ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ

САМАРҚАНД ИҚТИСОДИЁТ ВА СЕРВИС ИНСТИТУТИ

“ХАЛҚАРО ТУРИЗМ ВА ТУРИЗМ СЕРВИСИ” КАФЕДРАСИ

«ЎЗБЕКИСТОННИНГ ТУРИЗМ СОҲАСИДА АХБОРОТ-КОММУНИКАЦИЯ ТЕХНОЛОГИЯЛАРИНИ ЖОРИЙ ҚИЛИШ»

мавзусидаги республика илмий-амалий конференцияси

МАТЕРИАЛЛАРИ

Конференция тўплами «Ф-1-61. Ўзбекистон туристик-рекреацион салоҳиятини ривожлантиришда минтақавий геоахборот тизимини шакллантириш” номли фундаментал ҳамда “ПЗ-20170929632 – Туризм геоахборот тизимида янги туристик маршрутларни яратиш” номли амалий давлат грантлари иш режаси асосида тайёрланди

(2019 йил 20 май)

САМАРҚАНД – 2019

Ўзбекистоннинг туризм соҳасида ахборот-коммуникация технологияларини жорий қилиш. / 2019 йил 20 май. Республика илмий-амалий конференцияси материаллари. Самарқанд, СамИСИ, 2019. – 280 бет.

Тўпловчи ва нашрга тайёрловчилар:
И.С.Тухлиев – иқтисод фанлари доктори, профессор
С.А.Абдухамидов – кафедра катта ўқитувчиси

Нашр учун масъуллар:
Д.З.Норқулова – кафедра мудири, PhD.
З.О.Рахимов – кафедра катта ўқитувчиси, и.ф.н.
Р.С.Амриддинова - кафедра катта ўқитувчиси, и.ф.н.
Р.Ҳайитбоев – кафедра катта ўқитувчиси

Саҳифаловчи: А.Каримов

Илмий-амалий конференция материалларида Ўзбекистоннинг туризм соҳасида ахборот-коммуникация технологияларини жорий қилиш ҳамда туризм соҳасини ривожлантириш муаммоларига оид масалалар ёритилган. Унда туризм соҳасида ахборот-коммуникация технологияларини жорий қилишнинг назарий ва методологик муаммолари, Ўзбекистоннинг туризм соҳасида геоахборот тизимини ривожлантириш муаммолари, туристик хизматларни ахборот-коммуникация технологиялари ёрдамида реализация ва кенг тарғиб қилиш муаммолари, туризм соҳаси учун рақобатбардош кадрларни тайёрлаш муаммолари 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, 2019

I ШЎЪБА. ТУРИЗМ СОҲАСИНИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ НАЗАРИЙ ВА АМАЛИЙ МУАММОЛАРИ

М.Қ.Пардаев – СамИСИ профессори, и.ф.д.,
И.Р.Бердиқулова – СамИСИ катта ўқитувчиси, мустақил изланувчи,
С.Халилов – ТДИУ ўқитувчиси

МАМЛАКАТИМИЗДА ТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ КОНЦЕПТУАЛ ЙЎНАЛИШЛАРИ

Бугунги кунда туризм соҳаси учун катта истиқболий йўналишлар белгиланган. Ўзбекистон Республикасида туризм соҳасини ривожлантириш Концепциясини амалга оширишнинг 2019-2025 йилларга мўлжалланган мақсадли кўрсаткичлари ишлаб чиқилган ва ушбу тадбирларни амалга ошириш учун умумдавлат ва ҳудудий дастурлар ишлаб чиқилган. Ушбу тадбирларнинг амалга оширилиши натижасида мамлакатимизда туризм соҳасини 2025 йилгача ривожлантириш прогнози ҳам белгилаб берилган. Буни қуйидаги жадвалда ҳам кўриш мумкин (1-жадвал).

1-жадвал

Ўзбекистон Республикасида туризм соҳасини ривожлантириш Концепциясини амалга оширишнинг 2019-2025 йилларга мўлжалланган мақсадли кўрсаткичларининг динамикаси[1]

Йиллар	Ўзбекистонга ташриф буюради-ган хорижий турист-лар ўсиш суръати, %	Туризм хизматлари экспорти ўсиш суръати, %	Ички туристлар ўсиш суръати, %	Меҳмонхоналар ва шу каби жойлаштириш воситалари сони ўсиш суръати, %	Жойлаштириш воситаларидаги хоналар сони ўсиш суръати, %	Жойлаштириш воситаларидаги ўринлар сони ўсиш суръати, %	Туроператорлар сони ўсиш суръати, %
2018	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
2019	122,7	122,7	111,7	120,7	109,1	109,8	110,0
2020	131,3	133,7	123,1	176,8	153,2	154,0	121,0
2021	140,5	147,1	134,3	263,1	221,4	221,5	131,9
2022	151,7	163,3	145,1	281,5	236,8	237,0	138,4
2023	163,9	182,9	156,2	298,4	250,9	251,3	152,4
2024	177,0	206,7	167,2	313,3	263,6	263,8	160,0
2025	189,4	234,8	178,6	329,0	276,8	277,0	175,1

Мазкур жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики, 2018-2025 йиллар давомида туризмнинг асосий инфратузулмаларидан бири бўлган меҳмонхоналар ва шу каби жойлаштириш воситалари сони 329,0 % ўсиши кўзда тутилган. Ана шу жойлаштириш воситаларидаги ўринлар сони 277,0 %га ўсиши прогноз қилинган бўлса, ундаги хоналар сони 276,8 % ўсиши кўзда

[1] 2019-2025 йилларда Ўзбекистон Республикасида туризм соҳасини ривожлантириш Концепциясини амалга оширишнинг мақсадли кўрсаткичлари асосида муаллифлар томонидан ҳисоб-китоб қилинган.

тутилган. Ушбу кўрсаткичлар эвазига туризм хизматлари экспорти ҳам 234,8 % ўсиши прогноз қилинган. Ушбу кўрсаткичларнинг ҳаммаси Ўзбекистонга ташриф буюрадиган хорижий туристлар сонига боғлиқ. Ушбу кўрсаткич шу йилларда 189,4 % ўсиши прогноз қилинган. Шу даврда ички туристлар сони 178,6 % ўсиши кўзда тутилган бўлса, туроператорлар сони 175,1 % ўсиши мўлжалланган. Булардан кўриниб турибдики, туроператорлар фаолияти самарадорлиги йилдан-йилга ошиб боради. 2019 йилда туроператорлар фаолиятининг самарадорлиги 1,11 коэффициентни (122,7/110,0) ташкил қилган бўлса, 2025 йилга келиб 1,34 коэффициентни (234,8/175,1) ташкил қилмоқда. Бундай ўзгаришларни бошқа кўрсаткичларни қиёслаш натижасида ҳам аниқлаш мумкин. Бундай хулосага аниқлик киритиш учун ушбу кўрсаткичларнинг мутлақ ва нисбий миқдорларини ҳам қиёслаб таҳлил қилишни мақсадга мувофиқ, деб топдик. Бунинг учун қуйидаги жадвални тузишни тавсия қиламиз (2-жадвал).

2-жадвал

Ўзбекистон Республикасида туризм соҳасини ривожлантиришнинг 2019-2025 йилларга мўлжалланган Концепциясида келтирилган прогноз кўрсаткичлари[1]

Т/р	Кўрсаткичлар номи	2018 йил.		2020 йил.		2025 йил.	
		Миқ-дори	Ўсиш суръати, %	Миқ-дори	Ўсиш суръати, %	Миқ-дори	Ўсиш суръати, %
1.	Ўзбекистонга ташриф буюрадиган хорижий туристлар сони (минг киши)	4 800	100,0	6 302,2	133,7	9 089,3	121,0
2.	Туризм хизматлари экспорти (млн. АҚШ доллари)	951	100,0	1 271,9	133,7	2 232,8	234,8
3.	Ички туристлар сони (мингта ташриф)	14 000	100,0	17 230	123,1	25 010	178,6
4.	Меҳмонхоналар ва шу каби жойлаштириш воситалари сони (дона)	910	100,0	1 609	176,8	2 994	329,0
5.	Жойлаштириш воситаларидаги хоналар сони (минг)	22,0	100,0	33,7	153,2	60,9	276,8
7.	Жойлаштириш воситаларидаги ўринлар сони (минг)	47,8	100,0	73,6	154,0	132,4	277,0
8.	Туроператорлар сони (нафар)	957	100,0	1 158	121,0	1 676	175,1

[1] 2019-2025 йилларда Ўзбекистон Республикасида туризм соҳасини ривожлантириш Концепциясини амалга оширишнинг мақсадли кўрсаткичлари асосида муаллиф томонидан ҳисоб-китоб қилинган.

Мазкур жадвал таҳлилини туроператорлар фаолияти самарадорлигини қиёсий таҳлил қилишдан бошлайдиган бўлсак, шунга амин бўламизки, 2018 йилда туроператорлар фаолиятининг самарадорлиги мутлақ миқдорларни солиштирганда ҳам уша миқдор келиб чиқади. Ушбу кўрсаткичнинг миқдори 2025 йилда келиб 1,33 коэффициентни (2232,8/1676) ташкил қилмоқда. Бундай ўзгаришларни бошқа мутлақ кўрсаткичларни қиёслаш натижасида ҳам аниқлаш мумкин. Таъкидлаш жоизки, ушбу прогноз қилинаётган кўрсаткичларга туризмни ривожлантириш бўйича давлат ва ҳудудий дастурларни амалга ошириш натижаларидан келиб чиққан ҳолда ўзгартиришлар киритилиши мумкинлиги ҳам юқоридаги формонда қайд этилган.

Ҳозирги кунда (2019 йил бошида) жойлаштириш воситаларидаги ўринлар сони 47,8 мингтани ташкил қилади. 2025 йилга бориб ушбу кўрсаткич 132,4 мингтани ташкил қилиши кўзда туилган. Бу бир вақтнинг ўзида бир кунда шунча меҳмонни кутиш имкониятимиз мавжудлигидан далолат беради. Мазкур кўрсаткич шу етти йил мобайнида 2,77 мартага (132,4/47,8) ўсиши прогноз қилинмоқда. Аммо ушбу кўрсаткич мамлакатимизнинг эҳтиёжига нисбатан анча кам. Чунки зиёрат туризми ривожланадиган бўлса, мусулмон оламидан келадиган сайёҳлар (зиёратчилар) анча кўп бўлишлиги прогноз қилинмоқда. Шу туфайли, меҳмонхоналарни ва шу каби жойлаштириш воситаларини қуришни бундадда жадаллаштириш лозим бўлади.

Адабиётлар рўйхати

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2016 йил 2 декабрда “Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғриси-да”ги ПФ-4861-сонли Фармони. // “Халқ сўзи” газетаси. 2016 йил 3 декабрь.

2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2016 йил 22 декабрда «Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида» 2016 йил 2 декабрдаги ПФ-4861-сонли Фармонига ўзгартишлар киритиш тўғрисида”ги ПФ-4895-сонли Фармони. // “Халқ сўзи” газетаси. 2016 йил 23 декабрь.

3. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2016 йил 2 декабрда “Ўзбекистон Республикаси Туризмни ривожлантириш давлат қўмитаси фаолиятини ташкил этиш тўғрисида” ПҚ-2666-сонли Қарори. // “Халқ сўзи” газетаси. 2016 йил 3 декабрь.

4. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 3 февралдаги “Ўзбекистон Республикаси туризм соҳасини ривожлантириш учун қулай шароитлар яратиш бўйича қўшимча ташкилий чора-тадбирлари тўғрисида”ги Фармони. // “Халқ сўзи” газетаси. 2018 йил 4 февраль.

5. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 6 февралда “Кириш туризмини ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги қарори. // “Халқ сўзи” газетаси. 2018 йил 7 февраль.

6. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 7 февралдаги “Ички туризмни жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида”ги қарори. // “Халқ сўзи” газетаси. 2018 йил 8 февраль.

7. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 5 январдаги “Ўзбекистон Республикасида туризмни жадал ривожлантиришга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги ПФ-5611-сонли Фармони. // “Халқ сўзи” газетаси. 2019 йил 8 январь.

8. 2019-2025 йилларда Ўзбекистон Республикасида туризм соҳасини ривожлантириш Концепциясини амалга оширишнинг мақсадли кўрсаткичлари. Lex.Uz.

9. Драчева Е.Л., Забаев Ю.В., Исмаев Д.К. и др. Экономика и организация туризма: международный туризм. Учебное пособие. – М.: КНОРУС. – 2010. – 568 с.

10. Тухлиев И.С., Ҳаитбаев Р., Сафаров Б.Ш., Турсунова Г.К. Туризм асослари.. Дарслик. – Т.: “Фан ва технология”, 2014. – 333 б.

Д.Х. Асланова – проректор по науке и инновациям СамИЭС
М.Т.Алимова – д.э.н., доц. кафедры Маркетинг СамИЭС

ОБЗОР НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ ПО КЛАСТЕРНОЙ ПОЛИТИКЕ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

В современный период глобализации и инновационной экономики развитие туристской индустрии предполагает рост ее конкурентоспособности, повышении качества человеческого капитала и производительности труда, развитие высокотехнологичных производств и превращение инновационных факторов в основной источник экономического роста.

Необходимость внедрения инноваций в туристскую отрасль стимулируют конкурентная борьба и целый ряд других требований рынка. На современном этапе развития экономики конкурентоспособной является та продукция, которая отвечает современным требованиям качества. Поэтому инновационность туристской продукции – неотъемлемая часть успешной деятельности туристских предприятий, так как позволяет предложить продукцию, кардинально отличающуюся от аналогов по цене и качеству.

Решение этих задач потребует создания системы четкого взаимодействия государства, бизнеса, науки и образования на основе использования эффективных инструментов инновационного развития, среди которых немаловажную роль играет кластерный подход.

Термин «кластер» (англ. cluster – гроздь, кисть, пучок, скопление) уже давно используется во многих науках, прежде всего, естественных – математике, астрономии, химии, ядерной физике. В экономической и экономико-географической литературе этот термин стал интенсивно использоваться лишь в последние два десятилетия, после публикации статьи американского экономиста М.Портера «Конкурентные преимущества стран» (1990 г.). Он определяет кластеры как «сконцентрированные по географическому признаку группы взаимосвязанных компаний, специализированных поставщиков, поставщиков услуг, фирм в

соответствующих отраслях, а также связанных с их деятельностью организаций (например, университетов, агентств по стандартизации и торговых объединений) в определенных областях, конкурирующих, но вместе с тем и ведущих совместную работу»[1].

Одним из первых ученых, попытавшихся применить концепцию промышленного кластера к сфере туризма, является М. Монфорд[2].

Возможность использования кластерного подхода в целях повышения эффективности туристской деятельности достаточно широко рассматривалась различными зарубежными исследователями.

Такие ученые, как Л. Канина, К. Энц и Дж. Харрисон, Ф. Гоу и Э. Вильямс, Дж. Джексон и П. Мерфи, А. Макиавелли, И. Майкл, С. Нордин, Дж. Саксена, Р. Тинслей и П. Линч, К. Холл глубоко изучали особенности формирования и развития кластеров в сфере гостеприимства и туризма. Дж. Ритчи и Дж. Крауч, К. Гутьерес и И. Бордас применили модель конкурентоспособности Портера – модель, демонстрирующую необходимые условия для возникновения и успешного развития тех или иных кластеров, – к различным туристским территориям[3]. К. Караманидис адаптировал данную модель к туризму Греции, а Э. Кок – к анализу туристских кластеров Турции. Из последних исследований, посвященных рассмотрению конкретных кейсов по реализации кластерных инициатив в туризме, можно выделить работы И. Майкла, И. Фридриха, И. Гумменссона, С. Нордин, М. Новелли, Б. Шмитц, Т. Спенсера[4], а также исследования, проводимые Всемирной туристской организацией[5].

По мнению М. Новелли, Б. Шмитц, Т. Спенсера, развитие кластеров не следует рассматривать в качестве простого и спонтанного процесса, а как очень сложный процесс, связанный с тесным сотрудничеством заинтересованных сторон. В их работе региональный туристский кластер используется в качестве основы, обеспечивающей инновационные возможности для среднего и малого бизнеса для работы в конкурентной окружающей среде.

Исследователь университета Крайовы Daniela Doina Fundeanu считает, что туристский кластер является полезным инструментом для повышения производительности компаний и играет ключевую роль в региональном развитии[6]. Авторами, изучив результаты исследований, посвящённых повышению конкурентоспособности и кластерообразованию в туризме, были

---

[1]Портер, М. Э. Конкуренция: учеб. пособие: пер. с англ. / М. Э. Портер. М.: Изд. дом «Вильямс», 2000. С. 205.

[2]Monfort M. 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

[3]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. System requirements: Adobe Acrobat Reader. Access mode: http://www.emeraldinsight.com/Insight/viewContentItem.do;jsessionid=733A611DC45C580A0C0

[4] Novelli, M., Schmitz, B. E Spencer, T. (2006). "Networks, Clusters and Innovation in Tourism: a UK Experience", Tourism Management, Vol.27, pp. 1141-1152

[5]Cooperation and Partnerships in Tourism – A Global Perspective. – Spain: World Tourism Organization, 2003. – 147 p.

Public-private Sector Cooperation: Enhancing Tourism Competitiveness. – Spain: World Tourism Organization, 2001. – 283 p

[6] Daniela Doina Fundeanu Innovative Regional Cluster, Model of Tourism Development. 2nd GLOBAL CONFERENCE on BUSINESS, ECONOMICS, MANAGEMENT and TOURISM, 30-31 October 2014, Prague, Czech Republic. Procedia Economics and Finance 23 (2015) 744 – 749. Available online at www.sciencedirect.com

выделены ряд моделей применяемых в практике разных регионов. Исходя из этих моделей, в документе определены модели, применимые к Юго-Западной Олтении (Румынии), на базе туристического потенциала, сильных и слабых сторон региона и местной специфики. Авторами разработаны основные атрибуты данного туристского кластера, а также предложена концептуальная модель инновационного туристского кластера, в качестве катализатора регионального развития.

Исследователи Акденизского университета Турции Pelin Arsezen-Otamis и Nedim Yuzbasioglu с помощью моделирования структурными уравнениями определили влияние факторов, включённых в «Алмазную модель конкурентоспособности» Портера на производительность туристского кластера Анталии [1] . По их мнению, связывающие и поддерживающие сектора, государственная поддержка положительно влияет на производительность туристского кластера.

Л.Б.Нюренбергер, Н.Н.Егорова использовали модель ромба конкурентных преимуществ М.Портера для развития туристской индустрии Кемеровской области Российской Федерации [2] . Оценив конкурентоспособность регионального туристского кластера Кемеровской области, в частности условия конкурентоспособности на внутреннем туристском рынке, среду функционирования туристского кластера, конкурентные преимущества региона, факторы туристской привлекательности региона, авторами были предложены для формирования в данном регионе ряд локализованных туристских кластеров.

Такие российские учёные как Евгения Видищева, Ирина Потапова считают, что: «Олимпийская инфраструктура Сочи теоретически должна стать основой для будущего развития города в качестве туристического кластера», и разработали комплекс необходимых мер по формированию и продвижению олимпийского турпродукта, основываясь кластерному подходу повышения конкурентоспособности всего туристского комплекса Сочи[3].

Исследователи Кемеровского государственного университета С.Н.Левин, А.А. Сурцева предложили меры по стимулированию туристской индустрии в форме «кластерной инициативы» и разработали предложение по формированию в регионе кластера «Кузбас»[4] . При этом обосновывается, что оптимальной стратегией является развитие туристского кластера «Кузбасс» как сложной структуры, включающей четыре субкластера. А. Тасмаганбетовым рассмотрен кластерный подход к устойчивому развитию туризма в регионах

---

[1] Pelin Arsezen-Otamis. Nedim Yuzbasioglu. Analysis of Antalya Tourism Cluster Perceived Performance with Structural Equation Model. The 9th International Strategic Management Conference. Procedia - Social and Behavioral Sciences 99 (2013) 682 – 690. Available online at www.sciencedirect.com

[2] Л.Б. Нюренбергер, Н.Н. Егорова Kemerovo State University Bulletin. 2015, Vol. 7 Issue 2, p234-238. 5p. http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=113298063&site =ehost-live

[3] ВидищеваЕ. В., ПотаповаИ. И. European Journal of Economic Studies. 2014, Vol. 8 Issue 2, p120-124. 5p.// http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN= 115496933&site=ehost-live

[4] С.Н.Левин, А. А. Сурцева Kemerovo State University Bulletin. 2015, Vol. 7 Issue 2, p208-213. 6p.// http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=aph&AN=11019709 1&site=ehost-live

Казахстана [1] . Проанализировано влияние туристических кластеров на экономическую ситуацию в регионах. На основе кластерного анализа регионы дифференцированы по уровню развития туристской деятельности. В статье российских исследователей Гурковой А.А. и Барашока И.В. освящены проблемы и перспективы создания и функционирования туристско-рекреационного кластера на территории Хасанского муниципального района Приморского края Российской Федерации [2]. Рассмотрены факторы риска, а также приведены условия эффективности функционирования кластера. Изложены предложения по реализации интенсивной стратегии развития туристского кластера в Приморском крае. Также Владыкиной Ю.О. изучены механизмы формирования и продвижения туристско-рекреационных кластеров, как системы взаимовыгодных отношений хозяйствующих субъектов и инфраструктурного взаимодействия с производственным сектором Новосибирской агломерации [3] . Учёные Московского государственного университета Александрова А. и Владимиров Ю. в своей статье привели обзор кластерных инициатив в туристской индустрии Российской Федерации, в частности, по формированию процессов туристических кластеров в регионах России, а также исследовали роль местного и федерального правительства в развитии отечественной туристской индустрии с помощью туристических кластеров. Выводы на основе анализа тематического исследования и обзора общих практик создания и управления туристическими кластерами основываются на обзоре туристического кластера Вологодской области[4].

В работе С.В.Валеевой рассматриваются особенности индустрии туризма, раскрываются понятия туристского кластера и кластерного подхода, основные принципы образования и функционирования кластеров. В статье авторами особое внимание уделено важности внедрения инноваций в туризме, взаимосвязи кластерного подхода и инновационного обновления, а также приводятся примеры образования и функционирования туристских кластеров за рубежом [5] . Показано, что для перехода туризма на инновационный путь развития и внедрения конкурентоспособных технологий производства продукции и предоставления услуг целесообразно создание технологической платформы среди участников кластера, также необходимо активизация государства в развитии туристской сферы, объединения усилий власти, институтов образования и науки, туристских организаций для успешной реализации кластерной политики.

---

[1] А. Тасмаганбетов. Развитие туристических кластеров в регионах Казахстана. Actualproblemsofeconomiics #9((159)),, 2014 // Актуальнii проблеми економiiки №9(159), 2014, С.271-278

[2] ГурковаА.А. БарашокИ.В.IntheWorldofScientificDiscoveries / VMireNauchnykhOtkrytiy. 2015, Vol. 69 Issue 9.4, p1447-1454. 8p. // http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct =true&db=a9h&AN=113298063&site=ehost-live

[3] ВладыкинаЮ.О. In the World of Scientific Discoveries / V Mire Nauchnykh Otkrytiy. 2015, Vol. 71 Issue 11.7, p2703-2720. 18p. // http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=t rue&db=a9h&AN=115370156&site=ehost-live

[4] Anna Alexandrova Yury Vladimirov , (2016),"Tourism clusters in Russia: What are their key features? The case of Vologda region", Worldwide Hospitality and Tourism Themes, Vol. 8 Iss 3 pp. 346 – 358 Permanent link to this document: http://dx.doi.org/10.1108/WHATT-02-2016-0007

[5] С.В.Валеева. National Interests Priorities & Security. jan2016, Issue 1, p116-130. 15p.// http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=112859702&site=ehost-live

Исследователи и учёные используют разные тематические подходы, связанные с проблемами кластерообразования в туризме. Например, в статье аспиранта Балтийской академии туризма Е.И.Серой рассматривается туристская дестинация в качестве основного ядра системы туризма, исследуются основные ее черты и иерархические проявления на примере объектов туризма – Памятниках Всемирного Наследия ЮНЕСКО во взаимосвязи с туристским кластером и его ролью в формировании туристского рынка[1]. Даются предпосылки использования дестинационного и кластерного подходов региональной туристской политики.

Кроме этого, научная работа О.А. Высоцкой посвящена анализу существующего опыта программно-целевого планирования и управления туристскими кластерами региона. В статье авторами выявлены проблемные пункты реализации целевой программы на региональном уровне, особенно в части мониторинга ключевых индикаторов исполнения программы, а также предложены меры по совершенствованию данного метода с учетом специфики туристских кластеров, как объектов программно-целевого управления[2].

При этом нужно отметить, что основным составным механизмом взаимодействия в рамках регионального туристского кластера являются элементы, инструменты и методы государственно-частного партнёрства.

Например, научная статья Колупановой И.А., Белой И.А. посвящена изучению проблем частно-государственного партнерства, как основного механизма поддержки и развития туризма в Алтайском крае Российской Федерации[3]. Авторами проведено исследование взаимодействия основных участников регионального туристского кластера, заинтересованных в развитии края как туристской дестинации, с целью выявления возможностей, угроз и вызовов, стоящих перед сотрудничеством сторон, прямых или косвенных участников туристской деятельности. Выявленные основные факторы, препятствующие сотрудничеству, а также разработаны основные направления взаимодействия заинтересованных сторон в рамках государственно-частного партнерства.

Российский учёный Молчанов И.Н. в своей работе особое внимание уделил проблемам финансирования туристских кластеров[4]. В статье исследованы потенциальные источники финансирования организаций-участников кластерных структур, сформулированы рекомендации по улучшению финансовой базы формирующихся региональных туристских кластеров посредством максимального использования бюджетных и внебюджетных финансовых ресурсов. Авторами доказывается необходимость использования механизмов государственно-частного партнерства, при решении

---

[1] Е.И. Серая. Проблемы современной экономики. № 2 (46), С.286-290

[2] О.А. Высоцкая. Kemerovo State University Bulletin. 2015, Vol. 7 Issue 2, p153-157. 5p // http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=aph&AN=110197079&site=ehost-live

[3] КолупановаИ.А., БелаяИ.А., ВнучковаТ.Н. Kemerovo State University Bulletin. 2015, Vol. 7 Issue 2, p195-200. 6p.// http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h& AN=110197088&site=ehost-live

[4] МолчановИ.Н. Science Journal of Volgograd State University. Global Economic System / Vestnik Volgogradskogo Gosudarstvennogo Universiteta. Seriâ 3, Èkonomika, Èkologiâ. 2016, Vol. 34 Issue 1, p45-57. 13p.// http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=buh&AN= 116874326&site=ehost-live

проблем финансирования. При этом акцентируется внимание на вопросах финансового обеспечения подготовки кадров, в том числе специалистов рабочих профессий, для вновь образуемых и для функционирующих региональных туристских кластеров.

Несмотря на широкий охват тематики исследований, посвящённых изучению кластерного подхода в развитии туризма, некоторые вопросы кластерообразования остаются достаточно неизученными. Ввиду того, что теория экономических кластеров достаточно молода, пока не существует единого универсального подхода к идентификации кластеров в регионе.

Изучив мировой опыт кластерного подхода в развитии экономики стран и отдельных регионов, мы хотим подчеркнуть, что кластерная политика отличается разнообразием практических подходов и не существует, по крайней мере, в виде четко определенного набора инструментов. Поэтому необходимо подчеркнуть, что кластерная политика должна реализовываться только с учетом специфики пространственной структуры страны и его региональных особенностей. Эффективные кластеры строятся на региональных особенностях, которые превращаются в источники конкурентных преимуществ.

М.Қ.Пардаев – СамИСИ профессори, и.ф.д.,
И.Р.Бердикулова – СамИСИ катта ўқитувчиси, мустақил изланувчи,
А.Қ.Ғаппаров – СамИСИ ўқитувчиси

ТУРИЗМНИ ЖАДАЛ РИВОЖЛАНТИРИШГА ҚАРАТИЛГАН ДАВЛАТ СИЁСАТИНИНГ АСОСИЙ ЙЎНАЛИШЛАРИ

Туризм соҳаси мамлакатимиз раҳбари ва барча вазирлик ва идоралар даражасидаги раҳбариятнинг, булардан келиб чиқиб, қуйида ҳам одамларнинг эътиборидаги соҳа бўлиб қолди. Буни ўтган икки йилдаги қабул қилинган қарорлар ва фармонлардан, улар асосида ишлаб чиқилган давлат ва ҳудудий дастурлардан, уларнинг бажарилиши бўйича қилинган ҳаракатлар ва тизимли ишлардан ҳам кўриш мумкин. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2016 йил 2 декабрда “Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғриси-да”ги ПФ-4861-сонли Фармони қабул қилинди. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2016 йил 22 декабрда Ушбу фармонни такомиллаштириш мақсадида Ўзбекистон Республикаси Президентининг «Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида» 2016 йил 2 декабрдаги ПФ-4861-сонли Фармонига ўзгартишлар киритиш тўғрисида”ги ПФ-4895-сонли Фармони ҳам эълон қилинди.

Мазкур соҳани бошқаришни такомиллаштириш мақсадида Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2016 йил 2 декабрда имзоланган “Ўзбекистон Республикаси Туризмни ривожлантириш давлат қўмитаси фаолиятини ташкил этиш тўғрисида” ПҚ-2666-сонли Қарорига ҳам имзо чекилди. Шу тариқа туризм соҳаси давлат томонидан бошқариладиган бўлди. Мазкур қўмита

туризмни иқтисодиётнинг етакчи тармоқларидан бирига айлантириш, уни жадал ривожлантириш борасидаги сай ҳаракатларга бош-қош бўлиб фаолият кўрсатмоқда.

Туризм соҳасини давлат томонидан тартибга солиш учун ўтган 2018 йил 3 февралдаги “Ўзбекистон Республикаси туризм соҳасини ривожлантириш учун қулай шароитлар яратиш бўйича қўшимча ташкилий чора-тадбирлари тўғрисида”ги Фармони, 2018 йил 6 февралда “Кириш туризмини ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги қарори, 2018 йил 7 февралдаги “Ички туризмни жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида”ги қарорлари ҳам қабул қилинди. Ушбу фармон ва қарорлар ижросини таъминлаш бўйича бир қанча дастурлар ишлаб чиқилиб, уларнинг ижроси босқичма-босқич амалга оширилиб, соҳанинг тараққиёти таъминланиб келинмоқда.

Туризмга бўлган эътибор бирор дақиқа ҳам сусайган эмас. Ўзбекистон Республикаси Президентининг Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлисига 2018 йил 28 декабрда қилган Мурожаатномасида ҳам соҳани ривожлантириш алоҳида устувор вазифа сифатида белгиланди. Ушбу устувор вазифаларни амалда татбиқ этиш ҳамда 2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегиясида “туризм индустриясини жадал ривожлантириш, иқтисодиётда унинг роли ва улушини ошириш, туристик хизматларни диверсификация қилиш ва сифатини яхшилаш, туризм инфратузилмасини кенгайтириш” [1] масаласи устувор вазифа сифатида белгилаб берилди. Ушбу белгиланган вазифаларда мувоффақиятли бажариш мақсадида 2019 йил 5 январида туризм соҳасини жадал ривожлантиришга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида Ўзбекистон Республикаси Президентининг Фармони ва Қарори эълон қилинди [2]. Хусусан, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 5 январдаги “Ўзбекистон Республикасида туризмни жадал ривожлантиришга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги ПФ-5611-сонли Фармонига имзо чекилган бўлса ва шу куни “Туризм тармоғини жадал ривожлантиришга оид чора-тадбирлар тўғрисида”ги қарори ҳам қабул қилинди.

Мазкур ҳужжатларда мамлакатимизда ва унинг ҳар бир ҳудудларида туризмни жадал ривожлантириш, янги иш ўринларини яратиш, аҳолининг даромадлари ва турмуш даражасини, юртимизнинг инвестициявий жозибадорлигини оширишни таъминловчи стратегик тармоқлардан бири сифатида ривожлантириш масаласи устувор вазифа сифатида белгиланган.

[1] Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги ПФ-4947-сонли “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги Фармони билан тасдиқланган “2017 — 2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича ҳаракатлар стратегияси”Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари тўплами, 2017 й., 6-сон, 70-модда.

[2] Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 5 январдаги “Ўзбекистон Республикасида туризмни жадал ривожлантиришга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги ПФ-5611-сонли Фармони ва Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 5 январдаги “Туризм тармоғини жадал ривожлантиришга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги Қарори эълон қилинди. // “Халқ сўзи” газетаси. 2019 йил 8 январь.

Ушбу вазифаларни босқичма-босқич амалга ошири бўйича комплекс чора-тадбирлар дастури ҳам ишлаб чиқилган.

Мазкур ҳужжатлар миллий туризм салоҳиятини ички ва ташқи бозорларда самарали тарғиб қилиш имконини яратиш учун бир қанча давлатлар билан виза режими либераллаштирилди, чет эл фуқароларини рўйхатга олиш тартиби соддалаштирилди, туризм тармоғини ривожлантириш учун бир қанча имтиёз ва преференциялар берилиш кўзда туилди. Аммо ушбу тадбирлар туризмни ривожлантириш, халқаро туристларга туристик хизматларни кўрсатиш бўйича жаҳонда эришилган кўпгина тажрибаларга мос эмаслиги ҳам аён бўлди. Булар қуйидаги вазифаларни амалга оширишни тақозо қилмоқда:

- туризм тармоғини тартибга солувчи норматив-ҳуқуқий асосларни такомиллаштириш;

- алоҳида туризм хизматларини кўрсатиш қоидаларини халқаро андозалар даражасига етказиш;

- чет эл фуқароларининг тоифалари, бўлиш муддатлари ва мақсадлари бўйича дунё амалиётида кенг қўлланиладиган алоҳида виза режимларини жорий қилиш;

- жойлаштириш воситалари ва инфратузилма объектларини, айниқса туризм мавсумида етарли даражада ташкил қилиш;

- туристларга мўлжалланган турли транспорт воситаларида йўловчиларни ташиш тизимининг етарли даражада мувофиқлаштириш;

- ички туризмни ривожлантириш учун мамлакатимиз ҳудудларидаги маданий мерос объектларининг ва зиёратнинг ўзига хосликларини тарғиб қилишни такомиллаштириш;

- туристларни мавжуд туристик ресурслар тўғрисидаги маълумотлар билан таъминлашни ташкиллаштириш;

- туризмни жадал ривожлантиришнинг муҳим омили бўлган туризм маркетинги ва реклама хизматларини такомиллаштириш;

- туризмни ривожлантиришда хусусий секторни роли ошириш ва уларга қулай шарт-шароитлар яратиш асосида кўрсатилаётган хизматларнинг рақобатбардошлигини ва сифатини оширишга эришиш;

- миллий туризм маҳсулотини дунё бозорида фаол тарғиб қилиш бўйича таъсирчан чора-тадбирларни ишлаб чиқиш масалаларини амалга ошириш вазифалари белгиланган.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 5 январдаги “Ўзбекистон Республикасида туризмни жадал ривожлантиришга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги ПФ-5611-сонли Фармонига мувофиқ 2019-2025 йилларда Ўзбекистон Республикасида туризм соҳасини ривожлантириш Концепцияси ишлаб чиқилди. Ушбу концепцияда ҳам туризмни ривожлантиришга қаратилган бир қанча вазифалар белгиланган. Буларга қуйидагилар киритилган:

“туризм фаолияти соҳасидаги норматив-ҳуқуқий базани такомиллаш-тириш, туризмни ривожлантириш учун қулай шароитлар яратишга қаратилган халқаро меъёр ва стандартларни имплементация қилиш;

туризм инфратузилмасини ривожлантириш ҳамда мақбул ва қулай туризм муҳитини яратиш;

транспорт логистикасини ривожлантириш, ички ва ташқи йўналишларни кенгайтириш, транспорт хизматлари сифатини ошириш;

туризм бозорининг турли сегментларига йўналтирилган туризм маҳсулоти ва хизматларини диверсификация қилиш;

республика ичида туризм хизматларига бўлган эҳтиёжни қондиришга йўналтирилган туризм фаолияти субъектларининг фаоллигини рағбатлантиришни таъминловчи ички туризмни ривожлантириш;

Ўзбекистон Республикаси туризм маҳсулотини халқаро ва ички туризм бозорларида тарғиб қилиш, мамлакатнинг саёҳат ва дам олиш учун хавфсиз сифатидаги имиджини мустаҳкамлаш;

туризм тармоғи учун кадрлар тайёрлаш, қайта тайёрлаш ва малакасини ошириш тизимини такомиллаштириш”[1].

2019-2025 йилларда Ўзбекистон Республикасида туризм соҳасини ривожлантириш Концепциясида белгиланган вазифаларни бажариш учун ҳар йили алоҳида чора-тадбирлар режасини ишлаб чиқиш ва тасдиқлаш, унинг асосий йўналишлари ва мақсадли параметрларини амалга ошириш бўйича аниқ чоралар белгилаш мақсадга мувофиқдир. Ушбу вазифалардан келиб чиқиб, мамлакатимизда 2019 йилга мўлжалланган чора-тадбирлар режаси ишлаб чиқилган. Йил охирида Ўзбекистон Республикаси Туризмни ривожлантириш давлат қўмитаси жорий йилда белгиланган чора-тадбирларни сарҳисоб қилиб, янги йилга тегишли тегишли чора-тадбирлар режаси ишлаб чиқилади. Мазкур чора-тадбирлар Вазирлар Маҳкамаси томонидан тасдиқланади. Шу тариқа туризмни ривожлантириш концепция-сида белгиланган вазифаларни амалга ошириб бориши таъминланади.

Концепциядаги устувор вазифаларни бажариш учун бугунги кунда туристларнинг хавфсизлигини таъминлаш барча ҳолларда тўлиқ кафолатланган бўлиши лозимдир. Бундай хизматларнинг амалга оширилиши учун соҳа ходимлари етарли савияга, маълумотга ва малакага эга бўлишини талаб қилади. Туристларнинг талабларини тўлиқ қондириш ва самарадорлигини ошириш учун туристик хизматларни амалга оширадиган ходим профессионал малакага эга бўлиши билан бирга маълум даражада руҳшунос (психолог) бўлишлигини ҳам талаб қилади. Ҳозирги шароитда, ушбу ходимлар томонидан кўрсатиладиган хизмат турларини аъло даражада бажарадиган бўлиши билан бирга муомала маданиятига, ўз кўрки ва тароватига эга, зийрак ва ҳушёр бўлишлигини, бир қанча хорижий тилларни ҳам билишлигини талаб қилади.

[1] 2019-2025 йилларда Ўзбекистон Республикасида туризм соҳасини ривожлантириш Концепцияси.// Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 5 январдаги “Ўзбекистон Республикасида туризмни жадал ривожлантиришга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги ПФ-5611-сонли Фармонига 1-илова.

Д.Х.Асланова – проректор по науке и инновациям СамИЭС

МЕХАНИЗМ ФОРМИРОВАНИЯ АГРОЭКОТУРИСТСКОГО КЛАСТЕРА ПОСЕЛКА МИРАНКУЛЬ: МЕТОДЫ, ЭЛЕМЕНТЫ И ИНСТРУМЕНТЫ

В настоящее время не существует чётко сформированных методик формирования туристского агроэкокластера в определённом регионе. Это на много затрудняет использование кластерного подхода в практической деятельности. Процессы производства, предоставления и потребления агроэкотуристских услуг и продуктов нуждаются в серьёзном изучении со стороны государства, научного сообщества, бизнеса с целью обоснования основных направлений развития исследуемой сферы. Для решения данной задачи на основе анализа существующих методических основ формирования кластеров разработана методика формирования туристского агроэкокластера, сутью которой является пошаговое инструктирование по порядку формирования туристского агроэкокластера (рис.1). Предлагаемая методика предназначена для исследования потенциала Миранкульского района с точки зрения её привлекательности для ведения туристской деятельности. Она может быть использована государственными, региональными органами и бизнес-структурами в процессе организации туристского агроэкокластера.

Методика включает семь этапов:

Определение границ агороэкотуристского кластера Миранкуль.

Построение предварительной идеализированной модели агроэкотуристского кластера Миранкуль.

Исследование потенциала формирования агроэкотуристского кластера Миранкуль.

Характеристика туристских продуктов агроэкотуристского кластера Миранкуль.

Анализ инфраструктуры агроэкотуристского кластера Миранкуль.

Исследование внешних условий формирования агроэкотуристского кластера Миранкуль.

Общую оценку результатов анализа и выбор проектной модели туристского агроэкотуристского кластера Миранкуль.

На подготовительном этапе, необходимо определить и обосновать географические границы туристского агроэкокластера поселка Миранкуль, а также обозначить центры притяжения туристов в его пределах. При этом стоит учитывать, что границы туристского агроэкокластера могут варьироваться и на его территории возможно выделение нескольких центров притяжения туристов, различных по своей основной услуге, причем не конкурирующих между собой, а взаимодополняющих друг друга.

Для поселка Миранкуль агроэкотуризм, как вид хозяйственной деятельности, должен стать фактором сплочения, а не разобщения: возникает естественная потребность в кооперации соседей при производстве турпродукта.

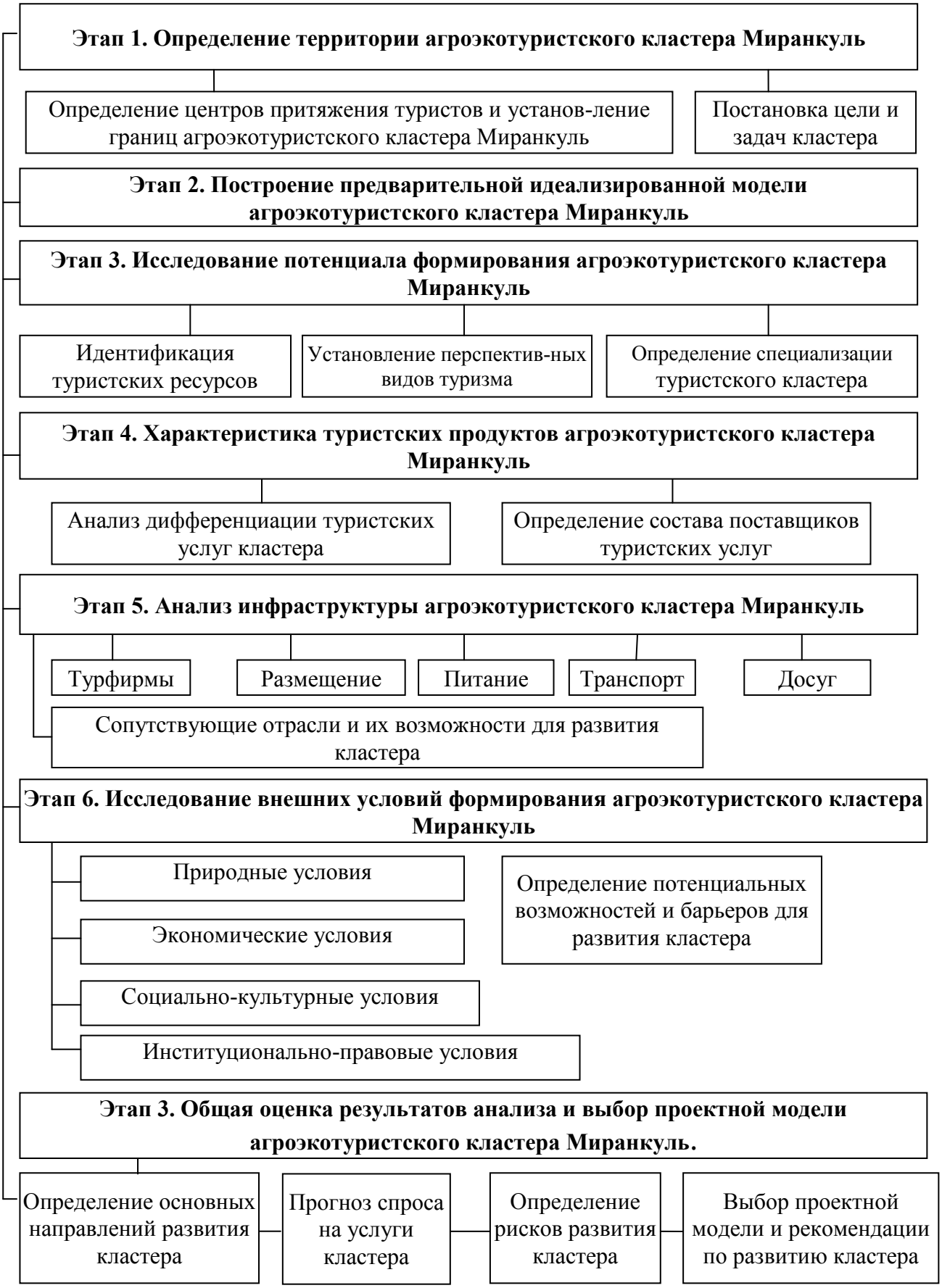


Рис.-1. Механизм формирования агроэкотуристского кластера поселка Миранкуль: методы, элементы и инструменты

Организация «гостевых домов в кишлаке» (то же относится и к «агроэкотуристскому кишлаку»), этнофольклорные мероприятия создают возможность для дополнительного заработка всем сельчанам (их возможности необходимо учитывать при формировании предлагаемого клиенту пакета туруслуг).

Создается стабильная мотивация к улучшению бытовых условий, к повышению благосостояния с опорой на собственные ресурсы домохозяйства, появляется заинтересованность в кооперации и взаимодействии сельчан в поддержании порядка и внешнего вида поселка Миранкуль.

Границы туристского агроэкокластера определяются по средствам анализа пространственного расположения основных транспортных коммуникаций, цепочки населенных пунктов, представляющих интерес для туристов, временных затрат на дорогу, основных поставщиков туристов, расположения относительно соседствующих кишлаков. При этом данное расстояние должно быть оптимальным для перемещения туристов различными видами транспорта, временных затрат потраченных на путь и физиологическими качествами человека по преодолению расстояний.

После определения границ туристского агроэкокластера необходимо провести идентификацию потенциала туристского агроэкокластера. Рекомендуется проанализировать имеющиеся туристские ресурсы (природно-климатические, социально-экономические, культурно-исторические), выявить потенциал развития. Оценивая туристские агроэкокластеры с точки зрения потенциала, появляется возможность отойти от моноотраслевого вектора развития, в сторону многофунциональности деятельности. На основе оценки туристских ресурсов по качественным характеристикам можно сделать выводы об их уникальности, свойствах, географическом размещении, возможностях сочетания.

Далее устанавливаются и обосновываются наиболее распространенные виды туризма, являющиеся базой туристского агроэкокластера. Развитие туристского агроэкокластера должно основываться преимущественно на тех видах и формах туризма, которые позволяют максимально и комплексно использовать имеющийся туристский потенциал. Наиболее значимые для развития туризма виды – будут являться его специализацией.

На следующем этапе определяются туристские продукты агроэкокластера. Мы предлагаем формировать туристские продукты агроэкокластера как дифференцированные услуги, способные удовлетворить многообразные запросы потребителей услуг. Дифференциация входящих в него услуг способствует формированию разнообразных туристских продуктов, а, следовательно, интенсивному развитию основных и сопутствующих туризму отраслей. За основную (ядерную) услугу берется наиболее значимая цель туризма, а другие рассматриваются как дополнительные – сопутствующие. В рамках данного этапа нужно сформулировать структуру поставщиков специализированных туристских услуг, так как каждый из видов туризма предполагает качественно разный состав поставщиков.

Функционирование туристского агроэкокластера невозможно при отсутствии или недостаточном уровне развития специализированной туристской инфраструктуры – туристских фирм, поставщиков специализированных туристских услуг, обслуживающих туризм отраслей.

Показатели развития инфраструктурных отраслей. Отражают возможности по приему внутренних и внешних для туристского агроэкокластера гостей, обеспечения многообразными местами питания и досуга, что повышает привлекательность центров туризма. По каждому из составляющих туристского агроэкокластера предлагается перечень показателей.

Особое внимание удаляется транспорту, транспортные коммуникации и инфраструктура (оснащенность пунктов), их качество и пропускная способность. Присутствие на территории агроэкокластера разнообразных видов транспорта (катание на конях, ишаках, верблюдах, араве) – не только увеличивает поток пассажиров, но и способствует развитию дополнительных видов туризма.

Исследование сферы досуга и питание, даст выводы по обеспеченности территории данными услугами, их способность удовлетворят спрос при развитии туристского агроэкокластера и увеличении туристского потока.

Присутствие сопутствующих, поддерживающих туризм отраслей способствуют обширному развитию агроэкокластера. Он может существовать и без этих предприятий, но их участие способствует развитию малого бизнеса. Анализ стоит проводить с точки зрения возможностей включения тех или иных предприятий в агроэкокластер, их вклада в развитие перспективных видов туризма.

Для исследования условий формирования агроэкокластера важно провести анализ природно-климатических условий. По следующим факторам: географическое положение; границы с сопредельными территориями; характеристика климатических условий; уникальность территории и туристских ресурсов.

Основными результатами должны стать представление о климатических условиях на территории, которыми в разной степени можно варьировать привлекательность агроэкокластера в соответствии с тем или иным сезоном, а также выявление потенциальных поставщиков туристов для туристского агроэкокластера.

При исследовании нельзя забывать и о сложившихся на территории социально-культурных условиях, которые в разной степени могут заинтересовать туристов, или быть серьезным барьером как для развития туристского агроэкокластера, так негативным аспектом жизнедеятельности территории. (безопасность, образование, наука).

Особое внимание стоит уделить *институционально-правовым аспектам* и участию органов государственного управления в поддержке и регулировании туризма. Реализуя кластерный подход, именно государству следует создавать благоприятную среду и устранять барьеры на пути развития туристских агроэкокластеров. Туристским агроэкокластерам, находящимся на пути

формирования и становления необходимо государственное регулирование. Также требуется охарактеризовать законодательство, регулирующее туристскую деятельность, с точки зрения соответствия государственному законодательству, отражения основным положений необходимых для регулирования и развития туризма: цели и задачи регулирования, полномочия органов, формы и виды поддержки, приоритетные направления развития и т.д. При необходимости сравнить его с имеющимися нормативно-правовыми актами схожих территорий.

Институционально-правовые условия отражают присутствие или отсутствие общественных организаций и объединений, связанных с туризмом, взаимодействие между государственным, общественным и частным секторам в развитии туризма. Важным с точки зрения продвижения туристских продуктов агроэкокластера является наличие различных информационных систем о территории, располагающихся на ней природных, экологических ресурсах, видах туризма, и возможностях поставщиков туристских услуг.

Выводы, полученные в результате анализа институтов, дают возможность для определения основных форм и методов государственной поддержки формирования и развития туристских агроэкокластеров, которые могут носить прямой и косвенный характер. Например, правотворчество, стимулирование, оказание помощи субъектам туристской индустрии, координация взаимодействия различных участников туристского агроэкокластера при решении общих задач.

Представленный алгоритм (механизм) и показатели можно использовать как в процессе формирования туристского агроэкокластера, так и для последующей оценки динамики его развития, благодаря которой появляется мощный инструмент для формирования круга практических решений и их корректировки в области развития туризма.

А.М.Абдувоҳидов – ТДИУ профессори, и.ф.д.

ТУРИЗМ СОҲАСИНИ РИВОЖЛАНИШИНИНГ ТАҲЛИЛИ ВА ПРОГНОЗИ

Бугунги кунда мамлакатимизда амалга оширилаётган туб ўзгаришлар иқтисодиётнинг барча жабҳаларига, шу жумладан туризм соҳасига ҳам жадал суръатлар билан кириб бормоқда. Ушбу соҳани янада жадал ривожлантириш мақсадида республикамизда бир қатор меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатлар қабул қилинди. Бу эса, ўз навбатида, республикамизда туризмни ривожланишининг янги даврини бошлаб берди.

Ўтган йили туризм соҳасида қуйидаги янгиликлар амалга оширилди: туризмни ривожлантиришга йўналтирилган янги фармон ва қарорлар, халқаро ва маҳаллий тадбирлар, янги таълим муассасалари фаолиятининг йўлга қўйилиши, сайёҳлар оқимининг ошиши, янги туристик маҳсулотлар, янгича йўналишларни ривожлантириш, инфратузилмани такомиллаштиришга оид

саъй-ҳаракатлар, хорижий инвесторларни жалб қилиш, ОАВ вакилларининг ташрифи ҳамда Ўзбекистоннинг кўплаб халқаро рейтингларда юқорилаши ва ҳ.к. Қуйида туризмни ривожлантириш йўлида амалга оширилган ишлар, муаммолар ҳамда яқин келажак учун кўзда тутилган режалар ҳақида фикр юритамиз.

2018 йилда Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёев томонидан мамлакатда туризмни ривожлантиришга йўналтирилган 11 та ҳужжат, Вазирлар Маҳкамаси томонидан эса 25 та норматив-ҳуқуқий ҳужжатлар имзоланди.

Бугунги кунда сайёҳлик оқими кўрсаткичларини ҳисоблашда туризм соҳасидаги етакчи ташкилот ҳисобланган UNWTO методологиясидан фойдаланилмоқда. Ушбу методологияга кўра, бирор мамлакатга ишга жойлашишдан бошқа ҳар қандай мақсадда ташриф буюрган ҳамда у ерда бир сутка ва ундан ортиқ вақт ўтказувчи шахс сайёҳ ёки меҳмон ҳисобланади.

Туризмни ривожлантириш давлат қўмитасининг маълумотларига кўра, 2018 йилда Ўзбекистонга 5,3 млн нафар сайёҳ ташриф буюрган. 2017 йилда уларнинг сони 2,69 млн нафарни қайд этган, яъни сайёҳлар сони бир йилда 97 фоизлик ўсишни кўрсатиб, икки бараварга ошган. 2016 йилда эса уларнинг сони 2,07 миллион нафарни қайд этган.

2018 йилда Ўзбекистонга ташриф буюрган 5,3 миллион нафар сайёҳдан 5,0 миллион нафари МДҲ мамлакатларидан келган, узоқ хорижий мамлакатлардан ташриф буюрганлар сони эса 0,3 миллион нафарни ташкил қилган. Ўзбекистонга келган сайёҳлар орасида энг катта кўрсаткич қўшни Қозоғистон фуқаролари томонидан қайд этилган: 2293077 нафар. Ундан кейинги ўринда 1095505 фуқароси билан Тожикистон ва 1055688 фуқароси билан Қирғизистон келган. Узоқ хорижий мамлакатлардан ташриф буюрганлар орасида эса Туркия фуқаролари етакчилик қилмоқда: 41299 нафар. Кейинги ўринларда 32444 киши билан Хитой ва 27269 сайёҳ билан Жанубий Корея қайд этилган.

Ўтган йил давомида 9 та мамлакат учун визасиз режим эълон қилинди. Фуқаролари учун соддалаштирилган виза режими қўлланувчи мамлакатлар сони эса 12 тадан 50 тага ошди. 2018 йилнинг 15 июлидан электрон кириш визаларини расмийлаштириш ва бериш тизими ишлай бошлади. Хорижий фуқароларни вақтинчалик рўйхатга қўйиш тўлиқ электрон форматдаги E-MEHMON тизимига ўтказилди. Ўзбекистондан транзит орқали ўтувчи 101 давлат фуқаролари учун мамлакатда вақтинчалик визасиз бўлиш тартиби киритилди.

Ўзбекистонда сайёҳлик инфратузилмасини ривожлантириш мақсадида жойлашув воситалари билан боғлиқ енгилликлар яратилди. Масалан, хостелларга бўлган талаблар соддалаштирилди, жумладан уларга нисбатан қўйилган 22 та талаб бекор қилинди. Бундан ташқари, оилавий меҳмон уйларини ташкил қилиш тартиби соддалаштирилди. Туризмни ривожлантириш давлат қўмитаси томонидан тақдим этилган маълумотларга кўра, 2017 йилда Ўзбекистондаги хостеллар сони 23 тани ташкил қилган бўлса, 2018 йилга келиб

бу кўрсаткич 34 тага етди. Оилавий меҳмон уйлари сони эса 2017 йилда - 0, 2018 йилда эса 81 тани ташкил қилган. Меҳмонхоналар сони 772 тадан (2017 й.) 914 тага (2018 й.) етган.

