маҳсулотни ишлаб чиқариш режаси учун илк асос сифатида қаралади. Меҳмонхона хўжалиги минтақада инвестицион сиёсатнинг устувор

[212] www.unwto.org

йўналишларини режалаштиришда туристик маҳсулот ишлаб чиқариш учун асос ҳисобланиб, минтақада туризм ривожининг ўзига хослигини белгилайди.

Меҳмонхона хўжалиги иқтисодиётига, аввало, иқтисодий омиллар (иқтисодиётнинг умумий аҳволи, аҳоли жон бошига ўртача даромад, ишсизлик даражаси, маҳаллий валютанинг айирбошлаш курси, солиққа тортиш даражаси, кредитларга банк фоизлари ва бошқалар) таъсир кўрсатади. Шу билан бирга тармоқнинг ривожланишида ижтимоий-иқтисодий омиллар ҳам катта роль уйнайди: даромад даражасига кўра аҳолининг табақаланиши, маълумот даражаси, турмуш тарзи, ёшга оид тузилма, шаҳар билан қишлоқдаги аҳолининг ўзаро нисбати (шаҳар аҳолиси ҳаракатчанроқ), жиноятчилик даражаси, туризмнинг ривожланганлиги ва ҳоказо.

Шунингдек, тармоқнинг ҳолати бевосита қонунчиликка боғлиқ эканлиги ҳам табиий ҳол (солиққа ва меҳнатга оид қонунчилик, лицензиялаш қойдалари, санитар-гигиеник талаблар, ёнғин хавфсизлиги қоидалари, истъмолчиларнинг ҳуқуқлари тўғрисидаги қонунлар ва бошқалар).

Ўзбекистон миллий меҳмонхона хўжалигининг ривожига, айниқса, ҳозирги кунда унинг халқаро меҳмонхона бизнесига қўшилиш муносабати билан катта аҳамият берилмоқда, чунки бу хўжалик махаллий аҳолининг иш билан бандлигини таъминлашда муҳим рол ўйнайди, миллий иқтисодиётнинг бошқа тармоқларига ижобий таъсир кўрсатади. Қатор мамлакатларда меҳмонхона бизнеси давлат бюджетига валюта келиб тушишининг муҳим манбаи ҳисобланади. Боз устига, алоҳида олинган бир мамлакатда унинг фаоллиги халқаро инвестицион капиталга йўл очиб, жаҳон иқтисодиётига чуқур кириб боришига кўмаклашади. Шу тарзда, меҳмонхона бизнеси унинг тузилмавий қайта қурилишини қувватлаб, инновацион миллий иқтисодиётга ўтишда муҳим роль ўйнаши мумкин ва бу ҳозирги вақтда Ўзбекистон учун ўта аҳамиятлидир, чунки унда, улкан рекреацион имкониятлар ҳамда хорижий сайёҳлар оқимининг ўсишига қарамасдан меҳмонхона хўжалиги халқаро стандартлардан анча орқада.

Меҳмонхона тақдим этаётган хизматлар кўп жиҳатдан меҳмонхонанинг мунтазам даромади ва бинобарин, меҳмонхона ишини кенгайтириш имкониятлари билан белгиланади. Моддий хизматлар – бу хизматлар истеъмолчисининг моддий-маиший эҳтиёжларини қондириш бўйича хизматлардир. Моддий хизматлар маҳсулотларининг истеъмолчилик хусусиятларининг ўзгаришини ёки фуқаролар буюртмасига биноан янги маҳсулотлар тайёрланишини ҳамда юклар ва одамлар ташишни, истеъмол учун шароит яратилишини таъминлайди. Хусусан, моддий хизматларга маҳсулотларни тайёрлаш ва таъмирлаш билан боғлиқ маиший хизматлар, уй-жой коммунал хизматлар, умумий овқатланиш хизматлари, транспорт хизматлари ва бошқалар ҳисобланиши мумкин.

Ижтимоий-маданий хизматлар бу маънавий, ақлий эҳтиёжларни қондириш ва истеъмолчининг меъёрий ҳаётий фаолиятини қуллаб-қувватлаш бўйича хизматлар. Ижтимоий-маданий хизматлар шахс саломатлигини қувватлаш ва тиклаш, унинг жисмоний ва маънавий ривожини, касбий

маҳорати ошишини таъминлайди. Тиббий хизматлар, маданият, туризм, таълим ва бошқа соҳалардаги хизматларни ижтимоий-маданий хизматлар қаторига киритиш мумкин. Хизмат товардан ўзининг ушлаб ҳис қилиб бўлмаслиги, уни сақлаб бўлмаслик, олдиндан йиғиб қўя олмаслик ҳамда шу хизматни кўрсатаётганга юқори даражада боғлиқлик билан фарқ қилади.

Меҳмонхоналарнинг иқтисодий кўрсаткичларига ички омиллар ҳам таъсир ўтказади: бошқарув ва назоратнинг қабул қилинган тизими (айниқса, харажатларнинг назорати тизими), тақдим этилаётган хизматлар даражасиҳамда меҳнат муносабатлари. Шу боис меҳмонхона маъмурияти доимий равишда ходимлар меҳнат шароитини яхшилашга, ишчи кучи оқимини қискартиришга, меҳнат жамоасидаги умумий муҳитни ҳам яхшилашга эътибор бериши зарур.

Меҳмонхоналарнинг иқтисодий кўрсаткичларига тарифларнинг нотўғри танланган тизими ҳам таъсир қилиш мумкин. Жаҳонда қўйидаги меҳмонхона тарифларининг асосий тизимларидан фойдаланилади.

1. Тарифга фақат яшаш тўлови (Roomonly)кирувчи Европача план.
2. Тарифга истиқомат ва нонушта (Roomandbreakfast) тўлови кирадиган континентал план. Бунда тарифга киритилувчи нонушта уч турда бўлиши мумкин:

- Континентал (шарбат, қаҳва ёки чой, булочка, жем);
- Инглизча (ветчинали қуймоқ қўшилади);
- Швед столи (қишлоқ, колбаса маҳсулотлари, нон маҳсулотлари,

мевалар, мурабболар, асал, шарбатлар, қаҳва, чой – ўз-ўзига хизмат услубида тақдим этилади). Бутарифҳозирдакенгтарқалган.

Яримпансион (Half board, demipension, modified American plan). Тарифга яшаш, нонушта, тушлик ва кечки овқат киради. Маърифий мақсадларда саёҳат қилувчи туристлар ҳамда тадбиркорларга хизмат кўрсатувчи меҳмонхоналарда ва айрим курортли меҳмонхоналарда шу тариф қўлланилади. Бундай меҳмонхоналар мижозлари кунни шаҳар бўйлаб экскурсияда ўтказадилар, ўша ерда тушлик қилиб, кечки овқатга меҳмонхонага қайтадилар. Курорт меҳмонхоналари мижозларига келсак,кўпчилик ўз меҳмонхонасида тушликни маъқул кўриб, кечки овқатни ҳар хил ресторан ва кафеларда қилишади.