Лицензиялаштириш жараёни давлат хизматлари марказлари ҳамда Туризмни ривожлантириш давлат қўмитасининг ҳудудий бўлинмалари ва департаментларига топширилди. Ҳужжатларни кўриб чиқиш муддати 15 кундан 10 кунга қисқартирилди. Шунингдек тақдим этилувчи ҳужжатлар сони ҳам камайтирилди. Туроператорлар сони 127 тадан (2017 й.) 234 тага (2018 й.) етди. 2018 йилда Ўзбекистонда сертификацияга эга бўлган гидлар сони 660 нафарга етди. 2017 йилда уларнинг сони 369 нафарни ташкил этган.

Ўтган йил давомида мамлакатда транспорт инфратузилмасини ривожлантириш йўлида қатор ишлар амалга оширилди. Жумладан, туристик автобуслар хавфсизлик талабларига жавоб берган тақдирда кузатув мажбуриятидан озод қилинди. Тунги вақтда туристик автобус ҳаракатланишига нисбатан белгиланган тақиқлов бекор қилинди. Шу билан бирга, маҳаллий сайёҳлик гуруҳларини ташишдан олдин ички ишлар органларининг ҳудудий бўлинмалари томонидан амалга оширилган транспорт воситасини техник текширувдан ўтказиш мажбурияти бекор қилинди. Ўзбекистонга 8 ва ундан ортиқ кишини ташишга мўлжалланган туристик тоифа автотранспорт воситаларини сертификациялаш жараёни соддалаштирилди. 2018 йилда туристик тоифадаги автотранспортлар сони 133 тага етди. Булардан 48 таси - автобус, 85 таси - микроавтобус.

Санитария-гигиена шоҳобчалари (СГШ) қурилишини рағбатлантириш мақсадида татбиқ этилган имтиёзлар натижасида ўтган йили жами 462 СГШ фаолияти йўлга қўйилди. Уларнинг 50 га яқини СГШ фаолиятини ташкил қилганлар учун имтиёзлар берилиши ҳақидаги хабарни кенг тарғиб қилиш натижасида барпо этилди. 2018 йилда СГШ умумий сони 4 747 тани ташкил қилди, 2017 йилда бу кўрсаткич 4 285 тани қайд этган.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 3 февралдаги «Ўзбекистон Республикаси туризм салоҳиятини ривожлантириш учун қулай шароитлар яратиш бўйича қўшимча ташкилий чора-тадбирлар тўғрисида»ги 5326-сонли фармонида интернет тармоғига симсиз бепул уланиш ҳудудларини ташкил қилувчи хўжалик юритувчи субъектларга имтиёз берилди. Унга кўра, хўжалик юритувчи субъектлар ўз ҳудудида бепул Wi-Fi зонасини яратган тақдирда, бу ҳудудни кенгайтириш (бир нечта Wi-Fi нуқталарини яратиш, уларнинг сигнал майдонинг кенгайтириш) учун харид қилинган асбоб-ускуналар (интернет тармоғига уланиш ва тарқатиш учун зарурий ускуналар, хусусан роутер-модемлар, алоқа кабеллари) ва интернет-трафикни сотиб олиш учун йўналтирилган харажатлар хўжалик юритувчи субъектларнинг солиқ солинадиган базаси, шу жумладан, ягона солиқ тўлови бўйича базасидан айириб ташланади, ундан қолган маблағ белгиланган тартибда солиққа тортилади. Яратилган имтиёзларга мувофиқ Ўзбекистондаги бепул Wi-Fi зоналари сони бир йил ичида 38 тадан (2017 й.) 230 тага (2018 й.) ошди. Йўл кўрсаткичлари билан боғлиқ камчиликларни бартараф этиш мақсадида 2018

йилда уларнинг республика бўйлаб кўрсаткичи 416 тага етказилган. 2017 йилда уларнинг сони атиги 43 та бўлган.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 28 июнидаги 3815-сонли қарорига мувофиқ Самарқанд шаҳрида "Ипак йўли" халқаро туризм университети ташкил қилинди. Олий таълим муассасаси (ОТМ) UNWTO логотипидан фойдаланиш ҳуқуқига эга бўлди. Халқаро туризм университети Франция, Испания, Туркия, Индонезия, Хитой, Корея Республикаси, Россия, Беларусь каби 16 хорижий давлат ОТМ билан расмий ҳамкорлик алоқаларини йўлга қўйди.

2018 йилда Ўзбекистонда туризмни ривожлантиришга йўналтирилган қуйидаги йирик тадбирлар бўлиб ўтди:

1. “Ипак йўлида туризм” Тошкент халқаро туризм ярмаркаси (3-5 октябрь).

Ярмарка “Ўзэкспомарказ”да икки кўргазма павильони ва унинг атрофидаги ҳудудда ўтказилди. Кўргазма майдони 10 минг квадрат метрни ташкил қилди. Жами павильонлардаги кўргазма стендларида 940 компания иштирок этди, улардан 140 таси хорижий ва 800 таси – маҳаллий. Уч кун мобайнида ярмаркага 56 мингдан зиёд киши ташриф буюрди. Фаол иштирокчилар махсус мукофотлар билан тақдирланди.

2. Туризм соҳасидаги I халқаро инвестиция форуми (19-21 ноябрь).

Форумда 48 давлатдан 300 дан ортиқ ишрокчи қатнашди. Улар инвесторлар, туризм соҳасида фаолият олиб борувчи ташкилотлар ва молиявий институт вакиллари ҳамда йирик маҳаллий ва чет эл компания бошқарувчиларидан иборат бўлди. Шунингдек тадбирда 15 давлатдан 30 дан ортиқ хорижий ва маҳаллий ОАВ вакиллари иштирок этди. Форум давомида 400 дан ортиқ инвестицион лойиҳа тақдим қилинди ва маҳаллий инвесторлар билан 37 та шартнома ҳамда меморандумлар, хорижий АҚШ долларида 86 та инвестиция келишуви имзоланди.

Таъкидлаш жоизки, ўтган даврда туризмни ривожлантиришга катта эътибор қаратилиши натижасида Ўзбекистон турли нуфузли халқаро рейтингларда юқорилади, жаҳон оммавий ахборот воситаларида мамлакат номи тез-тез қайд этилиши кузатилди. Бу Ўзбекистоннинг ижобий имиджини мустаҳкамлаш, туристик салоҳият тарғиботини кучайтириш йўлида хизмат қилади.

Барча соҳаларда бўлгани каби туризмда ҳам ҳал қилиниши керак бўлган қатор муаммо ва камчиликлар мавжуд, албатта. Логистика, инфратузилма, меҳмонхона ва тезюрар поездларда жой етишмаслиги, ахборот-коммуникация технологияларини жорий этиш, туризм тармоғи кадрлари салоҳиятини ошириш билан боғлиқ қатор муаммолар ечими изланмоқда. Булар ҳақида баъзи маҳаллий ҳамда хорижий мутахассисларнинг фикрлари ҳам тақдим этилди.

Бундан ташқари, туризмга оид бошланган баъзи лойиҳалар ярим йўлда қолиб кетаётгандек. Баъзи ҳолатлар учун тегишли қарор ва фармонлар бор, бироқ амалда қўллашга келганда муаммо юзага келади. Бунга қўйилган режа ва мақсадларни жадал амалга ошира олувчи, ўз иши учун астойидил жон

куйдирувчи, ҳар қандай вазиятга мослаша олувчи кадрларнинг етишмовчилиги, шунингдек баъзи ҳолатларда давлат ташкилотларининг ўзаро ҳамжиҳатликда тезкор ишлашга одатланмагани сабабдир, эҳтимол.

Ўзбекистон Республикаси Президенти 2019 йил 5 январь куни “Туризмни тезкор ривожлантиришга доир чора-тадбирлар режаси тўғрисида”ги фармонини ҳамда тегишли қарорни имзолади. Ҳужжатга кўра, 2019 йилнинг 1 февралидан Ўзбекистонда яна 45 давлат фуқаролари учун 30 кунлик муддатга визасиз режим жорий қилинди.

Таъкидлаш жоизки, 2018 йилнинг февралида 7 мамлакат — Исроил, Индонезия, Жанубий Корея, Малайзия, Сингапур, Туркия ва Япония фуқаролари учун 30 кунлик визасиз тартибни жорий этиш ҳақидаги фармонни имзолаган эди. Ушбу рўйхатга март ойида Тожикистон, октябрда Франция, 15 январдан эса Германия қўшилди (шу билан рўйхатдаги мамлакатлар сони 19 тага етди, янги фармон билан эса бундай мамлакатлар сони 64 тани ташкил этди). Шунингдек айни вақтда 39 мамлакат фуқаролари учун сайёҳлик визаларини олишнинг соддалаштириш тартиби амал қила бошлади (ҳозир бундай мамлакатлар сони - 51 та). Июль ойидан электрон визалар, 16 ёшгача бўлган чет элликлар учун визасиз тартиб ва 101 мамлакатдан келаётган транзит авиайўловчилар учун беш кунлик визасиз тартиб йўлга қўйилди.

2019 йилнинг 1 февралидан фуқаролари электрон кириш визаларини олиш ҳуқуқига эга мамлакатлар рўйхатига 76 давлат қўшилди. Бундан ташқари, 15 мартдан эътиборан амал қилиш муддати 30 кун бўлган икки марталик ва кўп марталик электрон кириш визалари жорий этилади. Шунингдек, чет эл фуқароларининг алоҳида гуруҳлари учун Vatandosh visa, Student visa, Academic visa, Medical visa ва Piligrim visa каби янги виза категориялари йўлга қўйилади. 109 давлат фуқаролари Ўзбекистонда уй сотиб олиш ва яшаш ҳуқуқига эга бўлишлари мумкинлиги ҳақида хабар берилди.

Бундан ташқари, 2019 йилнинг 1 мартидан эътиборан тақиқлов белгиси бўлмаган барча ҳудудларда фото ва видео олиш мумкин бўлади. Ҳужжатга кўра, Ички ишлар вазирлиги Мудофаа вазирлиги, Ўзбекистон Республикаси Давлат хавфсизлик хизматининг Чегара қўшинлари, манфаатдор вазирлик ва идоралар билан биргаликда 2019 йилнинг 1 февралигача бўлган муддатда фото- ва видеосъёмка қилиш учун тақиқланувчи объектлар, жамоатчилик жойлари ва ҳудудлар рўйхатини тасдиқлайди.

«Туризмни тезкор ривожлантиришга доир қўшимча чора-тадбирлар режаси тўғрисида»ги Президент фармони билан 2019-2025 йиллар учун Туризмни ривожлантириш концепцияси тасдиқланади. “Туризмни ривожлантириш концепцияси" бўйича олти йил ичида туризмнинг Ўзбекистон ялпи ички маҳсулотидаги улушини - 2,3 фоиздан (2017 й.) 5 фоизга, хорижлик сайёҳлар сонини эса 9-10 миллион нафарга, жумладан узоқ хорижий мамлакатлардан келувчи туристлар сонини 2 миллионгача ошириш кўзда тутилган. Шунингдек, туризм экспорти ҳажмини 950 миллион доллардан 2,2 миллиард долларгача ошириш кутилмоқда. Жойлашув воситалари сонини эса

850 тадан 3000 тагача чиқариш режалаштирилган. Туроператорлар сони ҳам 860 тадан деярли икки бараварга ошиши кўзда тутилган.

Ҳужжатдан шунингдек қулай логистикани ўз ичига олган замонавий транспорт инфратузилмасини йўлга қўйишга доир ишлар ҳам ўрин олган. Бу ҳаво, темир йўл, автомобиль ва сув транспорти. Марказий Осиёда чегараларни кесиб ўтишда қулай шароитлар яратишга алоҳида эътибор қаратилмоқда. Мазкур йўналишда қўшни Қозоғистон билан виза режимларини унификация қилиш устидаги ишлар амалга оширилмоқда. Бу таклиф қилинаётган туристик маҳсулотлар кўламини кенгайтириш ва уларни диверсификациялашни назарда тутади. Биринчи навбатда, бу йўналишда зиёрат туризми, экотуризм, агротуризм, этнотуризм, спорт туризми, MICE-туризмга эътибор қаратилади.

Бундан ташқари, хорижий туристларнинг Ўзбекистонда бўлишининг ўртача вақтини камида 8 суткага етказиш, яъни ҳар бир шаҳарда - камида 3 суткадан қолишини амалга ошириш кўзда тутилмоқда.

Шунингдек, «Ўзбекистон бўйлаб саёҳат қил» номли ички туризмни ривожлантиришга йўналтирилган дастур доирасида маҳаллий сайёҳлар сонини ҳам деярли икки бараварга - 14 миллиондан 25 миллионгача ошириш мақсад қилиб олинган.

М.Қ.Пардаев – СамИСИ профессори, и.ф.д.,
И.Р.Бердикулова – СамИСИ катта ўқитувчиси, мустақил изланувчи.

МАМЛАКАТИМИЗДА ТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНТИРИШГА ЯНГИЧА ЁНДАШУВЛАР

Мамлакатимизда 2017 йилдан бошлаб, туризмни ривожлантиришга янгича ёндошувлар бошланди. Ушбу йўналиш мамлакатимизда Ҳукумат қарори билан Туризмни ривож-лантириш бўйича мувофиқлаштирувчи кенгаш Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 16 августдаги ПҚ-3217-сонли қарорига асосан ташкил этилган. Ушбу кенгаш белгиланган чора-тадбирлар режасининг самарали ташкил этилиши, ўз вақтида ва сифатли бажарилиши бўйича вазирликлар, идоралар ва бошқа ташкилотларнинг фаолиятини мувофиқлаштиришга масъул. Мазкур Кенгаш хорижда Ўзбекистоннинг туризм салоҳиятини тарғиб қилиш ва хорижий туристларни жалб қилишга қаратилган қўшма тадбирларни ўтказиш бўйича "Йўл харитасини"ни тузиб, ҳар йил алоҳида тасдиқлайди. Ушбу вазифаларнинг бажарилиши юзасидан мазкур кенгаш Ўзбекистон Республикаси Президенти Администрациясига батафсил маълумот бериб боради. Яқиндагина нодавлат мақомига эга бўлган соҳа, бугунги кунда давлат сиёсатининг устувор вазифасига айланди.

Ҳозирги пайтда ҳар ойда, ҳар ҳафтада, айрим ҳолларда ҳар куни туризм бўйича янгиликларга гувоҳ бўлиш мумкин. Мамлакатимиз тарихида илк бор 2019 йил 1 февралдан бошлаб 45 та мамлакатларнинг фуқаролари учун Ўзбекистон Республикасига кириш учун визасиз режим белгиланган. Ушбу фуқаролар ҳудудига кирган кундан эътиборан 30 кунлик муддат давомида виза

олмасдан яшашлари мумкин. Бу туризмни ривожлантириш учун жуда катта имкониятларни яратди.

Мазкур соҳада ҳам рақамли иқтисодиёт жорий қилинмоқда. 2019 йил 1 февралдан бошлаб фуқаролари электрон кириш визасини олиш имкониятига эга бўлган 76 та мамлакатлар рўйхати ҳам тасдиқланди. Шунингдек, 2019 йил 15 мартдан бошлаб 30 кунлик амал қилиш муддати бўлган электрон кириш визасининг қуйидаги турларини бериш тизими жорий этилди. Биринчидан, икки марталик, консуллик йиғими 35 АҚШ доллари миқдорида; учинчидан кўп марталик, консуллик йиғими 50 АҚШ доллари миқдорида белгиланди.

Ҳозирги кунда амалга оширилаётган яна бир янгилик, мамлакатимизга махсус мақсадлар билан келадиган фуқаролар учун "Vatandosh", "Student visa", “Academic visa", "Medical visa", "Piligrim visa" каби махсус визалар ташкил қилинган. Булар учун Ўзбекистон Республикасига ташриф буюрадиган хорижий фуқароларнинг айрим гуруҳлари қўшимча (электрон бўлмаган) кириш визаларига эга бўлишлари мумкин. Ушбу тоифаларнининг жорий этилганлиги ҳам келувчилар учун анча қулайликларни юзага келтиради. Буларнинг номлари бўйича изоҳлари қуйидаги жадвалда ўз аксини топган (1-жадвал).

1-жадвал

Ўзбекистон Республикасига ташриф буюрувчи хорижий фуқароларнинг айрим гуруҳлари учун қўшимча (электрон бўлмаган) кириш визалари тоифаларини жорий этиш

РЎЙХАТИ[1]

Т/р	**Хорижий фуқаролар-нинг гуруҳлари**	**Хорижий фуқароларнинг электрон бўлмаган кириш визаларини олиши мумкин бўлган гуруҳлари тавсифи**
1.	"Vatandosh"	Ўзбекистон Республикасида туғилган шахслар ва уларнинг оила аъзолари учун Ўзбекистон Республикаси фуқароси бўлган ва унинг ҳудудида доимий яшовчи қариндошларининг таклифномаси асосида бериладиган 2 йиллик виза
2.	"Student visa"	Ўзбекистон Республикасининг таълим муассасалари, тасарруфида таълим муассасалари бўлган вазирликлар, идоралар ва ташкилотларнинг илтимосномасига кўра Ўзбекистон Республикаси ҳудудида жойлашган таълим муассасаларига қабул қилинган хорижий талабаларга бериладиган бир йиллик виза
3.	Academic visa"	Ўзбекистон Республикаси Фанлар академияси, Ўзбекистон Республикасидаги илмий-тадқиқот ташкилотлари, олий таълим муассасалари, вазирлик ёки идоралар илтимосномасига кўра Ўзбекистон Респуб-

[1] Мазкур жадвал Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 5 январдаги “Ўзбекистон Республикасида туризмни жадал ривожлантиришга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги ПФ-5611-сонли Фармони асосида тузилди.

		ликасида илмий-тадқиқот ва педагогик фаолиятни амалга оширишни истаган хорижий шахслар учун 3 ойдан 2 йилгача бўлган муддатга бериладиган виза
4.	"Medical visa"	Тиббий муассасанинг таклифига биноан даволаниш учун Ўзбекистон Республикасига кирувчи хорижий фуқаролар учун 3 ойгача бўлган муддатга берилади-ган виза
5.	"Piligrim visa"	Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси ҳузуридаги Дин ишлари бўйича қўмита ва туристик фаолият субъектларининг аризасига кўра Ўзбекистон-нинг маданий-тарихий ва диний мероси, анъаналари-ни ўрганиш мақсадида кирувчи хорижий фуқаролар учун 2 ойгача бўлган муддатга бериладиган зиёрат визаси.

Ушбу жадвалда келтирилган Ўзбекистон Республикасига ташриф буюрадиган хорижий фуқароларнинг тоифаларига электрон бўлмаган кириш визалари бериш тартибини такомиллаштириш вазифаси Ўзбекистон Республикаси Ташқи ишлар вазирлиги, Ички ишлар вазирлиги, Туризмни ривожлантириш давлат қўмитаси тегишли вазирлик ва идоралар билан биргаликда ҳал қилинади.

Туризм соҳасидаги яна бир янгилик, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 5 январдаги “Ўзбекистон Республикасида туризмни жадал ривожлантиришга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги ПФ-5611-сонли Фармони билан 109 та хорижий мамлакатлар фуқароларига кўчмас мулк сотиб олиш шарти билан Ўзбекистон Республикасида яшаш гувоҳномасини олиш ҳуқуқи берилишидир. Бундай шаҳарлар рўйхатига қуйидагилар киради (2-жадвал).

2-жадвал

Кўчмас мулк сотиб оладиган ҳудудлар ва уларда белгиланган нархларнинг миқдори

Т/р	**Ҳудудларнинг (шаҳарлар ва вилоятлар) номи**	**Сотиб олинадиган кўчмас мулкларнинг қиймати (АҚШ доллари** эквивалентидан кам бўлмаган миқдорда**)**
1.	Тошкент вилояти ва Тошкент шаҳрида	400 000 АҚШ доллари
2.	Самарқанд, Бухоро, Наманган, Андижон, Фарғона ва Хоразм вилоятлари	200 000 АҚШ доллари
3.	Қорақалпоғистон Республикаси ва республиканинг бошқа вилоятлари	100 000 АҚШ доллари

Хорижий фуқаролар ва ўзимизнинг хорижда яшаб қолган ватандошларимиз учун бу ҳам катта имконият. Юқорида белгиланган пул маблағи АҚШ доллари эквивалентидан кам бўлмаган миқдорда кўчмас мулкни сотиб олган тақдирда, уларга Ўзбекистонда яшаш ҳуқуқини белгиловчи

гувоҳнома берилади. Бундай шахслар бемалол яшаши ва мамлакатимизда бизнес ва бошқа йўналишларда бемалол фаолият кўрсатиши мумкин.

Юқорида номи зикр этилган Ўзбекистон Республикаси Президенти-нинг фармонида логистика жозибадорлигини тубдан яхшилаш, шунингдек, маҳаллий аэропортларда парвозларга хорижий авиакомпанияларни жалб этиш ишларини мувофиқлаштириш бўйича бир қанча вазифалар белгилаб берилган. Мазкур масаланинг тжиддийлигидан келиб чиқиб, уни амалга ошириш бўйича ишчи гуруҳ ташкил этилган. Президент фармонида ушбу ишчи гуруҳнинг асосий вазифалари этиб бир қанча тадбирлар белгилансин. Буларга:

“биринчи навбатда Европа ва Жануби-Шарқий Осиё мамлакатлари билан товар айланмаси, ташиладиган йўловчилар сони ва инвестицияларни кўпайтириш учун республикадаги транспорт алоқа тизимини тубдан яхшилаш;

"зиёрат" туризми йўналиши орқали туристлар оқимини ошириш, шу жумладан Индонезиядан доимий авиақатновларни очиш учун авиакомпанияларни жалб қилиш масалаларини тезкорлик билан ҳал этиш;

туристлар оқимини жалб қилиш мақсадида парвозларнинг стратегик муҳим йўналишларини аниқлаш;

мамлакат аэропортларида янги йўналишларни йўлга қўйиш мақсадида хорижий ташувчилар учун мослашувчан чегирма ва преференциялар тизимини ишлаб чиқиш;

ўзаро боғловчи қатновларни, шу жумладан "мавсумдан ташқари" даврда ташкил этиш орқали узоқ магистрал йўналишларда йўловчилар сонини кўпайтириш;

хорижий ва маҳаллий авиакомпаниялар билан музокаралар ўтказиш, шунингдек, уларнинг таклифларини кўриб чиқиш ва уларни аэропортлар бўйича тўғри тақсимлаш;

чартер рейсларини келишиш механизмини соддалаштириш;

мамлакатдаги айрим аэропортларда "Очиқ осмон" режимини жорий этиш;

маҳаллий авиакомпаниялар ташкил этилишига кўмаклашиш мақсадида норматив-ҳуқуқий базани қайта кўриб чиқиш;

мамлакат ичкарисида интермодал ташувларни (автобус, темир йўл ва авиаташувлар) таъминлаш учун туристларнинг транспорт ташувини янада ривожлантириш бўйича ҳужжатларни ишлаб чиқиш;

авиакомпаниялар харажатларини камайтириш ва истеъмолчилар учун авиачипталар нархини оптималлаштириш;

мамлакат вилоятлари ўртасидаги ички авиаташувлар йўналишлари сонини кўпайтириш;

хорижий етказиб берувчилардан авиакеросин сотиб олиш механизмини харид жараёнида шаффофлик ва рақобатни таъминлаган ҳолда такомиллаш-тириш”[1] каби муҳим вазифаларни киритиш мумкин.

Мамлакатимизда логистика жозибадорлигини тубдан яхшилаш,

[1] Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 5 январдаги “Ўзбекистон Республикасида туризмни жадал ривожлантиришга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги ПФ-5611-сонли Фармони. // “Халқ сўзи” газетаси. 2019 йил 8 январь.

шунингдек, маҳаллий аэропортларда парвозларга хорижий авиакомпанияларни жалб этиш ишларини мувофиқлаштириш бўйича бир қанча вазифаларни мувоффақиятли бажариш учун блокчейн технологиясидан фойдаланган ҳолда рейсларни (автобус, авиа ва темир йўл) қулай тарзда боғловчи йўл чипталарини сотишни назарда тутувчи республика транспорт тизимининг ягона электрон порталини, шу жумладан давлат-хусусий шериклик механизмлари асосида ташкил этиш ҳамда унинг ишлаш тартибини белгилш вазифаси ҳам юклатилган. Мазкур вазифаларни Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Лойиҳа бошқаруви миллий агентлиги, Ахборот технологиялари ва коммуникацияларини ривожлантириш вазирлиги, Ўзбекистон Автомобиль транспорти агентлиги, "Ўзбекистон темир йўллари" АЖ, "Ўзбекистон ҳаво йўллари" МАК бошқа манфаатдор вазирлик ва идоралар билан биргаликда ҳал қилиш лозимлиги ҳам аниқ белгиланган.

Ушбу вазифаларни амалга оширишнинг қонуний асосларини яратиш учун қонунчиликка ушбу Фармондан келиб чиқадиган ўзгартириш ва қўшимчаларни киритиш тўғрисида Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасига тегишли таклифлар киритилиши ҳам кўзда тутилган. Ушбу вазифаларни бажаришга мутасадди қилиб, Ўзбекистон Республикаси Туризмни ривожлантириш давлат қўмитаси Ташқи ишлар вазирлиги, Ички ишлар вазирлиги ҳамда бошқа манфаатдор вазирликлар ва идоралар билан биргаликда бажариш лозимлиги ҳам белгиланган.

Д.Х.Асланова – проректор по науке и инновациям СамИЭС

ПРИМЕНЕНИЕ КЛАСТЕРНОГО ПОДХОДА ДЛЯ РАЗВИТИЯ АГРОЭКОТУРИЗМА

На сегодняшний день 49,4% населения Республики Узбекистан живут в сельских местностях. В большинстве сельских территорий сельское хозяйство – основная сфера занятости жителей села. Однако, несельскохозяйственные виды деятельности, сосредотачивающие в себе избыточную рабочую силу на сельских территориях, не достаточно развиты. Таким видом деятельности может служить туризм. Одним из приоритетных, на наш взгляд, видов туризма, на который необходимо обратить внимание в процессе развития данной индустрии и привлечения дополнительного числа туристов, является агроэкотуризм туризм. Это направление может стать одним из важных источников получения доходов для сельских территорий и рыночной нишей для многих сельских предпринимателей.

Развитие туристской деятельности, как известно, стимулирует приток денежных средств, инноваций и инвестиций в регион, способствует развитию инфраструктурных отраслей, традиционных промыслов и ремесел, а также решает важные социально-экономические и экологические проблемы сельской местности. Следовательно, правильно спланированный и организованный сельский туризм может стать одним из перспективных направлений

структурной перестройки экономики села, фактором возрождения и социально-экономического развития сельских территорий страны.

В целом развитие туризма ведет к улучшению инфраструктуры, восстановлению памятников истории и архитектуры, охране окружающей среды и т.д. Поэтому сферу туризма необходимо рассматривать как важный фактор социально-экономического развития сельских территорий[1].

В качестве одного из перспективных направлений несельскохозяйственной сферы деятельности для роста экономики регионов, обладающих богатыми природно-рекреационными ресурсами, в мировой практике рассматривается агротуризм. Развитие агротуризма туризма на сельских территориях прекрасно решает социально-экономические задачи, поскольку именно туристическая составляющая может стать «катализатором» экономического роста села.

Агротуризм обладает многими специфическими преимуществами:

он привлекателен небольшими стартовыми инвестициями, ведь для селян, имеющих очень ограниченные средства, это важный момент;

средства, вложенные в него, окупаются за короткие сроки, что очень важно для быстрого получения доходов;

создает много рабочих мест, что особо актуально на селе, ускоряет развитие различных секторов экономики;

развивается экономическая и социальная инфраструктура;

сохраняются природно-рекреационные ресурсы (исторические памятники, природные ландшафты).

Агроэкотуризм – это целенаправленные путешествия на сельские территории с относительно ненарушенными экосистемами и этнокультурными комплексами, обеспечивающие непосредственный вклад в решение проблем сельского населения и подлежащие адекватному режиму управления на основе устойчивого развития.

Потенциал Узбекистана для развития агроэкотуризма огромен. Но на сегодняшний день развитие агроэкотуризма в регионах Узбекистана сдерживается некоторыми препятствиями, возникающими на пути его продвижения. Основные проблемы развития сельского туризма в регионах Республики Узбекистан:

потребность агроэкотуризма в нормативно-правовой и законодательной базе;

отсутствие целевой государственной программы с финансовой ориентацией развития туризма в сельской местности;

несовершенство механизмов по созданию благоприятного инвестиционного климата в сфере сельского туризма;

неразвитость инфраструктуры сельских территорий, в том числе дорожной сети, транспортного, бытового обслуживания и т. д.;

[1] Шумакова О.В., Блинов О.А., Рабканова М.А. Формирование агротуристического кластера как фактор повышения устойчивого развития сельских территорий // Вестник Алтайской науки. – 2013. – № 2–2. – С. 192–196.

недостаточная информированность сельских жителей о возможностях сельского туризма;

отсутствие квалифицированных кадров в сфере сельского туризма и т.д.

В качестве факторов, влияющих на агроэкотуристский потенциал сельских территорий, следует также рассматривать совокупность организационных и экономико-правовых условий организации и ведения агроэкотуристской деятельности[1].

Для решения этих задач необходимо взаимодействие структур власти, бизнеса, широкого круга заинтересованных организаций различных уровней, местных сообществ. Это требует объединения усилий всех заинтересованных участников туристских процессов, к которым относятся:

хозяйствующие субъекты, непосредственно оказывающие агроэкотуристские услуги, включая туристические фирмы и туроператоров, сельскохозяйственные организации, крестьянские фермерские и личные подсобные хозяйства, а также отдельные домохозяйства;

организации и учреждения, обеспечивающие эффективное функционирование перечисленных выше хозяйствующих субъектов, в том числе органы государственной, финансово-кредитные учреждения и инвестиционные компании, автотранспортные предприятия, предприятия гостиничного сектора, рекламные агентства, научные и образовательные учреждения и организации и другие.

Инструментом для организации такого взаимодействия может стать региональный агроэкотуристский кластер.

Формирование туристских агроэкокластеров, по нашему мнению, имеет особую значимость для развития туристической сферы региона и привлечения инвестиционных ресурсов в эту зону. Причем, важное значение здесь будет иметь общественная поддержка идеи создания туристских агроэкокластеров и осознание их роли в стратегическом развитии туризма страны. Их формирование должно происходить постепенно с учетом последовательного выполнения следующих условий:

оценка емкости регионального и национального рынка туризма, имеющихся туристских, земельных, трудовых, производственных и рекреационных ресурсов;

организация координационного совета (исполнительной дирекции) будущего туристского агроэкокластера;

формирование стратегических целей, обоснование функций и требований к туристскому агроэкокластеру;

определение состава организаций-участников туристского агроэкокластера, формирование организационной структуры, привлечение потенциальных бизнес-партнеров (турфирмы, работающие в сфере агроэкотуризма, культурно-этнографические центры, торговые сети);

разработка бизнес-плана развития туристского агроэкокластера, оценка

[1] Кундиус В.А., Чермянина В.В. Проблемы и перспективы агротуризма в регионе // Аграрная Россия. – 2011. – № 2. – С. 49–54.

эффективности и окупаемости реализации проекта по созданию туристского агроэкокластера;

привлечение инвесторов к реализации инвестиционного проекта создания и функционирования туристского агроэкокластера;

организация внедрения проекта туристского агроэкокластера.

Р. Хаитбоев – СамИСИ катта ўқитувчиси

ЧЎЛ МИНТАҚАЛАРИДА ТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНТИРИШНИ ДАВЛАТНИНГ ҚЎЛЛАБ-ҚУВВАТЛАШИ ЗАРУРЛИГИ

Мамлакатимизда ривожланиб бораётган янги, истиқболли туризм соҳаси албатда чўл ва адир минтақаларимизда яшаётган аҳолининг ҳаётига сўзсиз кириб келади. Чунки туризм ривожланган давлатларнинг туризми ҳақидаги илмий манбаларида ушбу давлатнинг у ёки бу қисмида туризм соҳаси ривожланмади ёки бу соҳани ривожлантиришнинг имкониятлари йўқ деган хулосаларни топмадик.Туризм ривожланган давлатларнинг барчасида, бу давлатларнинг барча маъмурий ва табиий ҳудудларида туризм соҳаси бир текис ривожланмоқда.

Туризмнинг соҳалари ва турларининг ресурслари ҳаммамизга маълум. Ўзбекистон миллий туризми ҳозиргача нотекис, аниқроғи тарихий шаҳарларимизда ривожланиб бормоқда. Экотуризмнинг, қишлоқ туризмининг барча ресурслари қишлоқларда, табиат минтақаларида жойлашган, рекреация ресурслари ҳам худди шундай масофаларда ҳисобланади, зиёрат туризмининг ресурслари ҳақида ҳам шундай хулосаларни билдирилса ҳам хато бўлмайди, тарихий обидаларимизнинг ҳам кўпчилиги қишлоқларимизда, тоғларимиз ва чўлларимизда ҳисобланади.

Ўзбекистон Республикасининг Президенти Шавкат Мирзиёевнинг мамлакатимизда туризмни жадал ривожлантириш ҳақидаги фармон ва қарорлари ҳозирги кунгача туризм соҳасини ривожлантиришдаги сусткашликлар, тушунмовчиликлар, тўсиқлар ва бошқа кўплаб муаммоларни тобора тўпланиб боришига нуқта қўйди.

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 ривожлантириш нинг 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.

Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг «Кириш туризмини ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида» 2018 йил 6 февралдаги ПҚ-3509-сонли Қарори ва “Ички туризмни жадал ривожлантиришни таъминлаш чора тадбирлари тўғрисида”ги 2018 йил 7 февралдаги ПҚ-3514-сонли Қарори мамлакатимизда миллий туризмни ривожлантиришда улкан имкониятларни юзага чиқарди. Ўзбекистон туризм соҳаси ўзининг янги, истиқболли босқичини бошлади. Бу фармон ва қарорлар бўйича туризм соҳасидаги тадбиркорлар, мутасадди ташкилотлар, туристик фирмалар ва туристик ташкилотлар ўз олдиларига жиддий ва маъсулли мақсад ва вазифаларни қўйишлигини талаб қилади. Яъни, туризмнинг барча соҳаларида ва турларида ишлаётганлар ушбу фармон ва қарорларга асосланиб, туризмни ривожлантиришнинг истиқболли йўналишларини, янги туристик ҳудудларни, марказларни, стратегик режаларни яратишга ўз ҳиссаларини қўшишлари лозим.

Шу сабабли, Ўзбекистоннинг 70% ҳудудларини эгаллаган чўлларимиз нинг ўзига хос бўлган табиати, ҳайвонот олами ва ўсимликлар дунёси, биологик хилма-хилликлари, иқлим хусусиятларидан туризмда фойдаланиб, бу бепоён минтақаларда яшаётган 4 млн. аҳолининг маънавий, маданий, ижтимоий-иқтисодий турмуши даражаларини кўтариш учун туризмни ташкил қилиш ва ривожлантириш илмий-амалий тадқиқотларни бажаришимиз давлат миқёсидаги долзарб масалалардан ҳисобланади.

Чўл минтақаларида туризм соҳасини ташкил қилиш ва ривожлантиришни қуйидаги уч босқичда босқичда 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-қувватлашининг зарурлиги.

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-қувватлашининг зарурлиги.

Биринчи босқичда-Давлатимиз Ўзбекистоннинг чўл минтақаларида туризм соҳасини ривожлантиришнинг ҳуқуқий-меъёрий асослари яратиши керак. Бунинг учун Ўзбекистонда туризмни ривожлантириш бўйича Ўзбекистон Республикасининг Президенти Шавкат Мирзиёев қабул қилган Фармонлар ва Қарорларга «Чўл минтақаларида туризм соҳасини ривожлантириш» банди киритилиши лозим деб ҳисоблаймиз. Иккинчидан, давлатимиз томонидан

«Ўзбекистоннинг чўлларида туризмни ривожлантириш Дастури» ишлаб чиқилиши талаб қилинади. Бу чора- тадбирлар шунинг учун ҳам ишлаб чиқилиши лозимки, Ўзбекистоннинг 70% ҳудудларини эгаллаган чўл минтақаларида туризмни ривожлантириш маданий минтақаларга нисбатан кескин фарқ қилади.

Иккинчи босқич- Ўзбекистонда туризм соҳасининг анча даражаларда нотекис ривожланаётганлигининг биринчи сабаблари мамлакатимизни туристик районлаштириш амалга оширилмаганлиги ҳисобланади.. Мамлакат ҳудудларини бу ҳудудлардаги туристик ресурслар ва улардан туризмда фойдаланиш имкониятлари бўйича районлаштириш «Туризм географияси» фанининг методлари бўйича амалга оширилади.

Туризм мутахасисларининг фикрича, туризм географиясининг энг муҳим вазифалардан бири худудларнинг туризмга яроқлилиги ва туризм тизимини худудий ва минтақавий лойиҳалаштиришдир [1] . Туризм географиясининг назарий асосларини яратган “туризм географиясининг халқаро моделлари” ўтган асрнинг 1970-1980 йилларида яратила бошланди. Бу моделларнинг муаллифлари Канада, АҚШ ва Европа мамлакатларининг олимлари ҳисобланишади[2].

Туристик саёҳатларнинг кўчиш модели (кенглик) ҳам туризм географиясини ташкил қилишда, хозирги туризмни ташкил қилишда муваффақият билан ишламоқда. Бу моделнинг асосчиси Америкалик географ С.К. Кэмпбелл хисобланади [3] . Туризм географиясини ташкил қилишда бу моделнинг қулайлиги шундан иборатки, туристик марказдаги кўплаб туристик гуруҳларни марказ атрофидаги рекреация марказларига ва марказга яқин бўлган шаҳарларга тақсимлаш мумкин. Бунинг учун туристик марказ хилма-хил рекреацияли хизматларга эга бўлган рекреация марказларини яратиши лозим бўлади.

Туризм географиясининг тадқиқот методлари хозирга келиб асосан Европа мамлакатларида, АҚШ ва Францияда такомиллашиб бормоқда. Россия давлатида ҳам туризм географиясининг кўплаб тадқиқот методлари яратилган.

Туризмда минтақаланишнинг, районлаштиришнинг кўп жиҳатларини ўрганиш, таҳлил қилиш натижасида мамлакат туризмини ривожлантириш учун албатта туризм географиясини мукаммал ўрганишимиз зарур бўлади. Чунки, туризм географиясининг методлари давлатда туризмни ривожлантиришнинг устивор йўналишларини ишлаб чиқишда ишлатилади, туристик районларни ва уларнинг туристик сиғимларини аниқлайди, туристик талаб ва туристик оқимнинг географиясини башоратлайди, иқтисодиётда туризм соҳасининг самарали фаолият кўрсатишдаги кўплаб муоммоларнинг ечимини ишлаб чиқади, туристик худудларнинг туризмдаги даражаларни белгилайди, туризмни ташкил қилиш муаммоларини ечиб беради.

---

[1].Александрова А.Ю. География туризма.Москва,КНОРус, 2010.-592 с.

[2].Haggett P. Models. paradigms. And the new geography-In: R.J. Chorley. P. Haggett (edc}. Models in geography. London: Methuen. 1967.-p. 19-42.

[3].Александрова А.Ю. бўйича келтирилди. География туризма.Москва, КНОРус,590 с.

Иккинчидан,ҳар қандай соҳа ўзининг ривожланишида районлаштирни талаб қилади. Айнан районлаштириш ишлаб чиқаришда ҳам ҳудудий ёки маъмурий бўлинишда ҳам истиқболда ривожлантириш режаларини тузишни осонлаштиради.Чунки, туризм ривожланган Европа давлатлари, АҚШ, Канада, Япония, Хитой, Малайзия, Австралия ва бошқа давлатлар ўз давлати ҳудудларини туристик–географик жиҳатдан районларга ажратиб ривожлантирмоқда. Мамлакат ҳудудларини туризмни ривожлантириш жиҳатларидан районлаштириш истиқболда асоосий йўналишлардан бўлиши кутилаётган экотуризмни ривожлантириш районларини белгилашни ёки экотуризм ресурсларининг географик жойланишини районлаштиришни осонлаштиради. Бу талабларни амалга ошириш учун ҳам туризм географиясининг туризмни районлаштириш масалаларини ўрганиш лозим.

Қачонки, миллий туризм географиясининг назарияси ва методологиясини, туризмда туристик–географик тадқиқотларнинг методологиясини(баҳолаш, сўров, таснифлаш, типологик, технологик, хариталаш) ва туризм тадқиқотларида замонавий илмий туризм географияси концепциясини ишлаб чиққанимизда мамлакат туризмини географик минтақаланиш, районлаштирилишининг имкониятлари яратилади.

Хозирда республикада туризм географиясини ўрганиш тадқиқотларига бағишланган илмий ишлар вилоят чегараларида амалга оширилмоқда [1].[2].Бу тадқиқотчилар ўз тадқиқотлари чегаралари маълум бир вилоятнинг маъмурий худудлари доирасида бўлсада, ушбу маъмурий вилоят номига минтақа сўзини қўшиб (масалан Самарқанд минтақаси мисолида, Хоразм минтақаси мисолида ва хоказо) ишлатмоқдалар. Маълумки, республикада вилоятлар номланишда хозиргача минтақа сўзини ишлатилиши илмий жиҳатдан асосланган ҳам эмас. Албатта, бу ҳолат географик жиҳатдан жиддий хато ҳисобланади ва бунга Республиканинг географлари ўз вақтида фикрларни айтиши зарур бўлиб қолмоқда.

Хозирча туризм географиясини районлаштиришда вилоятларнинг маъмурий бўлиниши, вилоят худудларидаги туристик салоҳият, туристик ресурслардан фойдаланиш ва вилоятларда туризмни ташкил қилиш ва ривожлантиришда вилоятларнинг маъмурий бўлинишини ҳисобга олиш тўғри бўлиши мумкин.

Қайд қилинган таҳлиллардан маълум бўладики, Ўзбекистон Республикаси туризмида туристик географик минтақаланиш масалаларини ўрганишга илмий–амалий жиҳатдан киришилган эмас. Бу ҳолатнинг асосий сабаби албатта, туризм сохасида етакчи мутахассисларнинг йўқлиги, юқорида қайд қилганимиздек,туризм соҳасида мутахассислар тайёрлашга киришганимиз ва туризм соҳаси ҳали жуда ёш янги соҳа бўлиб шаклланаётганлиги билан боғлиқ ҳисобланади. Иккинчидан, мамлакатимиз туризми шаҳарларда ва вилоятлар бўйича шаклланиб бораётгани учун минтақалардан эмас,

[1].Солиев А.С.,Усманов М.Р.,Туризм географияси,Самарқанд,2005.-131 б.

[2].Усмонов М.Р.,Ўзбекистонда туризмни ривожлантиришнинг минтақавий хусусиятлари (Самарқанд вилояти мисолида),г.ф.н. дисс.автореферати.Тошкент ЎзМУ,2003.-25 б.

республикамизнинг вилоятлар бўйича маъмурий-худудий бўлинишидаги номланишидан фойдаланиш хозирча тўғрироқ бўлади.

Учинчи босқич-*Янги туризм ҳудудларини ташкил қилишда* туризм соҳаси ривожланган хориж давлатларининг тажрибаларини, технологияларини кўриб чиқиш ва Ўзбекистон чўллари шароитларида фойдаланиш имкониятларини амалга оширишни давлатнинг қувватлашисиз тасаввур қилиш ҳам жуда қийин. Чунки, чўллардаги қишлоқлар, овуллар, хўжалик ва ҳатто туман марказлари ҳам республикамиздаги маданий, ижтимоий ва маърифий инфратузилмалар жиҳатидан суғориладиган минтақалардагига нисбатан анча орқада эканлигини доимо яшириб келишимизни тўхтатишимиз керак.



1-Чизма. ***Қишлоқ туризмини ривожлантиришнинг Буюк Британия давлати Дастурининг таркибий қисмлари***

Шундай экан, маданий марказлардан жуда узоқ бўлган чўл минтақаларидаги аҳолининг туризм тадбиркорлигига тайёрлаш ва туризм инфратузилмаларини яратишни давлатимиз ўз зиммасига олиши керак. Бу йўналишда мамлакатимизда туризмни ривожлантиришга ажратилаётган маблағлар, инвестициялар, дотациялар ва имтиёзли кредитлар чўл минтақаларида туризмни ривожлантиришни бошлаган тадбиркорларга берилиши лозим. Бунга мисол қилиб, Қишлоқ туризмини ривожлантиришнинг Буюк Британия давлатининг Дастури келтириш ўринли бўлади(1-Чизма). Чунки чўлларимизнинг асосий аҳолиси қишлоқларда яшашади.

Буюк Британия давлати ўз ҳудудларида қишлоқ туризмини муваффақият билан ривожлантиришни бошлаган ва ҳозирда ҳам қишлоқ туризмини ривожлантириш бўйича жаҳондаги лидер давлат ҳисобланади. Қишлоқ туризмини ривожлантиришда Буюк Британия давлатининг Дастури 5 қисмдан иборат. Биринчи қисмда *қишлоқ туризмини ривожлантиришга асос қилиниб:* 1-келгусида қишлоқ хўжалик ерларининг олиб қўйилиши хавфи ва 2-қишлоқ жойларда қадим маданият жойларининг борлиги олинган. Иккинчи қисмдаги асосий вазифалар: 1-фермерлик туризмини ривожлантириш ва 2-қишлоқ туризмини ривожлантиришда нотекисликни йўқотишни давлат аҳамиятига молик масалалар қаторига киритилган.

Шунинг учун ҳам Буюк Британия давлати қишлоқ туризмини ривожлантиришнинг асосий қуроллари:1-қишлоқ туризмини ривожлантириш дастурини кредитлаш, дотациялаш деб тўғри белгилаган. Буюк Британия давлати ўз қишлоқларини ривожлантиришга жиддий киришганлигини Дастурнинг 4-қисми ҳам тасдиқлайди-4-Молиялаштириш манбалари: Давлат ва хусусий инвесторлар(1-Чизма).

Юқорида келтирилган фикрлар ва таҳлиллардан шундай хулоса келиб чиқадики, чўлларимиздаги аҳоли яшаётган барча ҳудудларда туризм соҳасини ташкил қилишни давлатимиз тўлиқ зиммасига олиши давлат аҳамиятига молик, долзарб масала ҳисобланади (2-Чизма).



2-Чизма.***Ўзбекистоннинг чўл минтақаларида туризм соҳасини ташкил қилиш ва ривожлантиришни давлатимиз томонидан қўллаб-қувватлашининг объектив зарурлигининг схемада ифодаланиши***

Хулоса:

1.Маданий марказлардан жуда узоқ бўлган чўл минтақаларидаги аҳолининг туризм тадбиркорлигига тайёрлаш ва туризм инфратузилмаларини яратишни давлатимиз ўз зиммасига олиши лозим. Бу йўналишда мамлакатимизда туризмни ривожлантиришга ажратилаётган маблағлар, инвестициялар, дотациялар ва имтиёзли кредитлар чўл минтақаларида туризмни ривожлантиришни бошлаган тадбиркорларга берилиши лозим.

2.Янги туризм ҳудудларини ташкил қилишда туризм соҳаси ривожланган хориж давлатларининг тажрибаларини, технологияларини кўриб чиқиш ва Ўзбекистон чўллари шароитларида фойдаланиш имкониятларини амалга оширишни давлатнинг қувватлашисиз тасаввур қилиш ҳам жуда қийин. Чунки, чўллардаги қишлоқлар, овуллар, хўжалик ва ҳатто туман марказлари ҳам республикамиздаги маданий, ижтимоий ва маърифий инфратузилмалар жиҳатидан суғориладиган минтақалардагига нисбатан анча орқада эканлигини доимо яшириб келишимизни тўхтатишимиз керак.

M.M.Djumayev – TUIT Samarkand.

UZBEKISTON'S ACHIEVEMENTS IN THE SPHERE OF TOURISM DEVELOPMENT.

With the objective of developing international cooperation, promoting and widening partnership between public and private sector organizations in the sphere of tourism, the World Tourism Organization was established in 1974 as a specialized agency of the United Nations Organization. It carries out its activities in the following main areas-improvement of competitiveness of countries in the sphere of tourism, ensuring sustainability, poverty alleviation, capacity building and creation of partnerships for a sustainable and inclusive development of tourism.

The World Tourism Organization (UNWTO) joins 156 countries, 6 associated members and more than 400 associated partners representing private sector, educational institutions and tourism associations.

Since 1994, the UNWTO together with other UN agencies-UNESCO and UNCTAD-has been implementing the Great Silk Road Program involving 31 countries. The key objectives of the Program include a sustainable development of tourism along the historical route of the Silk Road, assisting the local community development, promotion of investments and preservation of natural and cultural heritage in the region. The Program is also aimed at promoting cooperation among the Silk Road countries and regions.

The Republic of Uzbekistan, as the UNWTO member since 1993, has been actively participating in the implementation of the Silk Road Program. Within the framework of cooperation with the UNWTO, four international conferences had been held in Samarkand, Khiva, and Bukhara. They resulted in signing the Samarkand Declaration on Silk Road Tourism, the Khiva Declaration on Tourism

and the Preservation of the Cultural Heritage, the Bukhara Declaration on Silk Road Tourism. In 2006, Tashkent hosted the Silk Road city Mayors' Forum.

In 2004, the International Silk Road Bureau of UNWTO was established in Samarkand which administers collaboration and regional cooperation among the Silk Road countries, promotes their joint participation in tourism exhibitions and implements various activities to support the development of tourism.

For over they years of independence, a large scale work has been carried out in Uzbekistan to restore and cultural monuments of the ancient cities such as Samarkand, Bukhara, Khiva, Shakhrisabz and others. Thanks to this, the tourist potential of the country has increased significantly which has led to growing number of foreign tourists, developing domestic tourism, creating new jobs and improving the population's wellbeing.

In accordance with adopted tourism devlopment programs, Uzbekistan has been implementing the projects on restoration of sites of cultural heritage, construction and renovation of tourism infrastructure, development of new routes, diversification of tourism products, and advancement of the country's international tourism potential. Systematic efforts are being undertaken to promote on international markets the tourism opportunities within Uzbekistan's regions, as well as improvement of serices provided by health resorts and tourist organizations.

More than 150 foreign delegates, including Taleb Rifai, UNWTO Secretary-General, heads of 23 national ministries and agencies for tourism development, leaders of tourism industry, experts and specialists from over 30 countries of the world took part in the forum.

We can witness a wide-scale work than has been carried out in Uzbekistan for the development of tourism. Majority of participants of today's forum had an opportunity to ride a high-speed train from Tashkent to Samarkand, and it is significantly important from the point of view of promoting development of tourism.

The system of deep cultural, economic and social relations which constitutes "The Great Silk Road", passing through the Fergana valley, Tashkent, Samarkand, Bukhara, Khiva and other regions of modern Uzbekistan, played a significant role in formation of our modern world.

I would like to stress that Renaissance has played a great role in the European history. In fact, this epoch started in this region much earlier. I can with confidence say that the region is the birthplace of modern culture and civilization.

It is thus no coincidence that "The Great Silk Road", with its centuries-old majestic monuments and cultural and historical heritage, attracts the imagination of tourists from all over the world.

Yet, with tourism growth, comes greater responsibility; and we are very pleased to see how carefully Uzbekistan conserve this historical and cultural heritage, devoting significant resources to the conservation and restoration of unique historical monuments, which are the heritage of all mankind.

Despite of today's busy agenda, I recommend to each and every participant of the Session to take the opportunity to enjoy Samarkand and other magnificent cities of Uzbekistan.

Today, "The Great Silk Road" has become powerful brand which can stimulate the further development of tourism in Asia and in Uzbekistan.

Uzbekistan is one of the main architects of the "Great Silk Road". Twenty years ago, in this same city, 19 countries adopted the Samarkand Declaration on the development of tourism in this historic highway.

Today, as we celebrate this milestone, 31 countries are united in this project with the same objective-making of the Silk Road one of the leading tourism routes in the world.

At the last Executive Council, we reveled in the good news of tourism's solid performance in 2013, which showed 5% growth both in international arrivals and export earnings.

Today, our confidence is renewed further by the latest data. International tourist arrivals grew by 4.6% in the first half of 2014 according to the latest UNWTO World Tourism Barometer. These results show that tourism is consolidating the positive performance of recent years, providing development and economic opportunities worldwide.

Indeed, despite geopolitical and economic challenges, the number of international tourist arrivals has grown by 5% a year on average since 2010, a trend that has translated into more economic growth, more exports and more jobs.

Our long-term prospects continue to be favorable, and we are well on our way to reach the expected 1.8 billion international tourists by 2030.

Tourism has become one of the leading social, economic and cultural phenomena of our times. Today, tourism is a trillion-dollar economic sector that moves over a billion people across the world every year.

It represents 9% of the world's GDP, generates 1 in every 11 jobs. Centainly, these are impressive numbers, but they only tell a small part of a much bigger story-a story that inspires our work at UNWTO.

Behind tourism's phenomenal growth are the innkeepers, the chefs, the shop owners and taxi drivers, the artisans, tour guides and all the millions more who every day make of tourism what it is: a people's sector.

Indeed, there can be no real tourism development if the sector damages the values and culture of host communities and its people. This is a responsibility which we must shoulder.

List of literature.

1. "Xalqaro bozorda milliy turizm" O'zbekiston iqtisodiy axborotnomasi, 2010. № 1-2.

2. Aliyeva M.T. Развития индустрии туризма. "Международные Плехановский чтения", 19 апреля РЭА. им. Г. В. Плеханова, 2006.

3. www.world-tourism.org

4. www.treval-library.com

5. www.interunion.ru <http://www.interunion.ru>

М.Қ.Пардаев – СамИСИ профессори, и.ф.д.
Ҳ.А.Раҳимов – СамИСИ ўқитувчиси, PhD.
Н.Б.Тагирова – СамИСИ ўқитувчиси

ТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНТИРИШ УЧУН МЕҲМОНХОНАЛАРНИНГ ЯНГИ АВЛОДИ БУНЁД ЭТИЛАДИ

Мазкур масалани биргина Самарқанд вилояти ва шаҳри мисолида қараб чиқамиз. Самарқанд шаҳри ва вилояти мамлакатимизда энг катта туристик салоҳиятга эга бўлган ҳудудлардан биридир. Эндиликда туризмни ривожлантириш учун зарур бўлган инфратузилмани яратиш вазифаси устуворликни ташкил қилмоқда. Ушбу зарурият 2018 йил 24 ноябрда Вазирлар Маҳкамасининг **“Ўзбекистон Республикасида меҳмонхона бизнесини жадал ривожлантиришга доир қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида**”ги қарорининг қабул қилинганлиги билан ҳам боғлиқ. Ушбу қарорнинг ижросини таъминлаш мақсадида вилоят ҳокимининг ҳам 2018 йил 29 ноябрдаги қарори эълон қилинди. Мазкур ҳужжатда вилоятимизда мазкур соҳани ривожлантиришга доир бир қанча вазифалар белгиланган.

Юқоридаги қарорларда кўрсатилган вазифаларни бажариш учун намунавий лойиҳалар асосида меҳмонхоналар қуриш юзасидан инвестор-тадбиркорларга амалий ёрдам кўрсатиш бўйича вилоятда махсус ишчи гуруҳи ташкил этилган. Улар қурилиши режалаштирилган меҳмонхоналар учун хорижий ва маҳаллий тадбиркорларни жалб этиш, улар билан музокаралар ўтказиш каби вазифаларни амалга оширмоқда.

Белгиланган устувор вазифани бажаришга қаратилган жуда катта ташкилий тадбирлар амалга оширилмоқда. Ушбу масала юзасидан Самарқанд вилоят ҳокимлигида жаҳонда энг тез ривожланаётган замонавий меҳмонхона қурилиши ва реконструкция қилиниши, уни интергациялашган тизимда бошқариш имкониятига эга бўлган халқаро тан олинган “Best Western” бренди остида бошқариладиган Германиянинг “Plaza Hotelgroup GmbH” компанияси таъсисчилари билан учрашув ўтказилди.

Ҳозирги кунда компания Германия, Австрия, Голландия ва Чехия давлатларида жаҳон стандартларига жавоб берувчи 34 та меҳмонхонасига эга экан. Ушбу “Plaza Hotelgroup GmbH” компанияга 2002 йилда асос солинган. “Best Western” бренди остида бутун дунёга замонавий меҳмонхоналар қурилиши учун маҳсулотлар етказиб берувчи мазкур компания европада катта салоҳият ва имкониятга эга.

Германиянинг ушбу компанияси Ўзбекистонга меҳмонхоналар тармоғи бўйича 100 млн доллар миқдорида тўғридан-тўғри инвестиция киритишни мўлжаллаган. 3-5 йил давомида 8 та 4 юлдузли меҳмонхона қуриб, фойдаланишга топширилиши кўзда тутилмоқда. “Best Western” брендининг Ўзбекистонга кириб келиши мамлакатимизда туризм соҳасини ривожлантириш, замонавий меҳмонхоналар бунёд этиш ҳамда сайёҳларга юқори даражада хизмат кўрсатиш имкониятларини кенгайтиради.

Самарқандга Германиянинг меҳмонхоналар ва уларни бошқарув соҳасида халқаро миқёсда катта тажрибага эга бўйича яна бир йирик “RIMC Hotels and Resorts” компанияси ҳам қизиқиш билдириб, замонавий меҳмонхоналарни барпо этиш бўйича тегишли ташкилий тадбирларни олиб бормоқда.

Мазкур компаниянинг айни пайтда Германиядан ташқари Австрия, Италия, Испания, Швейцария, Хитой ва бошқа кўплаб мамлакатларда меҳмонхоналари мавжуд. Компаниянинг ўзига хос жиҳати ҳар бир ҳудудда ўша жойга мос тарзда меҳмонхона ташкил этади. Бунда ҳудуднинг қонун-қоидалари, халқнинг минталитети, миллатнинг урф-одатига алоҳида эътибор қаратилади. Самарқанд шаҳрида барпо этиладиган меҳмонхоналар ҳам бевосита халқаро андозалар талабларига жавоб бериши билан бирга, маҳаллий шароитларни ҳам инобатга олинган ҳолда барпо этилади. Бу эса, ўз навбатида, юртимизда амал қилинаётган қонун-қоидаларга, халқнинг минталитетига, миллатнинг урф-одатларига мос бўлади. Демак, ушбу компаниянинг қурган меҳмонхоналари мамлакатимизга хос бўлган ва келажакда ривожланиши кўзда тутилаётган зиёрат туризми талабларига ҳам жавоб беради.

Туризм шундай соҳаки, у аҳолининг барча қатламларига мос бўлишлиги лозим. Ҳозирги кунда меҳмонхоналар ихтисослашиш имкониятларига ҳам эга бўлиб бормоқда. Жумладан, хорижий туристларга мўлжалланган меҳмонхоналар, ислом оламидан келадиган туристларга хизмат қиладиган меҳмонхоналар, ички туризмга мўлжаланган меҳмонхоналар каби. Уларнинг таркибида алоҳида ёшларга мўлжалланган меҳмонхоналарнинг ҳам барпо этилишини тақозо қилмоқда. Ҳозирги кунда Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг “**Самарқанд, Бухоро, Шаҳрисабз, Марғилон ва Тошкент шаҳарларида Ўзбекистон Ёшлар иттифоқининг Ёшлар меҳмонхоналари қурилишини ташкил этиш чора-тадбирлари тўғрисида**”ги қарорини қабул қилиш масаласи ҳам кўзда тутилган.

Мазкур масалани амалга оширишнинг ташкилий-ҳуқуқий жиҳатлари Ўзбекистон Ёшлар иттифоқи Самарқанд, Бухоро, Қашқадарё, Фарғона вилоятлари ва Тошкент шаҳри ҳокимликлари билан биргаликда “Самарқанд, Бухоро, Шаҳрисабз, Марғилон ва Тошкент шаҳарларида Ёшлар меҳмонхоналари қурилишини ташкил этиш манзилли режаси” ишлаб чиқилади ва тасдиқланади. Ушбу ҳамкорлик масаланинг тез ва соз амалга оширилиши учун асос бўлиб хизмат қилади.

Ёшлар меҳмонхоналарини қуриш ва реконструкция қилиш учун мутасадди ташкилот Ўзбекистон Ёшлар иттифоқининг “Ёшлар қурилиш инвест” компанияси – буюртмачи ҳисобланади. Одатдагидек, бош лойиҳачилар ҳамда бош пудратчиларни қонунчиликда белгиланган тартибда танлов савдолари (тендер) натижалари асосида аниқланади.

Ушбу меҳмонхоналарнинг барпо этилиши ва улардан фойдаланиш ўзига хос хусусиятларга ҳам эга. Ёшлар меҳмонхоналарини қуриш, реконструкция қилиш, жиҳозлаш ва фаолиятини йўлга қўйиш билан боғлиқ харажатлар Ўзбекистон Ёшлар иттифоқи маблағлари ҳамда қонунчиликда тақиқланмаган бошқа манбаалар ҳисобидан амалга оширилади. Одатда, бошқа йўналишдаги

меҳмонхоналарни қуриш, реконструкция қилиш, жиҳозлаш ва фаолиятини йўлга қўйиш билан боғлиқ харажатлар хусусий тадбиркорлар ва хорижий инвесторлар ҳисобидан амалга оширилади.

Шу ўринда таъкидлаш жоизки, Ўзбекистон Ёшлар иттифоқига хусусий инвесторлар билан тўғридан-тўғри музокаралар олиб боради ва унинг якунлари бўйича инвестиция шартномаларини тузиши мумкин. Аммо барча ҳолларда эгалик, яъни бошқарув ҳуқуқи ёшлар ихтиёрида бўлади.

Ёшлар меҳмонхоналарининг яна бир хусусияти, уларда ёшлар туризми учун қулай инфратузилма ва ижтимоий объектларни ташкил этишни инобатга олинади. Ушбу меҳмонхоналар хостелларга тенглаштирилади ҳамда амалдаги қонунчиликда хостеллар учун кўзда тутилган давлат стандартлари талабларига мувофиқ ўз фаолиятини олиб боради.

Ҳозирги кунда мавжуд меҳмонхоналарнинг бандлигини таъминлаш ҳамда брон қилишнинг самарали тизимини жорий қилиш, кўрсатиладиган хизматларни тарғиб қилиш ва ушбу тадбирларга мос меҳмонхона ходимларини ўқитиш юзасидан ишлар олиб борилмоқда. Мазкур тадбирлар меҳмонхона хўжаликлари фаолиятни янада ривожлантириш бўйича маркетинг ишларини такомиллаштириш мсалаарини ҳам ишлаб чиқишни тақозо қилади.

Самарқанд азалдан дуеёнинг сайқали сифатида тан олинган шаҳар. Шу туфайли хорижлик туристлар мазкур шаҳарга жуда катта умид ва масъулият билан келади. Бугунги кунда шунчалик имконият билан ҳар томонлама сайқал бўлмасликка ҳақимиз йўқ. Шу туфайли шаҳарнинг бугунги қиёфаси ҳам, одамларининг маданияти ва меҳмонларга муносабати ҳам, меҳмонхоналаридаги шароитлар ҳам, уларда кўрсатиладиган хизматларнинг сифати ҳам шу талабга тўлиқ жавоб берадиган бўлиши лозим. Бу биз учун биринчидан фахр бўлса, иккинчи томондан катта масъулиятдир. Шунга муносиб бўлсаккини бизни танийди, тан олади ва тан беради.

Кўриниб турибдики, Самарқандда меҳмонхоналарнинг хорижий туристларга, ички туризмга, зиёрат туризмга, ёшлар туризми кабиларга мўлжалланган ихтисослашган янги авлоди бунёд этилади. Бу ҳам туризмни ривожлантиришнинг ташкилий-иқтисодий механизмларидан биридир.

М.Қ.Пардаев – СамИСИ профессори, и.ф.д.,
А.Н.Халиқулов – СамИСИ кафедра мудири, и.ф.н.,
Ҳ.Н.Очилова – СамИСИ кабинет мудираси

МАМЛАКАТИМИЗДА ТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ ИСТИҚБОЛЛИ ЙЎНАЛИШЛАРИ

Туризм соҳасини ривожлантиришнинг янги босқичи бошланди. Мамлакатимизда кириш туризми билан бирга ички туризмни паралел ривожлантиришнинг аниқ чора-тадбирлари ишлаб чиқилди. Мазкур соҳани ривожлантиришга қаратилган давлат дастурларида соҳани ривожлантириш учун мамлакатимизда ва унинг ҳар бир ҳудудида катта имкониятлар

мавжудлигини кўрсатмоқда. Афсуски, ушбу имкониятлар узоқ йиллар давомида тўлиқ ишга солинмасдан келинди.

Мамлакатимизда туризм соҳасини ривожлантиришга катта аҳамият берилаётганлигини охирги икки йил давомида қабул қилинган Ўзбекистон Республикаси Президентининг қатор Фармон ва қарорларда ҳам кўриш мумкин. Бунга бир қанча мисоллар келтириш мумкин. Жумладан, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралда "Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида"ги Фармонида кўзда тутилган мамлакатимизни 2017-2021 йилларда ривожлантиришнинг бешта устувор йўналишлари бўйича ҳаракатлар стратегиясида "туризм индустриясини жадал ривожлантириш, иқтисодиётда унинг роли ва улушини ошириш, туристик хизматларни диверсификация қилиш ва сифатини яхшилаш, туризм инфратузилмасини кенгайтириш" [1] масаласи устувор вазифа сифатида белгилаб берилди.

Ушбу устувор вазифа бундан бироз олдинроқ, яъни 2016 йил 2 декабрда имзоланган Ўзбекистон Республикаси Президентининг "Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида"ги ПФ-4861-сонли Фармонида белгиланган устувор вазифаларнинг мантиқий давоми бўлди. Чунки мазкур фармон ижросини таъминлаш мақсадида айнан ўша куни, яъни 2016 йил 2 декабрда Ўзбекистон Республикаси Президентининг "Ўзбекистон Республикаси Туризмни ривожлантириш давлат қўмитаси фаолиятини ташкил этиш тўғрисида" ПҚ-2666-сонли Қарорига ҳам имзо чекилган эди. Мазкур ҳужжатлар асосида туризм соҳасини ривожлантиришга қаратилган бир қанча ташкилий-иқтисодий тадбирлар амалга оширилди ва соҳани ривожлантиришга қаратилган кенг кўламли дастурлар ишлаб чиқилди. Ушбу дастурлар туризмни ривожлантириш бўйича янги босқични бошлаб берди, дейиш мумкин.

Барча кўрилаётган чора-тадбирлар туризм соҳасини юксалтириш, уни иқтисодиётнинг етакчи тармоғига айлантиришга қаратилди. Ушбу соҳани ривожлантириш борасидаги янги-янги имкониятлар очилмоқда. Натижада соҳани янада жадал ривожлантириш учун юқоридаги меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатларни такомиллаштириш ва бир қанча қўшимча чора-тадбирларни ишлаб чиқиш лозим бўлди. Ушбу заруратдан келиб чиқиб, 2018 йил 3 февралда Ўзбекистон Республикаси Президентининг "Ўзбекистон Республикаси туризм соҳасини ривожлантириш учун қулай шароитлар яратиш бўйича қўшимча ташкилий чора-тадбирлари тўғрисида"ги Фармони эълон қилинди. Ушбу фармон ижросини таъминлашга қаратилган бир қанча қарорлар ҳам қабул қилиндики, улар билан туризмни ривожлантиришнинг аниқ йўналишлари белгилаб берилди.

[1] Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги ПФ-4947-сонли "Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича ҳаракатлар стратегияси тўғрисида"ги Фармони билан тасдиқланган "2017 — 2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича ҳаракатлар стратегияси" Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари тўплами, 2017 й., 6-сон, 70-модда.

Буладан бири 2018 йил 6 февралда Ўзбекистон Республикаси Президенти томонидан имзоланган “Кириш туризмини ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги қарори ва бир кундан кейин, яъни 2018 йил 7 февралдаги “Ички туризмни жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Ўзбекистон Республикаси Президентининг қарорларини келтириш мумкин. Мазкур ҳужжатлар асосида туризм соҳасини мамлакат миқёсида ва унинг ҳар бир ҳудудида ривожлантиришга қаратилган бир қанча чора-тадбирлар дастурлари ҳам ишлаб чиқилди.

Булардан ташқари туризм соҳасини ривожлантиришга қаратилган янги йўналишга ҳам киришилди. Ҳозирги кунда МДҲга аъзо давлатларнинг туризм соҳасидаги ҳамкорликни йўлга қўйиш бўйича 2020 йилга қадар ривожлантириш стратегиясини амалга ошириш чоралари кўрилмоқда. Бунинг учун мазкур ҳолатни биргаликда таҳлил қилиш ва аниқ ҳаракатлар режасини ишлаб чиқиш лозим бўлмоқда. Ушбу мақсадга эришиш учун МДҲ давлатларининг Туризм бўйича кенгаши тузилди. Ушбу кенгашнинг навбатдаги мажлисларидан бирини Самарқандда ўтказишни кўзда тутилган.

МДҲ давлатларининг Туризм бўйича кенгаши тузилиши соҳани ривожлантириш бўйича бир қанча муаммоларни ҳал қилиш имконини беради.

Биринчидан, туристлар оқимининг барча Ҳамдўстлик мамлакатларда отиши эвазига соҳада ишга солинмай келинаётган кўпгина имкониятлардан фойдаланиш имконияти туғилади, натижада барча мамлакатларда хизматлар экспорти ва импорти ошади. Бу соҳада катта туристик салоҳиятга эга бўлган мамлакатимиз албатта кўпроқ манфаатдор бўлади, деган хулосани олға суриш мумкин.

Иккинчидан, Ўзбекистон Республикаси Президенти МДҲга аъзо давлатларнинг туризм соҳасидаги ҳамкорлигини 2020 йилга қадар ривожлантириш стратегиясини ишлаб чиқишни таклиф қилди. Буни амалга ошириш учун соҳадаги муаммолар ва имкониятларни биргаликда таҳлил қилиш ва аниқ ҳаракатлар режасини ишлаб чиқиш зарурати борлиги ҳам таъкидланди. Буни амалга ошириш учун Ҳамдўстлик давлатлари туризм бўйича кенгашининг навбатдаги мажлисларидан бирини Самарқандда ўтказишни таклиф қилинганлиги ва унинг қабул қилинганлиги мамлакатимизнинг туризм салоҳиятини яна бир бор намойиш қилиш имкониятини беради.

Учинчидан, Президентимизнинг МДҲ давлат раҳбарлари кенгаши мажлисидаги нутқида туризм соҳасида катта истиқболлар мавжудлиги, хусусан, МДҲ давлатларидаги улкан туризм салоҳияти ҳалигача тўлиқ ишга солинмагани хусусида гапириб, улардан фойдаланишнинг аниқ таклифлари ишлаб чиқилиши лозимлигини таъкидлади. Эндиликда асосий эътиборни туризм индустриясининг жаҳонда, шу жумладан, МДҲ мамлакатларида энг сердаромад соҳалардан бирига айлантириш чораларини ишлаб чиқишга қаратмоқ лозимлигини ҳаётнинг ўзи тақозо қилмоқда.

Тўртинчидан, Жаҳон сайёҳлик ташкилотининг маълумотларига кўра, 1950 йилларда дунёда хорижий сайёҳларнинг сони 25 миллион нафарни ташкил этган бўлса, бу кўрсаткич 1996 йилга келиб 592 миллион нафарга етди ёки 23,6

баробар ўсди. Бундан ишлаб топилган маблағ 423 миллион АҚШ долларига тенг. 2016 йилга келиб эса дунё бўйича 1,2 миллиард нафарга яқин сайёҳ қайд этилган. Саёҳатчиларга кўрсатилган экспорт хизматлари ҳажми 1,8 триллион АҚШ долларидан ошиб кетганлиги ҳам кўрсатадики, эндиликда мамлакатимизда туризм соҳасининг ривожланишига алоҳида эътиборни кучайтирмасдан туриб, иқтисодий-ижтимоий ҳаётда жуда катта мувоффақиятларга эришиб бўлмайди.

Бешинчидан, туризм соҳасидаги мавжуд маълумотларга кўра, 2015 йил якунлари бўйича, Францияга 83,7 миллион, АҚШга 74,8 миллион, Испанияга 65,0 миллион, Хитойга 55,6 миллион ва Италияга 48,6 миллион нафар хорижлик сайёҳ келган. Ундан кейинги ўринларда эса Германия, Буюк Британия, Россия ва Мексиканинг эгаллаши қайд этилган. Аммо бугунги кунда албатта бориб кўриши лозим бўлган шаҳарлар рўйхатида кучли 50 та шаҳарлар қаторида Самарқанд шаҳри турибди. Аммо туризмнинг ривожланиши жиҳатидан ушбу шаҳар ўз мавқеини тўлиқ тиклай олган эмас. Ҳали шаҳарда жуда кўплаб меҳмонхоналар қурилиши ва бошқа туристик индустрия инфратузилмасини яратишни тақозо қилади.

Биринчидан, туризм соҳасида бундай нуфузли тадбирни Самарқандда ташкил этиш ҳар томонлама тўғри ва мақсадга мувофиқдир. Иккинчидан, юртимизнинг туризм имкониятларини МДҲ мамлакатлари вакилларига яна бир бор намойиш этиш имконияти пайдо бўлади.

Бугун бутун дунё миқёсида жаҳон иқтисодиётининг турли тармоқларида глобаллашув жараёни юз бераётган бир пайтда барча давлатлар ўз миллий иқтисодиётининг реал секторига бор эътиборларини қаратмоқда. Туризм индустрияси эса XX аср ўрталаридан бошлаб жаҳонда энг сердаромад соҳалардан бирига айланмоқда.

Мамлакатимизда миллий туризм индустриясининг бозор муносабатларига асосланган ҳуқуқий ва иқтисодий асослари яратилди. Миллий туризм индустриясини ривожлантириш учун замонавий инфратузилма объектлари барпо этилиб, туризмнинг жаҳон андозалари даражасидаги янги йўналишлари жорий қилина бошланди.

Маълумки, туризм индустрияси миллий иқтисодиётнинг кўплаб тармоқларини ривожлантириш, хорижий валютани жалб қилиш, қўшимча иш ўринлари яратиш, мамлакатнинг миллий урф-одатларини кенг ёйиш, халқаро алоқаларни мустаҳкамлаш каби муҳим долзарб масалалар ечимида муҳим роль ўйнайди. Бугун туризм индустриясини ривожлантиришга алоҳида эътибор қаратилаётгани натижасида юртимизнинг гўзал табиати, муқаддас қадамжолари, ноёб меъморий обидалари, зиёратгоҳлари ҳамда файзли гўшалари дунё аҳлини тобора ўзига мафтун этмоқда. Бунинг самараси ўлароқ, мавжуд тарихий-маданий ёдгорликлар таъмирланмоқда. Давлат даражасида олиб борилаётган бундай ёндашув ҳамда тизимли чора-тадбирлар ўз самарасини бериб, Ўзбекистоннинг сайёҳлик салоҳияти тобора юксалмоқда. Лекин миллий туризм индустриясини янада ривожлантиришда ечимини кутаётган муаммолар ҳам оз эмасди.

Бунинг учун мамлакатимизда миллий туризм индустриясини ривожлантириш бўйича ҳуқуқий асосларни такомиллаштириш зарур эди. Президентимизнинг «Ўзбекистон Республикаси Туризмни ривожлантириш давлат қўмитаси фаолиятини ташкил этиш тўғрисида»ги, «2017-2021 йилларда Хива шаҳри ва Хоразм вилояти сайёҳлик салоҳиятини комплекс ривожлантириш Дастури тўғрисида»ги, «2018-2019 йилларда туризм соҳасини ривожлантириш бўйича биринчи навбатдаги чора-тадбирлар тўғрисида»ги қарорлари, «Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида»ги, «Тўғридан-тўғри хусусий хорижий инвестицияларни жалб этишни рағбатлантириш борасидаги қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида»ги фармонлари мавжуд муаммолар ечимини ҳал қиишга хизмат қилади.

Мазкур ҳуқуқий асослар ҳамда изчил ислоҳотлар туфайли Ўзбекистон туризм соҳасида юқори натижаларга эриша бошлади. 2016 йили Ўзбекистонга 1,9 миллиондан зиёд хорижий сайёҳ келган бўлса, 2018 йилда ушбу кўрсаткич қарийб тўрт баробарга кўпайди. Туризм саноатининг асосий капиталига йўналтирилган инвестициялар ҳажми 2016 йилда 46,4 миллиард сўмни ташкил қилган бўлса, 2018 йилга келиб 214,7 млрд сўмга етди. меҳмонхона ва бошқа жойлашув воситалар сони 850 тани, туризм хизматлари экспорти 3,2 миллиард АҚШ долларини ташкил этди. Туризм фаолияти билан шуғулланадиган субъектлар сони 2016 йилда 418 тага етган бўлса, 2018 йилда 1,5 баробарга кўпайди. Лекин мамлакатимизда туризм индустриясини янада тараққий эттириш учун бир қатор ишларни амалга ошириш зарурати бор, деб ўйлайман.

Биринчидан, сайёҳларни халқаро ва ички йўналишларда ташиш учун маркетинг тадқиқотларини олиб бориб, Ўзбекистон бўйлаб саёҳат қилаётган сайёҳлар учун тарифларни пасайтириш зарур. Бунда туристлар зарар кўрмаслиги ва туристик ташкилотларнинг фойда олишлиги таъминланиши мақсадга мувофиқ.

Иккинчидан, Ўзбекистонда саёҳатни арзон, оддий ва хавфсиз бўлишини таъминлаш чора-тадбирлари кўрилди. Бу бўйича анча мувоффақиятларга ҳам эришилди. Бироқ хорижий туристларнинг тўлиқ ишончига сазовар бўладиган тадбирларни кўпайтириш лозим бўлмоқда. Чунки социологик сўров натижалари ҳали сайёҳларнинг бемалол ҳар томонлама хавфсиз ҳолда сайр қилишиига тўлиқ ишончи етарли эмас.

Учинчидан, хорижий сайёҳлар учун виза олиш тизими максимал даражада соддалаштирилмоқда. Шунингдек, уларнинг аэропорт ва вокзалларда резидентлар ва норезидентларнинг паспорт назоратидан алоҳида-алоҳида ўтишларини ташкил қилиш ишларини давом эттириш лозим. Чунки хорижий туристлар 2 соат учиб келамиз ва аэропортда ҳам шунча муддатда қолиб кетамиз деган фикрларни билдирган эди. Ушбу ҳолатга албатта чек қўйилди. Бироқ, уни такомиллаштириш устида олиб борилаётган ташкилий тадбирларни давом эттириш лозим.

Хулоса сифатида шуни таъкидлаш керакки, мамлакатимизга келаётган сайёҳларга сифатли хизмат кўрсатиш, уларнинг юртимиз ҳақидаги

таассуротларини бойитиш соҳа ходимларидан юксак билим ва малака талаб этади. Шунинг учун ҳам туризм соҳасини чуқур ўрганадиган маркетинг ва менежмент, хизмат кўрсатиш, халқаро туризм, меҳмонхона хўжалиги ва ресторан иши йўналишлари бўйича малакали мутахассислар тайёрлаш ишларини ҳам тубдан қайта кўриб чиқиш керак, деб ўйлайман.

Д.Х.Асланова – проректор по науке и инновациям СамИЭС

СТРУКТУРА АГРОЭКОТУРИСТСКОГО КЛАСТЕРА МИРАНКУЛЬ

Экологическое состояние предгорной зоны Тянь-Шаньского устья, его туристско-рекреационный, а также земельно-ресурсный потенциал выступили основным критерием для выбора данной территории при разработке проекта туристского агроэкокластера. На основе изучения конкретных туристских, рекреационных, социально-экономических и земельно-ресурсных условий села Миранкуль представляется возможным создание пилотного туристского агроэкокластера в границах почвенной зоны предгорных равнин, предгорий и низкогорий Миранкуля.

Данная зона отличается относительной экологически чистой территорией, разнообразными рекреационными ресурсами. На сегодняшний день большая часть территории зоны распахана, наиболее крупные пахотные массивы пашни расположены по подгорным и предгорным равнинам и увалистым предгорьям. Предгорная почвенная зона характеризуется высокой степенью современной хозяйственной освоенности, пахотные угодья занимают свыше 50% от общей площади сельскохозяйственных угодий. В границах представленной зоны имеются все необходимые рекреационные, земельно-ресурные и производственные предпосылки для создания туристского агроэкокластера с проектным названием «Миранкуль». На территории данной почвенной зоны уже функционирует несколько компаний по производству и частичной переработке экологической сельскохозяйственной продукции, в частности предприятия специализирующиеся на выращивании винограда, урюка, грецкого ореха. экологически чистого лекарственного растительного сырья.

Этот район, отличается высоким уровнем культурного и туристко-рекреационного потенциала. По территории предгорной зоны проходит востребованный туристический маршрут «Великого шелкового пути», в границах зоны расположены загородные виллы, профилактории, места отдыха, каскад водопадов. Природа данной местности притягивает множество туристов чистыми озерами, водопадами, источниками и многими другими красотами экологически чистых заповедных предгорий Тянь Шаня. Природа данной местности притягивает множество туристов чистыми озерами, водопадами, источниками и многими другими красотами экологически чистых заповедных предгорий Тянь Шаня.

Авторский проект структуры туристского агроэкокластера «Миранкуль» представлен на рисунке 1.

Опираясь на общие трактовки, мы определяем «агроэкокластер» как, туристское аграрно-экологически ориентированное научно-инновационное, интеграционное формирование, включающее в себя туристско-рекреационный, культурно-просветительский секторы, сельскохозяйственные, производственные, перерабатывающие и сбытовые организации, научную и учебно-производственную базу региональных научных центров и вузов, маркетинго-аналитический, выставочный центр, развитую инфраструктуру логистики.

В отличие от традиционных кластерных структур в проекте агроэкокластера обосновано создание туристско-рекреационного и эколого-культурнопросветительского секторов. В туристском агроэкокластере объединяются в единый цикл все процессы, связанные с планированием, научным обоснованием, разработкой, производством, реализацией, сертификацией туристических услуг агроэкокластера и , т.е. от момента зарождения бизнес-идеи до ее воплощения в конечный продукт. Формирование туристских агроэкокластеров обусловлено значительным различием территории по туристическому и рекреационному потенциалу данной местности, природно-климатическому потенциалу, плотности населения, уровню развития инфраструктуры, дорожно-транспортной доступности. Формирование туристского агроэкокластера, по нашему мнению, имеет особую значимость для развития экономики этой местности и привлечения инвестиционных ресурсов в сферу туризма. Причем, важное значение здесь, будет иметь общественная поддержка идеи создания туристского агроэкокластера и осознание их роли в стратегическом развитии туристской сферы страны.

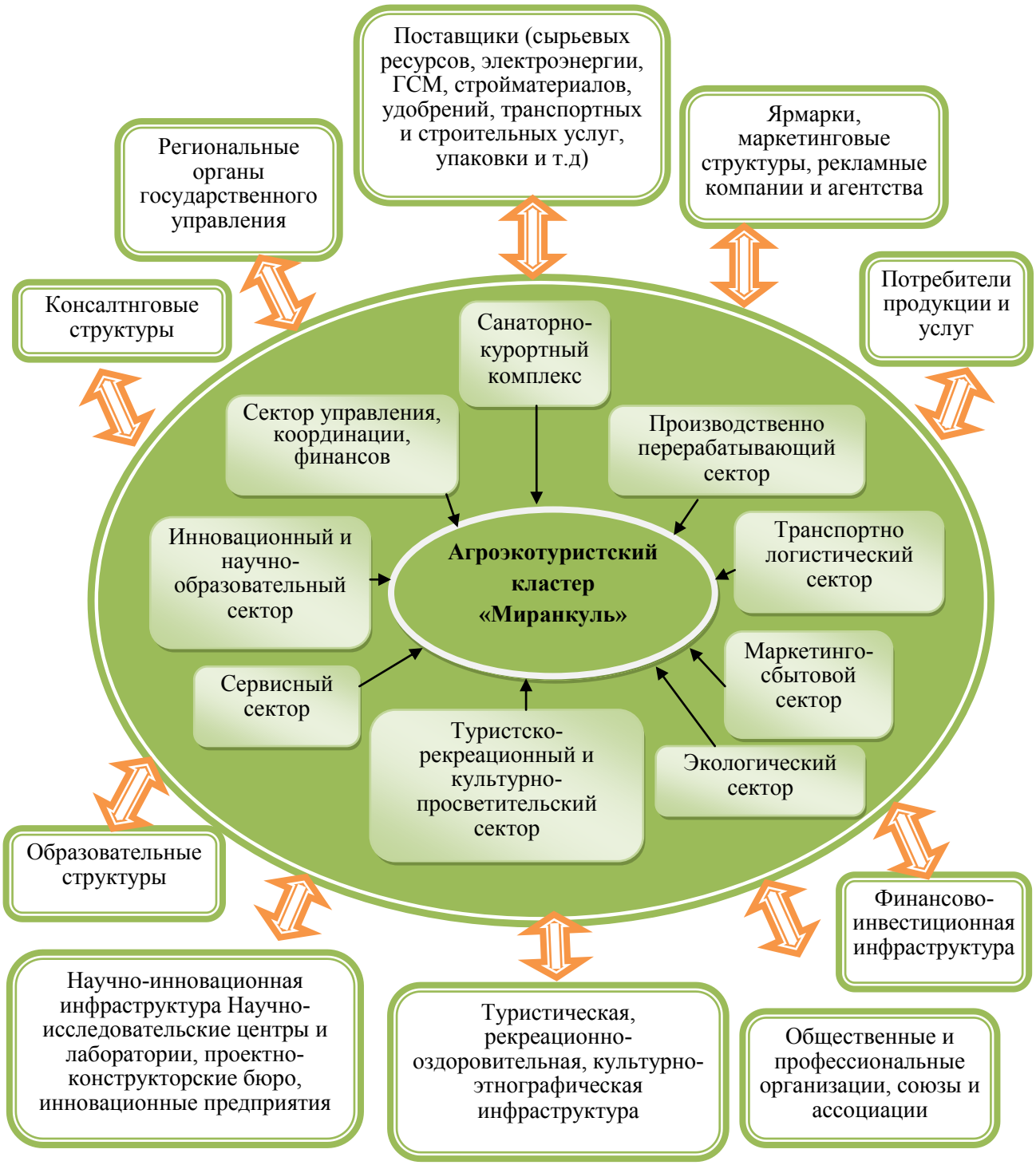


Рис.-1. Модель проекта структуры туристского агроэкокластера «Миранкуль»

Разработанная модель туристского агроэкокластера включает в себя следующие ключевые секторы: туристско рекреационный и культурно-просветительский сектор, инновационный и научно-образовательный сектор, сектор управления, координации, финансов, кадров агроэкокластера, санаторно-курортный комплекс, производственно перерабатывающий сектор, транспортно логистический сектор, маркетинго-сбытовой сектор, снабженческий сектор, сервисный сектор. К ним относятся:

туристско-рекреационный и культурно-просветительский сектор, к которому относятся визитно-информационные центры, сайты, туристские представительства на целевых рынках и информационные объекты (стенды, справочные бюро, таблички с названиями улиц и т.д.), расположенные в населенных пунктах.

к инновационному и научно-образовательному сектору относятся научно-исследовательские центры и лаборатории, проектно-конструкторские бюро, инновационные предприятия;

маркетинговые структуры – ярмарки, рекламные компании и агентства.

образовательные структуры – высшие и средние специальные учебные заведения, центры повышения квалификации;

финансово-инвестиционная инфраструктуры – банки инвестиционные и лизинговые структуры, биржи;

региональные органы государственного управления – общественные и профессиональные организации, союзы и ассоциации, региональные органы государственного управления, министерства и ведомства, районная администрация, отраслевые департаменты, комитеты, управления;

производственно перерабатывающий сектор – агротехническая служба призвана разработать стратегию воспроизводства земельных ресурсов в направлении производства органической продукции, обеспечить экологически безопасную и рациональную почвенную обработку, провести отбор адаптированных сортов культур, сформировать систему защиты растений с учетом стандартов экологизации землепользования;

транспортно-логистический сектор – транспортные организации, автопарки;

сервисный сектор – торговые, развлекательные, обслуживающие предприятия;

санаторно-курортный комплекс – пансионаты, гостевые дома, санатории, гостиницы;

экологический сектор – поставщики сырьевых ресурсов, электроэнергии, стройматериалов, транспортных и строительных услуг, упаковки и т.д.

Формирование и развитие туризма ориентированного на производство туристской агроэкопродукции и услуг, на основе вовлечения в оборот неиспользуемых, территориальных, земельных, туристских ресурсов, представляется возможным посредством продвижения инновационных идей, через систему информационно-консультационных центров, организацию презентаций, проведение рекламных компаний, участие в выставках-ярмарках на региональном и международном уровнях. Полагаем, что деятельность туристских агроэкокластеров может оказать значимый положительный эффект на уровень экономического, социального и экологического развития сельских административных образований региона путем активизации регионального рынка туристской продукции и услуг, полного и экологически сбалансированного использования земельных рекреационных ресурсов, повышения уровня занятости сельского населения, активизации

агроэкотуристской сферы, формирования экологической инфраструктуры территории, расширения налогооблагаемого поля, повышения устойчивости сельскохозяйственных организаций и инновационной активности региона.

М.Ж. Темирханова – ТДИУ доценти, PhD

ТУРИСТИК КОРХОНАЛАРДА МОЛИЯВИЙ НАТИЖАЛАРНИ ТАШКИЛ ЭТИШ ПРИНЦИПЛАРИ

Бухгалтерия ҳисоби соҳасидаги иқтисодчи олим ва мутахассислар «молиявий ҳисоб» ва «бошқарув ҳисоби» тушунчаларига ўз қарашлари, фикр-мулоҳазалари ҳамда турлича ёндашувларини баён этиб ўтишган. Жумладан, профессор О. Бобожонов томонидан қуйидагича изоҳ берилган: «Молиявий ҳисобни қисқача таърифлайдиган бўлсак, у давлат ва нодавлат органларининг ишлаб чиққан ва тафсиф этилган барча қонун ва қоидаларига риоя қилган ҳолда юритиладиган бухгалтерия ҳисобининг туридир»[1]

Демак, молиявий ҳисоб ва бошқарув ҳисоби ўртасида умумийлик мавжуд, чунки уларнинг иккаласи ҳам корхона ҳисоб тизими ахборотидан фойдаланади.

Профессор А.Ибрагимов эса молиявий ҳисобни умумий сифатда бухгалтерия ҳисобининг ажралмас қисми деб баҳолаб, қуйидаги фикрни билдириб ўтади: «Бухгалтерия ҳисоби фойдаланувчиларга қарорлар қабул қилиш учун хўжалик юритувчи субъект фаолияти тўғрисидаги молиявий маълумотларни умум қабул қилинган тамойилларга асосан аниқлаш, қайта ишлаш ва молиявий ҳисобот шаклида етказиб беришни амалга оширадиган ахборот тизимдир. Бунда молиявий ҳисоб корхона раҳбарияти, мавжуд ва бўлғуси инвесторлар ва кредиторлар, харидор ва мол етказиб берувчилар, ҳукумат ва унинг органлари ҳамда жамоатчилик учун хизмат қилади»[2]

Профессор Б.Хасановнинг фикрича, «Молиявий ҳисобнинг қабул қилинган тамойиллари бошқарув ҳисобида ҳам амал қилиши мумкин, чунки корхона раҳбарлари ўз фаолиятларида мутлақо текширилмаган тахминлар ва фикрларга таяниб иш қилишлари мумкин эмас. Бундан ташқари, ҳар иккала кичик тизим ахборотидан зарурий бошқарув қарорлари қабул қилиш учун фойдаланилади» [3]

Профессорлар З. Қурбонов ва К.Ҳотамовлар томонидан молиявий ҳисоб хўжалик ҳисобининг таркибий қисми сифатида қаралиб, у фақат ташқи фойдаланувчилар манфаатларига хизмат қилади, бухгалтерия ҳисоби: молиявий, бошқарув ва солиқлар ҳисобидан иборат, деб белгилайдилар [4]

Профессор Р.Холбеков эса республикамизда ҳисоб тизимини қуйидаги учта йўналишга бўлади: статистик ҳисоб, оператив ҳисоб ва бухгалтерия ҳисоби. Бухгалтерия ҳисобини, ўз навбатида, икки қисмга бўлади: молиявий ҳисоб ва бошқарув ҳисоби. Молиявий ҳисоб маълумотлари нафақат ички балки ташқи фойдаланувчилар учун ҳам тақдим этилади [5]

Профессор Ф.Ғуломованинг фикрича; «Бозор муносабатларига ўтиш шароитида бухгалтерлар кўп йўналишлар бўйича ихтисослашиши мумкин. Молиявий ҳисоб билан шуғулланадиган бухгалтерлар ташқи фойдаланувчилар учун зарур ахборотни тайёрлайдилар, яъни корхонанинг ташқи ҳисоботини тузиш улар ишининг пировард маҳсули ҳисобланади» [6]

Профессор Д.Холбоев молиявий ҳисобга қуйидагича таъриф беради: «Молиявий ҳисоб - бу расмий ҳисоб тури бўлиб, уни юритиш мулкчиликнинг ва бизнесни юритишнинг шаклидан қатъи назар, барча хўжалик юритувчи субъектлар учун мажбурий ҳисобланади» [7]

Халқаро муносабатларнинг ривожланиши натижасида халқаро корпоратив хўжаликлари шаклланиб, уни бошқариш тизимига ташқи фойдаланувчилар-инвестор ва кредиторлар кириб келди. Натижада, бухгалтерияга энди нафақат ўз бухгалтерия ҳисоби хизмати учун маълумот етказиб бериш, балки ташқи фойдаланувчиларга ҳам фойдали бўлган молиявий ахборотни тақдим қилиш вазифаси юкланди. Бу, ўз ўрнида бухгалтериянинг энг такомиллашган тури бўлган «молиявий ҳисоб» шаклланишига туртки бўлди. Демак, оддий ҳисобчиликдан то бугунги кундаги янги такомиллашган бухгалтерия ҳисобининг шаклланиш асосида ҳам айнан туристик корхоналар фаолиятининг ўзгариш жараёни ётади. Хорижий тажрибага эътибор қаратадиган бўлсак, молиявий ҳисобни ташкил қилиш ва юритиш корхонанинг ваколатига киради. Молиявий ҳисобни юритиш ва ҳисоботни тузиш қоидалари бухгалтерия ҳисобининг касбий ташкилотлари томонидан ишлаб чиқиладиган умумқабул қилинган миллий стандартлар билан тартибга солинади (1-жадвал).

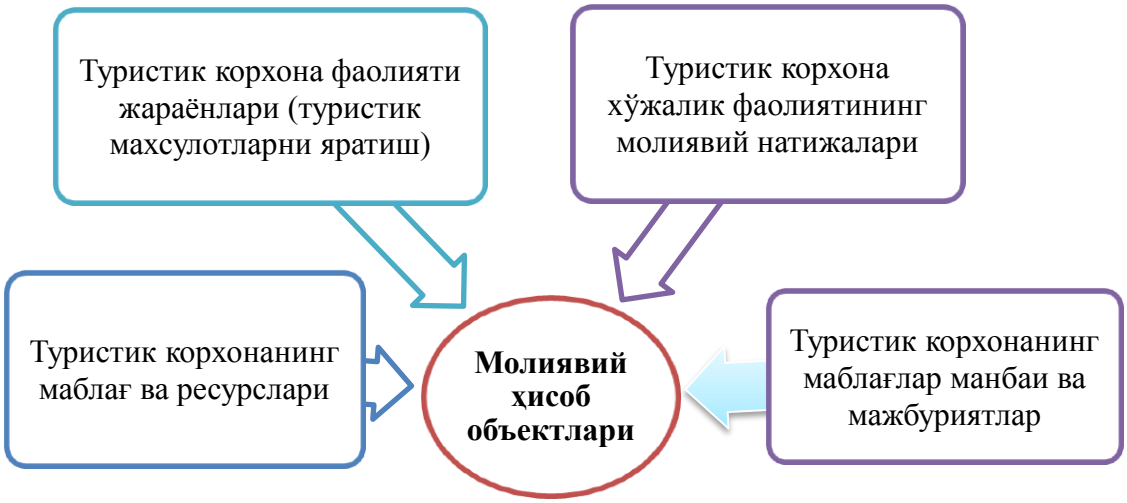
1-жадвал

Хорижий давлатларда молиявий ҳисобни тартибга солувчи ташкилотлар

Давлатлар номи	Молиявий ҳисобни тартибга солувчи ташкилотлар
АҚШ	Умум қабул қилинган бухгалтерия ҳисоби тамойиллари (GAAP – Generally Accepted Accounting Principles). «Молиявий ҳисоб бўйича қўмита» (FASB), «Қимматли қоғозлар ва биржа бўйича Комиссия» (SEC) ва «Америка жамоатчи дипломли бухгалтерлар институти» (AICPA)
Буюк Британия	«Компаниялар тўғрисидаги» (Company Act, 2006, CA 2006).»Шотландия дипломли бухгалтерлар институти» (ICAS-1854 й), «Англия ва Уэльс дипломли бухгалтерлар институти» (ICAEW-1894 й) мавжуд. Англияда биринчи ҳисоб стандартлари «Бухгалтерия ҳисоби стандартлари бўйича Қўмита» (ASC). Ҳозирда 25 та стандартлар (SSAP) амалиётга жорий этилган.
Германия	«Бухгалтерлар институти» (IW-1931 й). «Бухгалтерлар Палатаси» (WSO).

Франция	«Савдо кодекси» (CC). «Миллий бухгалтерия қоидалари» (NAC/PCG).
Япония	Япония тижорат корхоналари учун молиявий ҳисоб стандартлари ишлаб чиқилган.»Япония дипломли бухгалтерлар жамоатчилик институти» (JICPA).
Италия	«Тижорат мутахассислиги ва бухгалтерия хисоби бўйича миллий Кенгаш» (CNDCR) мавжуд бўлиб, ушбу Кенгаш томонидан ишлаб чиқиладиган бухгалтерия стандартлари «Биржа бўйича миллий Комиссия» (CONCOB) томонидан амалиётга жорий этилади.
Россия	«Россия профессионал бухгалтерлар ва аудиторлар институти» (РПБАИ-1997).

Олиб борилган илмий тадқиқотимиз туристик корхоналарда молиявий ҳисобни ташкил этишга қаратилганлиги учун ишда бошқарув ҳисобининг элементларига тўхталиб ўтилмаган.



1-расм. Туристик корхоналардамолиявий ҳисобнинг бевосита объектлари[1]

Юқоридаги фирклардан келиб чиқиб, туризм соҳасининг хусусиятларини инобатга олган ҳолда биз молиявий ҳисобга қуйидаги ёндашувни айтиб ўтамиз: «Туризм соҳасида молиявий ҳисобнинг мақсади мулкий ва молиявий ҳолатини баҳолаш, активлар, мажбуриятлар ва устав капитал ҳолати тўғрисидаги ахборотларни умумлаштириш, даврий ва йиллик молиявий ҳисоботни тузишга қаратилади».

Туристик корхоналарда молиявий ҳисобнинг объектлари туристик маҳсулот (кўрсатилаётган ҳизматлар)ларнинг яратилиши ва молиявий натижаларни шакллантиришни қамраб олади.

Молиявий ҳисоб объектлари бўйича маълумотлар туризм корхона раҳбарияти, менежерлари ҳамда ташқи фойдаланувчилар учун мўлжалланган бўлиб, унда корхонанинг молиявий аҳволи, унинг тўлов қобилияти, кредитга лаёқати, жалб қилинаётган инвестицияларнинг рентабеллик даражаси

[1]Муаллифишланмаси.

кабиларга баҳо беришда айнан шу маълумотларнинг аниқ белгиланган талаб ва стандартларга мувофиқ равишда олиб борилганига эътибор қаратилади.

Туристик корхона молиявий ҳисобининг тузилиши бўйича айрим хусусиятларга тўхталиб ўтамиз. Жумладан, туристик корхоналарда ҳисоб сиёсатини ишлаб чиқишда молиявий ҳисобни юритиш қоидалари, молиявий ҳисобот тузиш ва тақдим қилиш тартиблари эътиборга олинади. Шунингдек, туристик корхонанинг молиявий ҳисобида ҳисобварақлар тизими компаниянинг моддий, меҳнат ва молиявий ресурслари ҳолати ҳамда ҳаракати тўғрисидаги барча маълумотларни умумлаштиради.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

А.Ибрагимов ва бошқ. Ҳалқаро молиявий ҳисобот стандартлари асосида банкларда бухгалтерия ҳисоби/Ўқув қўлланма. Ҳаммуаллиф-Т: «MOLIYA», 2010 - 274 б.

А.Ибрагимов ва бошқ. Ҳалқаро молиявий ҳисобот стандартлари асосида банкларда бухгалтерия ҳисоби/Ўқув қўлланма. Ҳаммуаллиф-Т: «MOLIYA», 2010 - 274 б.

Амалий бошқарув ҳисоби: Ўқув қўлланма / Б.А.Хасанов ва бошқ. -Т.: «MOLIYA». 2013.

Курбанов З. Теория бухгалтерского учета. Учебник/ З.Курбанов, К.Хотамов – Т.: «IlmZiyo». 2014. 248 с.

Холбеков Р.О. Бухгалтерия ҳисоби назарияси. ЎР ОЎМТВ, Т.: 2011.-200

Ғуломова Ф. Бухгалтерия ҳисобини мустақил ўрганиш учун қўлланма. – Т.: «NORMA», 2012-528 б.

Холбоев Д ва бошқ. Молиявий ҳисоб. Ўқув қўлланма. Т.: «Чўлпон» НМИУ-2016-236 б.

Гаррисон Д.Ч.Стандарт-кост. Система нормативного учета себестоимости. – Л.: Союзоргучет, 1933 г.

Бобожонов О. У. Молиявий ҳисоб. Дарслик. –Т.: «Шарқ нашриёти»-2000. 480 б.

Ш.А. Мусаева – СамИСИ доценти, и.ф.н.

В.Б. Бердикулов – СамИСИ кафедра мудири, и.ф.н.

ТУРИСТИК ФИРМАЛАР БОЗОРИДА РАҚОБАТ ХОЛАТИНИ ЎРГАНИШ

Самарқанд шахри туристик махсулотлари бозорида стратегик маркетингнинг асосий вазифаларидан бири – бу туристик фирма ва мехмонхоналар хизмати бозорида унинг ўрнини кўрсатиб беришдан иборатдир. Бунинг учун туристик-мехмонхона бозорини тахлил қилиш лозим бўлади.

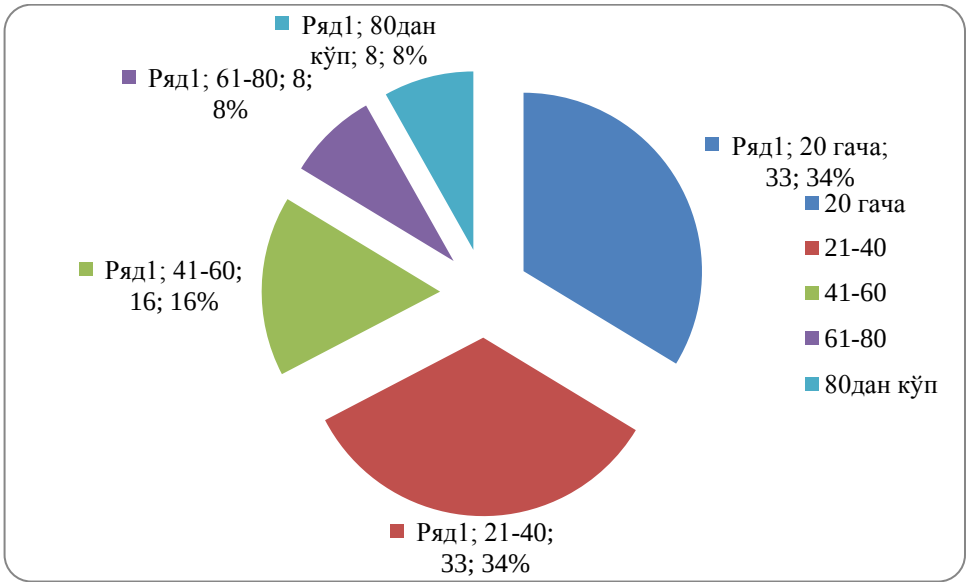
Бугунги кунда Самарқанд вилоятида жами 195 та туризм фаолияти билан шуғулланиш ҳуқуқига эга бўлган туристик субъектлари, яъни 90 та (шундан, 71 таси фаолият кўрсатмоқда) туристик компаниялар ва фирмалар ҳамда 4600

нафардан зиёд меҳмон (шундан, амалда фойдаланиш мумкин бўлган ўринлар сони 3907 та) жойлашиш имкониятига эга 105 та меҳмонхоналар мавжуд.

Самарқанд шахридаги туристик фирмаларнинг фаолият кўрсатишининг тахлили.

Мавжуд меҳмонхоналардан 98 таси фаолият кўрсатмоқда, қолган 7 та меҳмонхоналар таъмирталаб ёки таъмирлаш ишлари олиб борилаётгани сабабли фаолият кўрсатмаяпти (йирик меҳмонхоналар: “Афросиёб Палас”, “Самарқанд”)

Мазкур 98 та мехмонхоналарининг таркиби ва қуввати бўйича тасниф қилсак қуйидаги холатни кўришимиз мумкин.



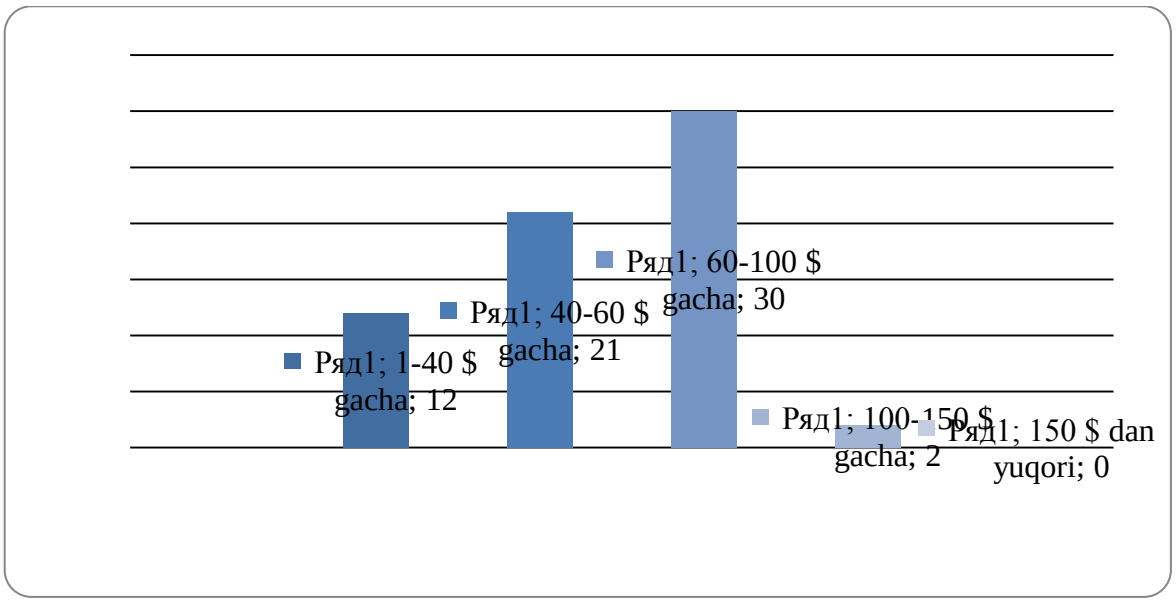
1-расм. Самарқанд шахридаги мехмонхоналарнинг қуввати бўйича таснифи.

Ушбу таснифда бизлар 20 ўрингача, 21дан 40 ўрингача, 41дан 60ўрингача, 62дан 80 ўрингача ва 80дан ортиқ ўринга эга бўлган мехмонхналарни ажратдик. Кўриниб турибдики Самарқанд мехмонхоналарнинг аксарияти ўта кичик ва кичик тоифаларга киради (ҳар бири 34%дан). Кейинги ўринда ўртача мехмонхоналар тарқалган ҳисболанади (16%), ва энг кам сонли йирик ва ўта йирик мехмонхонлар ҳисобланади (ҳар бири 8%дан).

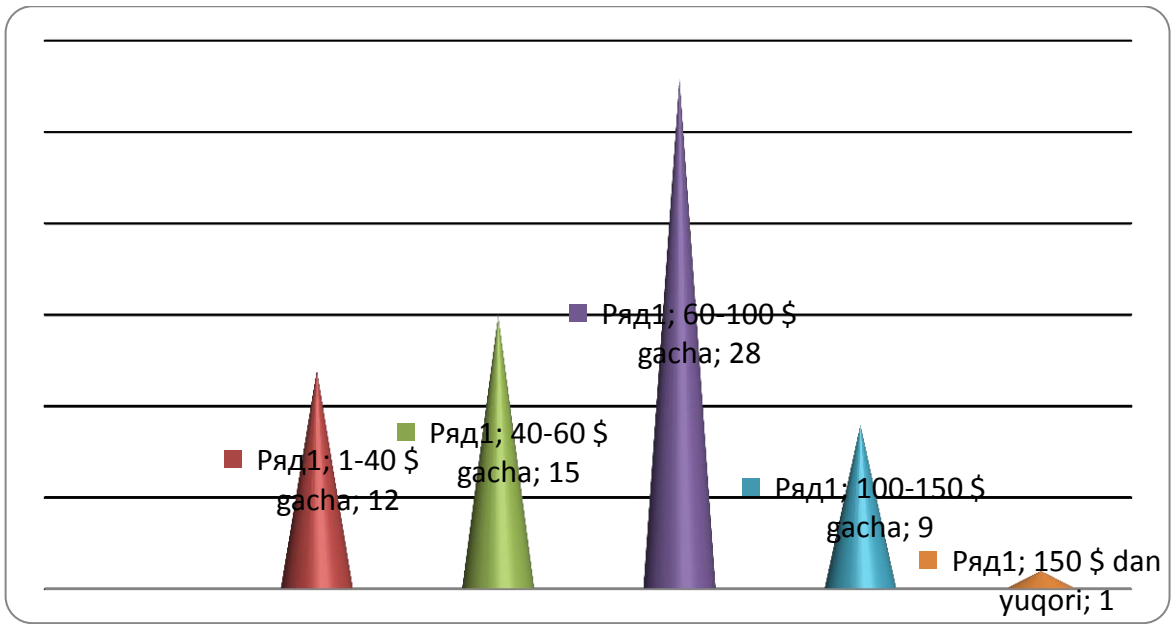
Мехмонхоналар бозорида асосий рақобатчиларни аниқлаш учун бизлар Самарқанд шахридаги мехмонхоналарни турли белгилар бўйича таснифлашга қарор қилдик.