Тўлиқпансион (en pension, American plan). Тарифга истиқомат ва уч (ёки тўрт) марталик овқатланиш киритилган. Курорт меҳмонхоналари, айниқса умумий овқатланиш тармоқлари етарлича ривожланмаган минтақаларда , шу тариф қўлланилади.

«Ҳаммаси ичида» («Allincluded»). Тариф ўз ичига яшаш, кўп марталик овқатланиш (боз устига мижознинг танлови бўйича бир неча ресторанларлан бирида), барча (ёки аксарият) кўнгилочар тадбирлар, бардаги ичимликлар (одатда импортлари бундан истисно) кабиларни олади. Бегоналардан яхши муҳофозаланган, одатда мижозларга уларнинг шу меҳмонхонага мансуб эканлигини тасдиқловчи қандайдир белгилар бериладиган, масалан қўлига ечилмайдиган билагузук(мослама) тақиладиган курорт меҳмонхоналарида қўлланилади.

Тўловнинг бошқа схемалари ҳам мавжуд, мисол учун «Биттанинг нархида иккита» (Twoforone), бунда мижоз меҳмонига бепул жой тақдим этилади, аммо овқатланиш бўлади, ёки «Болалар бепул» (Children-free) тарифи, агар хонада иккита ота-она билан бирга туришса, болалар бепул яшайди. Бироқ бундай таърифлардан нисбатан кам ҳолларда қўлланилади. Тариф эълон қилинганида нарх тарифга нималар қўшилганлигининг батафсил изоҳи билан берилиши зарур. Тарифга солиқ киритилган (киритилмаганлигини, албатта тушунтириб бериш лозим, негаки, тўлов пайтида тарифдан ташқари яна 20% солиқни ҳам тўлаши кераклигини билса, мижоз норози бўлиши мумкин.

Юқорида санаб ўтилган омилрадан исталганининг таъсири, аввало меҳмонхона бандлигининг коэффициентида (occupancy rate) сезилади. Бу меҳмонхонанинг даромад келтирилишини белгиловчи, меҳмонхона ишининг энг муҳим қўрсаткичидир.

Фойдаланилган адабиётлар:

15. М.Р.Болтабаев, И.С.Тухлиев, Б.Ш.Сафаров, С.А.Абдуҳамидов «Туризм: назария ва амалиёт». Дарслик. Т.: «Фан ва технология», 2018 й.

16. Р.С.Амриддинова, С.А.Абдуҳамидов, А.П.Махмудова, Ж.Н.Абиев, М.Х.Хамитов, А.Ю.Талибова. “Туризмда меҳмонхона хизматлари” Ўқув қўлланма. Самарқанд 2019.

17. М.Т.Алиева “Меҳмонхона хўжалиги менежменти” Маъруза матнлари. Т.: 2011й.

18. Хамитов М.Х. “Меҳмонхона хўжалиги иқтисодиётини ривожлантиришга таъсир этувчи омиллар” «Инновацион ва рақамли иқтисодиёт шароитида хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириш муаммолари» мавзусида халқаро илмий-амалий анжумани материаллари. Самарқанд-Тамбов 2020 йил 21-22 феврал. III қисм. 88-92 б.

19. www.unwto.org

Набиева Дилафруз Бахтиёровна – Докторант, PhD, Международный университет туризма "Шелковый путь"

ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА УСЛУГ И ЛОЯЛЬНОСТЬ КЛИЕНТА

Анализ развития экономической ситуации на национальном рынке и международный опыт свидетельствуют об усиление конкуренции в гостиничном бизнесе, особенно в крупных городах, где концентрация средств размещения является наибольшей, так как в Самарканде за последние 3 года число гостиниц увеличилось на 25%. Несмотря на ускоренный ввод в эксплуатацию новых и реконструкцию действующих отелей, спрос на качественные гостиничные услуги повышается.

Нами был проведен опрос клиентов гостиниц B&B города Самарканда на предмете удовлетворённости клиентов качеством услуг. Это исследование проводилось в рамках пояснительного исследования, имеющего количественные связи. B&B гостиницы были выбраны потому, что они имеют более высокий коэффициент заполняемости по сравнению с другими гостиницами. В исследование участвовали 689 человек, из них 317 женщин, 372 мужчин.

Качество обслуживания было определено в 5-мерную шкалу измерения, предложенную [1] То есть, мы ввели в действие качество услуг как многомерная конструкция с пятью измерениями, включая; окружающая среда, надежность, отзывчивость (вежливость), доступность (легкость установления связи с поставщиком услуг) и сопереживание (эмпатия). К оценке степени удовлетворенности клиентов, мы взяли методы измерения, разработанные [2]. Оценка лояльности клиента была взята из метода [1].

Результаты исследования показывают, что удовлетворенность клиентов низкий, таким образом мы можем заключить что уровень лояльности также будет низким. Значит для обеспечения эффективности деятельности предприятия необходимо повысить качества услуг и удовлетворенность клиентов.

Поэтому организации должны внедрять системы качества, которые помогают соответствовать ожиданиям клиентов. Точное понимание того, чего ожидают клиенты, а также повышение уровня удовлетворенности и лояльность клиентов являются наиболее важными активами гостиничного бизнеса в сегодняшней конкурентной среде.

В гостиничной индустрии качество услуг можно разделить на две категории: функциональное качество и техническое качество [3]. Функциональное качество представляет материальные аспекты услуги, такие как помещения и вещественные доказательства, в то время как техническое качество представляет нематериальные аспекты услуги, такие как процессы обслуживания. Определение ключевых атрибутов качества услуг важно, потому что у клиентов есть определенные стандарты в отношении атрибутов, и их отсутствие негативно влияет на их восприятие.

Для поддержания уровня удовлетворенности клиентов гостиницы вынуждены тратить все больше и больше средств. По мнению ряда исследователей, «повышение качества обслуживания и общей удовлетворенности клиентов относятся к тем факторам, которые приводят к повышению лояльности клиентов и стремлению вернуть их снова в отель» [2].

Что же такое качество обслуживания?

«Качество обслуживания - это степень, в которой услуга соответствует или превосходит ожидания клиентов». Каждый покупатель услуги намеренно ищет качество в этой услуге, которые он собирается приобрести, а также в своем стиле жизни, и в наши дни покупатели требуют более высокого качества услуг. Проще говоря, качество обслуживания - это разница между ожиданиями и тем, что они фактически получают от услуги.