Изланишда жами 67та мехмонхоналар кўриб чиқилди.

Мехмонхоналарни тоифалар бўйича тахлил қилганимизда уларнинг 11таси тўрт юлдузли, 20таси учу юлдузли, 19таси икки юлдузли ва 15 таси экономкласс тоифаларига эгалиги аниқланди.



2-Расм. Самарқанд мехмонхоналарининг бир кишилик номер нархи бўйича тасниф этилиши.



3-Расм. Самарқанд мехмонхоналарининг икки кишилик номер нархи бўйича тасниф этилиши.

Ушбу изланиш натижаси бўйича мехмонхоналарининг асосий рақобатчиларига эконом класс мехмонхонлаларининг паст нархларда хизмат таклиф этувчи мехмонхоналари бўлиши тўғрисида хулосага келдик. Шу билан биргаликда рақобатчилар қаторига қуввати паст номерлар ва ўринлар сони кам бўлган мехмонхоналарни киритиш тўғрисида хулоса қилиш мумкинлиги аниқланди.

Маълумки, ҳозирги кунда мамлакатимизда халқаро туризмнинг жаҳон андозаларига мос келадиган жиҳатлари эндигина ривожланаётганлиги боис туристларга туристик хизматларни кўрсатиш борасида талайгина қийинчиликларга дуч келинмоқда. Булар бевосита туризм соҳасида фаолият

кўрсатаётган кичик бизнес субектлари ўртасидаги ўзаро муносабатнинг яхши ўрнатилмаганлигига бориб тақалади. Биз қуйида ана шу муаммони ҳал этиш йўллари хусусида ўз фикр-мулоҳазаларимизни билдириб ўтмоқчимиз.

Ҳозирги кунда мамлакатимизга ташриф буюрадиган чет эллик туристларнинг саёҳатларини ташкил этиш борасида фаолият кўрсатаётган туристик агентликлар ўз фаолият доирасини мана шундай туризм ресурслари ҳисобидан кенгайтиришга ҳаракат қилишмоқда. Бироқ, бу борада туристик агентлар билан бошқа шу соҳага тааллуқли кичик бизнес субектлари ўртасидаги ўзаро муносабатнинг замон талабларига мос равишда шаклланмаганлиги натижасида кўплаб тўсиқларга дуч келинмоқда.

Бунинг учун, маркетинг тадқиқотларини амалга оширадиган кичик хусусий компаниялар билан туристик агентлар ўртасидаги ўзаро муносабатни қарор топтириш керак. Туристик агентликлар янги ташкил этилганлиги боис уларда хизмат кўрсатувчи персонал миқдорининг камлиги ва бундан ташқари тажрибали маркетологларнинг етишмаслиги туфайли улар туристлар учун қандай туристик маҳсулотларга эҳтиёж борлигини, шунингдек, бу туристик маҳсулотларни туристларга реклама қилиш борасида қийинчиликларни бошидан кечиришмоқда. Маркетинг тадқиқотларини ўтказувчи агентликлар эса ўзларидаги маркетинг хизматларини туристик агентликларга таклиф етишса, бу муаммо ҳал бўларди.

Туризм маркетинги ҳар бир мамлакат ёки худуд учун мухим аҳамиятга ега. Маркетинг ёрдамида потенсиал туристлар тегишли худуд нима таклиф эта олиши тўғрисида маълумотга эга бўлади ва шундан кейин уларда Ушбу худудга ташриф етиш истаги пайдо бўлади. Бозорни режалаштириш умумий жараённинг бир элементи ва унинг туристик маҳсулот ишлаб чиқиш билан алоқаси сифатида тушуниш лозим.

Маркетинг фаолиятининг бир нечта йўналишларини ўз ичига олади. Буларга маркетинг мақсадларини белгилаш, маркетинг стратегиясини ишлаб чиқиш, реклама ахборот дастурини ишлаб чиқиш ва уни амалга ошириш, шунингдек туристлар учун маълумотлар хизматини ташкил этиш киради. Бозорни режалаштириш алохида ёки халқаро ва ички туристлар билан биргаликда амалга оширилиши мумкин.

Хар томонлама ва комплекс режалаштириш жараёнида маркетинг соҳасидаги вазифалар жалб қилинадиган туристларнинг турлари ва миқдори нуқтаи назаридан бозор мақсадлари кўринишини олади. Бозор мақсадлари одатда беш йиллик давр учун белгиланади ва туристларнинг тури, ташриф муддатларининг ўртача давомийлиги, уларни юборган мамалакат ёки халқаро ҳудудлар ва бошқа хусусиятларни ҳисобга олган ҳолда ташрифларнинг тахминий сони кўринишида ифодаланади. Туристларнинг мақсадли сегментлари туристик маҳсулот, туристик ва туризмнинг кутилган турлари концепциясига мос бўлиши лозим.

Ривожланган туристик марказларда маркетинг мақсадлари бозор турларининг ўзгариши билан (масалан, янада юқори сифатли ёки ихтисослаштирилган бозорларга мослашиш) боғлиқ бўлиши мумкин.

Бундай мақсадларни диққатга сазовор жойлар, обектлар ва хизматлар билан боғлиқ туристик маҳсулотдаги тегишли ўзгаришларга мослаштириш талаб этилади.

Маркетинг стратегиясида бозор мақсадларига эришишнинг принциплари ифодаланади. Бундай стратегия, жумладан, қуйидаги элементларни ўз ичига олади: Маркетинг табиат умумий, қизиқишлари бир хил бўлган туристлрга йўналтирилган, ёки туризм бозорларининг ўзига хос турларига йўналтирилган.

Туризмни кўтариш дастури асосида қатор элементлар ётади. Буларга маркетинг стратегияси, маркетинг тақсимлаш каналларини билиш, мавжуд реклама –ахборот ишлари усуллари, шунингдек смета хажми киради. Бундай дастур одатда 3 – 5 йилга мўлжаллаб чиқилади. Унда йиллар бўйича ўтказиладиган реклама – ахборот тадбирларининг турлари ҳамда уларнинг ҳисобий нархи кўрсатилади.

Sh.A.Musayeva – SamISI dotsenti, i.f.n.
D.I.Usmonova – SamISI o‘qituvchisi, PhD.
S.D. Erkinova – SamISI Mr-115 guruh talabasi

TURISTIK-MEXMONXONA INDUSTRIYASIDA MARKETING XIZMATNING TASHKILIY SHAKLLARI

Bozor munosabatlari sharoitida korxona bozor konyukturasi, bo‘lajak sheriklar imkoniyatlari, narxlar o‘zgarishi xaqida axborot olish asosida o‘z ishlab chiqarishini moddiy-texnikaviy ta’minlash olish yuli bilan amalga oshiradi. Natijada korxonaning reja-iktisod, texnika, texnologiya, ta’minot va sotuv bo‘limlari vazifalari o‘zgaradi. chunki korxona muxandis-texniklari resurslardan qay darajada foydalana olish imkoniyatiga ega ekanliklarini bilishlari, bozor ta’siridan erkin bo‘lishlari uchun korxonada bozor iktisodiyoti, korxona ishlab chiqarish va moliya siyosati masalalari buyicha axborot manbasi bulgan maxsus **marketing xizmati**ni tashkil etish extiyoji vujudga keladi.

Korxona butun marketing faoliyati va rejalashtirishni amalga oshiruvchi marketing tizimini yaratishi kerak. Agar bu kichik korxona bo‘lsa, **marketing xizmati**ni bir kishi bajarishi mumkin. U ham marketing tadkikotlarini olib boradi, ham savdo va reklamani tashkil etadi, ham mijozlarga xizmat ko‘rsatishni amalga oshiradi. Agar korxona katta bo‘lsa, **marketing xizmati** bilan marketing bo‘limi shug‘ullanishi lozim bo‘ladi. Bo‘limda agentlar, marketing bo‘yicha tadkikotchilar, reklama bo‘yicha mutaxassislar, maxsulot ishlab chiqarishni boshqaruvchilar, bozor segmentlari bo‘yicha boshqaruvchilar, mijozlarga xizmat ko‘rsatuvchi xodimlar ishlaydi.

Marketingni tashkil etish deganda, uning vazifalarini bajaruvchi bo‘limlarning tuzilishi va ularning o‘zaro mas’uliyatlarini, hamda bog‘likliklarini ifodalovchi tizimini yaratish tushuniladi. Bunday tizim oddiy korxonadan tortib bozorda ishtirok etaetgan barcha sub’ektlar davlat yoki nodavlat, tijorat yoki notijorat, tuman, shaxar,

viloyat va respublika mikyosida faoliyat koʻrsatayotgan muassasalar va tashkilotlarda tuzilgan marketing xizmatlarini oʻz ichiga oladi.

Marketingni tashkil etishda, uni tuzilishi qandayligidan qat'iy nazar bir xildagi qonun-qoidalarga ya'ni tamoyilllarga rioya qilinmogʻi darkor. Bozor iqtisodiyotida marketingni tashkil etishda quyidagi tamoyillarga rioya qilinadi:

mehnat taqsimoti (boʻlishi) ga amal qilish;

hokimiyatga boʻysunish, intizom va tartibga rioya qilish;

buyruq berishning yagonaligi, boshqaruvda yakkaboshchilik va kollegiyalik;

mehnatni moddiy va ma'naviy ragʻbatlantirish;

markazlashuv va ierarxiyaga rioya qilish;

ishchi va xizmatchilarning doimiyligi, birligi va yagonaligi;

tashabbuskorlik va haqqoniylik (ob'ektivlik);

ilmiy asoslanganlik;

tejamkorlik va samaradorlik

Mamlakatimizda amalga oshirilayotgan islohotlarni yanada chuqurlashtirish va aholining bandlik masalasini hal qilish kabi muhim tadbirlarga qaratilgan Prezidentimizning yana bir qarori "2012-2016 yillarda Oʻzbekiston Respublikasida xizmat koʻrsatish sohasini rivojlantirish dasturi toʻgʻrisida"gi 2012 yil 10 may kuni imzolangan qaroridir. Bu qaror aholini ish bilan ta'minlash va ularning farovonligini oshirishga qaratilgan oldingi olib borilgan ishlarni yanada kuchaytirishga va mamlakatda islohotlarni chuqurlashtirishga qaratilgan amaliy tadbirlardan biri boʻldi.

Oʻzbekiston xaqli ravishda xorijiy turistlar uchun jozibali mamlakat hisoblanadi. Xitoyni Evropa mamlakatlari bilan bogʻlovchi Buyuk ipak yoʻli oʻtgan shaharlarda oʻrta asrlardan boshlab turli davrlarga taaluqli toʻrt mingdan ortiq arxitektura yodgorliklari mavjud. Oʻzbekiston koʻplab xorijlik turistlarni jalb qilish uchun boshqa resurslarga ega. Bular quyidagilar: choʻl va qoʻriqxonalar, togʻ choʻqqilari va daryolar, mineral suv buloqlari.

Ammo hozirgi sayyohlar, hatto ekstremal turizm ishqibozlari ham qulayliklarga oʻrganib qolishgan. Oʻzbekistonning tarixiy, madaniy obidalari bilan tanishish yoki mahalliy ishbilarmonlar bilan hamkorlik oʻrnatish uchun keladiganlar yanada koʻproq qulayliklarni hohlashadi. Germaniyaning muvaffaqiyatli ishlayotgan turfirmalaridan birining vakilini aytishicha: «gʻarblik turistlar begonalarning hayotini koʻrishni yoktirishadi, lekin oʻzlarining odatiy hayotlari bilan yashashni istashadi». Koʻpgina xorijlik mehmonlar ularning extiyojlari toʻliq qondirilmaydigan mamlakatga ozgina muddatga boʻlsada borishni istashmaydi. Haqiqatdan ham, nima uchun ular oʻz ta'tillarini turli maishiy muammolarni hal qilishga sarflashlari kerak? Mehmondoʻstlik sanoatining vazifasi Oʻzbekistonga keladigan xorijlik mehmonlar maishiy noqulayliklarga duch kelmasligini ta'minlashdan iborat.

Turistik korxonada marketing konsepsiyasini amalga oshirish uchun tegishli marketing xizmati amalga oshiriladi. Tur korxonaning tashkiliy strukturasida marketing xizmati har bir boʻlim faoliyatini amalga oshiruvchi zvenodir. Marketing boʻlimining asosiy tashkiliy turlari qoʻyidagilardir:

-funksional tashkil qilish;

-mahsulot prinsipi boʻyicha tashkil qilish;

-mintaqaviy prinsip bo‘yicha tashkil qilish.

Marketing bo‘limini funksional tashkil qilish shuni anglatadiki, har bir masalani echish bo‘yicha javobgarlik alohida shaxs yoki guruhga biriktiriladi:



1-Rasm. Marketing bo‘limini funksional tashkil etish.

Rasmdagi bog‘lanishlar har bir turfirmaning faoliyat doirasiga qarab o‘zgarishi mumkin. Bu turfirmaning shakli, yoki marketing bo‘limiga ajratilgan e’tiborga ham bog‘liq. Ba’zi firmalar reklama va jamoat bilan ishlash bo‘limini alohida ajratishadi.

Mahsulot prinsipi bo‘yicha marketing bo‘limini tashkil qilishda asosiy e’tibor turmahsulotlarning ayrim turlarini taklif qilishga qaratiladi. Bu holda har bir turmahsulot yoki mahsulotlar to‘plamiga o‘z boshqaruvchisi tayinlanadi.



2-Rasm. Marketing bo‘limini tarmoqlar bo‘yicha tashkil etish.

Keng tarmoqli sotish tarmog‘iga ega bo‘lgan yirik turfirmalar ko‘pincha marketing xizmatini mintaqaviy prinsip bo‘yicha tashkil qiladi. Bunda ular milliy va mintaqaviy bozorda ishlash sharoitiga qarab funksional mustaqillika ega bo‘lishadi. SHuni e’tiborga olish lozimki, marketing xizmatini tashkil qilishning istalgan sharoitda qo‘llaniladigan ideal tuzilmasi yo‘q. Biz keltirgan tashkiliy strukturalarning o‘z kamchilik va kuchli tomonlari bor.

Marketing xizmat vazifasini tashkil etish uchun firma faoliyatining ko‘rsatkichlarini tahlil qilish va asosiy maqsadlarini tanlash lozim.

Firma faoliyatining ko‘rsatkichlarini tahlil qilish ko‘p qirrali bo‘lib, bu tahlil davomida juda ko‘p o‘zgaruvchan ko‘rsatkichlarni ko‘rib chiqishga to‘g‘ri keladi. SHuning bilan birga shuni ta’kidlab o‘tish lozimki, firma faoliyatining har bir yo‘nalishiga baho berilayotganda cheklangan mezon – ko‘rsatkichlar ishtirok etadi. Ular qo‘yilgan maqsadni ifodalab, shu qo‘yilgan maqsadga erishishda har bir yo‘nalishning qo‘shgan hissasini ko‘rsatib turadi.

Qo‘yilgan maqsadning amalga oshirilishi darajasi o‘z navbatida boshqarishning samaradorligini, har bir xodimning muvafaqqiyatdan manfaatdorligi va umuman olganda marketing strategiyasini tanlash to‘g‘ri yoki noto‘g‘riligini ko‘rsatadi.

Mehmonxona ma’muriyati, xizmatchilari va mijozlari o‘rtasidagi o‘zaro munosabatlarni belgilab beruvchi asosiy hujjatlardan biri «Mehmonxona xizmatlari ko‘rsatish qoidalari» hisoblanadi.

«Xizmat ko‘rsatish tartibi» bo‘limida shunday deb qayd etilgan: «Ko‘rsatilayotgan xizmatlar sifati shartnoma talablariga javob berishi lozim. Agar shartnoma bo‘lmasa yoki to‘liq bo‘lmasa ushbu xizmatlarga odatda qo‘yiladigan talablarga javob berishi lozim. Mexmonhonaning moddiy-texnik ta’minoti, ko‘rsatilayotgan xizmatlarning miqdori va sifati mehmonxonaga berilgan kategoriya talablariga javob berishi kerak».

Mehmonxona korxonasi xizmatlarining marketingiga quyidagi omillar ta’sir ko‘rsatadi:

1. Moddiy-texnika bazasining holati, ya’ni: mehmonxona binolarning qulay rejalashtirilganligi va sifatli jihozlanganligi, jamoat va yashash xonalarining qulay mebel va uskunalar bilan jihozlanganligi to‘liq komplektli yuqori sifatli choyshablar, zamonaviy oshxona jihozlari, qulay liftlar va x.k.

2. Xizmat ko‘rsatishning ilg‘or texnologiyasi. Bunga: jamoat va turar xonalarni tozalash tartibi va usullari; mijozlarni ro‘yxatga olish va ular bilan hisob-kitob qilish, restoran va barlarda ovqatlar va ichimliklarni tayyorlash retseptlari, savdo zallarida xizmat ko‘rsatish shakllari va boshqalar kiradi..

3. Xizmat ko‘rsatuvchi personalning yuqori darajada professionalligi, uning mehmonga aniq, tez va madaniyatli xizmat ko‘rsatishga qodirligi va tayyorligi.

Afsuski, mehmonxonalarimizdagi servis darajasi jaxon talablariga javob bermaydi. Bir necha mehmonxonalargina servis va xizmat ko‘rsatish bo‘yicha halqaro mavqega ega. Ushbu mehmonxonalar boshqaruvi va menejmenti professional darajada ishlab chiqilgan.

И.Ҳ. Ибрагимов - СамИСИ маркетинг кафераси катта ўқитувчиси, и.ф.н.
Р.А. Аллаёров – СамИСИ ўқитувчиси

ТУРИСТИК КОРХОНАНИНГ РАҚОБАТ УСТУНЛИГИНИ ТАЪМИНЛОВЧИ МЕЗОНЛАРНИНГ ЎЗИГА ХОС ХУСУСИЯТЛАРИ

Рақобатбардошлик – бу товар ва хизматларнинг сифат даражаси бўйича рақобат муҳитида кураша олиш воситаси, уларнинг муайян бозор тармоғида ўхшаш истеъмол хусусиятлари билан таққослана олиш кўрсаткичлари орқали ифодаланадиган нисбий кўрсатгич – маркетинг амалларининг маҳсулидир. Шунга кўра, маҳсулот рақобатбардошлигини баҳолаш рақобатчи маҳсулотнинг сифат кўрсаткичлари (эталон ёки референт намунаси) билан маҳсулот сифат кўрсаткичлари қийматларини таққослаш амаллари маҳсулотнинг рақобатбардошлигини баҳолаш жараёнидаги энг муҳим босқичлардан биридир.

Чунки, бозор муносабатларини тақозо этувчи ташкилий ва ҳуқуқий меёрлар мавжуд ҳар қайси мамлакат ҳудудида ва исталган давр оралиғида ҳамда муайян бозорнинг турли сегментларида каттаю-кичик турфа компаниялар ўртасида товар ва хизматлар сотиш бозорида «эътибор қозониш», улушни кенгайтириш, мавқеини «чуқурлаштириш» доирасида рақобат кураши юз беради. Ҳеч бир бизнес субъекти рақобатни инкор этмасдан, аксинча унинг моҳиятини тушуниб етган ҳолда рақобат кураши санъатига эришиш учун интилмоғи зарур.

Рақобат фаолиятни диалектик тарзда тараққий этишини ва оқилона ҳаракат қилишини рағбатлайди. Рақобат иштирокчиларнинг ўзаро ички зиддият принципига асосланган (ишлаб чиқарувчиларнинг ўзаро, истеъмолчиларнинг ўзаро рақобатчилиги принципларига асосланган) ҳолда ижтимоий такрор ишлаб чиқаришининг барча жабҳаларида мавжуд бўлади ва жамиятнинг узлуксиз тарзда «қуйидан юқорига» ҳаракат қилишини таъминлайди.

Бошқа иқтисодий тармоқлардаги сингари, туристик ташкилот учун ҳам халқаро ва миллий стандартларга, қоидаларга, қонунчиликка мувофиқлиги муҳим аҳамият касб этади, чунки таклиф қилинаётган хизматларнинг ранг-баранглиги ва жозибадорлигига қарамасдан, маҳсулотнинг хусусиятларини стандартлар ва меъёрлар билан тартибга солувчи меъёрларга мос равишда бозорда ишлаб чиқарилган товарларни сотишнинг асосий имкониятларини баҳолаш дастлабки ва муҳим шартлардандир.

Хизматларнинг сифати ва иқтисодий хусусиятларининг бирлашуви маҳсулотнинг рақобатбардошлилигини аниқлашга имкон берадиган ҳамда истеъмолчининг ўзига хос эҳтиёжларини қондириш учун рақобатчилардан устунлигини таъминлашга ёрдам берадиган мезонлар мавжуд. Булар қуйидагилардан иборат:

Туристик ташкилот самарадорлигининг мезонлари - компаниянинг самарадорлиги ва самарадорлигини тавсифловчи миқдор кўрсаткичлари ташкилот томонидан ҳал қилинадиган муаммонинг моҳиятини аниқлашга, туризм компаниясини ривожлантиришнинг асосий, муҳим йўналишлари ва йўлларини аниқлашга имкон беради.

Фаолият мезонлари сифатида қоида тариқасида кўтилган натижани (турагентлиги мақсадига эришиш) тахмин қилиш, мақсадга эришишнинг ҳақиқий даражасини баҳолаш имконияти, шунингдек, белгиланган мақсадларнинг турли хил версияларини таққослаш имконини берувчи кўрсаткичлар танланади. Шу муносабат билан, маҳсулот ва хизматларнинг асосий функциялари ва асосий хусусиятларини тасвирлайдиган “қаттиқ” (миқдорий) параметрлар мавжуд бўлиб, уларни алмаштириш сифат тамойиллари бўйича аниқ, нисбатан барқарор чегаралар доирасида амалга оширилиши керак.

Рақобат устунлиги мезонлари - туризм маҳсулотининг рақобатбардошлиги, маркетинг фаолияти самарадорлиги, сайёҳлик агентлигининг обрўси, фаолият самарадорлиги ва офиснинг жойлашган жойи каби сифат параметрларда ўз ифодасини топади. Товарларни сотиб олиш ёки

хизмат кўрсатиш шартлари ушбу параметрларнинг қониқтирилган мижозларнинг асосий хусусиятларига мослиги ҳисобланади. Натижада, биринчи навбатда истеъмолчилар нуқтаи-назаридан сезиларли бўлган параметрлар рўйхатини аниқлаш керак, бироқ рақобатчиларнинг бозордаги ўхшаш ноёб маҳсулотларига нисбатан ушбу туристик маҳсулотнинг устунлигини белгиловчи ўзига хос хусусиятларни белгилаш зарур. Харидорнинг харидни амалга ошириши, ўзининг тасаввуридаги (кўтилган) ўзига хос эҳтиёжларини қондиришнинг имкон даражасини ва ушбу маҳсулотни сотиб олиш ва ундан фойдаланиш билан боғлиқ харажатларни ўз зиммасига олишга тайёрлигини баҳолайди.

Маркетинг фаолиятининг самарадорлиги маркетинг амалларининг корхона воситаси ва имкониятлари билан биргаликда фойдаланиш даражасини англатади. Қиймат шаклида бу тавсиф бизнес натижалари ва маркетинг фаолияти харажатлари (бозорга киритиш ва реклама харажатлари) ўртасидаги боғлиқликни ифодалайди.

Туристик фирманинг маҳсулот турларини дифференциация қилиш йўли билан истеъмолчиларнинг эҳтиёжларини қондирадиган янги бозорларни эгаллашга қаратилган туризм компаниясининг образи истеъмолчиларнинг имтиёзларини имкон қадар кўпроқ қондиришга ҳамда ишлаб чиқарилаётган маҳсулотларнинг тобора мураккаб хусусиятлари ва параметрлари тўғрисида истеъмолчиларни хабардор қилиш жараёнини соддалаштиришга ёрдам беради. Компаниянинг реклама фаолияти, бренди маҳсулот сифатига оид маълумотларни тарқатишда, ишлаб чиқарувчи ва истеъмолчи ўртасидаги масофани қисқартиришга ёрдам беради. Ривожланаётган рақобатга қарамасдан, истеъмолчи маҳсулот сифати ҳақида хабардорликни кенгайтиришдан манфаатдор бўлишини алоҳида таъкидлаш лозим.

Маркетинг бошқарувининг самарадорлиги, талабнинг, таъминот ва даромаднинг бозор механизми орқали кишиларнинг эҳтиёжларини мунтазам равишда ҳисобга олган ҳолда энг тўлиқ қондиришдан иборат. Менежмент самарадорлиги ташкилотга белгиланган мақсадларга эришиш сифатини англатади.

Офиснинг жойлашган жойи, ички ва ташқи дизайни потенциал мижозлар учун жозибадорлик омилидир. Туристик ташкилотнинг турар-жой бинолари фондидан офисга эга бўлиши ва шаҳарнинг марказий қисмида жойлашган, асосий бизнес ва харид қилиш марказларига яқин бўлиши каби энг қулай ҳолатда бўлиши керак. Хусусан, меҳмонларни қабул қилиш учун замонавий модулли жадваллар, компютер техникаси билан жиҳозланган шинам хоналар, эргономик шароитлар ва бошқа қўлайликлар, шунингдек хушмуомалалик билан мулоқатда бўлиш ва ходимларнинг шу соҳа бўйича малакаларга эга бўлишлари потенциал истеъмолчиларга таклиф этилган турпакетларни сотиб олишга ундашда муҳим рол ўйнайди.

Туристик ташкилотнинг рақобатбардошлигини оширишга қаратилган бир қатор омиллар мавжуд. Туристик маҳсулот соҳа ташкилотлари рақобатбардошлигини, шунингдек, ишлаб чиқариш ва бошқариш

самарадорлигини оширишда муҳим омиллардан бири - корпоратив маданият саналади. Корпоратив маданият - бу ташкилот ва унинг мижозларга хизмат кўрсатиш билан боғлиқ ўзаро муносабатларнинг мураккаб тизимидир. Корпоратив маданият - ўзида ташкилотнинг стили ва бошқарув усуллари, технологик ва ижтимоий ривожланиш тушунчаларини бирлаштиради ва шахснинг эҳтиёжларига ҳамда ташкилот эҳтиёжлари ўртасидаги уйғунликка асосланади.

Ташкилот маданиятининг ташкилот фаолиятига таъсири қуйидагича кўринишга эга: ташкилотнинг урнатилган меъёрлари ва қадриятларини қабул қилиш; мақсадларни амалга оширишни белгиловчи қоидаларни амалга ошириш; ташкилотнинг ривожланиш стратегиясини шакллантириш; ташқи муҳит талаблари таъсирида стратегияни амалга ошириш ва корпоратив маданиятнинг эволюцион жараёнининг яхлитлигини таъминлаш.

Корхона маданияти компаниянинг мижоз билан (истеъмолчи) ўзаро ҳамкорлиги муносабатларида ўз ифодасини топади. Компаниянинг ташқи муҳит (мақсадли аудиториялар) билан алоқа қилиш хусусиятларини тавсифлайдиган барча элементлар: нуфузни (ноёб жиҳатларни), намойиш этиш, эътиборни жалб қилиш ва жозибадорликни уйғунлаштиришга қаратилган коомуникацион стратегиялар маданиятни шакллантиришда муҳим рол ўйнайди. Бунда ПР ва реклама дастаклари фаолияти билан ўзвий боғлиқликда олиб бориш мақсадга мувофиқ бўлиб, айниқса янги бозорларни ўзлаштиришда муҳим аҳамиятга эга.

Туристик фирма бизнесда устунликка эришиш бобида, реклама, тақдимот ҳамда бошқа бадиий ва эстетик йўналишлардаги ғайриоддий ғоялар ва ечимларни қидириш бўйича доимо ривожланиши керак. Бунинг учун, ташкилотнинг ижтимоий муҳити унинг мақсадларига уйғун тарзда ташкил этилган бўлиши шарт. Замонамиз менежмент соҳаси намоёндаларидан бири Ли Якакко таъкидлаганидек, “Агар компаниянинг ижтимоий соҳасига эътибор берилмас экан, бошқа йўналишларни ривожлантиришдан бирор наф кўтиш амримаҳолдир”.

Маълумки, ташкилот ижтимоий тизимининг асосини персонал ташкил этади. Ички маркетинг концепциясига кўра, дастлабки истеъмолчи ташкилотнинг ишчи-ходимлари саналади. Чунки, муайян маҳсулотнинг бозордаги мавқеидан аввало, ишчи ходимлар манфаатдор бўладилар. Шунга мувофиқ, персоналнинг эҳтиёжи ва хоҳиш-истаклари маҳсулот яратиш ва уни силжитиш тизимининг муҳим тузилмаси сифатида ўрганилиши зарур. Кадрлар менежментининг замонавий концепциясига асосан, ходимларни жалб қилиш, меҳнат қилиш қобилиятини сақлаб қолиш ва ривожлантириш, инвестицияларни иқтисодий жиҳатдан мақсадга мувофиқлиги, шахсга хос бўлган имконият ва қобилиятларни янада тўлиқ аниқлаш учун шарт-шароитларни яратиш ҳисобланади. Меҳнатни рағбатлантиришга қуйидагилар таъсир кўрсатади: персонал учун қўлай иқтисодий меъёрлар ва имтиёзлар тизими; иш ҳақи даражаси ва даромад тақсимотининг пропорционаллиги; меҳнат шартлари ва мазмуни; мижозлар ва бошқа касбдошлар томонидан тан олиниши ва мартаба

масалалари; ижодий интилиш ва ўз касбига қизиқиши; ўзларининг шахсий ривожланишишидаги тўсиқларни биргаликда бартараф этишга мойиллик, шунингдек, ички маданиятни мустаҳкамлаш истаги.

Ходимнинг ўз ишини бажаришга тайёрлиги ва унга содиқлиги ташкилот томонидан муваффақиятга эришишнинг асосий омили сифатида ташкилот томонидан кўриб чиқилади. Инсонларни ишлашга ундайдиган сабабларни билиш ва уларнинг келиб чиқиш механизмлари кадрлар бошқарувини ривожлантиришга имкон беради.

Корпоратив маданиятнинг муҳим таркибий қисмлари сифатида корпоратив хулқ-атвор стандартларига алоҳида эътибор қаратилиши лозим. Ахлоқий талаблар ички меҳнат қоидалари, иш тавсифи ва шартномалар қоидаларида акс эттирилган. Ташкилот ходимларининг бундай хатти-ҳаракати корпоратив маданият доирасида шаклланади, бу ташкилот ходимларининг саъй-ҳаракатларини бирлаштириш ва мувофиқлаштириш учун асос бўлиб хизмат қилади. Корхона маданиятининг меъёрлари ташкилотнинг барча фаолиятида акс эттирилади, тақдим этилаётган хизматлар сифатига таъсир кўрсатади. Самарали ишлайдиган жамоани шакллантириш ўз навбатида ташкилотларнинг рақобатбардошлигини ошириш, уларнинг бозор шароитида туристик маҳсулотни ишлаб чиқариш ва бошқариш самарадорлигини оширишнинг ҳал қилувчи омилларидан биридир.

Маркетинг нафақат бозор эҳтиёжларини самарали қондиришни, балки рақобатбардош курашда корхонанинг умумкорпоратив муваффақиятини ҳам таъминлайди. Туризм бозорининг тобора кенгайиб бораётган рақобат шароитлари туризм корхонаси амалиётида маркетинг бошқарувини мукаммал жорий этиш заруриятига олиб келди. Туризмда тақдим этилаётган хизматлар ва сотиш шаклларининг табиати билан боғлиқ айрим хусусиятлар мавжуд. Маркетингни бозорда муваффақиятга эришиш учун ишончли восита сифатида ишлатиш учун туристик корхоналарининг мутахассислари муайян вазиятларга мувофиқ бўлган, маҳсулотларни силжитиш бўйича алоҳида методологик ёндашувлар ва уни қўллаш учун замонавий менежерлик қобилиятини эгаллашлари зарур.

И.Ҳ. Ибрагимов – СамИСИ катта ўқитувчиси, и.ф.н.
Н.Д. Бобоев - СамИСИ катта ўқитувчиси, и.ф.н.
Ш.Х. Пардаев – СамИСИ ўқитувчиси

РАҚОБАТБАРДОШЛИК БАРҚАРОРЛИГИНИ ТАЪМИНЛАШ - ТУРИЗМ СОҲАСИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ СИЁСАТИНИНГ ДОЛЗАРБ ЙЎНАЛИШИ

Мамлакатимизда туризмни оммавий ривожланиши, унинг ижтимоий-иқтисодий ҳодисага айланиши билан туризм соҳаси фаолиятини самарали тартибга солиш ва оптималлаштириш муаммолари алоҳида аҳамият касб этмоқда. Ҳозирги вақтда “туристик сиёсат” ихтисослаштирилган туризмга оид

энциклопедик луғатларда аниқ талқин қилинмаган бўлсада, аммо бу атама алоҳида таърифларидан бири сифатида тобора кенгайиб бормоқда.

Туризм сиёсати - мавжуд туристик салоҳиятдан оқилона фойдаланиш асосида туристик комплекснинг барқарор, самарали ривожланишини таъминлаш, туристик товарлар ва хизматлар учун ички ва ташқи талабни оқилона таъминлаш мақсадида ҳуқуқий, иқтисодий, ижтимоий ва бошқа турдаги таъсир ўтказиш усуллари, механизмлари ва воситаларини ишлаб чиқиш ва амалга оширишда давлат, жамоат ва хусусий тузилмаларнинг биргаликдаги, уюшган - мақсадли фаолияти бўйича стратегик сафарбарлик йўналишлар жамламасидир.

Жаҳон туризм ташкилоти (WTO) туризмни ривожлантиришда жаҳон ҳамжамияти ҳаракатларини мувофиқлаштириш мақсадида халқаро туризм расмий ташкилотлари негизида глобал туризм сиёсатини олиб боради. ЖТТ Халқаро сайёҳлик дастурлари ва прогнозларини ишлаб чиқади, ихтисослашган конференциялар ва семинарлар ташкил этади, туризм соҳасида тадқиқотлар олиб боради, статистик, аналитик, услубий материалларни чоп этади, туризм индустрияси учун юқори малакали кадрларни тайёрлашда иштирок этади.

Республикани глобал туризм сиёсатига жалб этилишида унинг туристик соҳадаги халқаро ҳамкорликни кенгайтириш масаласи муҳим тенденция ҳисобланиб, умуммиллий сиёсат нуқтаи-назаридан, туризмнинг маҳаллий талаблари, минтақаларда ва муайян марказларда туризмнинг жорий ва режалаштирилаётган даражасини ҳисобга олган ҳолда шаклланади. Маҳаллий табиий ва тарихий-маданий мерос объектларини сақлаб қолиш ва ундан фойдаланиш асосида рақобатбардош туристик маҳсулотни яратиш, шунингдек сайёҳлик фаолиятининг ривожланишининг ижтимоий-иқтисодий самарадорлигини ошириш (даромадларни кўпайтириш, ишлаб чиқаришни кенгайтириш, иш жойлари билан таъминлаш) глобал туристик бозорнинг муҳим замонавий тенденцияларидан биридир.

Туризм тармоғи корхоналарининг асосий мақсади - хизмат турларининг сифатини яхшилаш, сайёҳлик маҳсулотини яратиш ва рағбатлантириш жараёнида инновацияларни жорий этиш йўли билан сайёҳлик фаолиятининг даромадлилиги ва рентабеллигини ошириш учун бозор шароитларидан самарали фойдаланиш ҳисобланади.

Айни пайтда миллий туристик индустриясининг рақобатбардошлигини оширишда бевосита таъсир кўрсатиш дастакларига таянган ҳолда давлатнинг ўрни сезиларли даражада ошмоқда. Шунга мувофиқ ҳолда, рақобатбардош устунликларнинг асосий манбаларини ривожлантиришни рағбатлантириш орқали сайёҳлик комплексининг рақобатдошлигини ошириш туристик сиёсатнинг энг муҳим йўналиши ҳисобланади.

Рақобат концепциясининг кўплаб таърифлари мавжуд, масалан, *М.Х.Мескон корхонанинг рақобатбардошлигини ўзаро қиёсловчи хусусият сифатида қарайди, яъни маълум бир компаниянинг ривожланишидаги фарқни истеъмолчи томонидан белгиланган нисбий қиймат ва корхонанинг таркибий тавсифи сифатида баҳолайди, бу сифат рақобатлашувчи субъектларга*

нисбатан устунлик яратади ва уларга доимий равишда маълум бир бозор улушини эгаллаши учун имкон беради.

Туристик компанияларнинг рақобат курашида реал имкониятлари ва компания рақобатбардошлигини ошириш ва унинг муваффақиятли таъминлаш учун мумкин бўлган чора-тадбирлар ва воситаларини ривожлантириш борасида мунтазам тарзда баҳолаб бориш, уларнинг кучли ва заиф томонларини таҳлил қилиш катта аҳамиятга эга.

Корхоналарнинг рақобатбардошлигини баҳолаш учун сайёҳлик корхона позициясининг барқарорлигини аниқлайдиган бир қатор кўрсаткичлар қўлланилади.

Компаниянинг муайян бозорда устувор туристик маҳсулотларни яратиш ва уларнинг сифат кўрсаткичларини таъминлаш учун туристик корхона рақобатбардошлигини оширишга қаратилган ташкилий чора-тадбирлар ва рақобатчилар томонидан ишлаб чиқарилган товар-аналогларига нисбатан афзалликларни ва камчиликлани аниқлаш, шунингдек, рақобатчиларнинг бозорда шу каби маҳсулотларни такомиллаштириш бўйича чора-тадбирларини ўрганиш ва шунга нисбатан тегишли маркетинг стратегияларини йўналтириш рақобатчиларга нисбатан устунлик беради.

Рақобатбардошлик - бу маҳсулот ёки хизматнинг бошқа ишлаб чиқарувчиларнинг ўхшаш маҳсулотлари ва хизматлари билан таққослана олиш қобилиятидир.

Компаниянинг рақобатбардошлик омилларининг яхлит тизимини икки асосий гуруҳга бўлиш мумкин: фирма ва ижтимоий-иқтисодий муҳитнинг рақобат афзаллиги омиллари. Ички омилларнинг биринчи гуруҳи сайёҳлик компаниясининг бозордаги фаолиятининг турли жиҳатларини, хизмат кўрсатишни етказиб берувчи омиллардан фойдаланиш даражасини акс эттирадиган параметрларни ўз ичига олади. Иккинчи гуруҳ омиллари эса, саёҳатчиларнинг бевосита таъсир доирасидан ташқарида бўлмаган ижтимоий-иқтисодий муҳит параметрларини ўз ичига олади. Бундан ташқари, компаниянинг рақобатбардошлиги даражасига бевосита таъсир қилувчи омиллар ҳам мавжуд. Туризм компанияси асосий рақобат омиллари тизимини уч босқичли тузилишда ифодалаш мумкин: 1) рақобатчи фирмаларнинг таркибий элементлари; 2) ташқи омиллар; 3) ички омиллар.

Ҳозирги вақтда мамлакатимизда тақдим этилаётган хизматлар тури ва шакли бўйича тўртта сайёҳлик компаниялари ташкил этилган:

1. Мижозларга доимий маршрутларда бир нечта минимал хизматлар таклиф этадиган рақобатдан етарлича ҳоли комплекслар;

2. Мижозга 5-10 маршрутни таклиф этадиган рақобатчи фирмалар;

3. Истиқболли саёҳат ва экскурсияларни, экзотик маршрутлар таклиф этадиган тўлиқ рақобатда иштирок этадиган фирмалар;

4. Тор доирадаги хизмат турларига ихтисослашган турфирмалар.

Мамлакатимизда сайёҳлик компаниялари ўртасида рақобат жуда кескин. Ҳар йили янги компаниялар туризм бозорига киради, ҳар бири ўзига хос хусусиятлари, афзалликлари, янги маҳсулотлари, хизмат турлари ва ўз

тараққиёти йўлларига шунингдек, ҳар қайси туристик компанияси бозорда ўз ўрни, даражасига эга.

Туристик комплекслар рақобатбардошлигининг элементи сифатида ички туристик талабнинг параметрларини оптималлаштириш масаласи муайян соҳаларда олиб бориладиган сифат мезонлари доирасида ташкил этиш орқали таъминланади. Ушбу параметрлар қуйидагилардан ташкил топади:

- туристик хизматларни сифатини таъминлаш мақсадида туристик хизматларни стандартлаштириш ва сертификатлаш тизимини жорий этиш, туристик талабларни рўёбга чиқариш учун оптимал шароитлар яратиш ва туристик хизматларнинг истеъмолчилар манфаатларини ҳимоя қилиш тадбирларини тизимли амалга ошириш;

- аҳолининг даромадларини ошириш, бўш вақт фондини ва унинг оптимал йиллик тузилишини кенгайтириш, ички туризм туроператорлари фаолиятини рағбатлантириш, туризмнинг моддий-техника базасини ривожлантириш ва ҳ.к.;

- ижтимоий-реклама фаоллигини ошириш ва туризм ва сайёҳликни тарғиб қилиш йўли билан ички туристик трансферни ривожлантиришни рағбатлантириш, дам олишнинг қизиқарли ва ижтимоий жиҳатдан оқилона шакли, таълим тизимида сайёҳлик экскурсияларини жорий этиш кабилар туризмни ривожлантириш;

- туристик ва экскурсия хизматлари соҳасида аҳолининг кенг қатламларини жалб қилиш, ички туризмнинг оммавийлигини ривожлантириш, сайёҳлик хизматларини ишлаб чиқаришда жаҳон стандартларини қўллаш ва самарали туристик талабларга мавсумий номутаносиблик муаммосини юмшатиш мақсадида ижтимоий туризмни ривожлантириш;

- ички талабнинг таркибини реклама ва ахборотлаштириш, ташкилий режалаштириш, ички туризмнинг (экологик, агро, экскурсия каби махсус турлари бўйича) устувор йўналишларини ривожлантиришга қаратилган бошқа тадбирлар орқали оптималлаштириш.

Туристик комплекснинг рақобатбардошлиги муайян тадбирларни қабул қилиш орқали миллий компанияларнинг стратегияси, тузилиши ва рақобатга йўналганлигидан иборат. Ушбу соҳада тадбиркорлик фаолиятини кенгайтириш мақсадида туристик комплекс корхоналарини кенг кўламда лицензиялаш ва рўйхатдан ўтказиш тартибини соддалаштириш, мамлакатнинг сайёҳлик бозорида адолатли рақобатни йўлга қўйишдаги тўсиқларни бартараф этиш мақсадга мувофиқ. Маҳаллий туристик бозорда чет эл компаниялари фаолиятини назорат қилиш, туристик маҳсулотлар ва хизматларнинг миллий ишлаб чиқарувчиларининг манфаатларини иқтисодий жиҳатдан оқилона ҳимоя қилиш, шунингдек, замонавий ишлаб чиқариш технологиялари менежмент ва маҳсулотни илгари суриш асосида хорижий иштирокчилар билан боғлиқ инновация жараёнини рағбатлантириш, сайёҳлик соҳасидаги жамоат ташкилотлари уюшмаларининг тузилишига ва фаолиятига кўмаклашиш давр талаби сифатида юзага чиқмоқда.

Халқаро тажрибалар, ташкилотларга туристик бозорнинг чекланган маъмурий ва молиявий имкониятлар доирасида туризмни ривожлантириш

билан боғлиқ жараёнларга фаол таъсир кўрсатиши нуқтаи-назаридан муҳимлигини кўрсатмоқда.

Туристик ташкилотларнинг кучли ва заиф томонларини баҳолашда уларнинг имкониятларини, корхонанинг рақобатдошлигини оширишга ва унинг муваффақиятини таъминлашга қаратилган чора ва воситаларни ишлаб чиқиш муҳим аҳамият касб этади. Бу ҳолатда корхонанинг маркетинг бошқаруви: туризм маҳсулотларининг сифатига, ташкилотнинг обрўсига, реклама фаолияти самарадорлигига, нақд пул билан таъминлашга нисбатан устувор афзалликларни таҳлил қилади шунга мувофиқ тарзда дастурлар асосланади. Шу билан бирга, нарх рақобатчилиги бозор позициясини белгилашда муҳим аҳамият касб этмайди. Чунки, сайёҳлик ташкилотининг рақобатбардошлигини баҳолаш учун сайёҳлик ташкилотининг барқарорлиги даражасини белгиловчи сифат омиллари ҳисобга олиниши устувор саналади.

Шундай қилиб, туризм соҳаси ташкилотининг рақобатдошлигини оширишга қаратилган ташкилий тадбирлар қуйидагилардан иборат:

- компаниянинг бозордаги туристик маҳсулотларини устун қўядиган сифат кўрсаткичлари, рақобатчилар томонидан ишлаб чиқарилган ўхшаш-аналог маҳсулотларнинг афзалликлари ва камчиликларини аниқлаш ва ушбу натижаларни корхонада қўллаш;

- рақобатчиларга нисбатан бозорда шу каби маҳсулотларни такомиллаштириш бўйича рақобатчилар фаолиятини ўрганиш ва рақобатчиларга нисбатан афзалликларни берувчи тадбирларни ишлаб чиқиш;

- сифат кўрсаткичларини (ишончлилигини, ташқи дизайнини) такомиллаштириш;

- маҳсулотнинг рақобатбардошлигини ошириш учун нарх омилларини аниқлаш ва қўллаш орқали (турли чегирмалар, кафолатлар) туристик маҳсулотнинг ўзгаришларини аниқлаш;

- туристик маҳсулотлар турларини дифференциациялаш, харидорлар учун нисбатан барқарор афзалликларни таъминлаш, алмашиладиган туристик маҳсулотларнинг муайян турларига нисбатан рекламани кучайтириш.

Барча даражадаги давлат ҳокимияти органларининг туризм индустрияси комплекслари йўналишларини ва миллий туристик бошқарувининг давлат даражасидаги ягона сиёсати доирасида бирлаштириш тармоқнинг рақобатбардошлигини ошириш йўлидаги ташкилий долзарб вазифалардан ҳисобланади. Бунинг учун давлатимиз Президенти томонидан миллий туризм сиёсатининг устувор йўналишлари сифатида “Туризмни ривожлантириш” давлат ташкилоти мақоми оширилди ва 2017-2021 йилларда соҳани ривожлантириш Давлат Дастури ишлаб чиқилиб, ҳаётга тадбиқ этилмоқда. Ушбу Дастурларнинг молиявий-инвестиция имкониятлари кенгайтирилмоқда. Бу вазифалар ўз навбатида туристик комплексларининг рақобатдошлигини оширишга, туризм сиёсатини муваффақиятли амалга ошириш ва рақобатбардош туристик комплексларини яратиш учун зарур шарт-шароит яратишига ҳеч бир шубҳа йўқ.

Белгиланган чора-тадбирларни комплекс равишда амалга оширишда турис-

тик инфратузилмани модернизация қилиш, миллий туристик маҳсулотни яратиш ва рағбатлантириш учун хусусий ва хорижий капитални жалб қилиш билан бир қаторда, қисман бюджет томонидан, яъни хусусий мулкчилик ва давлат ўртасида шерикчилик асосида молиялаштириш йўллари ҳам соҳани давлат томонидан қўллаб-қувватлаш сиёсатининг муҳим йўналиши бўлиб қолиши керак.

Фикримизча, туристик ташкилотларнинг чекланган инвестицион ресурсларини ҳисобга олган ҳолда, туристик хизматлар экспортини кенгайтириш масаласи, соҳада рақобатбардошликни оширишнинг муҳим вазифаларидан деб ҳисоблаймиз. Бунинг учун хорижий меҳмонларни жалб этиш мақсадида анъанавий туристик маҳсулотлардан ташқари, санъат фестиваллари, спорт мусобақалари билан боғлиқ янги маҳсулотлар, шунингдек, юртимизнинг алоҳида ҳудудларида экологик, аграр, этник, овчилик, чул саёхати каби махсус турларни ташкил этиш соҳадаги рақобатбардошликни таъминловчи қушимча омиллар сифатида мазкур йўналишларда ташкилий, молиявий, илмий жиҳатдан устуворлик бериш мақсадга мувофиқ бўлган ҳолда, туризм соҳасида олиб борилаётган сиёсатнинг муҳим жиҳатлари сифатида таркиб топтириш зарур.

В.Б. Бердиқулов – СамИСИ Маркетинг кафедраси мудири
И.Ҳ. Ибрагимов – Маркетинг кафедраси катта ўқитувчиси

ТУРИСТИК МАЖМУАЛАРНИНГ РАҚОБАТ МУҲИТИНИ ТАҲЛИЛ ЭТИШГА НАЗАРИЙ ЁНДАШУВЛАР

Рақобатнинг бугунги кескин глобаллашув шароитида фаолиятни фақатгина истеъмолчига йўналтириш билан муваффақиятга эришиб бўлмаслиги боис, рақибларга нисбатан кураш усулларини кучайтириш компаниялар олдида тўрган асосий вазифа бўлиб қолмоқда.

Шунга боғлиқ ҳолда рақобатбардошлик масаласи, бугунги кун иқтисодиётида рақобатнинг глобал характери ҳамда унинг иқтисодий натижаси билан шу соҳанинг назарияси ва амалиётида тубдан янги бир шаклда таркиб топишини тақазо этади.

Маркетинг концепциясига кўра, мақсадли бозордаги истеъмолчилар эҳтиёжини рақиблар таклиф этаётган товарга нисбатан афзалроқ қондириши компаниянинг рақобатбардошлигини таъминлайди. Компанияларнинг рақобатбардошлиги рақибларга нисбатан паст нархларда бироқ, юқорироқ қийматли товар ва хизматлар таклиф этиши ёки юқори нархларда кўпроқ манфаат келтириши мумкин бўлган товар ва хизматларни таклиф этиши орқали амалга оширилиши мумкин. Демак, маркетинг стратегиялари нафақат истеъмолчининг истак ва талабларини, балки рақибларнинг рақобат стратегияларини ҳам ҳисобга олиши зарур. Ушбу мураккаб жараённинг биринчи босқичида рақиблар фаолияти тахлил этилади, кейинги босқичда эса,

барча рақибларга нисбатан рақобат устунлигини таъминловчи стратегиялар ишлаб чикиш ва тадбик этиш амалга оширилади.

Компаниянинг маркетинг стратегиясини самарали ташкил этиш учун рақиблар фаолиятига тегишли барча маълумотлар йиғиб ўрганилиши зарур. Олинган маълумотлар доимий равишда компаниянинг ишлаб чикариш жараёнларининг ташкил этилганлиги, бошкарув тизимининг самарадорлиги, товарнинг сифати ва хоссалари, унинг нархи, сотиш каналлари хамда уни рағбатлаш тизими таккосланган холда тахлил этиб борилади. Кези келганда рақибларга нисбатан лидерлар томонидан куйилаётган кураш тусикларига карши тегишли чораларни амалга ошириши зарур булади.

Рақобат муҳити тўғрисидаги маълумотлар юзасидан маркетинг тадқиқотларининг мақсади компаниянинг рақобат позициясини аниқлаш ва рақобат стратегиясини ишлаб чиқиш бўйича рақиблар товарлари тўғрисида маълумот тўплашдан иборат. Рақобат стратегиясини урнатиш учун қўйидаги икки босқичли муаммолар доирасини ҳал этиш зарур; биринчи босқичда - муайян бозор тармоғининг истиқболдаги жозибадорлигини аниқлаш, иккинчи босқичда- ташкилот ва унинг товарларини рақиб ташкилотлар ва улар товарлари мавқейига таққослаган ҳолда аниқланади.

Ҳозирги замон иқтисодий адабиётларда рақобатбардошлик ва уни самарали бошқариш масалалари хусусида кўплаб манбалар мавжуд. Мазкур манбаларда исталган товарнинг рақобатбардошлиги кўплаб етакчи (бевосита) ва иккиламчи (билвосита) омиллар таъсирида аниқланиши кўрсатиб ўтилган.

Товар рақобатбардошлиги умумий холда учта ўзаро боғлиқ элементлар орқали аниқланади:

муайян товарнинг хоссалари;

рақобатчи товарнинг хоссалари;

истеъмолчиларнинг ўзига хослиги;

М.Портернинг «рақобат концепцияси»га кўра, иқтисодиётнинг ҳар қайси тармоғи, хоҳ у ички бозорда, хоҳ у ташқи бозорда ҳаракат қилмасин рақобат муҳитининг жозибадорлиги хамда ташкилотнинг рақобат курашидаги позициясини қўйидаги « беш куч» аниқлаб беради:

янги рақибларнинг пайдо бўлиш хавфи;

ўринбосар товарлар, хизматлар кириб келиш хавфи;

етказиб берувчиларнинг тижорат таомили;

истеъмолчилар талабининг рақобатчилик доирасидаги таомили;

рақиблар ўртасидаги ўзаро рақобатчилик таомиллари.

Рақобатбардош товар рақиб товарларга нисбатан ноёб жиҳатлари билан рақобат устунлигига эга бўладилар. М. Портернинг таъкидлашича, рақобат устунлиги харажатларни пасайтириш ва товар дифференцияси каби икки йўналишда таркиб топади. Паст харажатларга қаратилган амаллар корхонанинг рақибларга нисбатан товарни ишлаб чиқариш ва сотишни кам харажатлар шароитида ташкил эта олиш қобилиятини билдиради. Дифференцияция эса товарнинг сифатини хамда унинг истеъмол хоссаларини такомиллаштириш, шунингдек сотувдан кейинги сервис хизматларини яратиш орқали қийматни

яратиш қобилиятини ифода этади. Албатта, мазкур рақобатбардошликни таъминловчи таркибий хоссалар рақобатбардошликда устуворликни таъминласада, бироқ бозорнинг муҳим элементи – истеъмолчиларнинг таъсири хусусиятларининг тавсифини очиб бера олмайди.

Таъкидлаш лозимки, рақобат ва рақобатбардошликка бағишланган илмий манбаларда, асосан рақобатчи товарнинг иқтисодий ва техник параметрлари уларнинг таркибий хоссалари асосида ўрганилган. Рақобатбардошликни аниқлаш, уни баҳолаш фақат сифат параметрлари (техникавий) ва иқтисодий парамертларни ҳисоб – китоблари натижаси сифатида талқин этилади. Ушбу усулларни алоҳида кўриб чиқиб, уларнинг рақобатбардошлик тизимида қўллаш жараёнидаги устун ва камчилик жиҳатларига баҳо бериш мумкин. Рақобатбардошликни баҳолаш учун базавий усулларни тўғри танлаш натижаси келгусида тўғри қарорлар қабул қилишга асос, шунингдек параметрларни таққослаш учун база сифатида қуйидагиларни олиш мумкин:

истеъмолчилар эҳтиёжи;
нафлик эффектини қўллаш;
рақиб товар хоссалари;
тасаввурдаги идеал намуна;
турдошлар аналоглар гуруҳидаги устунликлар.

Истеъмолчилар эҳтиёжи базасида рақобатбардошликни истеъмолчилар эҳтиёжи парамертлари кўламини ўрнатган ҳолда маҳсулот стратегиясини танлаш лозим.

Рақобат муҳитини ташкил этувчи рақиблар фаолияти ва унга боғлиқ ўзгарувчан шарт-шароитлар, уларнинг позициясини ўрганиш муҳим ҳисобланади. Муайян бозор тармоғида олиб бораётган рақиблар тўғрисида дастлаб информация йиғиб жамланади, иккинчи босқичда бозор рақобатчиларининг картаси - ишлаб чиқариш, молиявий- иқтисодий ва ташкилий имкониятлари каби параметрлар ўрганилади.

Бозор тармоғида рақиблар ўртасидаги рақобатчиликнинг изчиллик даражаси, унинг динамикаси бир қатор омиллар асосида аниқланади. Шулардан энг муҳимлари қуйидагилар:

бозор улушининг тақсимланиш характери;
бозор ўсиш суръати;
бозор рентабеллиги.