Одни ученые считают, что на восприятие клиентом качества обслуживания влияет не только то, что предоставляется (результат), но и то, как это предоставляется (процесс) в процессе обслуживания [4]. В то время как другие ученые утверждают, что качество обслуживания - это «глобальное суждение или отношение к превосходству обслуживания» [5]

Качество обслуживания сосредоточено в первую очередь на удовлетворении потребностей и требований клиентов, а также на том, насколько хорошо предоставленные услуги соответствуют ожиданиям клиентов. Исследования показали, что качество обслуживания оказывает прямое и положительное влияние на удовлетворенность клиентов. [6] [7] [11]

Качество обслуживания играет жизненно важную роль, поскольку существует значительная взаимосвязь между качеством обслуживания и удовлетворенностью клиентов. Следовательно, по мере повышения качества обслуживания возрастает удовлетворенность клиентов. В результате повышается лояльность к гостиничной услуге. Здесь удовлетворенность клиентов играет роль посредника между качеством обслуживания и лояльностью к гостиничным услугам.

Каким же образом можно определить лояльность клиентов. Лояльность клиентов - сложная и трудная конструкция для определения. Одно из наиболее принятых и часто упоминаемых определений - это определение, данное [12], который определяет лояльность клиентов как «глубоко укоренившееся обязательство повторно покупать или повторно покровительствовать предпочтительному продукту или услуге в будущем, вызывая повторные покупки одного и того же бренда, несмотря на ситуативные влияния и маркетинговые усилия, которые могут вызвать переключение» [12].

Наиболее важным ключом и предвестником лояльности является удовлетворенность клиентов.

Когда клиенты довольны, они с большей вероятностью станут лояльными. [12] определил удовлетворенность потребителя как психологическое состояние, которое возникает, когда эмоции вокруг подтвержденных или неподтвержденных ожиданий потребителя сочетаются с предыдущими чувствами потребителя в отношении опыта потребления.

Удовлетворенность потребителя - это оценка покупателем услуги относительно того, соответствует ли эта услуга потребностям и ожиданиям покупателя. Удовлетворение потребностей клиентов является важным элементом в развитии отношений с клиентами, и оно связано с оценкой и восприятием потребителями способности услуги соответствовать их ожиданиям [13]. Потребительская ориентация в гостиничном бизнесе является важным элементом концепции маркетинга. С ростом конкуренции в сфере экономики услуг и недавних глобальных кризисов предоставление высококачественных услуг клиентам и ориентация на них становятся все более важными, чем когда-либо [8].

Удовлетворенность напрямую связана с опытом клиентов, клиенты хотят большего, чем просто ценность, они хотят, чтобы компании ошеломили и

удивили их, сделав все возможное, чтобы удовлетворить их потребности и желания.

Потребители безграничны и восторжены в своих потребностях и стремлении к соотношению цены и качества за свои деньги. [16], [17], [14]) Потребители хотят ощутить радость от каждого с трудом заработанного доллара, который они тратят на продукты и услуги [9], [18], [17]. Компании должны понимать, что это основная идея для удовлетворения потребностей и желаний клиентов [20], [8]. Чтобы удовлетворить потребности клиентов в 21 веке, качество продукции, инновации, исследования и разработки (НИОКР) стали неотъемлемой частью стратегии организации [20], [8], [9]. Исследования показывают, что удовлетворенность клиентов влияет на производительность организации, например, довольные клиенты лояльны, поскольку доверяют организации и повторно покупают продукт, товар или услуги ([15], [18], [20].

Если организации не смогут оправдать ожидания клиентов, это может привести к их неудовлетворенности [16]. Неудовлетворенность клиентов приводит к потерю лояльных клиентов, потому что компания потеряет свое стратегическое преимущество перед своим конкурентом теряя долю рынка по мере того, как потенциальные клиенты составляют основной сегмент рынка [16].

Если клиент теряет доверие, гостиницам будет сложно убедить неудовлетворенного клиента выкупить продукт или услуги, даже если они запустят новый продукт, который лучше предыдущего. Недовольный покупатель будет жаловаться продавцу или третьей стороне о неудовольствие брендом, которое повлияет на новых и потенциальных клиентах гостиниц [19], [14].

Результат удовлетворения клиентов путем повышения качества услуг, а также повышение уровень их лояльности способствует:

Организациям удовлетворить своих клиентов и завоевать их доверие;

Организации могут достичь более высокого уровня удовлетворенности клиентов, чем их конкуренты, поскольку они является стратегической, что означает, что организации должны получить конкурентное преимущество перед своими конкурентами, поскольку конкуренция здесь - это заказчик.

Покупатели составляют рыночный сегмент. Удовлетворяя потребности клиентов, компания сможет увеличить долю рынка.

Получая долю на рынке, организация может увеличить свой доход и увеличить доход для своих акционеров.

Для повышения конкурентоспособности и уровня лояльности к гостиничным услугам в отелях Узбекистана необходимо проведение следующих мероприятий:

Гостиницы должны учитывать интересы своих клиентов и то, как на них влияет их корпоративная деятельность. Принимая на себя эту ответственность, гостиницы должны стараться удовлетворить своих клиентов, предлагая более качественные услуги.

- Обслуживание клиентов требует особого внимания, так как удовлетворенность и доверие, формируется на протяжении всего опыта работы с клиентами. Останется ли клиент в конечном итоге с компанией или откажется от альтернативы (конкурента), зависит от уровня качества предлагаемых услуг, так как у клиентов есть естественная тенденция покупать услуги повторно только тогда, когда они ценят качество услуг. Поэтому для организации очень важно, чтобы клиенты были довольны в каждой услуге, организация должна поддерживать своих клиентов и вносить изменения в соответствии с потребностями клиентов, а не с потребностями организации.

- В гостиничном бизнесе менеджеры должны привлечь и удержать гостей, сосредоточив внимание на тех факторах, которые, как известно, влияют на принятие решений клиентами. Таким образом, отели должны быть в курсе самых актуальных тенденций в их отрасли, чтобы эффективно удовлетворять запросы и потребности все более трепетных туристов.

- Руководители гостиничного бизнеса должны понимать факторы, влияющие на потребности клиентов, для привлечения новых клиентов, поддержания существующих клиентов, а также чтобы предотвратить уход клиентов и снизить затраты на маркетинговые исследования.

- Качество обслуживания влияет на корпоративные результаты, такие как улучшение отношений с клиентами и стимулирует лояльность клиентов. В настоящее время клиенты все больше осознают свои права; следовательно, организации должны быть в постоянном прогрессе в качестве услуг, чтобы поддерживать меняющийся спрос и растущую конкуренцию, а также завоевывать лояльность клиентов.