Муайян бозорда рақобат изчиллигининг даражасини бир қатор амаллар билан баҳолаш мумкин. Агар бозордаги рақибларнинг улушлари бир хил бўлса, рақобатчилик шу тармоқда кескин ҳисобланади. Бундай “ўзаро тенг” бозор улушига эга бўлган рақобат муҳитини баҳолаш учун рақиблар улуши дисперцияси кўрсаткичидан фойдаланиш мумкин. Бозор улушини дисперциясини хисоблаш учун аввало улушнинг ўзини ҳисоблаш зарур бўлади: агар *i*- корхона томонидан сотилаётган товарлар ҳажми Q_i – деб белгиласак, шу тармоқдаги мазкур товарлар савдосининг умумий хажми, Q – деб белгилаймиз. Унда корхонанинг бозор улуши қуйидагича аниқланади:

$$Д_1 = \frac{Q_i}{Q} \qquad (1) \qquad \text{ёки} \quad Д = \frac{1}{h} \qquad (2)$$

Ушбу кўрсаткич қанчалик юқори бўлса, рақобат кураши шунча кескин бўлади. Вариация даражаси дисперция бўйича эмас балки ўртача квадратик оғиш, яъни дисперциянинг квадратик илдизи бўйича аниқланади.

$$G^2 = \frac{1}{h} \ \Sigma\left(D - \bar{D} \right)^2 = \frac{1}{h} \qquad (3)$$

Бозорда фирма улушининг ўртача квадратик оғиши билан рақобат изчиллиги ўртасида ўзаро боғлиқлик шаклини ифода этишнинг назарий ва амалий асоси йўқ. Шунинг учун умумий қабул қилинган ёндашувдан фойдаланиш лозим, яъни рақобат изчиллиги билан бозор улушлари ўртасида чизиқли пропорционал боғлиқлик мавжуд бўлиб, юқорида кўрсатиб ўтилгандек, бу пропорционаллик аксинча миқдорга ҳам эга бўлиши мумкин, яъни ЎКО (ўртача квадратик оғиш) нинг даражаси ўсса рақобат изчиллиги камаяди ва аксинча 3 формулада келтирилган ЎКО кўрсаткичини меъёрий ўлчамда белгилаш мумкин яъни хосил қилинган йиғиндини 1 дан айириш зарур (кўрсаткич 0 дан 1 оралиғида ўзгаради). Натижада формула қуйидаги кўринишни олади:

$$И = 1 - \sqrt[n]{\frac{1}{h} \sum_i \ (Д_i - \frac{1}{h})^2} \qquad (4)$$

Агар ушбу кўрсаткич нолга тенг бўлса, дисперция максимал бўлади ва рақобат изчиллиги кучсиз хисобланади.

Ушбу муносабатни рақобат изчиллиги даражасини дастлабки баҳолашда қўллаш мумкин. Уни қўллашда қуйидагиларни эътиборга олиш зарур:

рақибларнинг бозордаги улушлари ЎКОси билан рақобат изчиллиги ўртасидаги боғлиқлик бўйича илмий назарий асоснинг мустаснолиги;

рақиблар бозор улушлари вариациясини ўлчови учун нафақат дисперция ва ЎКО кўрсаткичлари асос бўлмай, балки медиана каби бошқа кўрсаткичлардан фойдаланиш мумкин;

бозордаги рақибларнинг улушлари вариациясини аниқловчи модель эҳтимоллар тақсимотининг қонунига бўйсинмайди. Бозордаги рақиблар улушлари тўғрисида аниқ хулоса қилиш учун юқоридаги муносабат бажарилиши учун иқтисодиёт назариясидан маълум бўлган бозор турлари таснифи бўйича маълумотлардан фойдаланиш.

Рақобат муҳитининг кўркамлиги қуйидаги муносабатда ўз аксини топади:

Муҳит кўркамлиги = AG+BP+CO-DT; (5).

Бу ерда a,b,c,d ҳар бир омилнинг тегишли коэффицентлари;

G – бозорнинг ўсиш истиқболлари;

P – бозорнинг рентабеллик истиқболлари;

O – ташқи мухитнинг ижобий таъсирлари;

T - ташқи мухитнинг салбий таъсирлари.

Туристик комплекснинг кўрсатаётган хизмат турларининг техникавий ва иқтисодий парметрлари, шунингдек корхонанинг ташкилий-бошқарув компонентлари бўйича бозор тармоқларининг эксперт баҳолаш натижаларига кўра, муҳитдаги рақибларнинг “картаси” ёки “кўпбурчаги” ишлаб чиқилади.

Кейинги босқичда туристик корхонанинг ҳар бир бозор тармоғи учун келтирилган бозор улушларини аниқлаган ҳолда Бостон консалтинг гуруҳи матрицасига жойлаштирилиши мумкин.

Ҳудудий таркибий омилларнинг таъсирлари кўламидан келиб чиқиб, туристик корхоналар томонидан таклиф этилаётган асосий маҳсулотларга нисбатан талабнинг камайиши унинг бозордаги мавқеини йўқотишга олиб келадиган хатарларга алоҳида эътибор қаратилиши зарур. Шунинг учун маркетинг бошқарув доирасида зудлик билан маҳсулот ишлаб чиқариш, уни силжитишни янада ошириш мақсадида, инновацион усулларини яратиш, воситачи хамкорлар – туроператорлар билан тижорат алоқаларини яхшилаш, миллий коларит ва обрўйи оширувчи маҳсулот ва хизматларни мақсадли аудиторияларга йўналтирувчи комуникацияли стратегияни ташкил этиш учун инвестицияларни йўналтириш зарур бўлади.

Туризм фаолияти билан шуғулланаётган корхоналарнинг тадбиркорлик фаолияти кескин рақобат шароитлари таъсирида кечиши билан характерланади. Рақобат кураши, рақобатчилик деганда муайян тармокдаги юридик ёки жисмоний шахсларнинг ўз максадларига эришишлари учун истеъмолчиларнинг манфаатларини кондириш юзасидан ўзаро кураши назарда тутилади.

Туризм сохасида рақобат курашига таъсир этувчи куплаб омиллар мавжуд:

Рақобат курашида иштирок этувчиларнинг сони, уларнинг улчами, ва иктисодий потенциали ошиши билан бирга рақобатчилик хам кескинлашиб бораверади. Бу холат уз навбатида фирмаларнинг инновацион стратегияларни амалга оширишга туртки беради. Рақобатнинг кескинлашуви бозорда лидерлар ва аутсайдерларнинг пайдо булишини таъминлайди. Демак, агар фирмалар улчами ва потенциали билан тенг булса улар узаро мавжуд воситалари оркали рақобатлаша оладилар . Уртадаги ташкилий тафовутлар кенгайиб борган сайин рақобат курашида иштирок этувчилар табакалашиб борадилар. Агарда бирорта фирма бозорда маркетинг фаолиятини юргизишда шароити кийинлашганлигини сезса демак тармокда етакчи (лидер) пайдо булганлигидан далолат беради.,

Муайян махсулот доирасида талабнинг ўсиши секин булса рақобат кураши кескинлашади, чунки талабни ошириш учун рақиблар талабни рағбатлантириш чораларини куллашга утадилар. Бозордаги ўсиш, яъни ўсиш тенденцияси пасайиши билан фирмалар бозор улушдарини саклаб колиш харакатига утадилар. Бу эса уз навбатида янги мижозларни жалб этиш буйича янги стратегик гояларнинг хамда чора-тадбирларнинг пайдо бўлишини рағбатлайди.

Туристик хизматлар сохасида товар ва хизматлар сотиш мавсумийлик

характери билан ажралиб туради. Шунинг учун туристлик корхоналар нарх билан турли хил ташлама ва бонусларни жорий этишга мажбурдирлар. Бу тактикаларнинг хаммаси провард натижа – сотиш хажмини оширишга қаратилади.

Рақобат кураши кескинлашади, агарда рақиблар товари талаб даражасида дифференциалланмаган бўлса, товарни дифференциаллаш деганда талаб таркибининг мураккаблашиб бориши (истеъмолчи онгида шу товар хусусидаги фикр ва тасаввурларнинг кенгайиб боришига мос равишда истеъмол қийматни яратиш) тушунилади. Бирок, ушбу шароит фирмаларнинг товар ва хизматлар сифатини оширишнинг янги йўналишларини излаб топишга мажбур этади.

Рақобатчиликка нисбатан тактик ва стратегик ҳаракатлар тармоқда «яшаб қолишни» ва ривожланишни таъминлаш назарда тўтилган бўлса эсда тўтиш керакки, рақиблар ҳам худди шунча қарши ҳаракатларни амалга оширадилар. Рақобат стратегиясининг самарадорлиги ўз вақтида яъни, макон ва замон нўқтаи-назаридан белгилаш ва жорий эта олишдадир.

Рақобат кураши кучайиб бориш тенденциясига эга бўлса, демак тармоқдан чиқиб кетиш хар бир субъект учун қимматга тушади. Шунинг учун фирмалар бозорнинг шундай «ниша»сини қабул қиладиларки, натижада ўша « ниша» улар учун максимал фойда келтиради.

7. Рақобат кураши рақобатда иштирок этувчи корхоналарнинг ходимлари малакавий даражасига, йуналишдаги умумий устворлик, ресурслар устунлиги каби элементлардаги тафовутлар бозордаги вазиятни ўзгартириб юбориши мумкин шунга боғлик ҳолда рақиблар ўртасида бўладиган турли хил манёврлар хусусидаги тафсилотлар билан бирга турли хил маркетинг арсенали билан қуролланган бўлишлиги шарт.

Юқоридаги холатлардан келиб чиқиб қуйидаги стратегияларни тавсия этишни мақсадга мувофиқ деб хисоблаймиз:

Фаолиятни такомиллаштириш стратегияси (бозорни кенгайтириш). Ушбу стратегияни амалга оширишда маркетинг амалларини мавжуд бозордаги доимий сегментларнинг мақсадли бозорларини чуқур ўрганиш маҳсулотни силжитиш ва фаолият самарадорлигини оширишда қаратиш лозим.

Маҳсулот таркибини такомиллаштириш ҳисобига сотиш ҳажмини ошириб бориш. Бозорларни тўлдириш, доимий бозорларни ҳимоя қилиш.

Бозорни ривожлантириш стратегияси. Яъни, янги бозорлар ёки сегментлар ахтариб топиш уларни ўзлаштириш билан боғлиқ маркетинг дастурини ишлаб чиқиш ва жорий этиш. Маълумки қўшимча даромад худудий бозорларга кириб бориш эвазига ўсади. Бунинг учун мавжуд махсулотлар бошқа худуддаги турдош махсулотларга нисбатан рақобатбардош хисобланади. Фақат силжитишни тўғри ташкил этишга қаратилган маркетинг чора- тадбирларини йўналтириш талаб этилади.

Йўналтирилган бозорда ишлаб чиқарилаётган маҳсулотлар турларини янада кўпроқ киритиш бўйича маркетинг чора- тадбирларини йўналтириб бориш стратегияси. Маълумки бундай стратегия фойданинг ўсишини, фаолият барқарорлигини таъминлайди, рискларни кафолатлайди.

Жорий ва янги турмаҳсулотларни бозорда силжитишнинг замонавий коммуникацион хизматлар тизимини йўлга қўйиш, такомиллаштириш.

Реклама ва комуникация тизимларини кучайтириш.

“Бизнес - тур” ва “Конгрес- тур” каби махсулотларини яратиш бўйича маркетинг дастурини ишлаб чиқиш.

А.А.Аблақулов – ТДИУ катта илмий ходим-изланувчиси

ТУРИЗМДА МИНТАҚАВИЙ МАРКЕТИНГДАН ФОЙДАЛАНИШ ИМКОНИЯТЛАРИ

Самарқанд вилоятидаги туристик-рекреацион хизматлар соҳасида моддий-техникавий ҳолатни баҳолаш ҳамда молиявий ва меҳнат салоҳиятини мажмуали таҳлили ундан фойдаланиш самарадорлигига тўсқинлик қилувчи қуйидаги асосий сабабларни аниқлашга имкон берди: норационал ҳудудий жойлашув, туристик-рекреацион хизматлар соҳасида (ТРХС) ресурслар салоҳияти ҳолати тўғрисида тўлиқ ва ишончли маълумотларнинг мавжуд эмаслиги, инфратузилманинг етарли даражада ривожланмаганлиги, туристик-рекреацион хизматлар соҳасида ресурс салоҳияти ривожланишини прогноз(башорат) қилишга имкон берувчи илмий маълумотларнинг мавжуд эмаслиги,ТРХС ресурслари ҳолати ва ривожланишнинг ўзгариб турувчи салоҳиятини баҳолаш шулар жумласига киради. Юқорида қайд қилинган зиддиятлар мазкур соҳада ресурслар салоҳиятини бошқариш тизимини такомиллаштиришни талаб этмоқда.

Шу нуқтаи назардан, илмий тадқиқот ишимизнинг устувор йўналиши бўлиб туристик-рекреацион жараённинг барча босқичлари ва даражасини ҳамда мулкчилик шаклидан, соҳа ташкилий тузилмасидаги ролидан қатъий назар унинг барча субъектларини қамраб олувчи ТРХС ни ягона ахборот – аналитик бошқарув тизимини яратиш бўлиб ҳисобланади. Бунинг учун қуйидаги масалаларни амалга ошириш зарур деб ҳисоблаймиз:

туристик-рекреацион корхоналар фаолияти статистикаси ва мониторингининг автоматлаштирилган минтақавий туристик-рекреацион ахборот тизимини ишлаб чиқиш;

ТРХС корхоналарини рўйхатдан ўтказиб қайд қилиш йўли(паспортлаштириш) билан БТТ талабларига жавоб берувчи статистик ҳисоботни босқичма-босқич юритиш учун ташкилий-иқтисодий ва илмий-методик шарт-шароитларни яратиш (бу эса нафақатгина ТРХС иқтисодий фаолият натижаларини баҳолашга балки, ўз вақтида ҳаққоний бошқарув қарорларини қабул қилишга ҳамда олинган маълумотларни халқаро ҳамжамият маълумотлари билан таққослашга имкон беради);

туристик-рекреацион ресурслар кадастрларининг ахборот тизимларини ташкил этиш (табиий, тарихий-маданий, ижтимоий-маданий ёдгорликлар), муҳандислик инфратузилмаси, ер, ўрмон, сув, шаҳарсозлик кадастри ҳамда минтақадаги бошқа экологик мониторинг тизимлари билан методик ва технологик жиҳатдан мослигини аниқлаш;

Интернет тармоғида маълумотлар портали тизимини яратиш, турли нашр қилинадиган маҳсулотлар хилма-хиллигини кенгайтириш ва уларнинг сифатини янада яхшилаш, чет эл оммавий ахборот воситаларида минтақанинг жозибадор нуфузи рекламасини ташкил этиш асосида минтақавий туристик-рекреацион хизматларни халқаро бозорга силжитишни фаоллаштириш;

фуқароларга ва юртимиз меҳмонларига хавфсиз рекреацион фаолиятни ташкил этишнинг барча масалалари бўйича оммавий ахборот воситаларида тизимли тарғибот ишларини фаоллаштириш, профилактика ишларини амалга ошириш ҳамда мос равишдаги реклама маҳсулотларини тайёрлаш ва жойлаштириш орқали ахборотлар етказиш даражасини янада ошириш.

Туристик-рекреацион хизматлар соҳасини самарали ва узлуксиз ривожлантириш мазкур соҳадаги мавжуд ресурслар салоҳиятининг ҳолати, унинг хўжалик юритувчи субъекти, инвестицион салоҳияти, корхона иқтисодиётидаги тенденциялар ва хўжалик фаолиятининг шартлари тўғрисида етарли даражадаги тўлиқ ҳамда ишончли маълумотларга асосланиши зарур бўлади. Бу ТРХСни ижтимоий-иқтисодий ривожлантиришнинг ишончли прогнозларини ишлаб чиқишга, ҳукумат органлари ҳаракатларини режалаштиришга, туристик-рекреацион салоҳиятни самарали ҳамда оқилона бошқаришга имкон беради.

Туристик-рекреацион хизматлар соҳасида ресурслар салоҳиятининг ягона ахборот-аналитик бошқариш тизимини шакллантириш мониторинг, маркетинг, прогнозлаш, моделлаштириш, стратегик режалаштириш сингари функцияларни назарда тутади. ТРХС нинг ресурс салоҳиятини бошқариш Самарқанд вилоятидаги молиявий, меҳнат, табиий ресурслар салоҳияти ва унинг моддий-техника базаси ҳолати тўғрисидаги маълумотлар базаси мавжудлигини талаб этади. Мавжуд маълумотлар танқислиги қоидага кўра, мониторинг тадқиқотлари ўтказиш орқали бартараф этилади.

Мониторинг тушунчасини икки хил йўналишда кўриб чиқиш мумкин: биринчидан, маълум жараённинг боришини кутилаётган натижага ёки бошланғич тахминга унинг мослигини аниқлаш мақсадида устидан доимий кузатиш; иккинчидан, инсоннинг хўжалик фаолияти билан боғлиқ атроф муҳит ҳолатини кузатиш, баҳолаш ва прогноз қилиш. Минтақадаги рекреацион фаолият хўжалик юритувчи ва мулк субъектларининг ишлаб чиқариш фаолиятлари оқибатларини бартараф этиш билан узвий боғлиқ, шу сабабли мазкур жараёнда мониторинг бизнинг тадқиқотлар учун ўта муҳим бўлиб ҳисобланади.

Минтақадаги табиий ресурслар салоҳияти ва экологик вазиятни бошқаришнинг зарурий шарти бўлиб, атрофимиздаги табиий муҳит ҳолати ва унинг ўзгариш тенденциялари тўғрисидаги тезкор маълумотларнинг мавжудлиги ҳисобланади. Атрофимиздаги табиий муҳитнинг экологик мониторингини ўтказиш рекреацион фаолият ҳамда ҳудуднинг манфаатдорлигидаги долзарб илмий-амалий соҳалардан бири бўлиб ҳисобланади. Минтақадаги экологик мониторингнинг амалий аҳамияти нақадар юқори эканлигига қарамасдан, ҳозирга қадар у кўп холларда декларатив тавсифга эга бўлмоқда.

Экологик риск назариясининг дунёда тан олинган назариясига мувофиқ, минтақада унинг туристик-рекреацион салоҳиятдан фойдаланишнинг чегаравий,

меъёрий даражаси аниқланган бўлиши зарур. Мазкур вазифаларни ижобий ечиш ҳамда ҳал этиш фақатгина мониторинг тадқиқотларини тўғри ташкил этиш орқалигина амалга оширилади. Минтақа (атрофи)даги табиий муҳитни экологик мониторингида асосий эътибор мониторингнинг мавзули соҳалари ўртасида аналитик-маълумотлар алмашинувини ташкил этишга берилади. Бунда энг аввало, республикамизда ва минтақалардаги экологик хизматларнинг мавжуд ҳамда режалаштирилаётган илмий-услубий базасини ишлаб чиқиш талабларига жавоб берадиган ўлчов жихозлари мажмуасини яратиш кўзда тутилади. Шунинг учун, минтақа бошқарув маъмурияти ижтимоий-иқтисодий жараёнларнинг мониторинг тадқиқотлари сингари технологиялардан фойдаланиши зарур бўлади. Бу эса минтақадаги мавжуд иқтисодий ҳолатни тезкор ва прогнозли баҳолашга ҳамда тўғри ва асосланган бошқарув қарорларини қабул қилиш учун мониторинг индикаторларини излаш, уларни гуруҳлаш ҳамда мажмуали ишлов бериш имконини беради.

Ижтимоий-иқтисодий вазият устидан назоратни ушлаб туриш ва минтақани тезда ўзгариб турувчи ташқи муҳитда умумий ривожланиш тенденциясини сақлаб қолиш зарурияти, мониторингни тезкор жорий назорат сингари ташкил этишни талаб этмоқда. Ижтимоий-иқтисодий мониторинг тизими минтақани ривожлантиришнинг барча асосий макроиқтисодий кўрсаткичларини ўз ичига олади: минтақадаги умумий маҳсулотлар ҳажми, жумладан, йирик ва кичик корхоналар бўйича; товар ва хизматларга бўлган истеъмол нарх ва тарифлар индекси, ўртача ҳисобланган иш ҳақи ва ҳ.к.

Назарий ва амалий тадқиқотлар таҳлили қуйидаги хулосаларни олишга имкон берди, минтақавий мониторинг: ҳудудий бошқарувнинг ўзига хос специфик инструменти бўлиб ҳисобланади; минтақада ички ва ташқи ижтимоий-иқтисодий маконни шакллантириш қонуниятлари тўғрисидаги билимларни тўплашнинг усулидир; вазиятларни меъёрида ривожланиши, унинг четланиш сабабларини аниқлаш, ҳамда прогнозлаш, дастурлаш ва режалаштириш учун асос бўлиб ҳисобланади.

Туристик-рекреацион хизматлар соҳасининг ресурслар салоҳиятини бошқариш тизимида мазкур методни самарали қўллаш учун жамиятни мазкур хизматларга бўлган эҳтиёжини аниқлаш зарур бўлди. Шу мақсадларда хизмат кўрсатиш ёки янги фаолиятни прогноз қилишда жаҳон амалиётида кўп йиллардан бери қўлланиб келинаётган минтақавий маркетингдан фойдаланиш мақсадга мувофиқдир. Мазкур ҳолатда минтақавий маркетинг қуйидаги тадбирларни амалга оширишга имкон беради:

минтақада туристик-рекреацион салоҳиятни мақсадга йўналтирилган таркибий қайта қуришни;

мулкчиликнинг республика, минтақавий ва маҳаллий шаклларини қайта тақсимлаш (хусусийлаштириш), ҳамда мулкчиликни оқилона таркибини шакллантириш;

минтақавий даражада хўжалик юритишни ва иқтисодиётни турли секторларида, жумладан давлат секторида ва давлат мулкида бошқарувнинг янада илғор шаклларини жорий этиш.

Маҳаллий минтақавий маркетинг мутахассисларининг таъкидлашича, “ўтиш даврида минтақавий маркетинг концепциясининг глобал мақсадини қуйидаги кўринишда тасвирлаш мумкин: минтақа иқтисодиётини таркибий қайта қуришни таъминлаш, минтақа аҳолисининг турмуш даражаси, шакллантириладиган бозорлар ҳолати ва ўзгариш суръатини чуқур ўрганиш, ҳамда уни таҳлил қилиш асосида иқтисодиётни аралаш ижтимоий йўналтирилган моделини шакллантириш”[1]

Бозор муносабатлари шароитида Ўзбекистон аҳолисининг минтақаларда туристик-рекреацион фаолиятларга: туризм, соғломлаштириш, шаҳар ташқарисида дам олишга бўлган талаби сақланиб қолмоқда, қатор ҳолатларда бу талаб ўсиб бормоқда. Бунга фуқароларнинг чет эл туризмига бўлган қизиқишларининг ўсиб боришини мисол сифатида келтириш мумкин. Баҳолаш натижасида чиқувчи туризм Ўзбекистон фуқароларининг туристик истаклари географиясининг кенгайганидан далолат бермоқда, унга кўра туристик мақсадларда чет элга 2016 йилда жами чиқиб кетганлар сонида (294625 киши) Ўзбекистон фуқароларининг МДҲ мамлакатларига кетганлар бўйича тақсимотида,биринчи ўринда Россияни танлашмоқда 15,9% (46889 киши), иккинчи ўринда Қозоғистон 12,9 % (38284 киши), учунчи ўринда Озарбайжон 2,5 % (3395 киши).

Юқоридаги рақамлардан шундай хулоса қилиш мумкинки, ҳар йили мамлакатдан катта миқдордаги валютанинг оқиб кетиши кузатилмоқда. Агар туризм ва дам олишга янада диққат эътиборлироқ бўлганимизда мазкур валюталар Республикамиз ва унинг минтақаларининг моддий-техникавий ва молиявий базасини мустаҳкамлашга сарфланиши мумкин эди. Ўзбекистон аҳолисининг рекреацион эҳтиёжларини аниқлаш учун, истеъмоли минтақада туристик-рекреацион соҳани ривожланиш даражасини белгилайдиган туристик-рекреацион хизматларга бўлган талаб минтақани бошқаришда маркетинг технологияларидан фойдаланишни кўзда тутади.

Raximov Z.O. – SamISI katta o’qituvchisi, i.f.n.
Mardonova M. – SamISI magistranti

O’ZBEKISTONDA “HALOL TURIZM”NI RIVOJLANTIRISHDA MAVJUD KAMCHILIKLAR VA ULARNI BARTARAF ETISH YO’LLARI

Turizm mamlakat iqtisodiyoti rivojining muhim omili hisoblanadi. Shu bois, dunyoning ko’plab mamlakatlari ushbu sohani rivojlantirish, tegishli infrastrukturani jahon standartlari darajasida yaratish va turistlar oqimini oshirish bo’yicha o’ziga xos strategik rejalar ishlab chiqishgan. Afsuski, O’zbekiston bu sohada hali ancha orqada ekanligini ko’rish mumkin. Xususan, Butunjahon turizm va sayohatlar kengashi (BTSK) tomonidan berilgan bahoga ko’ra, O’zbekiston turistlar tashrifi bo’yicha dunyo mamlakatlari orasida 150-o’rinni egallagan[2]. Bu esa sohada hali ko’plab kamchiliklarimiz borligini anglatadi. Shu bilan bir qatorda, mamlakatimizda turizmni

[1] Лавров А.М. СурнинБ.К. Реформирование экономики: региональные аспекты.- 4.2.-Региональный маркетинг и тенденции его развития.- Кемерово: «КУЗБАССВУЗИЗДАТ», 2006.-С. 138.

[2] www. UNWTO.org.stat

rivojlantirish borasida keng ko'lamli ishlar amalga oshirilayapti. Kundalik hayotimizda ham "ichki turizm", "kirish turizmi", "chiqish turizmi", "xalqaro turizm", "ekoturizm" kabi tushunchalar keng qo'llanilmoqda va aholida turizmga nisbatan ijobiy qarash shakllanmoqda, ular qatoriga "halol turizm" atamasi ham kirib kelmoqda. Xo'sh, "Halol turizm" o'zi nima? U sayyohlikning qanday turi hisoblanadi.

Halol turizm – bu oilaviy hordiq chiqarish, hamyonbop turar joylarda tunab, sifatli, ozoda ovqatlanish shaxobchalarida taomlanish. Kamchiqimlikni xush ko'ruvchi va isrofdan o'zini tiyadigan kishilar uchun yaratilgan xizmatdir. Hozirgi kunda turizmning bu yo'nalishi bir qator davlatlarda rivojlanib bormoqda. Xususan, Malayziya, Indoneziya, Marokash va Turkiya davlatlari yetakchi o'rinni egallaydi. Yurtimizda ham turizmning bu yo'nalishi ommalashib bormoqda. 2017-yilda "Crescent Rating" tashkiloti tomonidan "Halol turizm" bo'yicha o'tkazilgan reytingda O'zbekiston 28-pog'onadan joy olgan[1]. Turistik xizmatlarning ushbu turidan, asosan, islom diniga e'tiqod qiluvchilar foydalanishadi. Bugungi kunda musulmonlarning umumiy soni 1,6 milliard nafar bo'lib, shundan qariyb 150 millioni har yili turistik maqsadlarda sayohatga chiqadi[2]. O'zbekiston ushbu sayyohlarning yirik markaziga aylanishi mumkin. Negaki, yurtimizda turizm salohiyati nihoyatda katta. Shu bois mazkur sohani, xususan, uning "Halol turizm" tarmog'ini rivojlantirishga jiddiy e'tibor qaratish lozim.

Halol turizmda ko'rsatiladigan xizmatlar boshqalaridan tubdan farq qiladi. Undagi barcha xizmat va mahsulotlar tashrif buyuruvchining dini, e'tiqodi va yashash tarziga mutloqo mos kelishi kerak. "Halol" belgisi ostida ishlab chiqarilayotgan mahsulotlar xizmatlarning asosini egallashi lozim. "Halol" yorlig'i bilan ko'rsatilayotgan xizmatlarga Yevropa Ittifoqi, AQSH, Buyuk Britaniya, Avstraliya, Kanada, Xitoy, Hindiston, Lotin Amerikasi davlatlari, Yangi Zelandiya va Tailand kabi mamlakatlarda ham alohida e'tibor qaratilmoqda. Shuningdek, halol turizm industriyasi jadal rivojlanayotgan soha bo'lib, bu bozorning yillik hajmi 126 milliard AQSH dollarini tashkil etmoqda va 2020-yilga borib kamida uch barobar ortishi kutilmoqda[3]. Bundan shunday xulosaga kelish mumkinki, dunyoning qaysi bir mintaqasidan turist tashrif buyurmasin, unga sifatli va ozoda mahsulot tortiq qilish va yurtimizda bu turni rivojlantirish uchun kerakli infratuzilmani yaratish lozim. Joriy yilda "O'zstandart" agentligi tomonidan "Halol" standarti qabul qilindi va bu tadbirkorlarimiz tomonidan ishlab chiqarilayotgan mahsulotlarning sifati va xavfsizligini yuqori standart talablari asosida ta'minlanishiga zamin yaratadi. O'zbekiston korxonalarining "Halol" xalqaro sertifikatini olishi, ushbu belgi ostida ishlab chiqarilayotgan mahsulotlarga talabning oshishiga va undan qoniqish hissining paydo bo'lishiga sabab bo'lmoqda. Biroq ishlab chiqilgan chora-tadbirlar va amalga oshirilayotgan ko'plab ishlarga qaramasdan, ba'zi bir kamchiliklar ham mavjud:

Mamlakatimizga halol turizm yo'nalishida dam olishni maqsad qilgan turistning

[1] https://www.xabar.uz/cun
[2] www.UzReport.news
[3] www.sputnik.ru

ilk tasavvuri aeroportlardan boshlanadi. Namoz vaqtida o’z farzini ado etmoqchi bo’lgan musulmon uchun aeroportlarda maxsus namozxonalar mavjud emas. Ayol va erkaklar uchun esa alohida namoz o’qish xonaarini umuman topolmaymiz. Bunday xonalar faqatgina Surxondaryo xalqaro aeroportida mavjud. Demak, ushbu kamchilikni bartaraf etish uchun barcha viloyatlarda namozxonalar nafaqat aeroportlarda, balki mehmonxonalarda ham tashkil qilish lozim;

Yurtimizda boy tarixga ega diniy qadamjolar, pir-u avliyolar mangu qo’nim topgan maskanlar va muqaddas ziyoratgohlar talaygina. Biroq turistlarning erkin ziyorat qilishlari uchun barcha zamonaviy sharoitlar mavjud emas. Ularning tahorat qilishi, namoz o’qishi uchun maxsus xonalar barpo qilinishi, gid-tarjimonsiz tashrif buyurgan ziyoratchilar uchun ushbu maskan haqida to’liq ma’lumot berilishini ta’minlovchi maxsus broshshuralar yoki audio-gidlar tashkil qilinishi kerak;

Turistlarga bir necha soniya ichida yaqin hududda joylashgan mehmonxona, restoran va boshqa diqqatga sazovor maskanlar haqida bir nechta tilda ma’lumot beruvchi dasturlar yaratish lozim;

Prezidentimiz Sh. Mirziyoyev farmonlari asosida Samarqand viloyatida joylashgan Imom al Buxoriy majmuasi butunlay yangi qiyofaga kirdi. Bu yerda zamon talabiga mos barcha xizmatlar yaratildi. Biroq, diyorimizda musulmonlar e’tirofida bo’lgan shaxslar judayam ko’p. Ular qatoriga Bahouddin Naqshband, At-Termiziy, Farobiy, Motrudiylarni kiritishimiz mumkin. Ularning barchasida ham mavjud infrastruktura yaratilmagan va ko’p hollarda turistlarni ushbu maskanlarga jalb qilish bo’yicha ham turistik korxonalar tomonidan kamchiliklarga yo’l qo’yilmoqda. Tur yo’nalishlarga bunday ziyoratjoylarni kiritish va talabni oshirish har tomonlama ijobiydir;

Halol turizm turida yangi yo’nalishlarni tashkil qilishda GIS texnologiyasi asosida “yo’l xarita”larini yaratish va unda halol belgisi ostida xizmat ko’rsatuvchilarning manzilini aks ettirish lozim;

Malayziyada SalamWeb nomli yangi halol internet-brauzer yaratildi.Ushbu brauzer haqoratli, qimor o’yinlari taklif qilayotgan, alkogol mahsulotlari reklamasi bor saytlarni aniqlab, ular haqida foydalanuvchini ogohlantiradi. Musulmonlar uchun yangiliklarga obuna bo’lish, namoz vaqti haqida ogohlantirish va “Qibla” tomonni aniqlash uchun kompos funksiyalari kiritilgan. Yurtimiz turizmida ham shunday o’ziga xos brauzerlar yaratilsa, musulmon turistlar uchun har tomonlama ijobiy natija berar edi;

Ovqatlantirish korxonalarida halol belgili mahsulotlardan foydalanish bilan bir qatorda, maxsus onlayn ekranlar tashkil qilish va iste’mol qilinayotgan yeguliklar qayerdan va qanday holatda yetishtirilganli namoyish qilinsa, ham yegulikdan minnatdorchilik paydo bo’ladi va agro turizmga ham turtki beradi;

Mehmonxonalarda Qur’oni karim kitobi bo’lishi, xonalarda qiblani ko’rsatuvchi belgilar qo’yilishi lozim;

Halol turizmni rivojlantirishda davlatlar tajribasidan foydalanish va hamkorlikni yo’lga qo’yish turistlar oqimining ortishiga xizmat qiladi. Bunda ayniqsa Turkiya tajribasidan foydalanish muhim. Mehmonxonalarda erkak va ayollar uchun alohida

hovuzlar, bolalar uchun o'yingohlar, oilaviy hordiq chiqarish obyektlarini tashkil qilishni qo'llash katta foyda keltiradi.

Aytish joizki, O'zbekiston katta tarixiy-madaniy obidalarga ega va ular YUNESKOning madaniy merosi ro'yxatiga kiritilgan. Ulardan halol turizmda foydalanish orqali ham asrab-avaylashga va ulardan daromad olishga ham erishamiz. Demak, turizmni milliy iqtisodiyotga yuqori daromad keltiradigan istiqbolli tarmoqlardan biriga aylantirsak bo'ladi.

Adabiyotlar ro'yxati:

1. Tuxliyev I.S., Safarov B.SH., Abduxamidov S.A. TURIZM: nazariya va amaliyot. – T.: Fan va texnologiya. 2018, 400 bet

2. www.press-servise.uz – O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Matbuot xizmati rasmiy sayti

3. www.uza.uz – O'zbekiston milliy axborot agentligi rasmiy sayti

4. www. UNWTO.org – Butun Jahon Turizm Tashkiloti rasmiy sayti

5. www. google.ru/search. Halol turizm.

Ш.Ў. Ташматов – СамИСИ ўқитувчиси

ТУРИЗМ ИЖТИМОИЙ-ИҚТИСОДИЙ СОҲА СИФАТИДА

Туризм кўплаб мамлакатлар ва бутун дунё иқтисодиётида тобора аҳамиятли рол ўйнамоқда. Туристик алмашув давлатлар ўртасида маданий, сиёсий, иқтисодий ҳамкорликнинг ривожланишига ёрдам беради, кўплаб мамлакатлар учун хизматлар экспортининг муҳим қисми ҳисобланади, аҳоли бандлигини оширади, нисбатан қолоқ ҳудудлар ва мамлакатларни халқаро меҳнат тақсимоти тизимига жалб қилиш учун шарт-шароит яратади.

Туризм оммавий ҳодиса сифатида фақатгина XX асрнинг иккинчи ярмида ривожлана бошлади, шу сабабли унинг концептуал асоси, туристик фаолиятни тавсифловчи кўрсаткичлар тизими, ҳисоблар тизими, туризм соҳасидаги тадқиқот воситалари ривожланиш жараёнида турибди.

Туризм бир қатор фанларнинг тадқиқот объекти ҳисобланади, шунинг учун унга таъриф беришда турлича ёндашувлар вужудга келган. Масалан, тиббиёт нуқтаи назаридан, туризм – бу "сайёҳат билан боғлиқ бўлган фаол дам олиш шакли"[1]; социолог учун туризмнинг билиш, маданий аҳамияти муҳим ҳисобланади; географ учун туризм, биринчи навбатда, туристик фаолият жараёнида табиий ёки антропоген ресурслар истеъмолига мўлжалланган ҳудудий комплексларни шакллантирувчи омил сифатида гавдаланади. Иқтисодчи нуқтаи назаридан, туризм, аввало, туристга хизмат кўрсатиш билан боғлиқ муайян иқтисодий фаолият, унда вужудга келадиган иқтисодий муносабатлар жараёнида товарлар ва хизматларнинг ишлаб чиқарилиши ҳамда турист томонидан истеъмол қилинишидаги ўзига хослик билан характерланади.

[1] Основы туризма: учебник / коллектив авторов; под ред. Е.Л. Писаревского. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 384 с.

Ўзбекистонлик ҳамда чет эллик олимлар томонидан туризмга берилган кўп сонли ҳамда турлича таърифларга тўхталмаган ҳолда айтиш мумкинки, иқтисодий адабиётларда “туризм” тушунчаси икки хил маънода ишлатилади. Бир томондан у аҳолининг вақтинчалик доимий яшаш жойидан, турли мақсадларни (билиш, соғломлаштириш, спорт, диний ва бошқалар) кўзлаб ҳаракатланишини назарда тутади. Иккинчи томондан “туризм” тушунчаси “туризм саноати” тушунчаси билан тенглаштирилади.

Туризмнинг ижтимоий-иқтисодий томони, бизнинг фикримизча, унинг қуйидаги жиҳатларида ўз ифодасини топади:

инсон фаолияти ва жамиятнинг турли томонларни қамраб олувчи ҳодисанинг кўпқирралиги, туризм шакллари ва функцияларининг хилма-хиллиги;

туристга хизмат кўрсатиш жараёнида турли хил табиий ва антропоген (инсон фаолияти натижаси бўлган) туристик-рекреацион ресурслардан фойдаланиш;

туристнинг комплекс эҳтиёжларини қондириш учун зарур бўлган турли тармоқ корхоналари фаолиятлари интеграцияси;

туризм ривожланиши ва унинг иқтисодий ўсиш, илмий-техник ва маданий тараққиёт билан ўзаро алоқасидаги ўзига хослик.

Замонавий иқтисодий адабиётларда туризм мураккаб ижтимоий-иқтисодий тизим сифатида қаралиб, уни ўрганиш учун иқтисодий, сиёсий, экологик, технологик, ижтимоий омилар ва уларнинг ўзаро алоқаларини таҳлил қилиш зарур[1].

Мамлакатимиз ҳамда чет эл олимларининг ишларида мавжуд бўлган ёндашувлар таҳлили шуни кўрсатадики, туризмни тадқиқ қилишнинг тизимли усулини амалга оширишга ҳаракатлар учта асосий ёндашув: иқтисодий, экологик ва маданий ёндашувлар бирлигида мужассамлашади.

1. Иқтисодий ёндашув ўз ичига туристик хизматлар бозоридаги талаб ва таклиф қонуниятларини, иқтисодий ва бошқарув нуқтаи назардан туристик корхоналар фаолиятининг хусусиятларини ўрганиш ҳамда туризмнинг миллий иқтисодиёт кўрсаткичларига қўшган ҳиссасини баҳолашни қамраб олади. Бу кўрсаткичларга туристик оқим ҳажми, туризмдан валюта тушумлари, туризмнинг товарлар ва хизматлар экспортидаги ҳиссаси, ЯИМдаги улуши, ишлаб чиқариш кучларини иқтисодий жиҳатдан камроқ ривожланган ҳудудларга жойлаштириш самараси, туризм ривожланишининг мултипликатив самараси ва бошқалар киради.

2. Экологик ёндашув оммавий туризм рекреацион ҳудудлар экологиясига таъсир қилувчи муҳим омиллардан бириган айлангандан сўнг ривожлана бошлади. Бу эса, туризмни тақиқ қилишнинг янгича усулига ўтиш зарурлигини

[1] Морозов М.А. Экономика туризма: учебник / М.А. Морозов, Н.С. Морозова, Г.А. Карпова, Л.В. Хорева. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 320 с., Александрова А.Ю. Международный туризм: учебник / А.Ю. Александрова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: КНОРУС, 2016. – 460 с., Thomas Hinterholzer, Mario Jooss. Social Media Marketing und Management im Tourismus. Springer-Verlag Berlin Heidelberg 2013., David Leslie. Tourism enterprise: developments, management and sustainability. Printed and bound in the UK by CPI Group (UK) Ltd, Croydon, 2015.

юзага келтирди. Рекреацион ҳудудлардан ортиқча фойдаланиш ундаги табиий комплекслар ҳолатининг сезиларли ёмонлашувига ва ҳатто бузулишига олиб келади[1]. Бунда айнан табиий муҳитнинг кам ифлосланганлиги туристлар учун рекреацион ҳудуд жозибадорлигининг зарурий шартларидан бири ҳисобланади.

3. Маданий ёндашув туризмга туристларни қабул қилувчи ҳудудларнинг ўзига хос турмуш тарзи ва маданиятига, маҳаллий аҳолининг менталитетига таъсир қилувчи омил сифатида қарайди. Туризм ижобий жиҳатлар билан бирга салбий оқибатларни ҳам келтириб чиқаради. Буларга, масалан, маҳаллий урф-одатлар ва анъаналарнинг бузилиши, фоҳишабозлик ва бошқа ижтимоий иллатларнинг ривожланиши, инсоний муносабатларнинг тижоратлашуви ва ҳоказоларни киритиш мумкин[2].

Туризмни тадқиқ қилишга тизимли ёндашув юқорида келтирилган ёндашувларнинг бирикишини назарда тутади. Бу шуни англатадики, туризмни учта тизим: жамият, иқтисодиёт ва табииатнинг ўзаро алоқадорлик контекстида кўриб чиқиш зарур. Умумий кўринишда ушбу тизимларнинг туризм соҳасидаги ўзаро алоқадорлиги қуйидагича таърифлаш мумкин. Туристлар турлича эҳтиёжлар ва мотивларга эга бўлган индивидлар гуруҳи сифатида туристик хизматларга талабни ҳосил қилади. Юзага келган талаб бозор шароитида туристик корхоналар жамланмаси томонидан шакллантирилган таклиф билан ўзаро таъсирга киришади. Туристик хизматлар истеъмоли жараёни иқтисодий (туристларнинг харажатлари, туристик корхоналарнинг даромадлари, туризмдан солиқ тушумлари ва ҳоказо), маданий (туристларнинг маҳаллий аҳоли билан алоқалари, тарихий-маданий қадриятлар билан танишиш ва шу кабилар) ва экологик (туристлар томонидан табиий ва антропоген ресурсларнинг ишлатилиши) жиҳатларни қамраб олади. Бундан ташқари, туристик хизматларнинг ташкил қилиниши ва истеъмол қилиниши давлат томонидан тартибга солишнинг объекти ҳисобланади.

Туризм ривожланишининг фундаментал асослари сифатида туризм ривожланишининг глобал кўламдаги асосий омилларини, охир оқибатда, белгилаб берувчи ижтимоий-иқтисодий, илмий-техник ва маданий жараёнларни ҳисоблаш мумкин. Иқтисодий адабиётларда туризм ривожланишининг асосий омилларига қуйидагиларни киритади:

1. Бўш вақтнинг инсон вақт бюджетидаги улуши ўсиши.

2. Инсоннинг маданий ва маърифий даражаси ошиши ва жамиятнинг маънавий қадриятлар тизимидаги ўзгаришлар.

3. Аҳоли даромадлари ва фаровонлигининг ўсиши.

4. Транспорт ва алоқа воситаларининг ривожланиши.

5. Урбанизация жараёнлари.

Ушбу омиллар таъсири натижасида туризм тарихий жиҳатдан яккалик ва элитадан оммавийликка, стандартлашган ёки конверлашган оммавийликдан дифференциаллашганликка қараб ривожланади.

[1] David Weaver, Laura Lawton. Tourism management. Fifth edition published by Wiley, 2014.
[2] Бутузов А.Г. Этнокультурный туризм: учебное пособие / А.Г. Бутузов. — М.: КНОРУС, 2015. — 248 с.

Муаммони ўрганишга тизимли ёндашув туризм ривожланишига таъсир қилувчи омиллар рўйхатини кенгайтиришни назарда тутади. Бу омилларни икки гуруҳга ажратиш мумкин: туристик талабга таъсир қилувчи омилар гуруҳи ва туристик таклиф таъсир қилувчи омиллар гуруҳи.

Бозор иқтисодиёти шароитида туристик талабга таъсир қилувчи омиллар туризм ривожланиши учун ҳал қилувчи аҳамиятга эга.

Ўзбекистонда юз берган ижтимоий-иқтисодий ўзгаришлар туризм соҳасида ҳам мулкчиликнинг янги таркиби шаклланиши, бозор муносабатлари ва рақобат механизмларининг пайдо бўлишига олиб келди. Туристик хизматлар бозори – бу "харидор бозори", бозор механизми туристик хизматлар талаб ва таклифи ўртасидаги мувозанатни ўрнатиш, дефицитга ёки ортиқчаликка олиб келувчи деформацияни бартараф қилиш учун мўлжалланган. Бироқ туристик хизматлар таклифи ўта ноэласктиклигини ҳисобга олиш зарур. Бунинг натижасида туристик таклифни талабга мослаштириш учун сезиларли даражада кўп вақт керак бўлади. Шундай қилиб туристик хизматлар таклифига таъсир қилувчи омиллар ҳар доимгидек туризм ривожланиш тенденцияларига таъсир кўрсатади.

А.Ш.Бердимуродов – СамИСИ мустақил изланувчиси

ХОРИЖИЙ ИНВЕСТИЦИЯЛАРНИ ФАОЛ ЖАЛБ ҚИЛИШ ОРҚАЛИ ЭРКИН ТУРИСТИК ҲУДУДЛАРНИ САМАРАЛИ РИВОЖЛАНТИРИШ МАСАЛАЛАРИ

Ўзбекистон Республикаси туризм тармоғи, ҳусусан эркин туристик ҳудудларнинг барқарор иқтисодий ўсишини таъминлашда хорижий инвестицияларни жалб қилиш долзарб аҳамият касб этади. Бу борада давлатимиз раҳбари Ш.Мирзиёев кўплаб чиқишларида мамлакатимизнинг хорижий мамлакатлар билан иқтисодий муносабатларини янада мустаҳкамлаш ва хорижда давлатимизнинг иқтисодий имкониятларини фаол тарғиб қилиш орқали унинг халқаро нуфузини янада ошириш, хорижий инвестицияларни кенг жалб этишни жадаллаштириш, туризм тармоғини янада ривожлантиришни устувор вазифалар қаторида санаб ўтади.

Демак, туризм тармоғини ривожлантиришда фаол инвестиция сиёсатини олиб бориш мамлакатимизнинг ижтимоий-иқтисодий ва ҳар томонлама ривожланишида муҳим аҳамият касб этади. Бу эса ўз навбатида ички ва ташқи инвестицияларни жалб қилишни такомиллаштиришни назарда тутади.

Бугун бевосита Президентимиз раҳбарлиги остида мазкур йўналишда амалга оширилаётган ислоҳотлар туфайли мамлакатимизда туризм соҳаси ривожланишда янги босқични бошидан кечирмоқда. Шу жумладан мамлакатимизда эркин туристик ҳудудларни яратиш ва уларнинг фаолиятини самарали йўлга қўйиш борасида ҳам қатор ишлар олиб борилмоқда.

Аммо, шуни алоҳида таъкидлаб ўтиш лозимки, олдимизда турган муаммолар талайгина. Туристлар оқими фаол бўлган мавсумда жойлаштириш воситаларининг етишмовчили, туризм инфратузилмаси ҳолатининг яхши

шаклланмаганлиги, эркин туристик ҳудудларни барпо этишга пул маблағларининг етишмаслиги каби ҳолатларни бартараф этишда хорижий инвестицияларнинг тўғридан-тўғри кириб келиши самарали восита бўлиб ҳисобланади.

Мамлакатимизга инвестицияларни жалб этишда хорижий инвесторлар учун қулай бизнес муҳитининг яратилиши, улар фаолиятининг мустаҳкам кафолати, турли хил имтиёзлар муҳим ўрин тутади ва бу ўзига хос рақобатни келтириб чиқаради ва ҳар бир ҳудуд инвесторлар учун энг яхши имкониятлар, энг яхши шароитларни тақдим этишга ҳаракат қилади.

Эркин туристик ҳудудларни барпо этишда инвестициялар жалб қилиниши иктисодиётда таркибий ўзгаришларни амалга ошириш, инфратузилмани яхшилаш, хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириш, рақобатбардош, комплекс хизматларни тайёрлаш ва хорижий туристларга тақдим қилиш туристик корхоналар фаолиятини самарали йўлга қўйиш ва иқтисодиётнинг реал сектори имкониятларидан самарали фойдаланишда қўл келади.

Ҳусусан, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 05.12.2017 йил ПФ-5273-сон фармонида “...замонавий инфратузилмани изчил ривожлантириш, тақдим этиладиган туристик, меҳмонхона ва транспорт хизматлари сифатини ҳамда Чимён-Чорвоқ рекреация ҳудудига ташриф буюраётган хорижий ва маҳаллий туристлар учун хизматлар даражасини яхшилаш мақсадида хорижий инвестицияларни жалб қилиш бўйича масалаларни ҳал этишни тезлаштиришга имкон беради” – дея таъкидлаб ўтилган[1].

Туризм ривожланган хорижий давлатлар тажрибаси шуни кўрсатмоқдаки, эркин туристик ҳудудлар маҳаллий ва хорижий инвестицияларни жалб қилиш билан биргаликда, мамлакатга янги технологияларни олиб кириш, замонавий хорижий менежмент ва маркетинг тажрибаларидан фойдаланиш, сифатли туристик хизматларни яратиш, мамлакат туризм салоҳиятини янада ошириш, янги иш ўринлари яратиш орқали аҳоли бандлигини таъминлаш, хорижий валюта тушумлари кириб келишини кўчайтириш ва натижада миллий иқтисодиётнинг жаҳон иқтисодиётига интеграциялашувини янада тезлаштиришга сабаб бўлади.

Эркин туристик ҳудудларга хорижий инвестицияларни жалб этишнинг хориж тажрибаси шуни кўрсатмоқдаки, хорижий инвесторлар учун мос келувчи имтиёзлар ва рағбатлар тизими фаол татбиқ этилган. Эркин туристик ҳудудларда қўлланиладиган имтиёзларни божхона (ташки савдо), солиқ, молиявий ва маъмурийга бўлиш мумкин.

Бугунги кунда ҳудудларни модернизация қилиш ва инновацион ривожлантиришнинг стратегик йўналишини ишлаб чиқиш ва хизмат кўрсатиш соҳасига, туризм тармоғига жорий этишнинг энг самарали механизмларини аниқлаш талаб қилади. Бундай механизмлардан бири давлатнинг тартибга солиш функциясига эга бўлган эркин туристик ҳудудлар бўлиб, улар

[1] Ўзбекистон Республикаси Президентининг 05.12.2017 йилдаги “Чорвоқ” эркин туристик зонасини ташкил этиш тўғрисида”ги ПФ-5273-сон фармони. Қонун ҳужжатлари маълумотлари миллий базаси, 06.12.2017 й., 06/17/5273/0363-сон; 06.01.2019 й., 06/18/5611/2430-сон

инновацион ривожланишдаги тўсиқларни бартараф этишга ва рақобатбардош инвестиция фаолиятининг барча субъектлари билан ишлаш учун қулай шарт-шароитларни яратишга хизмат қилади.

Бироқ, кўпгина хорижий экспертларнинг фикрига кўра, хорижий инвесторларни энг кўп жалб қила оладиган омил бу эрда ўз фаолиятларини тайёр ишлаб чиқариш, хизмат кўрсатиш объектлари, муҳандислик коммуникация иншоотлари, транспорт ва ижтимоий инфратузилма билан бошлаш имкониятидир. Тайёр инфратузилма мавжуд бўлганда лойиҳа учун инвесторга инвестиция ҳажмининг 20 %игача тежаш имконини беради. Жаҳон тажрибаси шуни кўрсатадики, эркин иқтисодий ҳудудларга хорижликлар томонидан киритилган ҳар 1 доллар инвестиция учун давлатнинг ўзи 4 доллар сармоя киритиши керак.

Еркин иқтисодий ҳудуд иштирокчилари учун яна бир муҳим рағбатлантиришлардан бири маъмурий тўсиқларни бартараф этишдан иборатдир. Афсуски, мамлакатимизда инвесторлар ҳуқуқлари ва давлат кафолатлари тўғрисидаги меъёрий ҳужжатларда кўпгина қулайликлар ва ебгилликлар белгилаб қўйилган бўлсада, амалда кўплаб ноқулайликлар учрамоқда. Инвесторларни рўйхатга олиш, уларга ер-жой ажратиш, ўз бизнесини юритиш, мулкини ҳимоя қилиш масалаларида ҳам қатор камчиликлар кўзга ташланмоқда. Ижтимоий тармоқларда ва информацион дастурларда тез-тез хорижий инвестор фаолияти билан боғлиқ муаммолар юзасидан хабарларни ўқиб турибмиз. Демак, бу бўйича меъёрий ҳужжатлар яхши ишламаяпти, ёки етарлича эмас.

Хорижий инвесторлар учун яратилган солиқ имтиёзларига масаласига келсак, улар унча катта аҳамиятга эга эмас. Дарҳақиқат, биз нафақат минтақавий ва маҳаллий солиқларни қисқартириш ҳақида гапиряпмиз, бу катта инвестиция лойиҳаларини жалб қилиш учун камлик қилади. Эркин туристик ҳудудларга инвестицияларни жалб қилиш ва ривожлантириш жараёни бизда аниқ бир позициясининг йўқлиги ва қонун билан назарда тутилган имтиёзларнинг камлигидан далолат бермоқда.

Биз эркин иқтисодий ҳудудларни барпо этиш масаласида анча кечикдик, шу алоҳида қайд этиш лозимки, бугунги кунда бутун дунёда бир неча минглаб бундай ҳудудлар фаолият юритмоқда. Мисол учун, Хитой давлатининг бундай тезликда тараққий этишида унинг хусусий иқтисодий зоналарида 45 мингга яқин корхоналар фаолият кўрсатаётганлиги билан ҳам изоҳлаш мумкин, деб ҳисоблайман.

Бугунги глобаллашув жараёни инновацияларни, шу жумладан туризм тармоғида рағбатлантириш механизмларини тезда такомиллаштиришни талаб қилади. Шу билан бирга, узоқ муддатли ривожланиш стратегиясининг аниқ қоидаларини ишлаб чиқиш, давлат ва хусусий бизнеснинг мувозанатини аниқлаш, давлат-хусусий сектор ҳамкорлиги тамойилларини шакллантириш зарур. Бу борада Америка Қўшма Штатларининг тажрибаси эътиборга молик.

Тадбиркорлик ташаббуси, хусусий капитал, ишбилармон доиралар тажрибаси ва илмий ютуқларнинг давлат томонидан фаол қўллаб-

қувватлашнинг турли шаклларини муваффақиятли тарзда бирлаштирган Америка Қўшма Штатлари кутилган тарзда инновацион ривожланишга эришган.

Ўзбекистонда Ғарбдан фарқли ўлароқ, ҳукумат ва бизнес ўртасидаги тарихий барқарор ҳамкорлик тажрибаси кам. Бундан ташқари, ҳокимият билан муносабатларда бизнеснинг ноқулайлиги каби муаммолар мавжуд.

Ўтган давр мобайнида жаҳон иқтисодиётининг ривожланишидаги тенденциялар, рақобатбардошликнинг асосий омили маҳсулотнинг нархи эмас, балки унинг сифати, янгилиги ва илм-интенсивлиги эканлигини кўрсатади. Шу муносабат билан, эркин иқтисодий зоналарнинг яратилиши ва фаолият юритиши аҳоли касбий ва интеллектуал даражасини ошириш, мамлакат иқтисодиётига инвестицияларни жалб қилишнинг самарали воситаси, унинг диверсификацияси ва инновацион ривожланиш йўлини олишдир. Мисол учун, Хитойдаги махсус иқтисодий зоналар мамлакатни, айниқса, унинг шарқий қисмини ривожлантириш учун ҳақиқий воситаси бўлиб ҳисобланади. Хитойнинг эркин иқтисодий зонасига ҳар йили қарийб 40 миллиард АҚШ доллари жалб қилинади, бу ҳудудлар 200 дан ортиқ ислоҳот ташаббуслари учун синов майдончаси бўлиб хизмат қилади.

Хулоса сифатида айтиб ўтиш лозимки, жаҳон миқёсида эркин туристик ҳудудлар сони йилдан-йилга ошиб бормоқда, улар кўплаб давлатларнинг иқтисодий ривожланишига кучли таъсир кўрсатаётганлиги қуйидагиларда намоён бўлмоқда: чет эллик инвесторлар мамлакатга замонавий технологияларни олиб киради, янги бошқарув усулларини қўллайди; кўплаб иш ўринлари яратилади, малакали мутахассислар шакллантирилади, янги меҳнат услублари шакллантирилади, инвестиция жалб қилаётган компаниялар ер ва инфратузилма объектлари учун тўловларни ўз зиммасига олади ва хизмат учун ҳақ тўлайди; ҳудуд аҳолисининг турмуш даражаси ошади, даромадлари ўсади, туризм бозори ривожланади, хизматларга бўлган эҳтиёж тўларок қондирилади; бундай ҳудудларда фаолият кўрсатаётган корхоналар бошқаларга нисбатан яхшироқ шароитларга эга бўлади, бу эса ўз навбатида хизматлар таннархининг пасайишига, унинг рақобатбардошлигининг ошишига сабаб бўлади, ҳудудларда тадбиркорлик фаолиятининг янада жонланиши, экспорт салоҳиятининг ошиши кабилар ҳисобига туризмга ёндош тармоқ ва соҳаларнинг ривожланишига кўмаклашади.

А.П.Махмудова – соискатель СамИЭС
А.Ю.Талибова – ассистент СамИЭС

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ЭТНИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В УЗБЕКИСТАНЕ

Этнический туризм является одним из молодых направлений культурно-познавательного туризма. В настоящее время этнотуризм приобретает особую популярность, так как именно он позволяет узнать о традициях и культуре различных этносов не из книг или телепередач, а непосредственно путем погружения в среду. Каждый может сам увидеть традиционные жилищные и

хозяйственные постройки, местных жителей в национальной одежде, принять участие в традиционных праздниках, попробовать блюда национальной кухни и купить в качестве сувениров предметы традиционного быта.

Актуальность выбранной нами темы исследования очевидна, так как в современном мире среди туристов наблюдается повышение интереса к этнической культуре, рост этнического самосознания. Этнический туризм популяризируется и набирает обороты, что может стать дополнительным подспорьем экономического и культурного развития регионов Узбекистана.

Такой вид отдыха появился вследствие возросшего интереса туристов к подлинной жизни народов, к народным традициям, творчеству, обрядам и культуре. Интерес объясняется, в свою очередь, стремлением людей в современном унифицированном (единообразном) мире к самоопределению, поиску и изучению своих этнических корней. Результаты такого познания позволяют почувствовать себя особенным, причастным к целой истории со свойственными ей культурными традициями. Знакомство с культурами и этническими особенностями других народов помогает составить картину целостного многогранного мира со всеми его народностями, уникальными в своей индивидуальности. Этнотуризм способствует развитию тесных связей и обмену между представителями разных народов, включению их самобытной культуры в мировое наследие.

Важно отметить, что туризм является общепризнанной прибыльной отраслью экономики и источником занятости местного населения. Этнотуризм позволяет населению лучше познать, как свою, так и культуру других народов и укрепляет толерантные отношения.

Этнографический туризм осуществляется с познавательной и развлекательной целью, знакомит с культурой и бытом определенного народа, его костюмами, языком, фольклором, традициями, обычаями, этническим творчеством, рассчитан на широкий круг туристов. Этот вид туризма предусматривает посещение исторических сельских поселений, сохранивших свой планировочный и архитектурный облик, традиционные виды землепользования, элементы народной культуры в повседневной жизни и творчестве людей.

Этнический туризм в Узбекистане - это один из самых увлекательных видов путешествия: так здорово колесить по стране, узнавая простой народ, особенности его быта, обычаи, традиции, фольклор, кухню, народные ремесла.

Этнический туризм в Узбекистане обещает быть ярким и незабываемым. Ведь вас ждет встреча с древним восточным этносом, чье самобытное национальное наследие насчитывает сотни лет! И вот что удивительно: старинные узбекские обычаи актуальны по сей день. Все важные события в жизни человека: рождение, сватовство, свадьбу, похороны – сопровождают красочные ритуалы, идущие из глубины веков и несущие в себе мудрость предков. Узбеки с удовольствием приглашают на свои торжества иностранных гостей, знакомят их со своими обычаями и традициями, национальными костюмами, песнями и танцами. Как правило, на этих торжествах, гости

знакомятся еще и с национальной кухней. Плов, самса, шурпа, манты – вот самые известные из узбекских блюд.
Другим ярким впечатлением станет для вас знакомство с прикладным творчеством узбекских ремесленников: изящная лаковая миниатюра, филигранные ювелирные украшения, замысловатая национальная вышивка, самобытная керамика, натуральный шелк – все это лишь небольшая часть того, что производят своими руками народные умельцы Узбекистана и предлагают в качестве сувениров в память о поездке в Узбекистан.

О богатстве узбекской культуры рассказывают различные этнофестивали и выставки. Вот уж где есть на что посмотреть! Одно из самых крупных подобных мероприятий – фестиваль «Бойсунбахори» - проходит каждую весну в Сурхандарьинской области, в почти не тронутом цивилизацией местечке Байсун, славящемся невероятной красотой местной природы. Волнующие воображение народные гуляния и ярмарки длятся по несколько дней. Сюда съезжаются фольклорные коллективы со всего мира, танцоры, певцы, бахши (народные сказители), ремесленники с коврами, тканями, ювелирными украшениями.

A.A.Karimov – SamISI assistenti
Sh.Q.Omonov – SamISI assistenti

MAMLAKATIMIZDA SPORT TURIZMINI TURLARI BO'YICHA RIVOJLANTIRISH IMKONIYATLARI

Jahondagi globallashuv sharoitida turizm muhim ijtimoiy, iqtisodiy va madaniy omillardan biriga aylandi. Iqtisodiyotning ushbu sektorida umumiy daromad hajmi trillionlab dollarni tashkil etmoqda, har yili butun dunyoda bir milliarddan[1] ziyod kishi sayohat qilmoqda. Turizm nafaqat savdo xizmatlarining bir turi sifatida, balki bugun turizm bozorlarining barqaror rivojlanishi yangi ishchi o‘rinlarni yaratishga va unga turdosh bo‘lgan tarmoqlarni rivojlantirishga imkoniyat yaratmoqda.

Shu tufayli turizm faoliyatini ravnaq toptirish masalasi 2017–2021-yillarda O‘zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo‘nalishlari bo‘yicha Harakatlar strategiyasining iqtisodiyotni rivojlantirish va liberallashtirishning ustuvor yo‘nalishlarida ham o‘z aksini topgani bejiz emas. O‘zbekiston zamonaviy turizm industriyasini rivojlantirish uchun barcha zaruriy manbalarga ega bo‘lib, Buyuk Ipak yo‘li ustida joylashgan. Vatanimiz – qulay tabiiy-iqlim sharoitlariga, boy tarixiy, madaniy merosga va ayni paytda ham ichki, ham xalqaro turizmni rivojlantirish uchun yuqori salohiyatga ega.

Turizmning bir qancha turlari mavjud diniy, terapevtik, kruiz, ekologik, sport turizmi ka mavjud. Shu qatorda sport turizmini ham bir qancha turlari mavjud.

Sport turizmi – marshrutlar bo'yicha musobaqalarga asoslangan deb nomlanishi mumkin, shu jumladan tabiiy muhitda toifadagi to'siqlarni (o'tish, tepaliklar)

[1] BMT Jahon sayyohlik tashkiloti bosh kotibi Taleb Rifaining YUNVTO Ijroiya kengashi 99-sessiyasining ochilish marosimidagi nutqi. // Mohiyat, 2014, 3 oktabr, № 40.

tepaliklar, (suv turizmi sohasida) kanyonlar, g'orlar va hk). tabiiy muhitda va sun'iy yengillikdagi masofalar.[1]

O’zbekistonda sport turizmi tarkibiga ko'p asrlik tarixiy an'analarga ega milliy sport o’yinlari va xalqaro musobaqalar tashkil etiladigan global sport turlari kiradi. Bu nafaqat sport tarkibiy qismini, balki maxsus ma'naviy sohani ham, sayohatchilarni yoqtiradigan odamlarning hayot tarzini ham o'z ichiga oladi.

Harakat vositalarining turlari bo'yicha sport turizmi quyidagilar ajratiladi:

avtoturizm; Marshrutning asosiy qismida avtotransportdan foydalanish bilan birga sayohat qilishning ommabop dam olish shakli, avtomobil bilan sayohat qilish yoki bir nechta avtoulovlarning kichik guruhini yig'ish bilan sayyohlar ko'pincha sayyohlik tashkilotchilarining xizmatlaridan foydalanmaydi.

velosport turizmi; Turli xillikka ega kichik sayr va ekskursiyalardan og'ir velosiped safarlarigacha bo’lgan sayrlarni o'z ichiga olgan ommabop aktiv dam olish shakli:. Odatiy velosipedda oddiy, xavfsiz yo'nalishlarda sayr qilish bilan birga, ekstremal yo'nalishlar ham muvaffaqiyatli bo'ladi. Bunday yo'llar, odatda, tog'lar yoki cho'llar kabi uzoq hududlarda joylashgan. Hozirgi vaqtda uchta asosiy velosiped turi mavjud: yo'l, uzoq masofaga va tog yo’llariga mo’ljallangan'. Yo'l velosipedlari qoplamali yo'llarda harakat qilish uchun mo'ljallangan. U tor g'ildirak va nozik shinalar mavjudligi bilan ajralib turadi. Tog'li velosipedlarda keng izli shinalar va maxsus resorlari bor. Krossover velosiped birinchi ikki gibriddir. Dunyoning eng mashhur velosiped marshrutlaridan biri Kanadadagi Rockies orqali o'tadi. So'nggi yillarda MDH mamlakatlarida velosiped safari keng tarqalib ketdi, turli murakkablik va manevrlikda tog'lar yetarli darajada bo'lgan joylarda.

suv turizmi - bu mamlakatda doimiy ravishda yashamaydigan, turistik maqsadlarda mahalliy manbalardan haq to'lanadigan faoliyat bilan shug'ullanmayotgan sayohat. Ushbu turizm turiga turli xil suv sporti turlarini kiradi. Rafting- bu toshqin daryolarda puflama qayiqchalarda oqim bo’ylb suzish. Raft - daryolarda rafting qilish uchun puflama qayiqdir. Rafting daryo bo’ylab suzish imkoni mavjud bo’lgan deyarli hamma joyda tarqalgan . Rossiyada rafting dunyosida eng mashhur voqea - "Vuoksa" har yili o'tkaziladigan festivalda bir xil nomdagi daryoda. Yoshga, sog'lig'iga va tayyorgarlik darajasiga qarab turli darajadagi murakkablik yo'nalishlari taklif etiladi. Shimoliy Kareliyada ayniqsa, qiziqarli rafting, ekstremal sport va madaniy turizmning kombinatsiyasi mavjud. Raftingdan tashqari, boy madaniy dastur ham mavjud, masalan, Oq dengiz petrogliflarini tekshirish va Solovetskiy orollari uchun ekskursiya. Professional rafting - yoshiga nisbatan kamida 18 yoshda va 50-60 yoshdan katta bo'lmagan yoshdagi shaxslarga nisbatan talablarga javob beradi.

Diving - bu eng qiyin va xavfli sport va turizmdan biridir. Hozirgi kunda faqat Evropada sho'ng'inlarni sevadiganlar soni 3 milliondan oshdi.

ot sporti; Faol dam olish turi, sport turizmi turi. Bu zahiralardan yoki milliy bog'lardan o'tadigan otliq marshrutlar shaklida amalga oshiriladi. Atçılık turizmi

[1] Изотова М.А., Матюхина Ю.А. Инновации в социокультурном бизнесе и туризме - Москва 2006 –223.

ekoturizmni sevuvchilar bilan mashhur, chunki sayyohlarga, odatda, juda chiroyli, birinchi darajali tabiatdagi transport yo'llaridan uzoqroq joylarga borishga imkon beradi. Ot sporti sayyohligini rivojlantirish va amalga oshirishning murakkabligi otlar uchun maxsus g'amxo'rlik qilish, otoparklarni tashkil etish va maxsus xavfsizlik choralari va hokazolarni talab etadi. Binicilik yo'llarining afzalligi ularning katta potentsial xilma-xilligidir. Dunyodagi eng mashxur otlar marshrutlaridan biri Sierra Nevada yovvoyi tog'lari orqali otda bir hafta davom etadigan sayohatdir.

Chang'i sayohati sayohati - u shuningdek, hafta oxiri sog'lom turmush tarzini, tekis va qo'pol erlarni toza qilib, qisqa yoki ko'p kunlik o'tish joylarini o'z ichiga oladi. Toshning nisbiy xavfsizligiga qaramasdan, qattiq, cho'l hududlarga ko'p kunlik sayohatlar juda ekstremal va sport turizmi turidir.

Alp tog'lari dunyodagi an'anaviy va mashhur turizm turlaridan biridir. Qiyinchilik darajasiga ko'ra, pastga tushadigan toshlar bir necha toifaga bo'lingan. Har bir chang'ichi marshrutni o'z sinfiga va tajribasiga mos keladigan segmentni tanlashi mumkin.

Yurish (trekking): Yurish amaliyotida maxsus tayyorgarlik va jihozlar talab qilmaydi. Shu bilan birga, ular zarur jismoniy mashqlar qilish imkoniyatini beradi, shuningdek ijobiy hissiyotni boshdan kechiradi. Transportning ko'plab turlarini sifatli va miqdor jihatdan rivojlanishiga qaramay, piyoda yo'llari nafaqat mashhurligini yo'qotibgina qolmay, balki eng yaxshi ko'riladigan dam olish turlaridan biri hisoblanadi.

Alpinistlik - tog'li hududlarda yurish, 3000-3500 m balandlikdagi toshlar, tosh yullar, tog 'chayqovlar, muzliklar, qor maydonchalari, tog' daryolaridan o'tishni o'z ichiga olgan yurish sayohati ... Tog'li sayyohlik uchun maxsus uskunalar: muz ekssiyalari, baland tog'oralar, "mushuklar" ", tosh va muz kanca, karbina, arqonlar va boshqalar.

Speleoturizm - g'orlarni, ma'danlarni, shikastlanishlar yoki chayqalarni o'rganish eng xavfli va mashaqqatli tadbirlardan biridir. Tog`-qo`rqoqlik boshqacha bo'lishi mumkin. Ekskursiyalar ekskursiya g'orlari uchun mo'ljallangan maxsus ekspozitsiyalarda o'tkaziladi.

Alpinistlik: Bugungi kunda alpinizm - bu tenglashtiradigan va ommalashgan butun sanoatdir. Qoida tariqasida toqqa chiqish uchun havo yozgi tanlovi odatiy holga aylangan, chunki ob-havo sammitga minimal yo'qotish bilan erishishga imkon beradi.[1]

Yosh va ijtimoiy asosda sport turizmi quyidagilarga bo'linadi:

• bolalar turizmiga;
• yoshlar turizmi;
• kattalar turizmi;
• oilaviy sayyohlik;
• nogironlar uchun turizm.

So'nggi yillarda sport turizmining quyidagi yo'nalishlari faol rivojlanmoqda:

• sayohat (shu jumladan - yagona sayohat);

[1] Изотова М.А., Матюхина Ю.А. Инновации в социокультурном бизнесе и туризме - Москва 2006 –223.

• ekstremal turizm;

Masofaviy intizom;

• sun'iy qoplama ustidagi yopiq joylarda intizom masofa;

• sport safarlari safida qisqa marshrutlar.

Yig'ilishdagi to'siqlarning qiyinchiliklariga qarab, turli xil sport turizmi turlariga xos bo'lgan zamm maydoni, avtonomiya, yangilik, marshrutning uzunligi va boshqa bir qator omillarga qarab, tobora ko'payib borayotgan qiyinchiliklarga qaramasdan, marshrutlar quyidagilarga bo'linadi:

• dam olish kunlari;

• yoshlik sayyohlik sohasida 1 - 3 darajali qiyinchiliklar;

• Katografik yuksalish.

Sayyohlikning turli turlarida murakkablik toifalarining soni farqlanadi: piyoda, tog', suv, tosh, velosiped turizmida - murakkablikning oltita toifasi; avtoulov va yelkanli turizmida - beshta; otda - uchta.

Bizning mamlakatimizda turizm turlarining barchasini rivojlantirish imkoniyati mavjud. Shu jumladan sport turizmining ham deyarli barcha turlarini rivojlantirish mumkin.

А.П.Махмудова – СамИСИ мустакил тадкикотчиси

ЭКОТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНТИРИШДА ҚИШЛОҚ ТУРИЗМИНИНГ ЎРНИ

Туризмни ривожлантиришга Ўзбекистонда ҳам катта аҳамият берилиши ўта муҳим, давлатимиз сиёсатига молик масала ҳисобланади. Бу муҳим сиёсатнинг маъносини шундан ҳам англаш мумкинки, сўнги йилларда уни ривожлантириш ва такомиллаштиришга қаратилган Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёевнинг ва Вазирлар Маҳкамасининг кўплаб фармон ва қарорлари, вилоятларда эса унинг ижросини бажариш тўғрисида қарорлар қабул қилинди.

Бу қарорлар жумласига Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 29 мартдаги «Обод қишлоқ» дастури тўғрисида»ги ПФ-5386-сон фармонини мисол қилиб кўрсатишимиз мумкин. Қишлоқ аҳоли пунктларининг меъморий қиёфасини тубдан янгилаш, йўл-транспорт, муҳандислик-коммуникация инфратузилмаси ҳамда ижтимоий соҳа объектларини барпо этиш ва шу асосда аҳолининг турмуш маданиятини юксалтириш ва дунёқарашини кенгайтириш мақсадида қишлоқ (маҳалла)ларнинг қиёфасини замонавийлаштиришга ва унда истиқомат қилувчилар учун иш ўринларини яратишга қаратилган «Обод қишлоқ» дастури амалга оширилади. Ушбу қарорнинг мамлакатимиз ижтимоий-иқтисодий ҳаётидаги муҳим аҳамияти шундан иборатки, қарорда қўйилган чора-тадбирлар, кўрсатмалар ва йўлланмалар туризм соҳасидаги хизматларнинг риивожланишига ҳам таъсир кўрсатмасдан қолмайди.

Энди, республикамизда экотуризмни ривожлантиришда қишлоқ туризмидан фойдаланиш йўлларини ташкил этиш ва бу хизматлар мамлакатимиз аҳолисининг ижтимоий-иқтисодий ҳаётидаги муҳим аҳамиятни кўриб чиққанимизда қишлоқларимизда қишлоқ туризмини ривожлантиришда келиб чиқадиган туризм хизматларининг манбааларига тўхталиш лозим бўлади.

Ўлкамизда саккиз ой мобайнида қуёш катта нур бериб туради ва туристлар табиатимизнинг бу саховатидан тўлиқ баҳраманд бўлишлари мумкин. Салқинлаб дам олиш мақсадида бунёд этилган ҳовлилар, шийпонлар, айвонлар, болахоналар, кўкаламзор, ариқ ва ҳовлилар қишлоқ туризмининг оммавийлашувига хизмат қилиши керак.

Шуниси аниқки, чет эллик туристларга бизнинг энг қиммат нархли, замон талабига жавоб берадиган меҳмонхоналаримиз эмас, балки, ўзбекона, миллий услубда қурилган меҳмонхоналаримиз ёқади ва биз ҳам шуни таклиф этишимиз керак. Чунки, улар ўзи Европа услубида қурилган уйларда истиқомат қилишади, биз назарда тутган миллий хоналаримиз эса бир томондан қурилишда ҳам кам харажат талаб этади, яна миллийликни уйғунлаштиради.

Туристларнинг ётишлари учун миллий сўрилар, болишлар, кўрпалар уларда юқори, ўзга дунёга тушиш тааъссуротларни ҳосил қилади. Туристларнинг дам олиш вақтларида хизмат кўрсатиш дастурлари – сайёҳларга хизмат кўрсатишнинг фирма услуби воситаларидан бири ҳисобланади. Жумладан туяларда сайр этиш, сайёҳларни туя ёки отга миндириб расм олиш ҳам қишлоқ туризмидаги муҳим хизматлар турига киради. Йўл давомида фаол дам олишга катта эътибор берилаётган йўналишлар ҳам, туристик хизматларнинг фирма услубини мустаҳкамлайди.

Туризмниг фирма услуби янгиликларидан яна бирига миллий таом тайёрлаш жараёнида иштирок этиш киради. Бунда ўзбекча палов, лағмон, мастава, кабоб, сомса тайёрлаш услублари ҳам кўрсатилиб, ҳам оғзаки тушунтирилгач, тайёр бўлган таомни татиб кўриш таклиф этилади.

Таомни юксак маҳорат билан пиширириш, пазандачилик анъаналари сайёҳларни фақат тарихий қадриятлар билан таништириш манбаи бўлиб қолмай, балки, катта фойда келтирувчи тадбир ҳамдир. Бу таомларни тайёрлаш тўғрисидаги китобчаларни сотиш, қозон атрофида суратга олиш, дастурхон атрофида ўзбек меҳмондўстлик анъаналарининг бевосита иштирокчилари бўлиши мумкин.

Қишлоқ туризмини ривожлантиришда биринчи навбатда қишлоқларимизнинг турли табиий иқлим шароитларида жойлашганлиги сабабли туристик хизматларни ишлаб чиқишда экологик туризмни ривожлантиришга жиддий эътибор беришимиз керак.

Шунинг учун ҳам экотуризмнинг мамлакатимиз аҳолисининг, ижтимоий – иқтисодий ҳаётдаги аҳамиятини белгилаш, тадқиқ қилиш ўринли бўлади. Яъни қишлоқ туризмини ривожлантиришда экотуризм фаолиятнинг ижтимоий ҳаётдаги ўрни қуйидагича изоҳланади.

Туристлар билимини, маданиятини, маънавиятини, умуммаданий, табиий-илмий, эколгик билим ва экологик хавфсизлик билимлари билан табиатнинг ўзида бойитиш;

“Шаҳардаги стресс-чарчоқ ҳолатдан” чиқиш ва эҳтирос, ҳиссиётларни тиклаш, соғломлаштириш;

Туристларга экологик маданиятни шакллантириш натижасида жамиятнинг ижтимоий ҳаётида барқарор ривожлантириш дунёқарашларни кучайтириш;

Туристларда нотаниш халқларнинг миллий маданиятига, яшаш тарзига, миллий урф-одатларига, маросимларига, ватанига дўстона меҳр-оқибатларни шакллантириш.

Қишлоқ туризмини ривожлантиришнинг мамлакат аҳолисининг ижтимоий-иқтисодий ҳаётидаги ўрнини белгилаганимизда экологик туризмнинг буюк тамойилларидан келиб чиқиб, яъни экотуризмдан келадиган маблағ табиатни муҳофаза қилиш, ноёб биологик ресурслар, биологик хилма-хилликни сақлаб қолишга қаратилганлиги билан жуда муҳимдир. Шунинг учун ҳам қишлоқ туризмининг ижтимоий-иқтисодий ҳаётидаги ўрнини қуйидагича белгилаш мумкин.

Бу тамоилллар экотуризмнинг ижтимоий тамойилларига қўшилади ва қишлоқ туризмини ривожлантиришда мамлакат ижтимоий-иқтисодий ҳаётида истиқболли йўналиш бўлишини исботлади:

Экотуризм маҳаллий меҳнат ресурсларини қўшимча янги иш ўринлари билан таъминлайди ва ёрдам беради;

Табиат ва табиий ресурслардан фойдаланишнинг янги технологияларини жалб қилади;

Қишлоқ туризми экологик тоза озиқ-овқат маҳсулотлари ишлаб чиқаришни рағбатлантиради;

Қишлоқ туризми табиат муҳофазасига янги инвестициялар киритилишини таъминлайди (ахборотлайди) ва экотуристик ҳудудлар сервисини такомиллаштиради;

Қишлоқларнинг объектларида маҳаллий аҳолининг ижтимоий-иқтисодий даражаларини ўстиради;

Экотуризм ва табиат муҳофазаси таълимини олишда мутахасисларни экотуристик билим ва экотуристик маданият билимининг назарий ва амалий асосларини яратади;

Қишлоқ туризми маҳаллий ишлаб чиқариш маҳсулотлари-ҳунарманчиликка кенг йўл очади ва ривожлантиради;

Қишлоқ туризми табиатни муҳофаза қилувчи маҳаллий бошқарувни ривожлантиради ва маънавий, моддий жиҳатлар бўйича рағбатлантиради;

Қишлоқ туризми халқлар ўртасида халқаро дўстона ҳамдўстлик алоқаларини юзага келтиради.

S.Urazov -SamISI o’qituvchisi
N.Xitayeva -SamISI talabasi
M.Shukurov - SamISI talabasi

MAHALLIY AHOLINI ICHKI TURIZMGA JALB QILISHNI RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI

Rivojlangan davlatlar tajribasidan ma’lumki, iqtisodiy rivojlanishda turizm muhim o’rinlarni egallaydi. O’zbekiston ham zamonaviy sayyohlik infratuzilmasiga ega mamlakatlardan biridir. So’nggi yillarda yurtimizda barcha sohalar singari turizm yo’nalishida ham keng ko’lamli islohotlar amalga oshirilmoqda. Xususan, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018-yil 3-fevraldagi “O‘zbekiston Respublikasi turizm salohiyatini rivojlantirish uchun qulay shart-sharoitlar yaratish bo‘yicha qo‘shimcha tashkiliy chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi PF-5326-son farmoniga muvofiq, 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 Respublikasi turizmni rivojlantirish davlat qo‘mitasining ichki turizmni yanada rivojlantirish hamda turizm infratuzilmalarini takomillashtirish maqsadida hududlarda kichik turizm zonalarini tashkil etish maqsad qilib belgilandi[1]. Prezdentimiz tashabbuslari bilan oilaviy turizm, ijtimoiy turizm va ayniqsa ichki turizmni rivojlantirish bo’yicha berilgan topshiriqlardan kelib chiqib, turizmni rivojlantirish davlat qo’mitasi tomonidan “O’zbekistonga sayohat qil” dasturi ishlab chiqildi. Bunga ko’ra yurtimiz aholisi mamlakatimiz bo’ylab sayohat qilishi uchun zarur shart sharoitlar yaratildi, maroqli sayohat dasturi ishlab chiqildi. Xususan, **Samarqand, Buxoro, Toshkent, Xiva, Shahrisabz, Marg‘ilon, Farg’ona, Urganch shahar**laridagi zamonaviy binolar, joylarda faoliyat ko‘rsatayotgan milliy hunarmandchilik markazlari ushbu hududlarda nafaqat xalqaro, balki ichki turizmni ham rivojlantirishga oid ishlar olib borilishiga sabab bo’lmoqda. Turizm sohasini rivojlantirish kishilarni ish bilan ta’minlanishiga ham sabab bo’ladi. Bu ham davlatimizni iqtisodiy sohada rivojlanish darajasini yaxshilaydi. Ichki turizm hududlarni barqaror ijtimoiy-iqdisidiy rivojlantirishning eng muhim omillaridan biri sifatida mamlakatimizda fuqarolarni madaniy-tarixiy meros hamda tabiiy boyliklar bilan tanishtirishga xizmat qiladi. Shu bilan birga, mamlakatimizning betakror tabiati, go‘zal dam olish zonalari imkoniyatlaridan foydalanib, yangi turistik yo‘nalishlar ochish mumkin. Bu sohaga jahon brendlarini faol jalb etgan holda, biz ziyorat turizmi, ekologik, ma’rifiy, etnografik, gastronomik turizm va bu sohaning boshqa tarmoqlarini rivojlantirishga alohida e’tibor qaratishimiz zarur. Samarqand, Buxoro, Toshkent shaharlaridagi muqaddas qadamjolar va yodgorliklarni ziyorat qilishdan

[1] O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018-yil 3-fevraldagi “O‘zbekiston Respublikasi turizm salohiyatini rivojlantirish uchun qulay shart-sharoitlar yaratish bo‘yicha qo‘shimcha tashkiliy chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi PF-5326-son farmoni. www.lex.uz

iborat bo‘lgan “kichik haj” dasturini rivojlantirish va jadallashtirish ishlarini olib borilmoqda[1].

Mamlakatimizning ichki turizm salohiyatiga nazar tashlaydigan bo’lsak, bir qancha muammolarga duch kelmoqdamiz. Bularga misol qilib, sayohatlar mavsumida yuzaga keluvchi gidlar yetishmovchiligi va ovqatlantirish korxonalarining yetishmovchiligi kabi muammolar hozirgi kunda dolzarb hisoblanadi. Sayyohlarni jalb qilishda Xorazmni ham o’rni katta, bu borada O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyev «2017−2021 yillarda Xiva shahri va Xorazm viloyati sayyohlik salohiyatini kompleks rivojlantirish Dasturi to‘g‘risida«gi qarorni ko’rinshimiz mumkin. Xorazmda sayyohlarni muntazam qabul qilish uchun zamonaviy talablar va qo‘shimcha qulay sharoitlarni hisobga olgan holda Xiva hamda Xorazm viloyati turizm infratuzilmalarini rivojlantirish, sayyohlar oqimini oshirish hamda ularning hududda ko‘proq vaqt bo‘lishini ta’minlashga xizmat qiluvchi sayyohlik yo‘nalishlari va ko‘rsatilayotgan xizmatlar sifatini takomillashtirish ko’zda tutilgan. Shuningdek, sayyohlik firmalari yurtimiz va xorijdagi 100 dan ziyod sayyohlik tashkiloti bilan hamkorlik qilmoqda[2]. Ammo 20 dan ortiq tashkilotlar mavjud bo’lsada, afsuski, aholini aksariyati bu tashkilotlar haqida ma’lumotlarga ega emas. Buni natijasida tumanlarimizdagi ayrim ziyoratgohlar e’tibordan chetda qolib ketmoqdadir. Misol tariqasida Prezidentimiz e’tibor qaratgan Honoboddagi “Hontog” dam olish maskaniga qaytadan e’tibor berilgan holda hammaga ma’qul keluvchi dam olish maskani tashkil qilinishi. Bu yerga turistlarni turistik tashkilotlar jalb qilish kerak. Bundan tashqari viloyatlarimizda “Kontinent trevl”, “Sayohat”, “Andijonturist”, “Xolis sayohat” kabi 20 dan ziyod turistik tashkilotlar faoliyat yuritmoqda,yurtimiz va xorijdagi sayyohlik tashkilotlari bilan hamkorlik qilmoqda. Sayyohlik korxonalari “Ipak yo‘lida turizm” xalqaro sayyohlik yarmarkasida doimiy ishtirok etib, viloyatning turistik imkoniyatlarini namoyish etmoqda. Xorijiy va yurtimizda faoliyat Samarqand viloyatidagi turizm sohasi ko‘rsatayotgan sayyohlik korxonalariga Samarqandning qadim va boy tarixini o‘zida mujassam etgan go‘shalar, madaniy meros yodgorliklari, go‘zal va betakror tabiat qo‘ynida joylashgan so‘lim dam olish maskanlari haqida ma’lumotlar taqdim etishda ushbu yarmarkaning ahamiyati katta bo‘lmoqda. Xususan, ular asosan yurtdoshlarimizni Samarqand, Buxoro, Xiva, Urganch singari tarixiy shaharlarga sayohatga olib borish bilan shug‘ullanmoqda. Har yili yurtimizga dunyoning 70 davlatidan ikki millionga yaqin sayyoh tashrif buyuradi. Ular uchun madaniy-tarixiy turizm eng ommabop bo‘lib qolmoqda. Bundan tashqari, mavjud 500 dan ortiq turistik kompaniyalarning 110 dan ziyodi xalqaro yo‘nalishlarda izchil faoliyat olib borayotgani sayyohlarni yurtimizga keng jalb etishda muhim omil bo‘layapdi.

O’zbekiston Respublikasi Prezidentini 2017-2021 yillarda O’zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo’nalishlari bo’yicha Harakatlar Strategiyasini “Iqtisodiyotni rivojlantirish va liberallashtirish” 3-bo’limi 6-bandida

[1] www.ziyonet.uz
[2] www.stat.uz

ham turizm sohasiga alohida e’tibor berilgan[1]. Jumladan,

- turizm sohasini rivojlantirish;
- turizm tarmog’ini jadal rivojlantirish, turizm sohasini boshqarish tizimini takomillashtirish;
- turizm sohasida viza,litsenziya berish va ruxsat olish tartib-tamiollarini soddalashtirish;
- xorijiy investitsiyalar,jahon brendlarini faol jalb qilish, turizm sohasida biznes yuritishuchun qulay shart sharoitlar yaratish;
- yangi turizm yo’nalishlarini yaratish turizmning zamonaviy turlarini rivojlantirish, ularning jozibadorligini oshirish haqida ta’kidlab o’tilgan.

Xulosa o’rnida shuni aytish kerakki, ichki turizm mamlakat iqtisodiyotini barqaror o’stirish hududlarda turizm salohiyatidan samarali foydalanish aholi turmush darajasi o’stirishga fuqorolarning sayohat qilishga ishtiyoqini oshirishga xizmat qiladi. Qolaversa, yangi ish o’rinlari yaratilib, hududlarda kichik turizm zonalari barpo etilishiga zamin yaratadi. Mamlakatimiz nafaqat ichki turizm, balki tashqi turistik salohiyati jihatdan ham yetarlicha resurs va imkoniyati mavjud. Ammo qabul qilingan qonun va farmoishlar ijrosini taminlash ham muhim hisoblanadi. Yuqoridagilarni inobatga olgan holda quyidagilarni amalga oshirishni taklif qilamiz:

Gidlar tayyorlovchi maxsus maktablar tashkil qilish;

Sayohatchilarga yengillik yaratish maqsadida viloyatlararo marshutlar qatnovini yo’lga qo’yish;

Qabul qilingan qonun-hujjatlar ijrosini taminlash ustidan nazoratni kuchaytirsh;

Khabibullayeva Shakhzoda – student of SamSIFL

TOURISM POTENTIAL OF UZBEKISTAN

Uzbekistan attracts the whole world with its many historical and architectural monuments, diverse climates and rapid development.

Over the centuries, Uzbekistan was on the path of the Great Silk Road, merchants, travellers, geographers, missionaries. At the same time, Uzbekistan is becoming an attractive tourist destination for those who are interested in entrepreneurship, culture, history, traditions and exotic countries.

Heritage. Uzbekistan is proud of its ancestors' preserved architectural monuments. The Ichan-Kala Complex in Khiva, historic centres in Bukhara, Shahrisabz and Samarkand are included in the special list of UNESCO's "The Whole World of the World". Unique monuments and architectural structures in these cities reflect the past and play a major role in the history of the country.

Tashkent. Tashkent is the capital of Uzbekistan and one of the largest cities in Central Asia. As in the long history, Tashkent is now the crossroads of international transport routes through Uzbekistan Airways and international airlines.

Tashkent is one of the oldest cities in the world. In 2009, he celebrated his 2,200th anniversary. At the same time, Tashkent is a modern manufacturing centre

[1] www.strategy.uz

with more than 500 companies offering different products; from aircraft to tractors, televisions to textile and footwear. Tashkent is rapidly becoming a modernized international megapolis in the harmony of historical monuments and modern skyscrapers.

At present, about 100 museums operate in Uzbekistan, and half of them are located in the capital city. Each of them reflects the rich cultural heritage of the Uzbek people. In the centre of the capital, the State Museum of Temurids History is located and its huge blue dome reflects the ancient dome of Samarkand. His exhibits testify to the formation of medieval state forms in the territory of Uzbekistan and reflect the development of science, culture and art in the time of Amir Temur.

Samarkand. Over the centuries, the cities of Uzbekistan played an important role in the life of the Great Silk Road and the ancient transcontinental trunk. Only Samarkand was called the Heart of the Great Silk Road.

In ancient times, Samarkand was named as the "Pearl of Islamic Architecture" and "The World Mirror". Samarkand, with its ancient Roman, Athenian and Vavilon, celebrated its 2750th anniversary. When Samarkand was the great commander and the ruler of the post-Genghis Khan Empire, Amir Temur, the capital of the great Movarounnahr state reached its peak of prosperity. Meanwhile, large-scale town-planning works were carried out. The great ruler has collected the most masterful craftsmen and masters of his time in Samarkand, and their work has been living for centuries. Ulugbek, the grandson of Amir Temur, continued these traditions. Today, the monuments in Samarkand are beautiful and enormous. It is possible to feel the breath of ancient history preserved in ancient ruins, madrassa, tombs and minarets.

Legendary Registan Square is a unique architectural monument of Central Asia. In the past, this square was a commercial and social center of Samarkand. There are three great buildings of several centuries - Ulugbek, Sherdor and Tillakori madrassas.

Gur-Amir Mausoleum is another pearl of ancient Samarkand. The great statesman Amir Temur and his two grandchildren, including the great scholar of the East Mirzo Ulughbek. The Gur-Amir mausoleum, like a bunch of lush green leaves, is a well-known place for tourists.

Registan Square, Gur-Amir, Bibi-Honim, Shohi-Zinda mausoleums, Ulugbek Observatory, as well as some souvenirs attract the visitors.

Bukhara. In ancient times Bukhara has become the centre of the oasis with its population. His age is 2500. Bukhara remains one of the favourite destinations for tourists, who have managed to preserve more than 140 ancient architectural monuments.

Ismail Samani's mausoleum, a giant castle and a stronghold of Bukharan ruler Ark, Minorai Kalon, many mosques and madrasas, caravanserais and bathrooms, such as the sacred Bukhara's unique pearls will remain.

Khiva. The Khiva is completely preserved since the Great Silk Road. It is called an "open-air museum". The Ichan-Qala complex, which has many architectural monuments in the city centre, dates from the late 18th century to the first half of the 19th century. On the crossroads of the Great Silk Road and the caravan route. The

height of the fortress wall, as well as the true eastern fairy tales, gives the city a stunning look.

The towers reach the sky, including the longest tower in Islamabad, Uzbekistan. On the flat roofs of the houses, the blue domes of the mausoleums and mosques stand with dignity. Some of Khans' palaces have been preserved in Khiva, and they are the most magnificent stone palace, with the most famous rituals, han resting and a homonymous barn. The outer side and the wall are covered with mosaic decorative stones. Less than a day to know the excellence of the city, to explore the narrow streets and to feel the true nature of the "open-air museum".

Traditions. The traditions and customs of the Uzbek people living on the crossroads of the Great Silk Road have been shaped for many centuries by the influence of zaroastrides, saints, Bactria and nomadic tribal customs, as well as the influence of Islamic traditions.

During travel throughout Uzbekistan, tourists can not only see architectural monuments, but also participate in celebrations of national holidays.

(Eg renewal of Navruz, when the spring holidays equal March 21 and March).

Each route includes visiting local families to see the local people's way of life, taste national dishes, and folk show programs.

The Uzbek cuisine is especially remarkable with its diversity. Foods, based on the rich experience of ancestors, reflect the lifestyle and culture of the Uzbek people. Any delicate story can not be overlooked by the Uzbek housekeeping, which is full of contagion.

Markets. Traditional concepts about eastern markets; toughness, tolerance, and loyalty can be seen in the markets of Uzbekistan. It should be filled with good market products, colourful loudness, loud noise and shouting, bargaining.

Anyone passing through fruits and vegetables is surprised by the abundance and colourfulness. Eastern markets are particularly striking in summer and autumn.

The intense life of the market ends early in the morning and lasts late. Traders invite customers, car rhythms, national music sounds, and smells of roasted meat, fruits and vegetables in rice; create a unique charm of the eastern market.

Hotels. The ancient inns are replaced by modern conveniences. Hotels located in tourist zones can meet any guest's needs. The only "difficulty" may be to choose a design or a comfortable fit. Guests of the European style are equipped with modern interiors, but visitors who want a neat oriental environment are also decorated with their knit doors, from luxurious carpets to oriental patios. You can use first-class hotels in major cities such as Tashkent, Samarkand, Bukhara and Urgench.

At present, more than 350 hotels in Uzbekistan are receiving tourists and rendering services in line with international standards.

Transport. Uzbekistan currently has a developed transport infrastructure. You do not need a month like the Great Silk Road to reach you. Aviation access to major cities throughout Uzbekistan is quick and easy.

The car is a car that is easy and fast to get from the beautiful landscape of the country

Active trips. Uzbekistan is famous not only for its historic and legendary architecture, but also with active tourist destinations. Geographically convenient location of our country hereby contributes to the modern convenience and the ability of wildlife to be integrated. Any landscapes on the territory of Uzbekistan; mountain, valley, desert, river and lake.

Trekking. Unique nature of Uzbekistan allows you to walk along the Western Tien Shan Mountains and feel the beauty of the mountain. Many climbers and skiers seek extreme emotions and reach the mountains of Chimgan, 3309 meters high.

Horseback riding

Horse riding can make people of any age and temperament enjoyable. And it can be used throughout the year in unique climatic conditions.

One of the most famous horses is the Ugam-Chatkal National Park, famous for its flora and fauna. The beautiful valley from Tashkent can be hudded within 90 km of the Chimgan Camp, located at the foot of the big and small Chimgan mountains at a height of 1,600 meters above sea level.

Here you can find local horse breeders as well as riding horses.

The colorful beauty of the mountain air with the flavor of a variety of flowers and herbs, the saddle sounds, the horses' footsteps, and the open-air full-fledged evening breakfast leave unforgettable impressions.

Travel on a camel

If you want to experience the Great Silk Road in the remote past, we invite you to the Red Cove. The sand houses, the sun's rising sun, the whirlwinds and the camel bells everywhere, and the endless sandals...

In the beginning of spring, life-giving rains cover the desert with red tulips and green grass, but this beauty lasts a long time. Tourists ride on cameras and start their exotic journey by leaving their cars in the right place. It leaves unforgettable impressions. Imagine the red dawn, the slim sand houses, the nightshade nights, the exotic national monuments, the Falkland shows, and the warmth of it!

Bibliography:

1. Постановление Президента Республики Узбекистан "О мерах по обеспечению ускоренного развития внутреннего туризма" от 07.02.2018 № ПП-3514 // lex.uz.
2. Указ Президента Республики Узбекистан "О дополнительных мерах по ускоренному развитию туризма в Республике Узбекистан" от 05.01.2019 № УП-5611 // lex.uz.

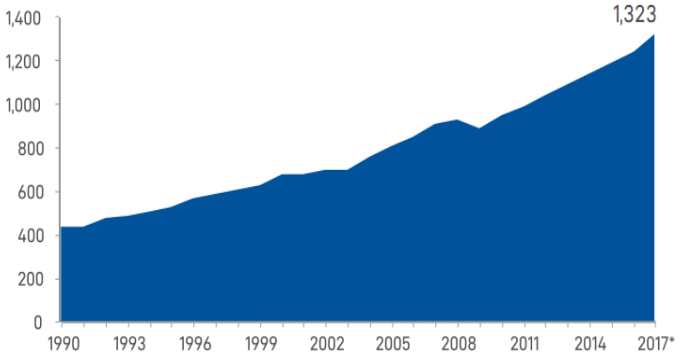
Ибадов Шохрух - СамИСИ талабаси

ЁШЛАР МАЪНАВИЙ ДУНЁҚАРАШИНИ КЕНГАЙТИРИШДА ТУРИЗМНИНГ РОЛИ

“Сайёрамизнинг эртанги куни, фаровонлиги фарзандларимиз қандай инсон бўлиб камолга етиши билан боғлиқ”[1]

Ш.М.Мирзиёев

Дунё мамлакатлари иқтисодиётининг интеграцияси ва глобаллашуви жараёнида ҳудудлар ижтимоий-иқтисодий ривожланишининг муҳим йўналишларидан бири бўлиб келаётган туризм соҳаси бугунги кунда барқарор ўсиш суръатларини намоён этаётган жаҳон иқтисодиётининг етакчи тармоқларидан бири саналади. Бирлашган Миллатлар Ташкилотининг туризм масалалари бўйича етакчи органи Бутунжаҳон Туризм Ташкилоти (UNWTO)нинг берган маълумотларига кўра, туризм соҳаси йилдан-йилга шиддат билан ривожланаётган иқтисодиёт соҳаларидан бири бўлиб, 2017 йилда туризм соҳаси ўтган 10 йил билан таққослаганда энг юқори кўрсаткичга эришган, яъни дунё бўйлаб саёҳат қилган хорижий туристлар сони 1 миллиард 323 миллион кишига етган (1-расм), улардан тушган даромадлар эса 1 триллион 340 миллиард АҚШ долларига тенглашган. Шунингдек, Бутунжаҳон Туризм Ташкилотининг статистик ҳисоб-китобларига кўра, хорижий туристлар сони 2030 йилга келиб 1 миллиард 800 миллион кишига етиши башорат қилинмоқда[2].



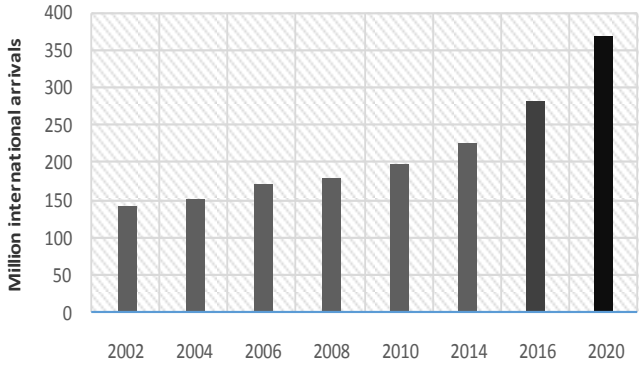
1-расм. Хорижий туристлар сонининг ривожланиш тенденцияси[3]

Статистик маълумотларга кўра, 1990 йилда ёшлар туризми умумий туризм бозорининг 15 фоизини, 2010 йилда 20 фоизини ва 2016 йилда 23 фоизини ташкил этганлиги ўз навбатида ёшларнинг туризмда катта куч эканликларидан далолат беради. Шунингдек, Бутунжаҳон Туризм Ташкилотининг берган маълумотларига кўра, 2020 йилга келиб хорижий туристлар таркибида ёшлар сонининг 350 миллион кишидан ортиши башорат қилинмоқда (2-расм).

[1] Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг 2017 йил 19 сентабрь куни БМТ Бош Ассамблеясининг 72-сессиясидаги нутқи

[2] UNWTO Tourism Highlights 2017 Edition, page 3

[3] UNWTO Tourism Highlights 2018 Edition, page 4



2-расм. Халқаро ёшлар туризмининг ривожланиш тенденцияси [1]

Юқоридаги жадвалдан кўриниб турибдики, ёшларнинг дунё бўйлаб қилаётган саёҳатлари сони йилдан-йилга ўсиб бормоқда. Бу эса ўз навбатида ёшларнинг дунёни ўрганишга, янгидан-янги маълумотларни ўзлаштиришга бўлган қизиқишларининг ортиб бораётганлигидан далолат беради.

Ҳозирда Ўзбекистон янги ривожланиш босқичига ўтган бўлиб, ҳар қайси соҳада туб ўзгаришлар юз бермоқда, жамият ва давлат ривожланишининг янги дастурлари ишлаб чиқилмоқда. Мамлакатимиз иқтисодиётининг стратегик сектори мақоми берилган туризм соҳасини ривожлантиришга катта урғу берилмоқда, соҳани ривожлантиришга қаратилган қонунлар, қарорлар, фармонлар қабул қилинмоқда.

Республикамизда халқаро ва ички туризмни ривожлантириш, мавжуд туристик салоҳиятдан самарали фойдаланиш бугунги куннинг долзарб вазифаларидан саналади. Президентимиз таъкидлаб ўтганларидек, “Ўзбекистон туризм соҳасида улкан салоҳиятга эга бўлган давлат ҳисобланади. Юртимизда 7 минг 300 дан ортиқ маданий мерос объектлари мавжуд ва уларнинг аксарияти ЮНЕСКО рўйхатига киритилган”[2].

Мамлакатимиз Президенти Шавкат Мирзиёевнинг 2016 йил 2 декабрдаги ПФ-4861-сонли “Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида»ги Фармонлариига кўра: “мамлакатда туризмни жадал ривожлантириш, мавжуд улкан туризм салоҳиятидан янада тўлиқ ва самарали фойдаланиш, анъанавий маданий-тарихий туризм билан биргаликда туризмнинг бошқа салоҳиятли турларини — зиёрат қилиш, экологик, маърифий, этнографик, гастрономик, спорт, даволаш-соғломлаштириш, қишлоқ, саноат, ишбилармонлик туризми ва бошқа турларини жадал ривожлантириш, болалар, *ўсмирлар ва ёшлар туризмини,* оилавий туризмни, кексалар учун ижтимоий туризмни ривожлантириш ҳисобига туризмнинг ижтимоий аҳамиятини кучайтириш” ўрта муддатли истиқболда туризм соҳасидаги давлат сиёсатининг мақсадли вазифалари ва устувор йўналишларидан бири этиб белгиланган[3].

---

[1] Global Report on The Power of Youth Travel. Affiliate members report. Volume thirteen. Page 10

[2] Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси. 2017 йил 22 декабрь. Тошкент – “Ўзбекистон” – 2018, 60 бет.

[3] 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. Манба: www.lex.uz

Шунингдек, ёшлар сиёсати бугунги кунда мамлакатимиз сиёсатининг ажралмас қисми бўлиб, ёшларнинг баркамол авлод бўлиб вояга етиши, уларни ҳар томонлама қўллаб-қувватлашга, бўш вақтларини мазмунли сарфлашга, ижод, санъат ва туризм орқали дунёқарашларини кенгайтиришга кенг йўл очиб берилмоқда. Ёшлар учун туризм бу нафақат мароқли дам олиш ва ҳордиқ чиқариш, балки ўзга халқ ва элатларнинг келиб чиқиши, яшаш тарзи, урф-одати, анъаналари, маданияти, тили, миллийлиги билан танишиш, том маънода ёшлар дунёқарашини кенгайтириш, уларни ҳар томонлама етук инсонлар бўлиб вояга етишларида катта рол ўйнайди.

Ёшларнинг саёҳат қилиши муҳим ҳисобланади. Бутунжаҳон Туризм Ташкилоти (UNWTO) ва Дунё Талаба-Ёшлари ва Таълим Конфедерацияси (The World Youth Student and Educational Travel Confederation)нинг маълумотига кўра, ёшлар учун саёҳат:[1]

Билимларни ошириш, тил ўрганиш ва янгиликлардан хабардор бўлишнинг бир шакли;

Янги одамлар билан танишиш ва дўстлар орттиришнинг бир йўли;

Шахсий карьерасини ривожлантиришнинг манбаи;

Ўзликни ривожлантириш, ўзининг кимлигини англашнинг муҳим воситаси саналади.

Мамлакатимизда ёшлар туризмини ривожлантиришга катта эътибор қаратилаётган бўлиб, Ўзбекистон ёшлар иттифоқи таркибида “Ёшлар туризми” марказининг ташкил этилганлиги, “Ёшлар туризми агентлиги”нинг фаолият кўрсатаётганлиги, икки йилдан бери юртимизда ўтказилиб келинаётган Ўзбекистон-Россия ёшлари форуми доирасида мамлакатлараро ёшлар туризмини ривожлантириш масалаларининг муҳокама қилинаётганлиги, 2017 йилнинг август ойида Қашқадарё вилоятининг қадимий Шаҳрисабз шаҳрида Ўзбекистон ёшлар иттифоқи ва Ўзбекистон Республикаси Туризмни ривожлантириш давлат қўмитаси ҳамкорлигида “Ўзбекистон Республикасида ички туризмни ривожлантириш ва унда ёшларнинг ўрни” мавзусида бўлиб ўтган ёшлар форумининг ташкил этилганлиги ва улар ўртасида меморандумнинг имзоланиши, “Ички туризмни ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Қарорга мувофиқ: “ёшларни туризм соҳасидаги тадбиркорлик фаолиятига кенг жалб этиш бўйича ахборот-тарғибот тадбирларининг мунтазам ўтказилишини таъминлаш”[2] масалалари, “Ёшларга оид давлат сиёсати тўғрисида”ги қонунда “...ёшларнинг дам олиши ва уларни соғломлаштиришни ташкил этиш тизимини ривожлантириш”, “.....ёшларнинг бўш вақтини мазмунли ўтказиш, туризм ва спорт соҳасидаги имкониятлар тўғрисида хабардор этиш” [3] каби масалаларининг мустаҳкамлаб қўйилиши

[1] The power of youth travel, Affiliate members report published by UNWTO and WYSE Travel Confederation, Volume two, 2011, page 6.

[2] Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ички туризмни ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПҚ-3514 сонли Қарори. 2018 йил 7 февраль. Манба: www.lex.uz

[3] Ўзбекистон Республикасининг “Ёшларга оид давлат сиёсати тўғрисида”ги ЎРҚ-406-сонли Қонуни. 2016 йил 14 сентабрь. Манба: www.lex.uz

бевосита бугунги кунда ёшлар туризмига қаратилаётган эътибордан далолат беради.

Хулоса қилиб айтадиган бўлсак, ёшларнинг ҳар томонлама комил инсон бўлиб вояга етиши, жамият ва юрт равнақига муносиб ҳисса қўша оладиган, дунёда содир бўлаётган ижтимоий-иқтисодий муносабатларга бефарқлик билан қарамай, ватан тараққиётига ўз куч ва билимини сафарбар эта оладиган фидойи ёшлар бўлиб улғайиши, улардан кенг дунёқараш ҳамда дунёвий билимларнинг мустаҳкамлигини талаб этади ва бунга эришишда ёшлар туризми катта рол ўйнайди.

II ШЎЪБА. ЎЗБЕКИСТОННИНГ ТУРИЗМ СОҲАСИДА АХБОРОТ КОММУНИКАЦИЯ ТЕХНОЛОГИЯЛАРИНИ ЖОРИЙ ҚИЛИШДА ДАСТУРИЙ ТАЪМИНОТ ВА ХАЛҚАРО ТАЖРИБАДАН ФОЙДАЛАНИШ МАСАЛАЛАРИ

I.S.Tuxliev – SamISI professori, iqtisod fanlar doktori
E.M.G'ulomxasanov – SamISI magistranti

TURIZM SOHASINI RIVOJLANTIRISHDA AUDIOGID DASTRULARINI YARATISHNING AHAMIYATI

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018-yil 13-dekabrdagi PF-5598-sonli "O'zbekiston Respublikasi davlat boshqaruviga raqamli iqtisodiyot, elektron xukumat hamda axborot tizimlarini joriy etish bo'yicha qushimcha chora-tadbirlar to'g'risida" [1] gi farmonida ta'kidlanishicha: Mamlakatimizda ma'muriy tartib-qoidalarni soddalashtirish, aholining turmush darajasini yaxshilash, elektron hukumatni takomillashtirish, jumladan, investitsion va biznes muhitini yaxshilashga yo'naltirilgan davlat xizmatlarini modernizatsiya qilish va rivojlantirish bo'yicha izchil chora-tadbirlar ko'rmoqda. Shu bilan birga, raqamlashtirilish va raqamli iqtisodiyotga o'tishga to'sqinlik qiluvchi bir qator hal qilinmagan muammolar va kamchiliklar saqlanib qolmoqda.