- предоставление услуг клиентам в обещанный срок. Если гостиница не может по какой-либо причине оказать обещанную услугу, то следует предварительно уведомить своих клиентов и извиниться перед ними;

- создание убеждения и мотивации сотрудников и их заинтересованности в оказании услуг клиентам;

- предоставление дополнительных услуг с учетом потребностей потребителей гостиничных услуг.

- Еще одним важным фактором выступает цена. Поэтому создание соответствующей ценовой стратегии в разное время и для разных людей — основное направление в развитии данного фактора повышения лояльности клиентов.

Повышение удовлетворенности и лояльности клиентов к услугам гостиничных предприятий является ключевым элементом при организации системы оказания гостиничных услуг. Поэтому изучение факторов, влияющих на поведение потребителей гостиничных услуг, и взаимосвязей между удовлетворенностью и лояльностью клиентов гостиницы разной категории является приоритетным.

Удовлетворение клиентов путем повышения качества услуг приведет к появлению большего количества потенциальных долгосрочных лояльных клиентов, которые, будут пользоваться услугами гостиницы на протяжении

всего жизненного цикла клиента, и это поможет в увеличении прибыли гостиниц и доступа к необходимым денежным средствам, а также будущее расширение гостиничного бизнеса. Кроме того, гостиницы могут выплачивать хорошие дивиденды своим акционерам и, наконец, иметь возможность максимизировать благосостояние своего акционера.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

[1] Zeithaml, VA, Berry, LL, & Parasuraman, A. (1996). Поведенческие последствия качества обслуживания. Журнал маркетинга, 31-46.

[2] Zeithaml, VA, & Bitner, MJ (2003). Маркетинг услуг: интеграция ориентации на клиента в рамках всей фирмы. Нью-Йорк: Макгроу-Хилл

[3] Cronin Jr, JJ, & Taylor, SA (1992). Измереникачества услуг: пересмотр и расширение. Журнал маркетинга 55-68.

[4] Lemy, D., Goh, E., & Ferry, J. (2019). Выходим из разрозненности: как инновации в области качества обслуживания могут повысить лояльность клиентов в отелях Индонезии. Журнал маркетинга.

[5] Grönroos, C. (1984). Модель качества обслуживания и ее маркетинговые последствия. Европейский журнал маркетинга, 18 (4), 36-44.

[6] Parasuraman, A., Zeithaml, VA, & Berry, LL (1988). Servqual: многопозиционная шкала для измерения восприятия потребителей. Журнал розничной торговли, 64 (1), 12.

[7] Makanyeza, C., & Chikazhe, L. (2017). Посредники взаимосвязи между качеством обслуживания и лояльностью клиентов: данные банковского сектора Зимбабве. Международный журнал банковского маркетинга, 35 (3), 540-556.

[8] Bhakane, B. (2015). Влияние управления взаимоотношениями с клиентами на удовлетворенность и лояльность клиентов.

[9] Veysel YILMAZ & Erkan ARI, (2018) Исследование взаимосвязи между параметрами качества обслуживания, удовлетворенностью клиентов и лояльностью в банковском секторе Турции: применение модели структурного уравнения.

[10] Cengiz Yilmaz (2018) Влияние качества управления жалобами клиентов на эффективность бизнеса в обслуживающих компаниях.

[11] Yılmaz C., Varnalı, K,. and Kasnakoğlu, B.T. (2016). «Как фирмы извлекают выгоду из жалоб клиентов», Journal of Business Research, 69: 944-955.

[12] Oliver, RL (1997). Удовлетворение: поведенческий взгляд на потребителя. Нью-Йорк: Макгроу

[13] Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (2013). Принципы маркетинга, 12-е издание. Издатель Erlangga.

[14] Paulo Rita, Tiago Oliveira, Almira Farisa (2019) Влияние качества е-услуг и удовлетворенности клиентов на поведение клиентов при совершении online покупок.

[15] Sallaudin Bin Hassan (2019) Посреднический эффект корпоративного имиджа и удовлетворенности студентов на взаимосвязь между качеством обслуживания и лояльностью студентов в ТПОП.

[16] Dorina Chicu, Maria del Mar Pàmies (2019) Изучение влияния человеческого фактора на удовлетворенность клиентов в call-центрах.

[17] Enna HIRATA (2019) Характеристики услуг и удовлетворенность клиентов в индустрии контейнерных лайнеров.

[18] Özgür Davrasa, Meltem Caber (2019) Анализ гостиничных услуг по их симметричному и асимметричному влиянию на общую удовлетворенность клиентов: сравнение сегментов рынка.

[19] Sungjun Joe (2019) Влияние коллег-покупателя на поведение при жалобах: регулирующая роль пола.

[20] Julia Koch, Sven-Olaf Gerdt (2020) Детерминанты устойчивого поведения фирм и их последствия для удовлетворенности клиентов в сфере гостеприимства.

Ismatov Utkir Rustamovich - SamISI assistenti

YALPI XIZMAT KO‘RSATISH TIZIMI MODELLARI

Annotatsiya: *Ushbu maqolada yalpi xizmat ko’rsatish tizimlarining faoliyati va samaradorligini tahlil qilish, optimallashtirish, tanlangan mezon bo‘yicha faoliyat ko‘rsatishi hamda ularni loyihalashtirish uchun qo’llaniladigan modellar keltirilgan.*

Аннотация: *В этой статье представлены модели, используемые для анализа, оптимизации и использования выбранных критериев работы и эффективности систем общественного обслуживания.*

Abstract: *This article presents the models used to analyze, optimize and use the selected criteria for the operation and efficiency of public service systems.*

Kalit so’zlar: *Xizmat ko’rsatish tizimi, talab, xizmat ko’rsatuvchi kanal, talablar oqimi tezligi, talablar orasidagi o‘rtacha vaqt.*

Ключевые слова: *Сервисная система, спрос, сервисный канал, скорость потока запросов, среднее время между запросами.*

Key words: *service system, demand, service channel, request flow rate, average time between requests.*

Amaliyotda yalpi xizmat ko‘rsatish tizimiga telefon stansiyalari, tez yordam ko‘rsatish muassasalari, avtomobillarga yonilg‘i quyish va texnik xizmat ko‘rsatish shahobchalari, banklar, soliq inspeksiyalari, savdo shahobchalari va majmualari, supermarketlar, aeroportlar, avtomobil va temir yo‘l vokzallari, meva – sabzavot saqlash omborlari, ulgurji – ko‘tara savdo bazalari, umumiy ovqatlanish muassasalari kabilarni misol keltirish mumkin.

Yalpi xizmat ko‘rsatish tizimi modellari yuqorida qayd etib (sanab) o‘tilgan ob’ektlar faoliyati va samaradorligini tahlil qilish, optimallashtirish, tanlangan mezon

bo‘yicha faoliyat ko‘rsatishi hamda ularni loyihalashtirish maqsadlarida foydalaniladi.

O‘z navbatida yalpi xizmat ko‘rsatish tizimi (modellari) terminologiyasiga muvofiq ravishda xizmat olish uchun tushayotgan istalgan ob’ektni – **talab** deb ataymiz. Talablar oqimi deb do‘konga kelayotgan xaridorlar, bank va soliq idoralariga tushayotgan pul oqimlari, mijozlar oqimi, vrachga kelayotgan bemorlar oqimi, aeroportga qo‘nish uchun kelayotgan samolyotlar oqimi va h.k. larni atashimiz mumkin.

Xizmat ko‘rsatuvchi shaxs – xodim yoki texnik vositaga **xizmat ko‘rsatuvchi kanal** deb ataymiz va barcha xizmat ko‘rsatuvchi kanallar to‘plami **yalpi xizmat ko‘rsatish tizimi** deb aytiladi. O‘z navbatida kanal deganda sotuvchi, kassir, nazoratchi, usta, vrach kabilar tushuniladi.

Yalpi xizmat ko‘rsatish tizimini quyidagi xarakteristikalarini bir – biridan farqlashimiz kerak: bir birlik vaqt ichida tushayotgan talablar oqimining tezligini va kanallarning xizmat ko‘rsatish tezligini.

Xizmat olish uchun tushayotgan talablar oqimining tezligi

$$\lambda = \frac{1}{T}$$

formula bilan aniqlanadi. Bu yerda

$$T = \frac{t_1 + t_2 + \cdots + t_n}{n}$$

xizmat olish uchun tushayotgan talablar orasidagi o‘rtacha vaqt.

Kanallarning tushayotgan talablarga xizmat ko‘rsatish tezligi

$$\mu = \frac{1}{\tau}$$

formula bilan aniqlanadi. Bu yerda

$$\tau = \frac{\tau_1 + \tau_2 + \cdots + \tau_n}{n}$$

bo‘lib, kanallarning talablarga o‘rtaga xizmat ko‘rsatish vaqti

O‘z navbatida

$$\alpha = \frac{\lambda}{\mu}$$

kanalning bandlik parametri deyiladi hamda yalpi xizmat ko‘rsatish tizimini qariyb barcha ko‘rsatkichlari – kanalning bandlik parametri bilan ifodalanadi.

bu yerda λ - talablarni kelish, tushish tezligi; μ - kanalni talablarga xizmat ko‘rsatish tezligi.

Navbatsiz yalpi xizmat ko‘rsatish tizimida barcha mavjud kanallar xizmat ko‘rsatish bilan band bo‘lsa, talablar navbati tashkil bo‘lmaydi ular xizmat ko‘rsatilmasdan tizimni tark etadi. n kanalli navbatsiz yalpi xizmat ko‘rsatish tizimini ish sifatining samaradorligi quyidagi ko‘rsatkichlar orqali aniqlanadi va baholanadi:

1. n - kanalli navbatsiz yalpi xizmat ko‘rsatish tizimini ishlamasdan bo‘sh, bekor turib qolishlik vaqtining ulushi (ehtimoli):

$$P_0 = \frac{1}{1+\frac{\alpha}{1!}+\frac{\alpha^2}{2!}+\cdots+\frac{\alpha^n}{n!}}; \qquad \frac{\alpha^0}{0!}=1$$

2. n - kanalli navbatsiz yalpi xizmat ko‘rsatish tizimining xizmat ko‘rsatish bilan band bo‘lishlik vaqtining ulushi (ehtimoli):

$$P_n = \frac{\alpha^n}{n!}\cdot P_0 = \frac{\alpha^n}{n!}\left(1+\frac{\alpha}{1!}+\frac{\alpha^2}{2!}+\cdots+\frac{\alpha^n}{n!}\right)^{-1}$$

3. n ta kanaldan faqat k - tasining xizmat ko‘rsatish bilan band bo‘lishlik vaqtining ulushi (ehtimoli):

$$P_k = \frac{\alpha^k}{k!}P_0 = \frac{\alpha^k/k!}{1+\frac{\alpha}{1!}+\frac{\alpha^2}{2!}+\cdots+\frac{\alpha^k}{k!}}; \quad (k=0,1,2,\cdots,n-1)$$

4. Mavjud n - ta kanaldan xizmat ko‘rsatish bilan band bo‘lgan kanallarni o‘rtacha soni:

$$\bar{n} = \alpha(1-P_n)$$

5. To‘la hodisalar guruhlarni tashkil etgan hodisalar guruhi ro‘y berishligining ehtimollari yig‘indisini birga teng bo‘lishligi haqidagi teorem asosan

$$P_0 + P_1 + \cdots + P_k + \cdots + P_n = 1$$

O‘z navbatida $n=1$ bo‘lganda (bir kanalli tizim uchun):

$$P_0 = \frac{1}{1+\alpha}, \qquad P_1 = \frac{\alpha}{1+\alpha} = P,$$

$$P_0 + P_1 = 1 \qquad \bar{n} = \alpha(1-P_1)$$

$n=2$ bo‘lganda (ikki kanalli tizim uchun)

$$P_0 = \frac{2}{2+2\alpha+\alpha^2}, \qquad P_1 = \frac{2\alpha}{2+2\alpha+\alpha^2},$$

$$P_2 = \frac{2}{2+2\alpha+\alpha^2}, \quad \bar{n} = \alpha(1-P_2) \qquad P_0 + P_1 + P_2 = 1$$

Navbatli yalpi xizmat ko‘rsatish tizimida agarda talab tushgan paytda barcha kanallar xizmat ko‘rsatish bilan band bo‘lishsa talablar navbatga turadi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. А.А.Спирин, Г.П.Фомин, Экономико- математические методы и модели в торговое М.Экономика, 1988 г.

2. Е.М. Кудрявсев, Исследование операций в задачах, алгоритмах и программах. М. Радио и связ, 1984 г.

3. Е.М.Четиркин, Теория массового обслуживания и ее применение в экономике. Москва, Статистика, 1971 г.

4. Методические указания и задания для контрольных работ по курсу экономико-математические методы и модели, ЗИСТ, М., 1985 г.