Xususan, davlat axborot tizimlarini rivojlantirish bo'yicha yagona printsiplar mavjud emas va bu sohadagi faoliyat boshqa axborot tizimlari bilan chambarchas bog'liqdir. Elektron hukumat tizimi mamalakatimizda Lozim darajada rivojlanib bormayapti, bu zamonaviy axborot kommunikatsiya texnologiyalarini davlat xizmatlarini taqdim etishda va idoralararo elektron hamkorlikda keng tarqalishiga ta'sir ko'rsatmoqda.

Axborot tizimlari jamiyat paydo bo'lgan paytdan boshlab mavjud bo'lgan, chunki rivojlanishining turli bosqichida jamiyat uz boshqaruvi uchun tizimlashtirilgan, oldindan tayyorlangan axborotni talab etgan. Bu, ayniqsa, ishlab chiqarish jarayonlari — moddiy va nomoddiy ne'matlarni ishlab chiqarish bilan bog'liq jarayonlarga tegishlidir. Chunki ular jamiyat rivoji uchun xayotiy muhim axamiyatga ega. Aynan ishlab chiqarish jarayonlari tezkor takomillashadi. Ularning rivojlanib borishi bilan boshqarish xam murakkablashadiki, o'z navbatida, u axborot tizimlarini takomillashtirish va rivojlantirishni rag'batlantiradi. Xususan Turizm sohasida muxim ahamiyat kasb etgan Gid ekskursavod va tarjimonlarning xozirgi kunda elektron dasturlari amaliyotga joriy etilmoqda, jumladan audiogid dasturlarini joriy etlishi xam turizm sohasiga o'z hissasini qo'shmoqda desak yanglishmagan bo'lamiz.

[1] 2018-yil 13-dekabrdagi PF-5598 "O'zbekiston Respublikasi davlat boshqaruviga raqamli iqtisodiyot, elektron xukumat hamda axborot tizimlarini joriy etish bo'yicha qushimcha chora-tadbirlar to'g'risida" http://www.lex.uz/docs/4103415

Audio qo'llanma - muzey ekspozitsiyasi, ekspozitsiyasi, joylashganligi va uni takror ishlab chiqarish vositasi bilan mustaqil tanishish uchun ishlatiladigan fonogramma. Odatda, audio qo'llanma bir necha audio qismlardan iborat. Fragmanlar raqamlangan va o'rganilayotgan maydonning sxemasiga (xarita), muzeyga yoki eksponatlar soniga bog'liq. Agar audio qo'llanma fragmentlarning izchil va to'liq bayonini o'z ichiga olsa, unda u ham ovozli sayohat deb ataladi. Audiogidlar chet elda keng tarqalgan bo'lib, ular ko'proq Rossiyada paydo qo'llaniladi. Ular muzeylar va mustaqil ishlab chiquvchilar tomonidan yaratilgan. Audiogidlar xizmati ba'zi mobil operatorlar tomonidan taqdim etiladi. Muzeylarda audiogidlar portativ raqamli audio pleyer bo'lgan maxsus qurilma sifatida taqdim etiladi. Ikkinchi avlod audiogidlari tobora ko'payib bormoqda, ular nafaqat fonogrammani tinglashga, balki ekranda qo'shimcha matn-grafik ma'lumotlarni olishga imkon beradi.

Audiogid uchun matnlarni yozish-adabiy ijodning o'ziga xos turi. Muallifning vazifasi tinglovchining tasavvurida vizual tasvirni yaratish, rasmdagi eng qiziqarli narsalarni ko'rishga yordam berish va faqat eng muhim va esda qolarli faktlarni yetkazishdir. Bunday matnlarda ko'plab izoh va tavsiflarga ehtiyoj yo'q, chunki tomoshabin eshitilgan narsalarni vizual tarzda osongina bog'lashi mumkin. Audiogilarni yaratishda professional spikerlar va ovozli muhandislar yordam beradi. Audiogid matnlari ko'pincha turli xil ovoz effektlari yordamida musiqaga aytilgan hikoyalardir. Ular tomoshabinning unutilmas shaxsiy tajribasiga ega bo'lishiga yordam beradigan "eshitish uchun" maxsus matnlardir. Ajoyib qiziqarli va zerikarli ekskursiya o'rtasidagi farq matnga kiritilgan. Agar matn muvaffaqiyatsiz tuzilgan bo'lsa, ekskursiya professionalligi, fon musiqasi yoki ovoz effektlari ham muvaffaqiyatsiz barham topadi. Audiogid uchun matn oddiy va tushunarli so'zlar bilan yozilgan bo'lishi zarur. Ushbu so'zlarning ma'nosi mutlaqo shaffof bo'lishi kerak. Tinglovchilar qiziqarli suhbatlarda ishtirok etishlarini his qilishlari kerak. Tinglovchining atrofida nima ko'rayotganini tasvirlash uchun siz qisqa va keng takliflarni va hatto jumlalarni ishlatishingiz kerak. Suhbat uslubiga rioya qilish muhimdir. Do'stlar bilan suhbatda bo'lgani kabi, tinglovchilar ham professional ma'ruzachi bilan hissiy aloqani his qilishlari kerak.

Texnologik bazaning turiga qarab, ovozli ko'rsatmalar ikkita asosiy guruhga bo'linadi:

- maxsus qurilmalarga asoslangan ovozli ko'rsatmalar ("temir", apparat, audiografik qo'llanmalar);
- standart mobil qurilmalar - smartfon, planshetlar, PDA va hokazolarga asoslangan ovozli ko'rsatmalar (mobil ovozli ko'rsatmalar).

Ko'proq mashhur bo'lgan tovushli qo'llanmalar tashrif buyuruvchilarning smartfonlarida o'rnatilishi mumkin bo'lgan ilovalardir va shuning uchun muzeydan asbob-uskunalarni sotib olish, ijaraga olish yoki texnik xizmat ko'rsatishni talab qilmaydi. Shu bilan birga, muzeyda turli mobil platformalar (Android, iOS, Windows va boshqalar) uchun o'z mobil ilovasini ishlab chiqish va muntazam yangilab borish talab etiladi. Mobil audiogidlar tobora keng tarqalgan bo'lib, ular tashrif buyuruvchilarning smartfonlariga o'rnatilishi mumkin bo'lgan ilovalardir ular odatda sotib olish, ijaraga olish, texnik xizmat ko'rsatishni talab qilmaydi. Audiogidlarni turli

mobil platformalar (Android, iOS, Windows va boshqalar) uchun yuklash imkoniyati mavjud bo’lib, o'z mobil ilovangizni doimiy ravishda yangilashni talab qiladi.

Bugungi kunda audiogidlar faqat Samarqand muzeylarida namoyish etiladi va Samarqand eng qadimgi tarixiy yodgorliklari haqida ma’lumotlar taqdim etadi. Audiogidlarni joriy etish Samarqandga mehmonlarga xizmat ko'rsatish doirasini kengaytirish va xorijiy tillarni o'rganuvchilar yoki tarjimonlarning yo'qligi bilan bog'liq muammolarni bartaraf etish imkonini beradi. Audiogidlardan foydalanishga tashrif buyuruvchilarga ekskursiya marshrutini yaratish erkinligi berilishi mumkin, boshqa mamlakatlardan tashrif buyurgan mehmonlar o'zlarining ona tillarida audio qo'llanmalarni tinglash imkoniyatiga ega bo'ladilar. Audiogidlar diqqatga sazovor joylardagi xizmat ko'rsatish darajasini sezilarli darajada oshiradi. So'nggi paytlarda kichik ko'chma qurilma va zaryaddan iborat ovozli rahbarlik tizimi sayyohlar orasida juda mashhur.

Xulosa qilib shuni ta’kidlashimiz joizdir, rivojlangan mamlakatlar qatorida biz xam O’zbekistonda turizm sohasini rivojlantirishda xorijda mavjud amaliyotlarni joriy etishimiz darkor, jumladan audiogid dasturlarini yaratish orqali ekskursiya xizmatlarining sifat darajasi yanada yuksalishi tabiiy holat sanaldi.

Д.З. Норкулова– и.о.доц., PhD СамИЭС
А.Ю. Талибова – асс. СамИЭС

РОЛЬ СЕТИКЕТА В РАЗВИТИЕ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ В ТУРИЗМЕ

В последние годы, особенно в сфере туризма и деловых отношений, формируется и своеобразный этикет глобальной сети Интернет, складываются особые правила общения посредством электронной почты. Эти правила получили название нетикет (netiquette – от англ. net – сеть и etiquette). В русском языке для обозначения этого раздела этикета появилась калька сетикет.

Правила сетикета неоднородны и могут быть разделены на технологические, этические и собственно этикетные. К технологическим правилам относятся установления, призванные обеспечить безопасность интернет-коммуникации. Например, для пересылки текстов по электронной почте принято использовать формат RTF, так как он является многоплатформенным и поддерживается разными версиями редактора Microsoft Word. Кроме того, выполнение этого правила снимает проблему компьютерных вирусов, которые в этом формате не передаются. Этические правила мало чем отличаются от тех, которых принято придерживаться в любом межличностном общении. Собственно этикетные правила касаются как особенностей оформления электронных писем, так и вопросов уместности онлайн-переписки в различных случаях.

С точки зрения ситуаций общения все правила сетикета делятся на две большие группы. Одни касаются коммуникации в публичных интернет-

пространствах (на форумах), другие регулируют приватную электронную переписку.

Особенность электронной переписки заключается в ее двойственном характере. С одной стороны, она рассматривается как вид традиционной переписки, перенесенный в виртуальное пространство. С другой стороны, скорость обмена электронными письмами ставит их в один ряд с SMS-сообщениями.

Традициями интернет-среды продиктованы следующие требования к электронным письмам:

Важные места в письме следует выделять полужирным шрифтом или курсивом, но не заглавными буквами. Текст, написанный заглавными буквами, в интернет-общении означает крик или разговор на повышенных тонах.

Обмен электронными письмами заканчивается по правилам телефонного этикета: инициатива принадлежит тому, кто начал переписку. Получатель письма не должен прерывать диалог.

Ряд правил онлайн-переписки заимствованы из практики традиционной деловой переписки:

Получив сообщение по электронной почте, необходимо по возможности сразу ответить на него (в течение 24 часов) если не согласием на высказанное предложение, то хотя бы подтверждением того, что письмо получено. Особенно важно отвечать на письма с вложениями, так как адресата необходимо уведомить, что присланные файлы корректно читаются.

Отсутствие ответа на электронное письмо в течение семи дней расценивается как отказ от общения. Однако это правило не означает, что от получателя нужно требовать немедленного ответа в течение пяти минут.

Письма и сообщения должны быть написаны грамотно. Другие языки в деловой переписке категорически исключается.

Электронное письмо должно начинаться с обращения и заканчиваться подписью.

Недопустимо читать чужую электронную переписку и отправлять сообщения от чужого имени (человека или фирмы).

Если традиционное деловое письмо должно умещаться на одной странице, то электронному положено быть вдвое короче. Читать пространные послания довольно утомительно.

Большой объем информации логичнее отправить в прикрепленном файле по аналогии с тем, как в бумажной переписке дополнительные данные выносятся в приложение. В таком случае в основном тексте письма достаточно приветствия и небольшого комментария к вложению. Однако краткость должна достигаться не за счет отказа от элементарных требований вежливости: не использовать в онлайн-переписке слова спасибо и пожалуйста недопустимо.

Наконец, особенности электронной переписки породили ряд специфических правил, нацеленных на максимальную ясность и бесконфликтность делового онлайн-общения:

В деловой переписке не следует использовать шутливые, ласкательные, жаргонные «ники» (например, «Лапочка», «Чуча дорогая», «Чувак» и пр.). Имя и фамилия отправителя предпочтительнее оригинальных псевдонимов.

Каждое исходящее письмо должно иметь тему, отражающую его содержание. Письма без указания темы воспринимаются как спам. Не следует использовать в качестве формулировок темы «Привет», «Вопрос», «От Иванова», «Дела» и пр., так как они неинформативны. Более того, считается хорошим тоном и знаком профессионализма менять тему письма при ответе на него, а не ограничиваться автоматическим «Re: Исходная тема».

В деловой онлайн-переписке принято использовать электронную подпись, т. е. несколько строк, автоматически подставляемых в конце письма. Такая подпись содержит информацию об авторе письма: полное имя, должность или другие регалии, название компании, адрес ее сайта и контактную информацию, в том числе и об альтернативных каналах связи (обычный телефон, факс, ICQ, Skype). Конкретный набор данных зависит от политики организации, характера общения и индивидуального стиля коммуникации, но подпись не должна быть слишком большой.

Не следует употреблять приветствие «Доброго времени суток», даже если затруднительно определить, в какое время адресат получит письмо. Лучше использовать нейтральные формулы «Здравствуйте!» или «Добрый день!».

Отправляя вложение, необходимо сопроводить его хотя бы приветствием и краткой информацией о приложении. Пустое «тело» письма сигнализирует получателю, что он имеет дело со спамом. Это правило остается в силе и при пересылк

Отвечая на письмо, принято цитировать его целиком или фрагментарно. В первом случае ответ пишется над цитируемым письмом. Во втором целесообразно ввести в текст ответа необходимые отрывки исходного письма, отметив их, например, знаком «>», и под каждым напечатать свое решение, комментарии и т. п.

Если в дружеской неформальной переписке «смайлики» вполне уместны (конечно, при условии, что оба интернет-собеседника относятся к ним положительно), то деловому общению они придают ненужную легкомысленность. Кроме того, «смайлики» невольно провоцируют адресанта на шутливый тон, иронию, а порой и сарказм. Все это недопустимо при обсуждении рабочих вопросов как по этическим соображениям, так и из опасности быть неправильно понятым, а потому от «смайликов» следует воздержаться.

Не рекомендуется злоупотреблять сокращениями, в особенности теми, которые пришли из интернет-сленга. Аббревиатуры вроде IMHO (ИМХО) и пр. допустимы в обсуждении на форуме, но не в деловой переписке.

Не стоит посылать электронное письмо незнакомым людям, особенно рекламу товаров и услуг. Большинством пользователей интернета это воспринимается как спам.

Если в компании не принято звонить начальнику на прямую, то не следует

посылать ему и электронных писем.

Если информация рассылается людям, которые не знакомы между собой, лучше воспользоваться полем «Скрытая копия», чтобы не распространять адреса электронной почты без согласия владельцев.

Невежливо посылать письмо с уведомлением о получении. Это признак неуважения и недоверия к своему партнеру. Лучше после отправки сообщения по электронной почте позвонить адресату и уточнить, дошло ли письмо. Довольно часто для подтверждения используется следующая фраза, которую помещают перед электронной подписью: «Пожалуйста, подтвердите получение ответным письмом или по указанным ниже телефонам».

Исходя из всего вышесказанного, двойственный характер онлайн-переписки приводит к некоторым разночтениям в ее правилах. В частности, это касается вопроса о подписи. В последнее время зарубежные эксперты в сфере бизнес-этикета настаивают на неуместности формул «С уважением», «Искренне Ваш» и пр. в электронных письмах, призывая к максимальной краткости, т. е. к уподоблению их сообщениям чата. Однако в отечественной деловой практике сохраняется единообразие требований к бумажной и электронной переписке, а потому формулы вежливости по-прежнему необходимы.

D.Z. Norqulova – SamISI kafedra mudiri
M.X. Gadoyeva – SamISI talabasi
A.Sh. Suyarov – SamISI talabasi

GASTRONOMIK TURIZMNI RIVOJLANTIRISH MAQSADIDAGI INNOVATSION BEGUEST LOYIHASI

Mamlakatimiz turizm sohasida juda katta imkoniyatlarga ega hisoblanadi. Qariyb 3000 yillik tarixga ega bo’lgan O’zbekiston hozirgi kunda sharafli o’tmishiga oid obidalari, xilma-xil tabiati hamda o’ziga xo surf-odati va mehmondo’st xalqi bilan faxrlansa arziydi albatta. Yurtimizda turizmning barcha yo’nalishlari jadal rivojlangan bo’lib, ularning hozirgi kundagi ahamiyatini oshirish masalasi dolzarb bo’lib kelmoqda. Xususan, so’nggi yillarda yurtboshimiz tomonidan ham bunga alohida e’tibor qaratilmoqda. Prezidentimiz farmon va qarorlarida turizmni rivojlantirish bo’yicha dolzarb vazifalar keltirilgan. Xususan, mamlakatimizdagi mavjud turistik potensialni tanitishda internet texnologiyalaridan foydalanishga ham urg’u berilgan. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018-yil 3-fevralda qabul qilingan “O‘zbekiston Respublikasi turizm salohiyatini rivojlantirish uchun qulay sharoitlar yaratish bo‘yicha qo‘shimcha tashkiliy chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi Farmonida yurtimizning sayyohlik imkoniyatlari, tarixiy shaharlari, muqaddas qadamjolari va ziyoratgohlarini dunyoga tanitish kabi vazifalar o‘z aksini topgan.[1] Bu borada belgilangan vazifalar izchil amalga oshirilmoqda.

Taomlar taklif qilish hamda mahalliy turizm marketingini parallel ravishda amalga oshirish maqsadida yoshlar staretap hamda innovatsion loyihalariga tayanib

turli loyihalar va g’oyalar amalga oshirilmoqda. Ulardan biri sifatida Samarqand iqtisodiyot va servis instituti jamoasi tomonidan taklif qilinayotgan BeGuest android ilovasini keltirishimiz mumkin.

BeGuest – turizmni innovatsion texnologiyalar vositasida rivojlantiruvchi loyiha bo’lib, mahalliy aholi hamda hududga tashrif buyuruvchilarni bir-biri bilan bog’laydi. Loyiha onlayn tarzda android ilova hamda web-sayt ko’rinishida taqdim etiladi. Ushbu dastur orqali mahalliy hamda xorijiy sayyohlarga ovqatlantirishda qo’shimcha qulaylik hamda xizmatlar yaratilish imkoniyati oshadi. Bundan tashqari loyihadan ko’zlangan yana bir maqsad – mahalliy turizm marketingidir.

Loyihaning qaratilgan muammosi hozirgi kunda biror hududga tashrif buyurilganidan so’ng, ovqatlanishda ba’zi muammolarga duch kelinadi:

tanlovning to’g’ri kelmasligi (assortimentda)

narxning mutanosib bo’lmasligi

noqulay joylashuv

menyularda moslashuvchanlik mavjud emas

xizmat ko’rsatishda tezlik muammosi

o’ziga xoslik va milliylik tusiga ega bo’lish (Ham dizaynda, ham servisda)

Yuqorida sanab o’tilgan muammolar turizm sohasida o’tkazilgan tadqiqotlar natijasida aniqlangan. Bundan tashqari O’zbekiston Respublikasi turizm sohasida innovatsion texnologiyalarni qo’llash masalasi ham dolzarb hisoblanadi.

Yuqoridagi muammolarni hal qilish maqsadida Android ilovasi hamda web-sayt ko’rinishidagi BeGuest loyihasi taqdim etiladi. Ushbu ilovada quyidagi funksiyalar mavjud bo’lib, ushbu funksiyalar orqali yuqoridagi muammolarni bartaraf etish mumkin:

Asosiy funksional – bu hududga tashrif buyurgan sayyohlarni tushlik yoki kechga ovqatga xonadonga taklif qilishni tashkil etishdan iborat;

Qulay va sodda foydalanish imkoniyatiga ega. Ba’zi dasturlardan farqli o’laroq aynan maqsadli menyular tanlanadi;

Asosiy maqsad ovqatlantirish xizmatini tashkil etish bo’lib, bunda sayyohlarni mahalliy oddiy xonadonlarga taklif qilish imkoniyati mavjud bo’ladi;

Web-sayt hamda android ilovasi orqali taklif qilinadigan ovqatlantirish xizmati bilan birgalikda mahalliy hududning hamda sayyohlarni qiziqtiruvchi resurslar reklamasi ham olib borilishi mumkin;

Google Map navigatori ko’magidan foydalaniladi;

Sodda tizimdagi sotuv va xarid funksiyasiga ega (Xonadon egasi xizmatni sotadi, sayyoh xarid qiladi);

Xorijiy tillardan foydalanilgan;

Taomlar filtri mavjud (Sayyohning ta’biga ko’ra mavjud taomlar menyusi taqdim etiladi)

Onlayn tizimda joriy holat bo’yicha ishlash imkoniyati, oflayn tizimda esa ma’lumotlar bilan ishlash imkoniyati va boshq.

Loyiha web sayt hamda android ilovasi ko’rinishida taklif etiladi. Ikki toifadagi foydalanuvchilar mavjud bo’ladi. Birinchi toifa foydalanuvchilari bevosita “sotuvchilar” bo’lib, ular mehmon uylari (Guest House) yoki xonadonlarida tushlik

yoki kechki ovqat taklif qilishadi. Buning uchun passport ma’lumotlari bilan birgalikda, manzili, kasbi kabi ma’lumotlarni kiritib BeGuestda ro’yxatdan o’tishadi. Ular ma’lum narx bilan ovqatlanish xizmatini joylashtiradi va e’lon beradi. Ikkinchi toifa foydalanuvchilar “xaridorlar” bo’lib, bevosita hududga tashrif buyurgan sayyohlar yoki o’zlari uchun qulay ovqatlanish turini qidirayotgan shaxslardir. Ular www.beguest.uz tizimiga yoki “BeGuest” android ilovasiga kirishadi. Asosiy menyuda TheTourist bandini tanlashadi hamda filtr tizimiga ega qidiruvdan foydalanib, so’nggi e’lonlardan yoki GoogleMap navigatoridagi yaqin hududlardagi taklif etilayotgan taomlardan o’zlariga moslarini tanlashadi va band qilishadi. Taklif bayon qillingan vaqtda xonadonga borishadi. Xonadon egasi sayyohning ehtiyojiga ko’ra yoki qo’shimcha xizmat sifatida boshqa xizmatlarni ham taklif qilishlari mumkin.

Maqsadli foydalanuvchilar tarkibi ham o’rganib chiqilgan bo’lib, ular asosan turizmga tegishlidir. Turizm faoliyati sub’ektlari (tadbirkorlar, mehmonxonalar, restoranlar, oshxonalar), mahalliy hudud aholisi hamda sayyohlar, hududga tashrif buyuruvchilar. Ular dasturdan bevosita yoki reklama maqsadida foydalanish imkoniyatiga ega bo’ladilar. Bundan tashqari hududda istiqomat qiluvchilar ham foydalanishlari mumkin. Umuman olganda foydalanuvchilarni quyidagicha bo’lib oldik:

“Sotuvchilar” – mahalliy hududda istiqomat qiluvchilar, turizm faoliyati sub’ektlari, tadbirkorlar;

“Xaridorlar” – sayyohlar, hududga vaqtincha tashrif buyurgan mahalli aholi va boshqa shu kabilar.

Bozorni egallash turistik tahlillar asosida olib borildi. Turizm statistikasiga ko’ra O’zbekistonga tashrif buyuruvchilar soni 2 847 900 kishi (stat.uz) bo’lib, ularning aksariyati O’zbekistonga sayohat maqsadida tashrif buyurishadi. Aytaylik, faqatgina turistik maqsadda tashrif buyuruvchilar 203 700 kishi (stat.uz) bo’lsa, aniq foydalanuvchilar aynan turistik maqsadda tashrif buyuruvchilar hisoblanadi. Demak, “xaridorlar” tarkibi 203 700 kishi (umumiy segmentda). Turizm faoliyati sub’ektlari – turistik firma va tashkilotlar soni 449 ta, mehmonxonalar soni 664 ta, joylashtirishning ixtisoslashgan turlari soni 460 ta, restoran, bar hamda ovqatlantirishning boshqa turlari 58 227 ta (yellowpages.uz) kabilar BeGuest tarmog’idan “sotuvchi” sifatida foydalanib, reklama, qo’shimcha xizmatlarni taklif qilishi mumkin. Bundan tashqari, hududda istiqomat qiluvchi, o’z xonadoniga qo’shimcha daromad yoki shunchaki qiziqib biror sayyohni taklif qilmoqchi bo’lganlar hudud aholisi tarkibida hisoblanadi. “Xaridorlar” tarkibida ham shundaylar uchrashi mumkin, ya’ni mahalliy aholi ichidan xonadonga borib ovqatlanishni ixtiyor qiluvchilar.

Xulosa sifatida ushbu tarmoqni turizm sektorida joriy qilish orqali yangi turistik yo’nalishlar tashkil qilish, bundan tashqari O’zbekistonga sayyohlarning oqimini yanda ko’paytirish, shuningdek, ovqatlantirishda qulayliklar taqdim qilish imkoniyati oshishi mumkin. Buning uchun esa, quyidagi vazifalar bajarilishi zarur:

BeGuest tarmog’Ini joriy qilish bo’yicha barcha tadqiqotlarni ilmiy-nazariy guruh bilan ishlab chiqish;

BeGuest kabi onlayn platformalarni yaratish bo’yicha xorijiy tajrinalarni o’rganib chiqish;

Onlayn platformalarni keng targ’ib qilish milliy brendini shakllantirish.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018-yil 3-fevralda qabul qilingan “O‘zbekiston Respublikasi turizm salohiyatini rivojlantirish uchun qulay sharoitlar yaratish bo‘yicha qo‘shimcha tashkiliy chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi Farmoni, www.lex.uz
2. www.kun.uz – axborot portal
3. www.stat.uz – milliy statistika rasmiy web-sayti
4. www.yellowpages.uz – reklama va e’lonlar portali

Д.Абидова – к.э.н., доц. кафедра Туризм и сервис, ТГЭУ

Ж.Курбонов – магистрант группа МТХТ-01, ТГЭУ

СМАРТ-ТЕХНОЛОГИИ В ТУРИЗМЕ

Многие современные города становятся все более «умными» для туристов, потому что в них доступен весь перечень онлайн-услуг, которые позволяют покупать билеты, бронировать экскурсии и развлечения, перемещаться в общественном транспорте, арендовать велосипеды и многое другое. Смарт-туризм открывает для всех удивительный мир путешествий и, что немаловажно, помогает значительно экономить. Благодаря мобильным приложениям смартфон путешественника служит ему гидом, переводчиком и картой.

В туристической сфере Узбекистана уже вовсю происходят серьезные позитивные изменения. Параллельно с отменой виз для граждан ряда стран, со строительством гостиниц и разработкой новых маршрутов большое внимание уделяется внедрению инновационных решений, которые позволят сделать отдых туристов и путешественников в нашей стране более приятным и комфортабельным. Государственным комитетом по развитию туризма совместно с Министерством по развитию информационных технологий и коммуникаций и Министерством внутренних дел разработана автоматизированная информационная система (АИС) E-MEHMONXONA. После введения в эксплуатацию данной системы была отменена бумажная волокита со сдачей отчетов в органы государственного управления. Однако главное достижение заключается в том, что отныне гостиничным хозяйствам нет нужды вести журнал регистрации гостей. С 1 июля 2018 года начата система в эксплуатацию система выдачи электронных въездных виз для иностранных граждан. Также сегодня разрабатывается механизм осуществления оплаты электронных въездных виз на базе создаваемого официального государственного портала «Электронная виза» с

предоставлением технологических инструкций для внедрения VISA, Master Card и других платежных систем.[1]

Помимо этого, должное внимание уделяется обеспечению аппаратно-программными комплексами министерств и ведомств, участвующих в системе выдачи электронных въездных виз. В рамках другого проекта – «Uzbekistan Pass» – внедряется единая дисконтная карта. Карта будет иметь возможность предоставления льготных условий и скидок для посещения туристических объектов, размещения в гостиницах, санаторно-курортных учреждениях и зонах отдыха детям, молодежи, пожилым гражданам, инвалидам, многодетным семьям и работникам бюджетной сферы. Распространяться эта карта будет через профсоюзные комитеты, а также с помощью дисконтных карт с накопительной системой, распространяемых профсоюзными комитетами в период отпусков среди работников предприятий и организаций. В целях продвижения имиджа нашей страны на международном туристическом рынке как страны смарт-туризма и активного внедрения и использования ИКТ для удобства туристов, Государственный комитет по развитию туризма совместно с Министерством культуры и ООО «Tehno Dargoh» подписали совместное соглашение по реализации проекта «VERUM QR» и приступили к практической стадии реализации поставленных задач.[2]

В рамках этого проекта предусматривается, что турист за считанные секунды будет иметь возможность получить на свой смартфон всю информацию о туристических объектах и достопримечательностях нашей страны в удобной и доступной форме на 12 языках, наведя свой смартфон на картинку QR-кода. При этом пользователям будет представлена информация не только о самом туристическом объекте, но и о других ближайших объектах: гостиницах, ресторанах, художественных галереях и других архитектурно-исторических памятниках. В рамках реализации проекта исторические памятники, гостиницы, рестораны и другие объекты туриндустрии Самарканда и Шахрисабза уже оснащены QR-кодами. Важно отметить и первую национальную систему онлайн-бронирования My Booking. Путешественники и туристы получили возможность забронировать номер и оплатить проживание в гостинице всего за несколько минут. В системе используются карты VISA и Master Card, а также действует гибкая система скидок – предполагается, что эти факторы стимулируют рост безналичных расчетов. Возможность использования Uz Card и способность принимать оплату в национальной валюте становятся отличным инструментом для поддержки внутреннего туризма, облегчают организацию командировок и деловых поездок.[3]

Проект «HOTELIOS» – это интернет-платформа для бронирования гостиниц Узбекистана юридическими лицами в режиме онлайн. В системе уже более 250 гостиниц по всей стране. Дополнительно предлагаются услуги трансфера из/в аэропорт, встречи и проводов через СИП зал, «Зеленый

[1] www.uzbekgateway.uz
[2] www.uzbekgateway.uz
[3] www.gov.uz

коридор», а также оплата внациональной валюте. Помимо этого, на сайте НАК «Узбекистон хаво йўллари» проведена интеграция с платежным модулем Национального банка ВЭД по электронной коммерции и налажена продажа авиабилетов на сайте uzairways.com. На сегодняшний день Национальный банк ВЭД и АИКБ «Ипак йули» располагают необходимыми лицензиями и сертифицированы международными платежными системами по интернет-эквайрингу. Напомним, что Государственный комитет по развитию туризма предложил предоставлять налоговые льготы в виде исключения расходов на внедрение ИКТ из налогооблагаемой базы для субъектов туристической деятельности, внедряющих онлайн-услуги бронирования, эквайринга, электронной оплаты приобретаемых услуг и прочих онлайн-сервисов, а также создающих и использующих свой собственный многоязычный сайт.

Список использованной литературы

1.www.e-tours.uz
2.www.uzbekgateway.uz
3.www.turist.ru
4.www.gov.uz

Г.Ш.Толлибоева- магистрант группы ММХ 118 , СамИЭС
Р.С.Амриддинова- ст.преп., к.э.н. СамИЭС

ФРАНШИЗА В ТУРИЗМЕ – МОЩНЫЙ БРЕНДОВЫЙ ПОТЕНЦИАЛ

представителей отрасли, так и малых предприятий, способствует развитию крупных брендов, одновременно давая возможность новым и уже существующим мелким предприятиям создать и развить свое дело в самые сжатые сроки. Конкуренции с другими предприятиями одной и той же сети возможно избежать, тщательно рассчитав необходимую плотность франчайзи на **Франчайзинг**— готовый бизнес, который учитывает как интересы крупных территории. Одним из главных плюсов франчайзинга является возможность открытия собственного бизнеса даже тем предпринимателям, которые до этого никогда не работали в этой конкретной сфере или же новичкам в бизнесе.

С помощью франчайзинга можно избежать самых сложных, первых шагов в ведении собственного бизнеса, недоверия потребителей к совершенно новому и неизвестному предприятию, исключить риски неправильного построения бизнес-модели. Смысл франчайзингав том, что между двумя самостоятельными компаниями ведется сотрудничество на основе договора, при этом одна из компаний —франчайзе— предоставляет другой —франчайзи — разработанную систему ведения бизнеса, которая обеспечит новой компании успешный выход на рынок в самые сжатые сроки.

Франчайзер при этом имеет возможность контролировать франчайзи, одна-

ко же, последний остается независимым предприятием, используя при этом технологии ведения и управления бизнесом, разработанные профессионалами и проверенные временем.

На практике франчайзинг регулируется договором о коммерческой концессии, при получении которого франчайзи вносит первый взнос за приобретение франшизы, после чего выплачивает периодические платежи за право пользования франшизой (роялти), получая взамен детальную инструкцию и всевозможную помощь в ведении бизнеса для получения максимальной прибыли в короткий срок.

Франчайзинг в туризме широко распространен во всем мире. По принципу франчайзинга созданы большие американские туристические сети Uniglobe travel и Woodside travel, европейские TUI, Nekkerman. В Узбекистане также начало **распространение франшизы в туризме**, и обе стороны франчайзинговых отношений уже имели возможность оценить все плюсы ведения туристического бизнеса по этой схеме.

Туристический бизнес является одной из ниш с самой высокой конкуренцией и, если вы задались вопросом: Как ***открыть турагентство*?,**то единственно верным и надежным решением будет вхождение в известную франчайзинговую сеть. Это дает вам множество преимуществ, а также гарантирует эксклюзивность представительства выбранной вами сети в вашем регионе. Ведь, для исключения слишком большой плотности туристических агентств сети на территории и создание конкуренции между ними, в договоре франчайзинга определяется территория, на которой от конкретной сети будет находится только одно ваше турагентство.

В рамках жёсткой конкурентной борьбы, которая сегодня ведётся в туристическом бизнесе, на первое место постепенно выходит «раскрученность» торговой марки, которая является для рядового клиента своего рода гарантией качества предоставляемых услуг. Как показывают маркетинговые исследования – современный клиент больше доверяет компании, название которой «на слуху», чем малоизвестным туристическим агентствам. И это не удивительно – кроме денег за путёвки он доверят компании заграничный паспорт и конфиденциальную информацию, которая не предназначенная для широкого использования. Как результат, автономные фирмы даже при очень высоком качестве сервиса очень долго формируют собственные клиентские базы, являющиеся основой любого успешного бизнеса.

В этом ракурсе самым привлекательным вариантом является франшиза турагентства – работа в качестве автономного подразделения развитой франчайзинговой сети. Обычно в таких схемах сотрудничества франчайзер предоставляет своему новому партнёру право в полной мере использовать собственный бренд для развития регионального бизнеса. При этом коммерческий статус контрагента не играет роли – такое маркетинговое преимущество предоставляется как опытным бизнесменам, так и новичкам.

Позволяя использовать известную торговую марку, франшиза турагентства открывает перед новым участником блестящие перспективы динамичного

развития нового проекта. Зачастую франчайзеры предоставляют в распоряжение новообразованных подразделений большое количество полиграфической рекламной продукции и офисных аксессуаров, которые становятся эффективным инструментом для рекламного продвижения. Одновременно под эгидой главного бренда новое турагентство рекламируется в СМИ и в Интернете, что позволяет контрагенту быстро сформировать собственный положительный имидж, способствующий развитию бизнеса.

Такие приоритеты в условиях высокой конкуренции очень важны, так как раскрутить новый бренд без серьёзных финансовых и временных затрат невозможно. Тем более, что разработка фирменного стиля «с нуля», включая придумывание названия для компании – это тоже довольно затратный процесс, требующий привлечения рекламных специалистов высшей квалификации. И, наконец, принципиально новый бренд в этом перенасыщенном сегменте рынка должен быть поддержан различными рекламными носителями, внедряемыми в больших количествах, таких как календарики, проспекты, ручки, значки, футболки и т.д., а это также требует значительных финансовых расходов. Только в случае использования массовой рекламной продукции, возможно, включится «сарафанное радио», которое, как известно, играет далеко не последнюю роль в коммерческом продвижении.

Туристическая франшиза сразу же решает все вышеперечисленные проблемы, предлагая контрагенту готовые решения в оформлении фирменного стиля, позитивно влияющего на целевую аудиторию.

И ещё один момент – работа под известным торговым брендом повышает лояльность к данному бизнесу не только клиентов, но и фискальных органов, финансовых институтов и государственных служб. Будучи контрагентом известной компании с безупречной репутацией легче получить кредит в банке, взять в аренду помещение, решать организационные задачи, зависящие от различных официальных структур.

Франчайзинг в туризме: обзор рынка. Туристическое агентство Туристический бизнес редко требует больших вложений для старта, но при этом никогда не дает гарантий, что у новой компании сразу же будут постоянные клиенты и стабильный доход. На сегодняшний день проблемы внедрения франчайзинга в туризме стараются свести к минимуму. В данной отрасли приходится потом и кровью зарабатывать себе честное имя, особенно после недавней волны банкротства туроператоров. Если у предпринимателя есть огромное желание работать в сфере туризма, но при этом нет денег или времени на полноценную самостоятельную раскрутку, то франчайзинг в туризме станет идеальным выходом из ситуации. Многие турагентства и туроператоры готовы предоставить начинающим бизнесменам свое уже раскрученное имя и опыт работы в обмен на соблюдение собственных условий. Самое главное - перед тем как начинать туристический бизнес, изучить рынок и основных конкурентов. Сегодня практически все граждане нацелены на приобретение дорогостоящих товаров только у надежных продавцов, что касается и различных поездок. Помимо этого, не каждый

самостоятельно открытый офис способен продержаться на плаву длительное время, пока его популярность станет оправдана клиентами. Для этого их сначала нужно получить, а потом уже и удовлетворить. Переманить к себе клиентов от известных и проверенных временем брендов достаточно тяжело, поэтому многие выбирают для себя уже сразу открытие раскрученного турагентства. Для этого достаточно лишь заключить договор франшизы с известным оператором и смело пользоваться его именем, которое с момента открытия гарантирует поток клиентов и стабильный заработок. Открыть туристическое агентство под звучным и известным именем может любой желающий, поскольку как такового опыта работы в данной сфере не требуется. При этом к плюсам можно отнести и свободу выбора туристических операторов для сотрудничества, что позволит самостоятельно регулировать некоторые цены, учитывая особенности региона.

Eshquvvatova N.A. – SamISI talabasi
Norkulova D.Z. – SamISI dotsenti v.b.

TURIZM SOHASIDA IJTIMOIY HIMOYAGA MUHTOJ SAYYOHLAR UCHUN FRANSIYA TAJRIBASINI QO'LLASH

O'zbekiston o'zining ko'plab tarixiy-me'moriy yodgorliklari, turfa xil iqlimi va tez sur'atlarda rivojlanishi bilan butun dunyo diqqatini o'ziga tortmoqda.

O'tmishga nazar soladign bo'lsak asrlar davomida O'zbekiston faqatgina savdogarlarni, istilochilarni hamda yurtimizni zabt etib olishni istagan kimsalarnigina ko'proq qiziqtirgan edi. Ayni paytda esa, O'zbekiston o'zining madaniyati, ananalari, ekzotik tabiati hamda tarixga boy obidalari bilan ko'plab sayyohlarni, olimlarni hamda investorlarni e'tiborini tortmoqda.

Turizmni rivojlantirish davlat qo‘mitasining hisobotiga ko‘ra, 2016 yilda O‘zbekistonga 2.07 mln. nafar sayyoh tashrif buyurgan. 2017 yilda ularning soni 2,69 mln. nafarni qayd etgan, ya'ni sayyohlar soni bir yilda 97 foizlik o‘sishni ko‘rsatib, ikki baravarga oshgan. 2018 yilda esa ularning soni 5.3 million nafarni tashkil etgan.

2018 yilda O‘zbekistonga tashrif buyurgan 5 346 219 nafar sayyohdan 5 020 392 nafari MDH mamlakatlaridan kelgan, uzoq xorijiy mamlakatlardan tashrif buyurganlar soni esa 325 827 nafarni tashkil qildi. O‘zbekistonga kelgan sayyohlar orasida eng katta ko‘rsatkich qo‘shni Qozog‘iston fuqarolari tomonidan qayd etilgan: 2 293 077 nafar. Undan keyingi o‘rinda 1 095 505 fuqarosi bilan Tojikiston va 1 055 688 fuqarosi bilan Qirg‘iziston fuqarolari kelgan. Uzoq xorijiy mamlakatlardan tashrif buyurganlar orasida esa Turkiya fuqarolari yetakchilik qilmoqda: 41 299 nafar. Keyingi o‘rinlarda 32 444 kishi bilan Xitoy va 27 269 sayyoh bilan Janubiy Koreya qayd etilgan.[1]

O‘zbekiston Prezidenti Shavkat Mirziyoyev 5 yanvar kuni Turizmni tezkor rivojlantirishga doir chora-tadbirlar rejasi to‘g‘risidagi farmonini hamda tegishli qarorni imzoladi. Hujjatga ko‘ra, 2019 yilning 1 fevralidan O‘zbekistonda yana 45 davlat fuqarolari uchun 30 kunlik muddatga vizasiz rejim joriy qilinadi. Ta'kidlash

joizki, 2018 yilning fevralida 7 mamlakat — Isroil, Indoneziya, Janubiy Koreya, Malayziya, Singapur, Turkiya va Yaponiya fuqarolari uchun 30 kunlik vizasiz tartibni joriy etish haqidagi farmonni imzolagan edi. Ushbu ro‘yxatga mart oyida Tojikiston, oktyabrda Fransiya, 15 yanvardan esa Germaniya qo‘shildi (shu bilan ro‘yxatdagi mamlakatlar soni 19 taga yetardi, yangi farmon bilan esa bunday mamlakatlar soni 64 tani tashkil etadigan bo‘ldi). Shuningdek, chet el fuqarolarining alohida guruhlari uchun Vatandosh visa, Student visa, Academic visa, Medical visa va Piligrim visa kabi yangi viza kategoriyalari yo‘lga qo‘yilmoqda.[2]Bundan tashqari chet ellik sayyohlarimiz uchun yuqorida keltirilgan imtiyozli farmonlar kabi ko’plab qarorlar mavjuddir.

Sayyohlik (turizm) sohasi dunyo iqtisodining eng jadal rivojlanayotgan sohalaridan biridir. Uning keng qamrovli taraqqiyoti esa, ko‘plab mamlakatlar uchun katta daromad manbaiga aylanib bormoqda. Afsuski, O‘zbekiston bu sohada hali ancha orqada ekanligini ko‘rish mumkin. Xususan, Butunjahon turizm va sayohatlar bo‘yicha kengashi (BTSK) tomonidan berilgan bahoga ko‘ra, O‘zbekiston sayyohlar tashrifi bo‘yicha dunyo mamlakatlari orasida 150-o‘rinni egallaydi. Yurtimiz jahon sayyohlik bozorida 150-o’rinda bo’lishining sababi, turistlarga qulay sharoit yaratish, servis xizmatini yaxshilash, sayyohlik obidalarining jozibadorligini oshirish va reklamani kuchaytirish darajasi hamda nogironligi bor bo’lgan sayyohlar uchun barcha qulayliklar mavjudlik darajasi juda past. Buning natijasida turli xil turdagi sayyohatchilarni yurtimizda kutib olish uchun imkonyatlarimiz chegaralanib, turizm sohasini rivojlanishi yuqori darajaga chiqishiga muammolar keltirmoqda. Shuning uchun bu borada sezilarli o‘sish haqida fikr yuritish ana shu omillarga bog‘liq.[3]

Sog’liqni saqlash sohasida tadqiqot olib boruvchi olimlarning 40 yil davomida nogironligi bor shaxslar hamda ijtimoiy himoyaga muhtoj aholi sonini aniqlashda olib brogan izlanishlari natijasiga ko’ra dunyo aholisining 15 % ini ya’ni 1 mlrd dan ortiqrog’ini nogironligi mavjud bo’lgan shaxslar tashkil etadi. Ushbu aholi qatlamlarining 773.4 millionini sayohat qiluvchilar hisoblanadi va bu ko’rsatkichyiliga 1.1% o’sishi natijasida 2020 yilga kelib 861.9 millionga yetishi taxmin qilinmoqda [4]. Yangi tadqiqotlar shuni ko'rsatmoqdaki, dunyodagi nogiron kishilarning taxminan beshdan bir qismi, ya'ni 110 dan 190 milliongacha bo’lgan odamlar jamoatichida erkin harakatlanish uchun ko’plab qiyinchiliklarga duch kelishadi va faqat bir nechta davlatlar nogironlarning ehtiyojlarini qondirish uchun etarli mexanizmga ega. To'sqinliklar va kamsitishlar, etarli darajada sog'liqni saqlash va reabilitatsiya xizmatlari yo'qligi, transport, binolar va axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining etishmasligi kabi muammolar mavjud. Nogironligi bo'lgan odamlarda sog’lom aholiga qaraganda, sog'liqni saqlash, ta'lim olish va iqtisodiy rivojlanishdagi ishtirok etish darajasi pastligining sababi sifatida, ular biror shaxsning ko’magi orqali harakatlanishi hamda alohida xizmatlarni talab qilishkabi muammolar kuzatiladi.

Jahon sayyohlik bozorida bunday sayyohlar uchun ko’plab shart-sharoitlar hamda imkoniyatlar yaratilgan. Bunga Yevropa davlatlaridan bir necha yillardan buyon turistik diyor maqomida birinchi o’rinda bo’lib kelayotgan Fransiyani misol keltirishimiz mumkin.

Fransiya tashqi ishlar vazirligining statistik ma'lumotlariga ko'ra, 2017 yilda Fransiya xorijiy sayyohlarni kutib olishda yuqori ko’rsatkichga erishganini ma’lum qilishgan. Fransiya uchun sayyohlik iqtisodiyotning asosiy tarmoqlaridan biri hisoblanadi. Shunday qilib, 2017 yilda Fransiyaning sayyohlik bozorining hajmi YaIMning 8 foizini tashkil etib, 2 million ish o'rnini yaratdi. Fransiya xorijiy sayyohlar soni bo'yicha dunyoda birinchi o'rinni egallaydi. Bu davlat bir yil davomida 80 million sayyohni qabul qiladi,bundan 5 millionini nogironligi mavjud hamda ijtimoiy himoyaga muhtoj sayyohlar tashkil etadi. Fransiya o’zining tarixiy obidalari, jozibador tabiati, oshxona va restoranlari, mazzali taomlari, sharobi hamda ajoyib madaniyatidan tashqari barcha turdagi turistlar uchun har qanday qulayliklari mavjudligi bilan ham ajralib turadi [5].

Fransiya davlatida nogironlar va harakatlanishda qiynaladigan qariyalar uchun quydagi imkoniyatlar yaratilgan:

- shaharda joylashgan jamoat joylarining aksariyati nogironlar aravachalari uchun panduslar bilan jihozlangan, yirik xarid qilish markazlarida, muzey, teatr hamda konsert zallari, aeroportda va temir yo'l stantsiyasida, nogironlar aravachasi uchun maxsus liftlar bilan ta'minlangan. Ular uchun jamoat binoarida maxsuslashtirilgan dush hamda xojatxonalar ham tashkil etilgan Hatto kutubxonalarda g'ildirakli stullar bilan jihozlangan bo'lib, deyarli hamma joyda g'ildirakli stullar uchun maxsus yo’lakchalar ham tashkil etilgan. Nogironlar shaharning sayyohlik va madaniy ob'ektlariga tashrif buyurib, o'zlarini qulay his qilishlari uchun barcha qulayliklar mavjud [4]. Fransiya jamoat transporti vositalari nogironlarning ehtiyojlari uchun to'la jihozlangan: barcha avtobuslar va tramvaylar platforma darajasida past holatda jihozlangan va zarur bo'lganda siz maxsus tugmani bosganda, transportga chiqib olish uchun maxsus yo’lakchadan foydalanishingiz mumkin.
- Ijtimoiy himoyaga muhtoj sayyohlar uchun yanada qulayliklar yaratish maqsadida Fransiyadagi barcha davlat idoralari hamda mehmonxonalarida panduslar, ko’zi ojizlar hamda zaif eshituvchilar uchun audio hamda subtitrli texnologiyalar bilan ham jihozlangan.
- Fransiya davlatining tog’li hududlarida qariyalar hamda nogiron sayyohlar uchun maxsus yo’lakchalar, transport vositalari mavjud. Bunday transportlar orasida sportga moslashtirilgan turlari ham mavjud bo’lib, ular orqali sayyohlar bemalol qo’llari bilan harakatlantirib sport musobaqalarida ham ishtirok etishlari mumkin. Bu kabi sport transportlarini tog’larda hamda dengiz sohillarida uchratishimiz mumkin [6].

Fransiyada "harakati cheklangan" aholi soni 2 millionga yaqin. Shu sababdan davlat o’z aholisi hamda tashrif buyuruvchi turistlarni qulayligini ta’minlash uchun atrof-muhitni maqbullashtirish maqsadida 2005 yilda mamlakatdagi barcha yangi binolarni "nogironlik" standartlariga muvofiq qurishni va 2015 yilgacha mavjud binolarni yangilashni taqozo etadigan qonun qabul qilindi. Qoidalarga rioya qilmaslik 45 ming evro miqdorida jarima jazosi bilan jazolangan va bundan keyin jamoatchilikka kirish joyi barcha talablarga javob bera olmasa, shunda mulk egasi 6 oygacha qamoq jazosini kutishi mumkin bo’lgan. Bunday qonunlar samarasida

Fransiya hozirgi kunda sayyohlar uchun eng qulay turistik davlatlardan biri bo’lib kelmoqda hamda bu davlatning iqtisodiyotini yanada yuksalishiga sabab bo’lmoqda. 2018 yil hisoboti bo’yicha Fransiya tashrif buyuruvchi sotsial turistlar tomonidan yiliga 12.8 milliard dollarda foyda ko’radi bu esa mamlakatni turizm sohasini yanada rivojlanishiga hissa qo’shadi [7].

Xulosa qilib aytadigan bo’lsak O’zbekistonning turizm salohiyatini yuksaltirishda bu borada yuqori ko’rsatkichlarga erishgan Fransiyaning turizm modellaridan foydalanishimiz kerak.Yurtimiz ravnaqi yo‘lida amalga oshirilayotgan barcha islohotlar negizida Vatan, xalq manfaati turibdi. Barcha sohalarda islohotlar amalga oshirilyapti. Bunday ijobiy o‘zgarishlar, rivojlanishni yangi bosqichga ko‘tarish uchun, hammamiz o‘z vazifamizni chin yurakdan ado etishimiz, fidoyi bo‘lishimiz lozim. Turizm sohasini rivojlantirish va sayyohlar sonini oshirish borasida quydagi takliflarni keltirishim mumkin:

- Turizm sohasida faoliyat yuritmoqchi bo‘lgan tadbirkorlarga imtiyozli kreditlarni berish hamda yer oldi-berdi ishlari yengillashtirilib, jahon andozalariga javob beradigan mehmonxonalar sonini ko‘paytirish, shu orqali raqobatni kuchaytirish, mehmonxona narxlarini arzonlashtirish. Chunki turpaketlar narxi oshgan sayin, yurtimizga keladigan sayyohlar soni ham pasayib boradi. Buning natijasida ular ancha arzon narxlarga ega bo‘lgan boshqa mamlakatlarga borishni afzal ko‘rishadi.
- «O‘zbekiston havo yo‘llari» bilan kelishgan holda, aviabiletlarni onlayn xarid qilishni yo‘lga qo‘yib, shaffof onlayn xizmat ko‘rsatish tizimini yo‘lga qo‘yish taklifi ham juda dolzarb masala.
- Nogironligi mavjud sayyohlar uchun mehmonxona hamda restoranlarda, tarixiy obidalarda, muzey hamda do’konlarda maxsus yo’lakchalar hamda liftlar qurilishi shart.
- O‘zbekiston haqida qiziqarli ma'lumotlar bilan fotoalbomni turizm sohasi mutaxassislari bilan hamkorlikda (ularning g‘oyalari bilan) nashrga tayyorlab, turli tillarda yuqori sifatda chop etish. Uning narxi qimmat bo‘lmasligi zarur va O‘zbekistonda barcha kitob do‘konlari hamda sayyohlar tashrif buyuruvchi do‘konlarda sotishni yo‘lga qo‘yish.
- Yurtimiz, urf-odat va an'analarimiz, milliy qadriyat va boy tarixiy merosimiz haqida hujjatli va badiiy filmlar konkursi e'lon qilinsa va eng saralarini rag‘batlantirib, ular yaratgan filmlarni ingliz, fransuz, nemis va boshqa tillarga dublyaj qildirib, xalqaro konkurslarda qatnashsak, sayyohlar soni oshishi tayin.
- Sotsial turistlar uchun kerakli qonunlar ishlab chiqilishi shart
- Yurtimizning har bir ko’chalarida xojatxona masalalari hamda yo’l ko’rsatish belgilarini sonini oshirish. Bu so‘zsiz sayyohlarga yengillik yaratadi.
- Bepul Wi-Fi xizmatini kuchaytirish

Yuqorida keltirilgan takliflarni yurtimizning turizm sohasida amalda qo’llasak, ishonamanki O’zbekistonga sayohat qilayotgan turistlarni imkon qadar ko’proq vaqt mamlakatda olib qolish, tashrif buyurayotgan sayyohlar sonini ko’paytirish bilan bir qatorda davlatga ko’proq daromad keltirish kabi yutuqlarga erishishimiz mumkin.

Р.А.Аллаёров – СамИСИ маркетинг кафедраси ассистенти

ТУРИСТИК ЭРКИН ИҚТИСОДИЙ ЗОНАЛАР ВА УЛАРНИНГ АҲАМИЯТИ

Мамлакатимизда инвестиция сиёсатининг муҳим устувор йўналишларни амалга оширишда замонавий юқори технологияли асбоб-ускуна ва инновацион технологияларни жорий этиш ҳисобига жаҳон бозорларида рақобатбардош маҳсулотларни кенг кўламда ишлаб чиқариш, экспортга мўлжалланган ва импортнинг ўрнини босувчи маҳсулот ишлаб чиқаришни ташкил этиш, республикада мавжуд хом ашёни чуқур қайта ишлаш орқали тайёр маҳсулотларни ишлаб чиқаришда хорижий инвестициялар иштирокини таъминлаш, биринчи галда тўғридан-тўғри инвестицияларни жалб этишга кенг эътибор қаратилмоқда. Ушбу иқтисодий ўсиш йўлини қай даражада самара бераётганлигини мустақиллигимизнинг дастлабки йилларидан бошлаб биринчи Президентимиз томонидан белгилаб берилган ва дунё ҳамжамиятида “ўзбек модели” деб ном қозонган, мамлакатимизни ислоҳ этиш ва модернизация қилиш йўли нақадар тўғри эканини бугун ҳаётнинг ўзи тасдиқлаб бермоқда.

Чет эл инвестицияларини жалб қилиш, чет эллик инвесторлар ҳуқуқларининг кафолатлари ва уларни ҳимоя қилиш, инвестиция фаолияти билан боғлиқ мустаҳкам қонунчилик базаси ишлаб чиқилган бўлиб, улар қаторига “Хориждан маблағ жалб қилиш тўғрисида”ги, “Чет эл инвестициялари тўғрисида”ги, “Чет эллик инвесторлар ҳуқуқларининг кафолатлари ва уларни ҳимоя қилиш чоралари тўғрисида”ги, “Инвестиция фаолияти тўғрисида”ги Ўзбекистон Республикаси қонунларининг ҳамда Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Хорижий инвестициялар иштирокидаги корхоналарни ташкил этишни ва уларнинг фаолиятини рағбатлантиришга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги, “Хорижий сармоялари бўлган корхоналар ишлаб чиқарадиган маҳсулот экспортини рағбатлантиришга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги, “Тўғридан-тўғри хорижий инвестициялар жалб этилишини рағбатлантиришга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги, “Навоий вилоятида эркин индустриал-иқтисодий зона ташкил этиш тўғрисида”ги, “Ангрен” махсус индустриал зонасини барпо этиш тўғрисида”ги, “Жиззах махсус индустриал зона барпо этиш тўғрисида”ги ҳамда Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 5 декабрдаги ПФ-5273-сонли “Чорвоқ эркин туристик зонасини ташкил этиш тўғрисида”ги фармонларининг қабул қилиниши ушбу мақсадларни амалга оширишда муҳим аҳамият касб этмоқда.