МУНДАРИЖА:

I ШЎЪБА. ТУРИСТИК КЛАСТЕРЛАРНИ ШАКЛЛАНТИРИШ ВА АМАЛ ҚИЛИШНИНГ НАЗАРИЙ-МЕТОДОЛОГИК МАСАЛАЛАРИ		
Тухлиев И.С., Аблокулов А.А.	РАҚОБАТБАРДОШЛИКНИ ОШИРИШДА ХУДУДИЙ ТУРИСТИК КЛАСТЕРНИНГ ТАШКИЛИЙ - ИҚТИСОДИЙ МОДЕЛИНИ ШАКЛЛАНТИРИШ УСУЛИ…….	4
Пардаев М.Қ., Пардаев О.М.	КЛАСТЕР ТУШУНЧАСИНИНГ НАЗАРИЙ МАСАЛАЛАРИ ВА УНДАН ТУРИЗМ СОҲАСИДА ФОЙДАЛАНИШНИНГ ЎЗИГА ХОС ХУСУСИЯТЛАРИ…….	9
Алимова М.Т., Норкулова Д.З.	ТУРИСТИК КЛАСТЕРЛАРНИНГ ШАКЛЛАНИШ ВА АМАЛ ҚИЛИШ ХУСУСИЯТЛАРИ……...	16
Amriddinova R.S., Abidinova L.X.	TURIZMDA KLASTERNING IJTIMOIY – IQTISODIY SHAKLLANISHI…….	21
Алимова М.Т., Усманова З.И.	ТУРИСТИК КЛАСТЕРЛАРНИ ШАКЛЛАНТИРИШ ВА РИВОЖЛАНТИРИШ ТАМОЙИЛЛАРИ……..	28
Навруз-зода З.Б.	“ЕТТИ ПИР ЗИЁРАТ КЛАСТЕРИ”НИНГ ТАШКИЛИЙ ТУЗИЛИШИ……	32
Хашимова М.М.	ҲУДУДА ЭКОТУРИСТИК КОМПЛЕКС РИВОЖЛАНИШИНИ ТАЪМИНЛАШ УЧУН КЛАСТЕРЛИ ЁНДАШУВДАН ФОЙДАЛАНИШ ХУСУСИЯТЛАРИ……	37
Алимова М.Т., Насимов А.Р.	ҲУДУДИЙ ТУРИСТИК КЛАСТЕРНИ ШАКЛЛАНТИРИШ АЛГОРИТМИ……..	42
Raximov Z.O.	TURIZM KLASTERLARNI SHAKLLANISHIDA INVESTITSIYANING AHAMIYATI……	45
Хамракулова О.Д.	ТУРИСТИЧЕСКИЙ КЛАСТЕР В ЭКОНОМИКЕ УЗБЕКИСТАНА……	48
Худайберганов Д.Т., Аминова М.С.	ТУРИСТИК КЛАСТЕРЛАРНИ ТАШКИЛ ЭТИШ ИМКОНИЯТЛАРИ……	53
Алимова М.Т., Норкулова Д.З.	ТУРИСТИК КЛАСТЕРЛАРНИ РИВОЖЛАНТИРИШ БИЛАН БОҒЛИҚ ТАДҚИҚОТЛАРНИНГ ИЛМИЙ-НАЗАРИЙ ТАҲЛИЛИ……	58
Нарзиев М.М.	МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ СОЗДАНИЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ КЛАСТЕРОВ И ПРИМЕНЕНИЕ ИХ В РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН…….	63
Бекжанов Д.Й.	ТУРИСТИК КЛАСТЕРЛАРНИ	

	ШАКЛЛАНТИРИШ ВА РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ ХОРИЖ ТАЖРИБАЛАРИ…….	68
Низамов А.Н., Амиров А.М.	АГРОТУРИСТИК КЛАСТЕР ШАКЛЛАНИШИНИНГ НАЗАРИЙ ВА МЕТОДОЛОГИК АСОСЛАРИ……..	73
Ибрагимов И.Х., Мусабаева Л.А.	ИНФРАСТРУКТУРА ТУРИЗМА КАК ОСНОВА РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОГО КЛАСТЕРА……..	78
Dushanova Yu.F.	O’ZBEKISTONDA TURISTIK KLASTERLAR YARATILISHI YUZASIDAN QABUL QILINAYOTGAN HUQUQIY-ME’YORIY HUJJATLAR, QONUNLAR VA FARMONLAR TAHLILI……	85
Усманова З.И.	ФОРМИРОВАНИЕ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО КЛАСТЕРА В РЕГИОНАХ.....	93
Ибрагимов И.Ҳ., Қаландаров У.Ҳ.	ТУРИСТИК КЛАСТЕРЛАР ЖОЗИБАДОРЛИГИНИ БАҲОЛАШНИНГ МАТЕМАТИК ЕЧИМИ.....	95
Xamitov M.X., Egamberdiyev S.S.	TURISTIK KLASTER TUSHUNCHASINING TURIZM SOHASIDAGI O’RNI.....	102
II ШЎЪБА. ҲУДУДЛАРДА ТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНТИРИШ СУРЪАТЛАРИ ВА ҲУДУДИЙ ТУРИСТИК КЛАСТЕРНИ ШАКЛЛАНТИРИШ ЗАРУРАТИ		
Асланова Д.Х.	АНАЛИЗ ВОЗМОЖНОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИСТСКОГО КЛАСТЕРА В САМАРКАНДСКОЙ ОБЛАСТИ……	105
Пардаев М.Қ., Бердикулова И.Р.	ПАНДЕМИЯДАН КЕЙИНГИ ШАРОИТИДА ТУРИСТИК КЛАСТЕРЛАР ОРҚАЛИ МАМЛАКАТИМИЗДА ИҚТИСОДИЙ-ИЖТИМОИЙ МУАММОЛАРНИ ҲАЛ ҚИЛИШ ЙЎЛЛАРИ……	113
Навруз-зода Ш.Б.	ЁШЛАР ТУРИЗМИНИ КЛАСТЕР ЁНДАШУВИДА РИВОЖЛАНТИРИШ ХУСУСИЯТЛАРИ……...	118
Матякубов У.Р.	ОРОЛБЎЙИ МИНТАҚАСИДА ТУРИЗМ СОҲАСИНИ СТРАТЕГИК РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ ТАШКИЛИЙ-ИҚТИСОДИЙ ЖИҲАТЛАРИ……	123
Ловягин А.А., Беляев А.В.	ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В РОССИИ	128
Садуллаева А.А.	МИНТАҚАВИЙ ТУРИЗМ	

	РИВОЖЛАНИШИНИНГ ЎЗИГА ХОС ЖИҲАТЛАРИ……..	134
Пардаев М.Қ., Бердикулова И.Р.	ПАНДЕМИЯДАН КЕЙИНГИ ШАРОИТИДА ТУРИСТИК КЛАСТЕРЛАРНИНГ ИШСИЗЛИК ВА ОЗИҚ-ОВҚАТ ХАВФСИЗЛИГИНИ ҲАЛ ҚИЛИШДАГИ ЎРНИ…….	139
Асланова Д.Х., Алимова М.Т.	ТУРИСТСКИЙ КЛАСТЕР – ДЕЙСТВЕННЫЙ МЕХАНИЗМ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА……..	144
Рузметов Б., Бахтияров Ш.	МИНТАҚАДА ТУРИСТИК-РЕКРЕАЦИОН КЛАСТЕРЛАРНИ ШАКЛЛАНТИРИШ ОМИЛЛАРИ…….	151
Қўзибоев Б.А.	ИНКЛЮЗИВ ТУРИЗМ МУАММОЛАР ВА ЕЧИМЛАР……	156
Каландаров У.Х., Каршибоев Х.К.	ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МИРОВОГО ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА……..	162
Mirzayeva U., Ibadullayev N.E.	MEXMONXONA TIZIMIDA KLASTERLARNI TASHKIL ETISH AHAMIYATI……	166
Raximov Z.O.	SAMARQAND TURIZM DESTINATSIYASI HOLATI VA RIVOJLANISHI…….	170
Qahharov J.A., Tashnazarov S.A.	GASTRONOMIYA TURIZMINI RIVOJLANTIRISHDA GO’SHTI BILAN TA’MINLASHNI TAKOMILLASHTIRISH……	173
Бердимуродов А. Ш.	ЭРКИН ТУРИСТИК ҲУДУДЛАРНИ САМАРАЛИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ ТАШКИЛИЙ-ИҚТИСОДИЙ МЕХАНИЗ-МИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШГА ТАЪСИР ЭТУВЧИ ОМИЛЛАР……..	175
Ибрагимов И.Х., Мусабаева Л.А.	ЎЗБЕКИСТОН ТУРИСТИК МАҲСУЛОТИНИ СИЛЖИТИШНИНГ ИЛМИЙ АСОСЛАРИ……	182
Қаҳҳаров Ж.А.	ЎЗБЕКИСТОНДА ГАСТРОНОМИЯ ТУРИЗМИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ДОЛЗАРБЛИГИ……...	190
III ШЎЪБА. ҲУДУДИЙ ТУРИСТИК КЛАСТЕРНИ ШАКЛЛАНТИРИШДА ДАВЛАТ-ХУСУСИЙ ШЕРИКЧИЛИК АСОСИДА РИВОЖЛАНТИРИШ		
Тухлиев И.С., Носирова У.М.	ЭКОЛОГИК ТУРИЗМНИ КЛАСТЕР ОРҚАЛИ ИНТЕГРАЦИЯЛАШ ЖАРАЁНИНИНГ МЕХАНИЗМЛАРИ.....	194

Мачалкин С.Е., Морева С.Н.	ПРОМЫШЛЕННЫЙ ТУРИЗМ КАК ИНСТРУМЕНТ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИСТСКОГО КЛАСТЕРА.....	199
Асланова Д.Х., Алимова М.Т.	ПРАВОВАЯ ПОЛИТИКА УЗБЕКИСТАНА ПО СОЗДАНИЮ ТУРИСТСКИХ КЛАСТЕРОВ.....	204
Мирзаев А.Т.	ТУРИСТИК-РЕКРЕАЦИЯ ФАОЛИЯТИНИ БОШҚАРИШДА ТУРИСТИК КЛАСТЕРЛАРНИ ШАКЛЛАНТИРИШ ЙЎНАЛИШЛАРИ.....	213
Асланова Д.Х., Юсупова Н.	ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ПО ФОРМИРОВАНИЮ И РАЗВИТИЮ ГОСУДАРСТВЕННОГО ПАРТНЕРСТВА В СФЕРЕ ТУРИЗМА НА ОСНОВЕ КЛАСТЕРНОГО ПОХОДА.....	218
Berdimurodov A. Sh.	PRIORITIES FOR THE DEVELOPMENT OF TOURISM ON THE BASIS OF PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP IN A FREE TOURISM ZONES.....	222
Хамитов М.Х., Ҳайдаров О.З.	МЕҲМОНХОНА ХЎЖАЛИГИНИ РИВОЖЛАНТИРИШДА ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СИФАТИНИНГ ЎРНИ ВА АҲАМИЯТИ.....	227
IV ШЎЪБА. ЎЗБЕКИСТОННИНГ ТАРИХИЙ, МАДАНИЙ ВА МАЪНАВИЙ МЕРОСИДАН ОҚИЛОНА ФОЙДАЛАНИШ ИМКОНИЯТЛАРИ		
Пардаев М.Қ., Самаров Х.	ТУРИЗМНИНГ РИВОЖЛАНИШИДА МУҲИМ ОМИЛ – МАДАНИЙ МЕРОС ОБЪЕКТЛАРИ…….	232
Марайимова К.И.	БЎЛАЖАК ЎҚИТУВЧИЛАРНИ ТУРИЗМ ФАОЛИЯТИГА ТАЙЁРЛАШДА ТАРИХИЙ, МАДАНИЙ ВА МАЪНАВИЙ МЕРОСДАН ОҚИЛОНА ФОЙДАЛАНИШ…….	237
Asadova A.O., Norkulova D.Z.	O`ZBEKISTONDA TARIXIY, MADANIY VA MA'NAVIY MEROSDAN FOYDALANGAN HOLDA NOSTALGIK (QO`MSASH) TURIZMNI RIVOJLANTIRISH……..	242
Жумаев Ж.Ш.	ЎЗБЕКИСТОН ТАРАҚҚИЁТИНИНГ ЯНГИ БОСҚИЧИДА ЗИЁРАТ ТУРИЗМИНИНГ АҲАМИЯТИ……	246
Амриддинова Р.С., Талибова А.Ю.	РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА МОБИЛ ИЛОВАДАГИ ЎЗБЕКИСТОН ТУРИСТИК ГЕОПОРТАЛ ТИЗИМИНИ	

	ЯРАТИШ ТЕХНОЛОГИЯСИ…….	250
Tursunova G.R.	O’ZBEK XALQ O’YINLARI – MILLIY MEROSDAN NISHONA…….	257
Farmanov E.A.	TURIZMDA TRANSPORT INFRATUZILMA-SINING HOZIRGI HOLATI……	260
Алимардонова З.М.	СУРХОНДАРЁ ВИЛОЯТИНИНГ ТАРИХИЙ-МЕЪМОРИЙ ВА АРХЕОЛОГИЯ ЁДГОРЛИКЛАРИДАН ОҚИЛОНА ФОЙДАЛАНИШ…….	263
Tursunova G.R.	O’ZBEK MILLIY O’YINLARINING SOG’LOM AVLOD TARBIYASIDAGI AHAMIYATI……	269
Азизқулов А.	САМАРҚАНД ВИЛОЯТИДАГИ ТАРИХИЙ, МАДАНИЙ ВА МАЪНАВИЙ МЕРОСДАН ОҚИЛОНА ФОЙДАЛАНИШ ИМКОНИЯТЛАРИ……..	272
Норкулова Д.З., Эвадуллаев Т.Ш.	СУРХОНДАРЁДАГИ МУҚАДДАС ЗИЁРАТГОҲЛАРНИНГ ЖАМИЯТ ДИНИЙ-МАЪНАВИЙ ҲАЁТИДАГИ ЎРНИ……...	274
Amriddinova R.S., Malikova F.Sh.	EKSKURSIYALARNI TASHKIL ETISHDA MUHIM QULAYLIK VA SHAROITLARNI YARATISH, EKSKURSIYA MARSHRUT-LARI……..	281
Каримова А.М.	СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ НАЛОГОВОЙ СИСТЕМЫ, КЛЮЧ РАЗВИТИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ ТУРИЗМА……...	284
Хамраев С. Б., Низамиддинова А.	ТУРИЗМ СОҲАСИДАГИ МУТАХАС-СИСЛАРНИНГ КАСБ ЭТИКАСИ ҲАМДА АХЛОҚИЙ ВА ИЖТИМОИЙ МАСЪУЛИЯТИ……...	291
Tursunova G.R.	O’ZBEK MILLIY O’YINLARINING INSONLAR HAYOTIDA TUTGAN O’RNI……	296
V ШЎЪБА. ЎЗБЕКИСТОНДА ТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНТИРИШГА ТАЪСИР ЭТУВЧИ ОМИЛЛАР		
Бунаков О.А., Прохорова В.Д.	ЭЛЕКТРОТРАНСПОРТ КАК АЛЬТЕРНА-ТИВНЫЙ ФОРМАТ ПРОВЕДЕНИЯ ГОРОДСКИХ ЭКСКУРСИЙ……..	299
Мухаммедов М.М.	ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАНИЯ КАК ВАЖНЕЙШИЙ ФАКТОР ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА…….	305
Абдукаримов Б., Игамбердиев С.	ТУРИСТИК ХИЗМАТЛАР САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШДА	314

	ИННОВАЦИЯЛАРНИНГ АҲАМИЯТИ	
Ҳайитбоев Р.	ЎЗБЕКИСТОННИНГ ЧЎЛЛАРИДА ТУРИЗМНИ ТАШКИЛ ҚИЛИШ ВА РИВОЖЛАНТИРИШДАГИ МУАММОЛАР...	317
Amriddinova R.S., Malikova F.Sh.	ANALYSIS AND SOLUTIONS TO PROBLEMS IN THE ACTIVITIES OF TOUR COMPANIES IN UZBEKISTAN…….	322
Каршибаев Х.К., Абдуллаева М.	МАТЕМАТИЧЕСКАЯ ИНТЕРПРЕТАЦИЯ МАССОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ……...	324
Odambaev D.B., Xannazarova O.I., Pardayev M.Q.	XIZMAT KO'RSATISH SOHASIDA TADBIRKORLIKNI RIVOJLANTIRISH VA SAMARADORLIGINI OSHIRISH YO'LLARI...	330
Урунбаева Ю.П., Боротова М.И.	ПОСТИНДУСТРИАЛ ЖАМИЯТНИ ШАКЛЛАНТИРИШДА ТАДБИРКОРЛИК ФАОЛИЯТИНИНГ ЎРНИ……..	332
Ҳайитбоев Р.	ЎЗБЕКИСТОННИНГ ЧЎЛ МИНТАҚАЛАРИДА ТУРИЗМНИ ТАШКИЛ ҚИЛИШ ВА РИВОЖЛАНТИРИШДАГИ ИМКОНИЯТЛАР	339
Usmonov M.D., Shokirov F.U., Xannazarova O.I.	QISHLOQ XO'JALIGIDA TURIZM RESURSLARIDAN FOYDALANGAN HOLDA AHOLINI ISH BILAN TA'MINLASH ISTIQBOLLARI……	344
Содиқов О.	ТУРКИЙ ТИЛЛАР ТАРАҚҚИЁТИНИНГ АЙРИМ ЎЗИГА ХОС ХУСУСИЯТЛАРИ ҲАҚИДА……..	346
Урунбаева Ю.П., Боротова М.И.	АҲОЛИ ТУРМУШ ДАРАЖАСИНИ ОШИРИШГА ТАЪСИР ЭТУВЧИ ОМИЛЛАР	349
Xamitov M.X., Nosirova U.M.	O'ZBEKISTONDA EKOLOGIK TURIZMNI RIVOJLANTIRISHNING TASHKILIY MEXANIZMI……	352
Omonov Sh.Q., Usmonov B.Sh.	THE IMPACT OF SELF-SERVICE ON THE ECONOMY……...	356
Musayev B. Sh.	RESTORANLAR BOSHQARUVIDA XODIMLAR FAOLIYATINI BAHOLASH ZARURIYATI VA MEZONLARI……	359
Норбоева Д.Ж.	ТУРИЗМ СОҲАСИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШДА СОҲА МУТАХАССИСЛАРИНИНГ ИЖТИМОИЙ ПСИХОЛОГИК БИЛИМДОНЛИГИНИ ОШИРИШ МУАММОЛАРИ…….	362
Imamov N.	TURIZM SOHASINI RIVOJLANTIRISHDA KADRLAR TAYYORLASH MASALALARI….	366
Suyunov S.O.	BANKLAR AKTIVLARINI BOSHKARISHNI TAKOMILLASHTIRISH YO'LLARI……..	369

Хамитов М.Х.	МЕҲМОНХОНА ХЎЖАЛИГИНИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ АСОСИЙ ОМИЛЛАРИ……	371
Набиева Д.Б.	ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА УСЛУГ И ЛОЯЛЬНОСТЬ КЛИЕНТА…….	374
Ismatov U.R.	YALPI XIZMAT KO‘RSATISH TIZIMI MODELLARI……	380

ҚАЙДЛАР УЧУН

2021 йил. Қоғоз бичими А5,
Офсет қоғози. Times New Roman" гарнитураси
Босма табоғи 24.38
Буюртма № 011А, Адади 20 нусха

Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти
Босмахонасида чоп этилди
REESTR № 18-2464
Манзил: Шохрух кўчаси, 60-уй