Бу борада эришаётган ютуқларимизни ва барқарор ривожланаётган иқтисодиётимиз, чет эл инвесторларига яратилаётган кенг шарт-шароитлар ҳамда кафолатларни йирик халқаро ташкилотлар, молия институтлари раҳбарлари, эксперт ва мутахассислар томонидан алоҳида эътироф этилмоқда.

Ушбу амалга оширилган чора-тадбирлар ўз навбатида, инновацион фаолиятни ривожлантириш, илғор технологияларни жорий қилиш, экспорт, шунингдек, транспорт ва телекоммуникация инфратузилмасини жадал

ривожлантириш, маҳаллий маҳсулот ва хизматларнинг ички ва ташқи бозорларда халқаро сифат, сертификатлаштириш талабларини жорий этиш орқали рақобатбардошлигини ошириш, янги иш жойларини барпо этиш, малакали ишчи-муҳандислар, хўжалик ва бошқарув кадрларини тайёрлаш ва улар малакасини ошириш каби бир қатор муҳим масалаларни ҳал этиш имконини беради.

Эркин иқтисодий зоналарни ташкил этишнинг муҳим жиҳати маълум ҳудуд ёки ишлаб чиқариш соҳасини иқтисодий ривожлантиришни рағбатлантириш, шунингдек, бозор иқтисодиётига ўтиш даврида эркин иқтисодий зоналардан иқтисодиётни модернизация қилишнинг ҳудудий услуби сифатида фойдаланилади.

Шуни алоҳида қайд этиш лозимки, эркин иқтисодий зоналарни ташкил қилиш ва улар фаолиятини тартибга солишга қаратилган миллий қонун ҳужжатларидан ташқари, ушбу муносабатларни тартибга солишга халқаро ҳуқуқий ҳужжатлар ҳам бугунги кунда муҳим аҳамият касб этади. Хусусан, эркин иқтисодий зонани ўзига хос ташқи савдо анклави сифатида таърифлаган 1973 йилги Киото конвенцияси қабул қилинганидан буён эркин иқтисодий зоналар кўплаб мамлакатларга тарқалди. Ушбу халқаро ҳуқуқий ҳужжатлар ва мамлакатларнинг ҳар бирини ўзига хос ривожланиш йўлларини, ҳудудий жўғрофий ва бошқа қулайликларини инобатга олган ҳолда Хитой, АҚШ, Франция, Жанубий Корея, Ирландия, Мексика, Венгрия, Болгария каби мамлакатларда эркин иқтисодий зоналар ташкил этилган.

Халқаро ташкилотлар берган маълумотларга кўра бугунги кунда дунёда 3,5 мингдан зиёд эркин иқтисодий зоналар бўлиб, улар 140 тага яқин мамлакатда жойлашган. Бутун дунёдаги эркин иқтисодий зоналарда салкам 70 миллион киши меҳнат қилади. Уларнинг йиллик савдо айланмаси эса 600 млрд. доллардан зиёддир. Айни пайтда эркин иқтисодий зоналарнинг жуда кўп турлари бўлиб, иқтисодий муносабатларнинг ривожланиши ҳамда глобаллашув жараёнининг таъсири натижасида улар ҳам миқдор, ҳам сифат жиҳатидан ўзгариб ва кўпайиб бормоқда.

Шу тариқа иқтисодий тизим ва ундаги хусусий сектор дунёдаги йирик инвесторлар билан айнан мамлакат иқтисодиёти учун самарали йўсинда, яъни юқори қўшимча қиймат яратувчи ишлаб чиқариш соҳаларида тўлақонли ҳамкорлик қила оладиган ҳолга келтирилди. Ўз вақтида эркин иқтисодий зоналарнинг мамлакат иқтисодий ривожланишига ижобий таъсир этиши ҳисобга олинган ҳолда, 1996 йил 25 апрелда Ўзбекистон Республикасининг “Эркин иқтисодий зоналар тўғрисида”ги Қонунини қабул қилинди. Ушбу ҳужжат бугунги кунда эркин иқтисодий зоналарнинг тушунчаси, уни бошқариш масалалари, унинг мақомини белгилаш, унинг фаолиятида яратиладиган имтиёз ва имкониятлар доирасини ҳуқуқий тартибга солишга хизмат қилмоқда.

Қонунга биноан эркин иқтисодий зона деганда муайян минтақани жадал ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш учун мамлакат ва чет эл капиталини, истиқболли технология ва бошқарув тажрибасини жалб этиш мақсадида

тузиладиган, аниқ белгиланган маъмурий чегаралари ва алоҳида ҳуқуқий тартиботи бўлган махсус ажратилган зоналардир.

Бундай эркин иқтисодий зоналарни барпо этиш чет эл инвестицияларини жалб қилиш орқали туризмда тадбиркорлик фаолиятини яхшилаш, табиий омиллардан самарали фойдаланиш, янги технологияларни жалб этиш ва бошқариш, халқаро ва ички бозорга юқори сифатли сервис ва туристик хизматларни тақдим этиш, хизматлар экспорти миқдорини ошириш, туризм инфратузилмасини яхшилаш, аҳоли бандлигини янада кўтариш ва туристларга сифатли хизматларни тақдим этган ҳолда туристлар оқимини янада кўпайишига эришиш, пировард натижада иқтисодий -ижтимоий соҳани ривожлантиришга қаратилган.

Эркин туристик зоналар туристик-рекреацион зоналарда жойлашган ва хорижий инвесторлар учун жуда жозибали объектлардир. Бу ерда тадбиркорларга ҳудудни янада ривожлантириш ва унинг инфратузилмасини ривожлантириш учун маблағ тўплаш имконини берувчи махсус имтиёзли солиқ тизими ва бошқалар ўрнатилади.

Z.O.Mansurova - Teacher of SamIES

CHALLENGES TO TRAIN COMPETITIVE PERSONNEL FOR TOURISM INDUSTRY

> *“a learning process that involves the acquisition of knowledge, sharpening of skills, concepts, rules, or changing of attitudes and behaviors to enhance the performance of staffs. Training is activity leading to skilled behavior” (Naukrihub).*

In an organization, training therefore serves for the critical goal of human resources management (HRM), which is to maximize the employees’ contributions to the organizational success. Responsibility of training however should not be mistaken as if it belongs only to the Human Resources department. Since HRM is a function of every manager’s job, even though the line managers are not necessarily the one who directly conduct training, they should be concerned about how to insure that their subordinates have enough information and access to the training activities. Training plays the role of directing new staff to their positions and providing the learning opportunities for the career development of the current staff at all levels while making sure that the knowledge delivered are kept in line with the organizational goal and culture. In large organizations, training also acts as a communication chain between the top management and the staff considering its capability of updating and informing a group of people at once. In an everchanging world, these roles of training contribute a great part to an organization’s success as it helps the staff to sharpen their existing skills and more importantly to develop new ones to cope with changes in the field.

Last month we examined some of the challenges facing the tourism industry . This month, we examine some of the other challenges with which tourism leaders

may have to contend in 2018. It should be noted that although the material in both the February and March editions is treated as separate challenges, there is often an interaction between them and these challenges are not stand alones but rather part of a total whole.

Be prepared for economic instability. We are now seeing the stock market on a roller coaster and coupled with low gas prices, there is a sense of ennui and foreboding. Last year's feel good combination has now changed to one of wait-and-see in the United States, Latin America and Europe. Experts indicate that there are multiple clouds on the horizon. These include an unstable European economy, recession in countries such as Brazil and low employment rates, and a slowing down of the Chinese economy. It is essential to remember that although unemployment is low in the US, this figure does not necessarily reflect a strong economy, but rather that millions of people have ceased looking for work. In this world of false recoveries, low unemployment does not translate into the willingness on the part of the public to travel more.

– **View the world carefully.** The political world will continue to be unstable and when instability hits people are less likely to spend money on luxury items such as travel. Political instability is now a major concern in Africa and Latin America, with the Middle East, Europe, and North America open to terrorism attacks and Latin America still suffering from high levels of crime and drug trafficking. Furthermore, no one knows how Europe's refugee crisis will play out and what the consequences of increased crime will be on European tourism. Brazil, along with much of Latin America, is suffering from both issues of crime and issues of health and sanitation.

– **Be aware of the lack of trained personnel.** Because many tourism areas have grown rapidly there are too many locations where there is a dearth of skilled labor. Tourism needs people who are both inspired and well trained. Yet, too few people in the tourism industry speak multiple languages, are proficient in high tech computer skills or have a good knowledge of statistics and how to utilize them. This lack of education and training creates not only numerous financial losses but also creates lost opportunities and the inability to adapt to new challenges.

– **Low Salaries, recruitment and retention.** Many on line and front line workers receive low salaries, have low levels of job loyalty, and change jobs with high level of rapidity. This high turnover level makes training difficult and often each time a person leaves, the information is lost. To make matters even more challenging these are often the person with whom visitors come in contact. The formula tends to guarantee low job satisfaction and low levels of customer satisfaction. This situation has resulted in the lack of availability of skilled manpower by the travel and tourism industry, one of the largest if not the largest employment generators in the world. If tourism is to be a sustainable product, then it needs to turn part-time jobs into careers without pricing itself out of the market. If the travel and tourism industry hopes to continue to grow it will need trained personnel, and a willing and enthusiastic workforce at every level from the managerial, to skilled workers to the semi-skilled worker.

–**Nonsensical regulations and over regulations.** No one is arguing that tourism should be an unregulated industry, but often governments' desires to regulate trumps common sense. All too often decisions are made so as to avoid a law suit or negative media coverage. Too many regulations are reactive to problems that are minimal while refusing to be proactive regarding growing problems. Often the desire to over-regulate puts tourism businesses in jeopardy and fail to help the consumer.

Р.А.Аллаёров – СамИСИ маркетинг кафедраси ассистенти

ҲУДУДЛАРДА ТУРИСТИК-РЕКРЕАЦИОН ЭРКИН ИҚТИСОДИЙ ҲУДУДЛАРНИ ШАКЛЛАНТИРИШНИНГ АСОСЛАРИ ВА ХУСУСИЯТЛАРИ

Эркин иқтисодий ҳудудлар яратиш ғояси жаҳон иқтисодиётига интеграциялашувнинг кучайиши, миллий иқтисодиётда алоҳида аҳамиятга эга бўлган фаолият турларини ташкил қилишга бўлган саъй-ҳаракатлар билан изоҳланади.

Эркин иқтисодий ҳудудлар – мамлакат ёки хорижий инвесторлари учун бошқа ҳудудларга нисбатан махсус юридик мақомга ва иқтисодий имтиёзларга эга бўлган ҳудуддир. Бундай ҳудудларни ташкил қилишдан мақсад мамлакатни ёки ҳудудни ривожлантиришнинг стратегик мақсадлари бўлиб қуйидагиларни ўз ичига олади:

– иқтисодиётнинг қайта ишлаш ва юқори технологик йўналишини ривожлантириш;

янги маҳсулот турларини ишлаб чиқариш, экспорт баҳасини такомиллаштириш ва импорт ўрнини босувчи ишлаб чиқаришни йўлга қўйиш;

– туризм ва санатория-курорт соҳасини жадаллаштириш;

– тўғридан-тўғри хорижий инвестицияларни жалб этиш;

– юқори малакали ходимлар учун янги иш ўринларини ташкил қилиш;

– меҳнатни ташкил қилиш ва менежментнинг янги усулларини қўллаш;

– коррупция даражасини камайтириш;

Инвесторлар нуқтаи назаридан эркин иқтисодий ҳудудларни ташкил қилиш ишлаб чиқарувчиларнинг харидорларга яқинлашувини таъминлаш, янги сотиш бозорларини ўзлаштириш, божхона божи, инфратузилмадан фойдаланиш билан боғлиқ харажатларни камайтиришдир.

Функциясига кўра эркин иқтисодий ҳудудлар қуйидаги турларга бўлинади:

– Эркин савдо ҳудуди (ЭСҲ) – миллий божхона ҳудудидан ташқарида ташкил қилинган алоҳида ҳудуд. Ушбу ҳудудда товарларни сақлаш, қадоқлаш ва сотувга тайёрлаш операциялари амалга ошилади;

– Саноат-ишлаб чиқариш ҳудуди (СИҲ) – аниқ турдаги саноат маҳсулотлари ишлаб чиқаришга йўналтирилган ва тадбиркорлар учун турли имтиёзлар белгиланган ҳудуд.

– Техник-жорий этиш ҳудуди (ТЖҲ) – миллий божхона ҳудудидан ташқарида ёки ичкарида жойлаштирилган лойиҳа, илмий-тадқиқот ва бошқа ташкилотлар. Масалан, технопарк ва технополислар.

– Туристик-рекреацион ҳудуд (ТРҲ) – туристик-рекреацион фаолият, яъни туризм ва дам олиш инфратузилмасини шакллантириш, қайта таъмирлаш, сифатини ошириш, туризм соҳасида хизматлар кўрсатиш ва силжитиш билан шуғулланувчи ҳудуд;

Порт ҳудуди –халқаро алоқалар учун очиқ ва хорижий кемалар кириши мумкин бўлган, шунингдек денгиз портларини қуриш, таъмирлаш ва эксплуатация қилишга мулжалланган денгиз порт ҳудудлари.

Туристик-рекреацион эркин иқтисодий ҳудудлар жаҳон амалиёти учун янгилик эмас. Бугунги кунда дунёнинг 140 давлатида 3,5 мингдан ортиқ турли махсус иқтисодий ҳудудлар мавжуд бўлиб, уларнинг товар айланмаси 600 млрд АҚШ долларини ташкил этади. Мамлакатимизда туристик-рекреацион эркин иқтисодий ҳудудларни давлат аҳамиятига эга бўлганлиги боис, туристик рекреацион эркин иқтисодий ҳудудларни ташкил этиш ва ривожлантириш туристик инфратузилмаси ривожланган ҳудудларда, туризм салоҳиятини янада ривожлантиришда, ундан фойдаланиш самарадорлигини оширишда, ноёб тарихий-маданий ва меъморий мерос объектлари билан туристларни кенг таништиришда энг қулай шарт-шароитлар яратиш, концептуал асосда зиёрат туризмини фаол тарғиб қилиш ва зиёратчи — туристлар оқимини кўпайтириш, ҳудудда замонавий туризм инфратузилмасининг изчил ривожланишини таъминлаш, замонавий талабларга мувофиқ кўрсатиладиган туризм, меҳмонхона ва транспорт хизматлари турларини кенгайтириш ва сифатини яхшилаш замин яратади..

Туризм инфратузилмаси кейинги ўн йилликда меҳмонхоналарни қуриш ва таъмирлаш, туристларни йўналтириш, ички туризм бозорини ривожлантириш учун инвестицияларнинг камлиги сабабли кўплаб муаммоларга дуч келмоқда. Мамлакатимизда туристик-рекреацион эркин иқтисодий ҳудудларни ташкил қилиш ижобий тадбиркорлик муҳитини яратиш, туристик маҳсулотнинг рақобатбардошлигини ошириш, туризм индустриясининг инновацион ривожланиш йўналишини таъминлашга имконини беради.

Туристик-рекреацион салохият тез тарқалиш хусусиятига эга ва жойдан жойга фарқ қилади. Туристик-рекреацион эркин иқтисодий ҳудудларни ташкил этишнинг амалий тажрибаси шуни кўрсатадики, унинг дизайни ва ривожланиши, аввалам­бор, мамурий бўлиниш чегараларида амалга ошади. Туристик-рекреацион худудлаштириш тажрибаси, қоида тариқасида, тақсимлашга асослашган йирик туристик худуд ва туристик жойлардир.

Туристик-рекреацион худудлаштиришнинг асосий буғини бу соғломлаштириш ва дам олиш масканларидир. Энг катта ва энг мураккаб ҳудудий ва роекреацион шакланниш туризм сайёҳлик зонаси ҳисобланади. Бу географик жойлашув, сайёҳлик ва дамолишни қўллаб қувватлайдиган ёки тўсқинлик қиладиган енг муҳим табиий хусусиятлар асосида ажралиб турадиган жуда катта туристик худуддир.

Туристик-рекреацион эркин иқтисодий ҳудудлар йирик ижтимоий салоҳиятни жамият ҳаётининг барча жараёнларида фаол даражада ишлатиш мумкин ва кўп турлилиги ва ташкилий шаклларни ўз ичига қамраб олган туристик-рекреацион фаолият шахсий ва ижтимоий манфаатларни тенглаштириб, яқинлаштиради, турмуш тарзини соғломлаштиради, инсон умрининг узайишига, оила институтининг мустаҳкамланишига, касалланиш даражасининг пасайишига кўмаклашади.

Туризм-рекреацион эркин иқтисодий ҳудудларнинг ривожланиши янги иш ўринлари ўсишига олиб келиб, катта иқтисодий аҳамиятга эга бўлган қўшимча табиий ресурслар айланмасини қамраб олади. Туристик-рекреацион салоҳиятга эга бўлган янги эркин иқтисодий ҳудудларнинг шакллантирилиши, халқаро ҳамкорликни ривожлантириш ва чет эл капиталини жалб қилишга, ҳудудий иқтисодий ўсишга, мамлакатнинг инсон салоҳиятини ривожлантиришга ёрдам беради.

Н.Султонова – СамИСИ Маркетинг кафедраси ассистенти

ИНВЕСТИЦИЯЛАР ТУРИЗМ ФОАЛИЯТИНИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ МУХИМ ОМИЛИ

Мамлакатимизнинг туристик салоҳиятини, тарихи, унинг бой урф-одатларини очиб бериш, Ўзбекистон туризм имкониятларини яхшилаш, хорижий туристларни янада кўпроқ жалб этиш учун янги маршрутлар таклиф этиш, «Буюк Ипак Йўли» нинг жаҳон цивилизацияси ва туризм ривожига қўшган ҳиссасини ёшларга кенг тарғиб қилиш борасида бугунги кунда кўплаб тадбирлар амалга оширилмоқда. Бу борада туризм соҳасида инвестиция сиёсатидан фойдаланиш муҳим аҳамият касб этади. Бундай сиёсатнинг мақсади Ўзбекистонда туризмни ривожлантириш, туризм тизимини бозор шароитларига мослаштиришдан иборат. Ўзбекистонда халқаро туризм халқ хўжалигининг энг истиқболли тармоқларидан биридир. Бу соҳа ЯММ(ялпи миллий маҳсулот) ва валюта даромадларининг ўсишининг асосий манбаига айланиши мумкин. Бирлашган миллатлар ташкилотининг маълумотларига кўра Самарқанд, Бухоро ва Хива шаҳарларини зиёрат қилишни хоҳловчилар сони ҳар йили 10 млн.дан кам бўлмайди.

Ўзбекистоннинг тарихий мероси бу ерга туристларни жалб қилишнинг муҳим омилларидан бири ҳисобланади. Саёрамизда қадимий, лекин унча машҳур бўлмаган тарихга ва тарихий обидаларга бой жойлар жуда кам қолган. Ўзбекистон бой маданий мерос ва тоза табиий ҳудуларни ўзида уйғунлаштирувчи мамлакат бўлиб, бу ерда Искандар Зулқарнайн, Чингизхон, Амир Темур даврларига мансуб 4000 дан ортиқ тарихий ёдгорликлар жойлашган. Фаргона водийси, Тошкентнинг тоғли жойлари мамлакатнинг қорли тоғлар билан ўралган энг сўлим ҳудудидир. Бироқ, республикада замонавий туризм аҳволининг таҳлили шуни кўрсатадики, мамлактнинг ўзига хос салоҳияти ва имкониятларидан етарли даражада фойдаланилмаяпти. Бунинг учун катта миқдорда сармоялар керак ва энг муҳим вазифалардан бири кўпроқ хорижий сармоядорларни жалб қилишдан иборат.

Бугунги кунда муҳим масалалардан бири “Буюк Ипак йўли” туристик йўналишини кўриш бўлиб, бу лойиҳанинг амалга оширилишидан кўпгина халқаро ташкилотлар, шу жумладан ЮНЕСКО манфаатдордир. Қўшма корхоналарни ташкил қилиш, қўшма ишлаб чиқариш ва туристик мажмуаларини ҳамкорликда қуриш учун ҳар томонлама тўғри хориж сармояларини жалб этиш, амалдаги объектларни таъмирлаш ва янгилаш инвестицион сиёсатнинг энг муҳим йўналишларидан бири ҳисобланади. Хорижий сармоя жалб қилишнинг асосий йўналишлари қаторига транспорт, телекоммуникациялар, ахборот хизматлари, хизмат инфратузилмаси ва туристик хизмат кўрсатишни ўз ичига олувчи замонавий туризм инфратузилмасини яратишни қўшиш мумкин.

Йўналтирилган ва кенг қамровли инвестицион сиёсат туристик индустрияни яратиш ва молиялаштиришнинг асосий манбаига айланиши лозим. Туризм соҳасида бозор муносабатларига ўтишнинг дастлабки босқичларида туризмга сармоя жалб қилишнинг анъанавий давлат тизимидан бу соҳада рўй бераётган жараёнларни бошқаришнинг муҳим воситаси сифатида фойдаланиш мумкин.

Ҳозирги кунда хориж сармояларини жалб этмасдан инвестицион фаолликни ошириш ва сармоя ресурсларини кўпайтиришнинг сира иложи йўқ. Хорижий сармоянинг фаол аҳамиятини нафақат АҚШ, Германия, Франсия каби ривожланган мамлакатларда, балки Жанубий Корея, Тайван, Сингапур, Гонконг сингари Осиёнинг тезликда ривожланган мамлакатлари ҳамда Жануби-Шарқий Осиё мамлакатларида ҳам кўриш мумкин. Қўшма корхоналарни ташкил қилиш, қўшма ишлаб чиқариш ва туристик мажмуаларни ҳамкорликда қуриш учун тўғри хориж сармояларини жалб этиш, амалдаги обектларни таъмирлаш ва янгилаш инвестицион сиёсатнинг энг муҳим йўналишларидан бири ҳисобланади. Миллий иқтисодиётни ҳар томонлама ривожлантириш фаол инвестиция сиёсатини юргизишни талаб қилади. Бу ўз навбатида, республикада чуқур таркибий ўзгаришларни амалга оширишни таъминлайди. Миллий иқтисодиёт соҳаларига ташқи ва ички инвестициялар оқимини фаоллаштириш иқтисодий юксалишнинг янги босқичини бошлаб берадиган асосий омил ҳисобланади.

Мамлакат иқтисодиётига қатъий валюта тушуми, улар учун катта иқтисодий самара келтиради. Айниқса иқтисодиёти энди оёққа тураётган мамлакатлар учун бу жараён жуда катта аҳамият касб этади. Туризмдан олинадиган даромаднинг самарадорлиги мамлакат иқтисодиётига қўшган ҳиссаси билан белгиланади, аммо масаланинг иккинчи томони ҳам борки, туризмни ривожлантириш учун давлат олдин харажат қилиши керак бўлади. Туризмга давлат томонидан сарфланган харажат вақти келиб бир қанча муваффақиятларни олиб келади.

Шуни таъкидлаш жоизки, туризмнинг ривожи охир оқибатда жамоат ишлаб чиқаришининг ўсишига, унинг тизимларини яхшилашга, иқтисодиётнинг туризмга тўғридан-тўғри алоқадор бўлмаган соҳаларида ҳам меҳнат унумдорлигининг ошишига кўмаклашади.

Ҳ.Н.Ўринов - Ўз.Р.Банк-молия академияси Инвестицияларни бошқариш (реал сектор учун) гуруҳи тингловчиси

БЛОКЧЕЙН ТЕХНОЛОГИЯСИ ТУШУНЧАСИ, ХУСУСИЯТЛАРИ ВА УНИНГ ИСТИҚБОЛЛАРИ

Замонавий иқтисодиётда иқтисодий қонунятлар ўзгармаган ҳолда дунё мамлакатлари иқтисодиётнининг таркибий тузилмаси тубдан ўзгариб бормоқда. Иқтисодий ресурслар чегараларганлиги ва эҳтиёжларнинг доимий ошиб бориши қонунияти асосида истъмолчиларнинг эҳтиёжларни максимал даражада қондириш масаласи ўз долзарблигини ҳеч қачон йўқотмайди. Замановий истеъмолчининг маҳсулотга бўлган талаблари маҳсулот ҳақида тўлиқ маълумотга осон ва қулай эга бўлиш, дунёнинг ҳар нуқтасидан буюртма бера олиш, маҳсулот шаклини шахсий хоҳиш иродасига кўра ўзгартира олиш (индивидуаллаштириш), тезкор эга бўлиш ва бошқалардир. Бунга жавобан бизнес юритовчиларнинг иш фаолияти ва давлат томонидан уларга имконият яратиб беришда кескин ўзгаришлар юзага келди. Натижада рақамли иқтисодиётнинг вужудга келиши ва ривожланишига сабаб бўлди.

Келгусида дунёнинг ўзгариши рақамли технологияларини инсон ҳаётига янада кириб бориши билан характерланади. Бу микроэлектроника, ахборот технологиялари ва телекоммуникация соҳасининг ривожланишдаги ютуқлари билан шартланади. Бундай ҳолатда, рақамлаштириш – бу тўхтатиб бўлмайдиган, ундан қочиб ҳам бўлмайдиган объектив жараён ҳисобланади[1].

Замонавий бизнес вакиллари бошқарувда инновацияни қўллаш баробарида, янги бизнес моделларни яратиш, турли ахборот технологияларни оптимал равишда интеграциялаш ва иқтисодиётнинг ташкилилий-технологик жараёнларида фойдаланиш ҳамда транзакцион харажатларни ва ишлаб чиқаришда ишлатиладиган моддий ресурсларни минималлаштириш тамойилларига асосланган ҳолда фаолият олиб бормоқда. Ушбу тамойилларга асосланган технологияларга IoT, Cloud Computing, Big Data, Blockchain каби янги инновацион бизнес юритиш моделлари киради.

Блокчейн тушунчаси ва унинг моҳияти

Сўнги Жаҳон иқтисодий форумида: “*Блокчейн. Ҳеч қачон жуда кўп* инсонлар жуда озчилик тушунган технологиядан бунчалик кўп нарса изламаган, технологияга бўлган даъволарнинг энг муҳими жамиятнинг муҳим калитларидан бири - ишончдир” дея таъкидланган эди.

Шундай экан блокчейн технологияси нима, у қандай жорий этилади, унинг жорий этилишидан қандай ижтимоий-иқтисодий наф бор, афзалликлари ва камчиликлари нимадан иборат каби долзарб саволлар нафақат кенг жамоатчиликда балки, ислоҳотлар ўтказиш давридаги кўплаб давлатлар олдида ўз жавобини кутиб турибди.

[1] http://digital-economy.ru/stati/vvedenie-v-tsifrovuyu-ekonomiku

Блокчейнга тарифни дастлаб дастурчилар берганлиги сабабли бу бошқа соҳа вакилларига ва кенг жамоатчиликка тушунарсиз бўлиб туйилган. Шундай бўлсада унга таехник тариф қуйдагича;

“Блокчейн – ўзида транзакциялар бўйича ахборот сақловчи блоклардан, қайсики ўзидан олдинги блокка ахборотни шифрланган кетма-кетликда занжир орқали узатувчи қонунятга асосланган хавфсиз маълумотлар базасидир ”.

Ўзбекистон Республикаси Адлия вазирлигининг расмий телеграм канали ҳисобланган “Huquqiy axborot” канали тарқатган маълумотга кўра “Крипто-биржалар фаолиятини лицензиялаш тартиби тўғрисида”ги Низомда блокчейн – барча маълумотлар кетма-кет қайд қилинқдиган ва блоклар бўйича жойлаштириладиган тақсимланган маълумотлар реестри – деб ифодаланган.

Фикримизча, юқорида келтирилган таърифлар орқали блокчейн моҳиятини тушуниш анча мушкул. Шу сабабли уни содда усулда тушинтиришга ҳаракат қиламиз. Айтайлик сиз дўстларингиз, яқинларингиз ва атрофдаги танишларингиз билан пул олди-берди қиласиз ва уни доимий қайдлар дафтарчангизга ёзиб борасиз. Масалан Алишерга 150 000 сўм бердим, Дониёрдан 200 000 сўм олдим. Шундай олди-бердилар сони кўпайган сари сизнинг қайдлар дафтарчангиз қиймати ошиб боради. Бордию қайдлар дафтарчангизга зарар етса, йиртилса, бўялса, ёнса ёки ундаги қайдларни кимдир қасдддан ўзгартириб қўйса сиз уни эслолмаслигингиз натижасида моддий зарарга дуч келасиз. Худди шу қайдномангиз электрон шаклда оддийгина қилиб ёзиб қўйилган бўлса ҳам уни ўзгартириш унчалик қийин иш эмас. Шунинг учун дастурчилар “Linuks” операцион тизимида ишлайдиган компютерда md5sum номли дастур орқали ҳар қандай бир бутун сўзни 32 та турли ҳарф ва сонлардан иборат бирикмага айлантириш йўлини топадилар. Масалан, дастурга “Алишер” сўзини киритсангиз дастур сизга “fgsd8s8g98sd5322dg5s23as32gdagk6” шундай кўринишда шифрланган бирикма яъни хеш тақдим қилади. Агар “Алишер” сўзини охирида битта пробел тугмачси босилса дастур бутунлай бошқа хеш тақдим қилади. Энди қайдномангиздаги “Алишерга 150 000 сўм бердим” сўзини хешлашни ўрганиб олдингиз. Бироқ бу билан сизнинг қайдномангиз хавфсиз ҳолатга келди дегани эмас. Қайдномада келтирилган ҳар бир хешларни бир-бирига сиз хохлаган хеш ҳосил қилган ҳолда боғлаш имконяити ҳам мавжуд. Бу имкониятни “нонс” сонлар тақдим этади. Нонс сонлардан фойдаланиш орқали қайдномадаги бирор хешни ўзгартириш учун бутун қайдномадаги хешларни ўзгартириб чиқишга тўғри келдади. Бу эса кўп вақт талаб этадиган ва мураккаб ишдир.

Блокчейн- маълум бир ёзувлардан ташкил топган қайдномадир [1] . Маълумотлар омборининг бир тури, сизнинг қайдномадаги ҳар бир ёзувингиз бу блокчалардир. Ҳар бир блок ўзидан олдинги блок ҳақида маълумот сақлагани боис, улар бир-бирига занжирдек боғланган ва блоклар занжири (Blockchain)ни ҳосил қилади. Бошқача айтганда, блокчейн – блокчаларга бўлинган маълумотлар базасидир.

[1] https://blockgeeks.com/guides/what-is-blockchain-technology/

Шу ўринда блокчейн технологиясидан фойдаланиш нима учун керак деган саволга ҳам жавоб бериб ўтсак. Бугунги кунда турли ташкилотларда, компанияларда ва бошқа бизнес юритувчиларда оддий маълумотлар омборидан яъни асосий сервердан фойдаланилади. Кибержиноятчилик авж олаётган даврда ушбу серверларга киберҳужум натижасида бузиш, маълумотларни ўчириб ташлаш ҳолатлари кўп кузатилмоқда.

Блокчейн технологиясидан фойдаланишда эса маълумотлар кичик блокчаларда шифрланган ҳолда сақланади. Фарқли жиҳати шундаки, унинг унинг асосий сервери йўқ. Маълумотлар тармоқдаги барча компъютерларда шифрланган ҳолда сақланганлиги боис уни ўзгартириш ёки бузишнинг иложиси йўқ. Битта блокни бузиш мумкинку дейишингиз мумкин, бироқ ўзгариш кейинги блокка таъсир қилиши учун кейинги блок хешини билишингизга тўғри келади ва шундай кетма-кетликда давом этади. Бу эса жуда кўп вақт талаб этади.

Блокчейн турлари, хусусяти, ютуқ ва камчиликлари[1]

Блокчейн технологиясидан фойдаланишнинг икки хил тури мавжуд бўлиб бугунги кунда ҳар иккиси ҳам ривожланиб бормоқда. Улар қуйдагилар:

Оммавий блокчейн – очиқ, тўлдириш ва қўшимча блоклар қўшиш мумкин бўлган маълумотлар базаси. Бундай блокчейн Bitcoin криптовалютасида кенг фойдаланилади. Унда ҳар бир қатнашувчи маълумотлар ёзиш ва ўқиш имкониятига эга бўлади.

Хусусий блокчейн – маълумотларни ёзиш ва ўқишда тегишли чегараланганлик тамойилига асосланади. Иштиоркчилар бутун бир маълумотнинг ўзига тегишли қисмини ўқиши ёки ушбу маълумотларни маълум қисминигина ёзиши мумкин. Бу транзакцияларни амалга оширишда иштирокчилар гуруҳининг ваколатлари доирасида маълумотга эга бўлиш ва ёзиш ҳуқуқини беради.

Блокчейн технологиясининг асосий хусусиятларини санаб ўтамиз:

Номарказлашган – блоклар занжирида сервер йўқ, ҳар бир иштирокчи ўзи учун ўзи сервер ҳамда бутун блокчейнни ишлашини қўллаб-қувватлайди;

Шафофлик – шартномалар, ўтказмалар тўғрисида маълумотлар очиқ ҳолатда сақланади ша сабабли уни ўзгартириб бўлмайди. “Бировдан яширадиган сиринг бўлса уни ҳаммага кўринадиган жойда сақла” деган мақолга мос тушади;

Назарий чексизлик – блокчейнга назарий ёндашганда уни чегарасиз ёзувлар билан тўлдириш мумкин. Шунинг учун уни суперкомютер билан таққослаш мумкин;

Ишончлилик – янги маълумотларни киритиш учун блокчейн занжири консесусини талаб қилади. Бу транзакцияларни филтирлаш ва қонуний операцияларга рухсат беради дегани. Хешларни эса ўзгартиришнинг мкони йўқ.

Ҳар қандай технологиянинг ҳам афзаллик ва камчиликлари бўлганлиги каби блокчейн технологияси ҳам қуйдаги ютуқ ва камчиликларга эга;

[1] https://bitnovosti.com/2018/04/25/3-popular-types-of-blockchains/

Ютуқлари	Камчиликлари
Номарказлашган- тармоқ иштирокчилари бир-бирлари билан тенг ва улар маълумотларни тўғридан-тўғри алмашиши мумкин.	Масштаблилик- агар Bitcoin катта катта транзакция улуши бўлса у ҳолда юзлаб терабайт хотира талаб этади.
Ишончлилик- махсус шифрланган калитлардан фойдалинилганлиги боис, маълумотларни алмаштириш ва хаккерлик ҳужумларидан ҳоли.	Фирибгарлик- блокчейнда маълумотларни узатилганда уни ортга қайтриб бўлмайди. Шунинг учун агар ўтказма хатолик билан амалга оширилган ҳолатда ҳам уни тузатишнинг иложиси йўқ.
Шаффофлилик-оммавий очиқ маълумотлар базаси саналади. Барча транзацияларни амалга оирилиш босқичларини бемалол кўриш мумкин.	51% ҳужумлар- агар блокчейнда Bitcoin нинг 51% ҳисоблаш қуввати битта қурилмага тўғри келса унда бутунлик бузилади.
Унверсаллик- блокчейнни нафақат молиявий секторда қўллаш мумкин, балки бошқа соҳаларда ҳам. Масалар кўчмас мулк, стоматология ва бошқалар.	

Манба: Michael Blaschke “Designing Business Models for the Digital Economy” 2017.

Рақамли иқтисодиётда блокчейннинг роли

Блокчейни технологиясининг рақамли иқтисодиётдаги ўрнини белгилашда унга асосан ишлаб чиқилган бизнес моделларда технологиянинг ролини ифодалаш билан тушунтириш мумкин.

Блокчейн технологияси асосида такомиллаштирилган бизнес моделлар

Бизнес модел намунаси номи	Тарифи	Блокчейнинг роли	Мисол
Кровдфандинг	Венчур лойиҳаларини амалга оширишда кўплаб инсонларнинг кам миқдордаги маблағларини жалб қилиш орқали молиялаштириш амалиёти	Компаниянинг ўзининг шахсий токенини Ethereumда жорий этиб маълум лойиҳани молиялаштириш учун маблағ жалб қилади	Стомотологик уюшмаларда делтакойн асосоий тўлов воситаси сифатида қийматга эга бўлади.
Рақамли қулфлаш	Истеъмолчиларнинг экотизимдан	Токенларга эга бўлган	Соғлиқни сақлаш бўйича

	фойдаланишига чекловлар ўрнатиш	фойдаланувчилар ушбу технологиядан фойдаланиш имкониятига эга бўлади	кўрсатилган хизмат учун идора ва мижоз ўртасида токенлар орқали тўловни амалга оширишни тартибга солади
Автоматлаштириш	Келишувларга эришиш учун “ақлли” шартномалар тузиш	“ақлли” шартномалар	Суғурта, банк ва касалхоналарнинг автоматлашган биллинг тизими
Ўртакашлардан қутилиш	Хизматлар ва маҳсулотлар истеъмолчига етказиб берувчиларсиз етиб боради	Бошқарув тизимида консенсус асосида амал қилади. Марказий аппаратга эҳтиёж қолмайди	Биткойн банкларнинг пул операцияларида марказий бошқарувчи бўлишини йўқотиш мақсадида тузилган

Манба: Панъшин Б. “Цифровая экономика: особенности и тенденции развития” 2016

Рақамли иқтисодиётга ўтиш босқичида давлат томонидан бизнес юритиш вакилларига юқорида таъкидлаб ўтилган бизнес моделларини жорий этишлари учун қонуний имконятлар яратиб бериш долзарб вазифа ҳисобланади. Шундай экан, мамлакатимизда ҳам ушбу йўналишда талайгина ишлар амалга оширилди.

Жумладан, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 2 сентябрдаги ПҚ-3927-сон қарори билан “Рақамли ишонч” жамғармаси ташкил этилди. “Рақамли ишонч” рақамли иқтисодиётни ривожлантиришни қўллаб-қувватлаш жамғармаси инвестициявий, молиявий ва бошқа ресурсларни рақамли иқтисодиётни ривожлантиришнинг энг устувор йўналишларида консолидациялаш мақсадида фаолият юритади [1] . Шунингдек, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 21 ноябридаги “Рақамли иқтисодиётни ривожлантириш мақсадида рақамли инфратузилмани янада модернизация қилиш чора-тадбирлари тўғрисида” қарори билан Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Лойиҳа бошқаруви миллий агентлиги (кейинги ўринларда – Агентлик) рақамли иқтисодиётни жорий этиш ва ривожлантириш соҳасида ваколатли орган этиб белгиланди.

Шуни алоҳида таъкидлаш жоизки, рақамли иқтисодиётга ўтиш босқичида “электрон ҳукумат” тизимларини жорий этмасдан, амалиётга кенг тадбиқ этмасдан эришиб бўлмайди. Ушбу мақсадларни кўзлаган ҳолда жорий йилнинг 10 январида “Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Лойиҳа бошқаруви миллий агенлиги фаолиятини янада такомиллаштириш чора-

[1] http://lex.uz/docs/3891629

тадбирлари тўғрисида”ги “Ўзбекистон Республикаси Президенти Фармони қабул қилинди ва унга мувофиқ, Агентлик қошида “Электрон ҳукумат ва рақамли иқтисодиёт лойиҳаларини бошқариш маркази” ДУК ташкил этилди.

Мамлакатимизда ушбу соҳада қабул қилинаётган қарорлар ва амалга оширилиши кўзда тутилган чора-тадбирлар нафақат бизнес вакиллари учун балки кенг жамоатчилик учун ҳам катта имкониятлар яратади. Шу билан бирга мамлакатимизга кириб келаётган инвестиция оқимини жадаллаштиради деб умид қиламиз.

Ҳ.Н.Ўринов – Ўз.Р. Банк-молия академияси Инвестицияларни бошқариш (реал сектор учун) гуруҳи тингловчиси

РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ, ЯНГИ ИҚТИСОДИЙ ТЕХНОЛОГИЯЛАР ВА УЛАРНИНГ ХУСУСИЯТЛАРИ

Иқтисодий самарадорликка эришиш XIX асрда саноат ишлаб чиқаришни йўлга қўйиш билан баҳоланган бўлса, XX асрнинг иккинчи ярмида, “совуқ уруш” даврида бошқарув технологияларини кенг жорий этиш билан амалга оширилган. Бугунги даврга келиб иқтисодий самарадорликка эришишнинг замонавий шартларидан бири рақамли иқтисодиётга ўтиш ёки бошқача айтганда иқтисодиётни рақамлаштириш билан амалга оширилмоқда.

Рақамли иқтисодиёт инсонларнинг виртуал ва реал ҳаёти бирикиши натижасида, яъни реал ҳаётий зарур фаолиятларимизни виртуал дунё орқали қондиришимизда вужудга келади. Ушбу жараёнларнинг асосий шартлари юқори самарадорлилик, ахборот–коммуникация технологияларининг энг кам қийматда таклиф этилиши ва рақамли инфратизимдан фойдалана олиш имкониятидир.

Рақамли технологиялар ютуқлари иқтисодиётни барча бўғимларида ўзини ифодалайди. Агар биз бизнес ҳақида гапирадиган бўлсак, интернет имкониятларидан фойдаланиш савдо ҳажмини оширишга кўмаклашиш орқали компаниянинг жаҳон иқтисодигача боғлаш даражасигача олиб келиши мумкин. Бундан ташқари бозорда рақобатни фаоллаштиради, хўжалик юритиш услубига самарали таъсир кўрсатади, шу билан бирга инновациянинг ишлаб чиқариш жараёнига киритилишини қўллаб-қувватлайди. Инернет янги иш ўринлари яратиш, инсон ресурсларни шакллантириш ва истеъмолчиларни қўллаб-қувватлаш билан бирга аҳоли ва давлат ўртасида кўприк вазифасини ҳам бажармоқда. Давлат хизматларидан онлайн тартибда фойдаланиш яққол мисол.

Рақамли иқтисодиёт: ривожланиш тенденциялари ва хусусиятлари

Дунё мамлакатлари ривожланишининг замонавий шартларидан бири ахборотлаштиришда электрон ҳукумат ва рақамли иқтисодиёт стратегиясини тезкор ва тўғри амалга ошириш билан боғлиқдир. Шубҳасиз, электрон ҳукумат жорий қилиш ва рақамли иқтисодиётни барпо этиш стратегияси ўз ичига мамлакат даражасида қабул қилинган давлат дастурларидан тортиб уни амалга оширишга мўлжалланган лойиҳалари ҳам қамраб олади. Лойиҳалар ва чора-

тадбирлар мамлакат ичкарисида ижтимоий соҳадан тортиб банк соҳасигача амалга оширилишини ўз ичига олади.

Е-иқтисодиётнинг афзалликлари

Жамиятда иқтисодий ўзгаришларни тизимли ва сифатли амалга оширишда, шу билан бирга ишлаб чиқаришни тўғри йўлга қўйишда иқтисодиётни рақамлаштириш долзарб мавзуга айланиб улгурди. Янги технологилар ва платформалар корхона бошқарувида ва жамият ҳаётида транзакция харажатларни қисқартириш билан бирга хўжалик юритувчи субъектларни давлат тизимига яқинлаштиради. Натижада, тармоқли хизматларга яъни рақамли ёки электрон хизматларга асосланган иқтисодиёт барпо бўлади. “Рақамлаштириш” тушунчаси товар ва хизматлар ишлаб чиқаришни янги босқичга олиб чиқиш ва ишлаб чиқаришни ахборот-коммуникация технологиялари (АКТ)га асосланган ҳолда яъни дастлабки босқичдан то якуний босқичгача интернет ҳамда электрон ҳукумат тизимларини ўзида мужассамлаштиради.

Рақамли иқтисодиётни жорий қилишга дастлабки ва асосоий сабабларидан бири бу ишлаб чиқаришда транзакция харажатларининг қисқартиришдир. Ривожланган мамлакатларда транзакция харажатлари ошиб кетган сегментлар қаторига давлат бошқаруви, ахборот ва консалтинг хизматлари, молия, чакана ва улгуржи савдо шунингдек, турли коммунал, персонал ва ижтимоий хизматлар кўрсатишни киритиш мумкин.

Иқтисодиётда диверсификация даражаси қанчалик юқори бўлса мамлакат ичкарисида ва таошқарида ахборот оқими ҳам шу даражада юқори бўлади. Шунинг учун ҳам ишлаб чиқаришга АКТни кенг жорий этиш корхоналарни бозорда самарали фаолият юритишини таъминлайди. Самарадорлилик биринчи навбатда “интернетга боғланган” соҳалар (транспорт, савдо, логистика ва бошқалар)да ўз натижасини кўрсатади. Ушбу соҳалар ривожланган мамлакатлар ЯИМнинг қарийиб 10%ни ташкил этса, бандликни 4% миқдорда қамраб олгани ривожланиш тенденциясига тўғридан-тўғри таъсир этишини ифодалайди.

Технологик жиҳатдан рақамли иқтисодиёт ўзида 4 та трендни мужассамлаштиради: мобил технологиялар, бизнес таҳлил, булутли технологиялар ва ижтимоий медиа; глобал даражада Facebook, YouTube, Twitter, Instragram ва Telegram каби ижтимоий тармоқлар кабидир.

Миллий иқтисодиётда рақамлаштиришга киритилган инвестициядан самарали дивиденд олиш (рақамлаштиришдан келадиган фойда: иқтисодий ўсиш, бандлик, рақобатбардошлилик, инновация ва бошқалар) учун нафақат АКТ соҳасига капитал қўйилмаларини амалга ошириш балки, иш юритиш иқлимини йўлга қўйиш, инсон капилани ривожлантириш ва тўғри бошқарувни жорий этиш талаб этилади. Сўнги меъёрий талаб яъни тўғри бошқарувни йўлга қўйиш мамлакат иқтисодётини рақамлаштиришга киритилаётган инвестиция ва унинг рискларини ҳисоблаш ҳамда максимал даражада дивидент олишни баҳолаш каби маъсулятли вазифани двлат амалдаорлари ва юқори малакали мутахассислар зиммасига юклайди.

Рақамли иқтисодиётнинг асосий шартлари

Таъкидлаб ўтганимиздек ахборот оқими ошиши натижасида уни сақлаш, қайта ишлаш ва узатиш бир томондан ишлаб чиқаришнинг барча босқичларида янги технологияларни жорий этишни талаб этса, бошқа томондан олинган маълумотлар таҳлили натижасида бошқарув қарорларини қабул қилиш ҳамда аҳоли ва давлат органлари билан "кўприк" вазифасини бажариши шартларини амалга ошириш керак.

Раамли иқтисодиётга ўтишнинг асосий омиллари сифатида қуйдагиларни санаб ўтиш мумкин:

электрон ҳукумат тиимларини амалгаошириш;

барча хизматлар рақамлаштирилган "Smart City" лойиҳасини амалга ошириш;

бизнес инкубаторлар ва коворкинг фаолиятини йўлга қўйиш;

миллий интернет савдо майдонларини кенгайтириш;

АКТ лойиҳаларини амалга оширишда венчур молиялаштириш тизимнига кенг йўл очиш.

Санаб ўтилган омиллар рақамли қитисодиётда корхоналар фаолият юритиши учун имконятлар яратади. Жумладан, ишлаб чиқаришда бошқарув харажатларини қисқартириш, товар ва хизматларни электрон савдо плошадкалари орқали сотиш, рақобатни қўллашда инноватцияларга суяниш ва уни венчур молялаштириш ҳамда аҳолига пиар қилишни назарда тутади.

Рақамли иқтисодиётда бизнес вакилларининг замонавий муаммолари нисбатан арзон, тезкор, қулай ва етказиб берувчиларсиз ўз ечимини топиши мумкин. Мисол учун такси буюртма қилишда Uber, электрон садо маконлари e-Buy, интернет банклар ва бошқалар орқали. Келтирилган мисоллар маркетингда товарларни етказиб беришда диллерлар фаолиятини автоматлашган тизимлар (веб сайтлар ёки мобил иловалар) орқали ўрни тўлдирилади. Натижада, етказиб берувчилар томонидан товар таннархига қўшиладиган ва ишлаб чиқарувчи томонидан назорат қилиш мушкул бўлган қўшилган қиймат ёки транзакция харажатларининг бир қисми ўз-ўзидан қисқариб кетади.

Рақамли иқтисодиётнинг иқтисодий аҳамияти

Жаҳон банки вакилларининг таъкидлашича, рақамли иқтисодиёт ўзи билан бирга иқтисодиётнинг 50% дан кўпроқ соҳаларини ўзгартиришга олиб келади. Ахборот технологиялари ва платформалар яратилиши бизнес юритиш моделларини кескин ўзгартиради. Шунингдек, кўплаб мамлакатларда юқори тезликдаги интернетни 10%га ошириш ЯИМнинг 0,4 фоиздан 1,4 фоизгача ошишига олиб келган. 2010 йилда Boston Consulting Group ўтказган тадқиқотларга кўра G20 мамлакатларида рақамлаштириш 2,3 трлн. доллар деб баҳоданди. Бу эса жаҳон ЯИМнинг 4,1 фоизини ташкил этган. Компания томонидан берилган илмий башоратларга кўра яқин 10-15 йил ичида бу кўрсаткич 30-40% ни ташкил этиши керак.

Ривожланаётган мамлакатларда АКТ соҳасида бандлар умумий бандликнинг атиги 1% ташкил этади, таққослаш ўрнида шу айтиш мумкики, ривожланган мамлакатлар юқори технологияли иш шароитида фаолият

кўрсатувчилар 4,9% эканлиги маълум. Бу иқтисодиётни рақамлаштириш натижасида вужудга келадиган жараён ҳисобланади.

Баъзи ҳолатларда рақамли иқтисодиётнинг иқтисодий аҳамиятини белгилаш электрон хизматлар ва малумотларга бўлган эҳтиёжни қондириш орқали белгиланади. Албатта, бу ҳолат жорий этилган электрон хизматлар анъанавий ҳолатдагидан кўра қанча миқдорда транзакция харажатларни қисқартириши орқали белгилаш мумкин. Амммо кўпгина иқтисодчилар айнан АКТ соҳасига киритилган инвестициялар орқали уларнинг иқтисодий моҳиятини баҳолайдилар.

Рақамлаштириш янги иқтисодий технологияларнинг шаклланишининг омили сифатида

Янги иқтисодий технологиялар (ЯИТ) деганда, иқтисодий агентлар ва ишлаб чиқарувчилар ўртасида минимал даражада транзакция харажатларини таъминловчи ва маҳсулот ёки хизмат яратиллиши жараёнида фойдаланиладиган аълумотлани яратиш, узатиш, сақлаш учун зарурий технологиялар ҳамда платформаларнинг умумий тушунчаси айтилади.

ЯИТнинг асосий тамойиллари қуйдагича:

мутлақо янгича бизнес моделларини ишлаб чиқиш;

иқтисодиётнинг реал секторида ташкилий-технологик жараёнларни ва уларинг услаблари ва турли ахборот каналларини бирлаштириш;

ишлаб чиқаришда моддий ресурслар сарфини ҳамда транзакция харажатларини қисқартириш.

Яқин иқтисодий тарихга назар ташласак, ишлаб чиаришда савдо ва молиявий технологиялар ўз самарасини кўрсатган бўлса замонавий иқтисодий ривожланиш ЯИТга тайаниши табиий ҳолатдир.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Asian Development Bank “Financial illusions in digital economy” 2016.
2. Samira BoroujiHojeghan* &AlirezaNazariEsfangareh “Digital economy and tourism impacts, influences and challenges” 2011.
3. Carl Dahlman, Sam Mealy and Martin Wermelinger “Harnessing the digital economy for developing countries” 2016.
4. Kathleen M. Carley “Organizational Change and the Digital Economy: A Computational Organization Science Perspective” 2015.
5. Жаҳон банки гуруҳи “Рақамли дивиденд” Жаҳон ривожланиши бўйича доклад 2016 йил.
6. Кешелава А.В. “Введение в «Цифровую» экономику” 2017.
7. Куприяновский В.П ва бошқалар “Демисификация цифравой экономике” 2016 йил.
8. Куприяновский В.П ва бошқалар “Оптимизация использования ресурсов в цифровой экономике” 2016.

Ҳ.Н.Ўринов – Ўз.Р. Банк-молия академияси
Инвестицияларни бошқариш (реал сектор учун)
гуруҳи тингловчиси

РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТДА БИЗНЕС МОДЕЛЛАРИНИ ТУЗИШ ВА УЛАРНИНГ ТАҲЛИЛИ

Рақамли трансформация ахборотнинг маҳсулот ёки хизмат шаклида виртуал ҳаётдан реал ҳаётга кўчиши жараёнида юзага келади. Шубҳасиз, ИКТнинг ижтимоий ҳаётимизга кириб келиши бунга сабабдир. Google, Facebook, Amazon, ёки Uber каби рақамли иқтисодиётда мувофаққиятга эришган компаниялар рақамли иқтисодиётда қиймат яратиш жараёнига бевосита истеъмолчилар иштирокини таъминлаши ва бизнес технологияларининг яратилишида ёки янгича услубга ўтишда истеъмолчиларни фикр мулоҳазаларидан аниқроқ қилиб айтганда эҳтиёжидан келиб чиқиб фаолият олиб боради (Westerman ва бошқалар 2014)

Рақамли иқтисодиётдаги бизнес моделларини тавсифлаш аввалида, уларнинг базавий методолигясига ҳисобланган BMDI (Business Model Development & Implementation)га қисқача тариф бериб ўтамиз. BMDI – бу Design Thinkingга асосланган кучли, бироқ технологик нуқтаи-назардан мустақил бўлган инновация бизнес модели ҳисобланади (Brown 2008).

Ушбу модел асосчиси SAP бўлиб, ундан фойдаланиш мақсади келгусида бизнес юритиш талабларига мослашиши ва фаолият жараёнини жадаллаштирилган равишда ўзгартиришга эришидир (Doll and Eisert 2014). Бугунги кундаги рақамли бизнесда кўплаб мувофаққиятга эришган компаниялар ўзларнинг бизнес моделлари асоси сифатида BMDI дан фойдаланади. Бироқ ушбу моделнинг камчилиги сифатида унинг рақамли трансформацияга интеграция қилинмаганида. Аммо бу модел бошқа янги бизнес моделларга фундаментал асос бўлиб хизмат қилади.

Cloud Computing

Сўнги пайтларда булутли компютерлаштириш (Cloud Computing) Ахборот технологиялари акциядорларини ва Компютер олимларини шу жумладан, академиклар, бизнес ташкилотлари ва институтлар қизиқишини уйғотди. Ахборот технологиялари ва коммуникациялари изланувчилар томонидан янги иқтисодий модел ишлаб чиқилиши муносабати билан АКТга бўлган инвеститциялар ҳажми дунё тенденциясида янада ортиб кетди. Янги иқтисодий моделга кўра эндиликда ташкилотлар АКТ технологияларини бутунлай сотиб олиш ва уни техник томондан қўллаб қувватлаши шарт эмас, булутли технологиялар ёрдамида барча АКТ ресурсларидан фойдаланганлиги учун тўлов амалга ошириши мумкин холос (Faith Shimba 2010).

Булутли технологияларнинг афзаллиги шундан иборатки, АКТ ресурсларни сотиб олиш, жорий этиш, техник қўллаб қувваташ ва кадрларни ўқитиш жараёнлари маълум қисмга қисқаради. Маълум даврдан сўнг уларни модернизациялашга ва янгилашга бўлган маблағни тежашга олиб келади.

Бизнес ташкилотларининг булутли технологиялардан фойдаланмасликдаги асосий сабаби барча маълумотларни ўзларида сақламаслиги, агар булутли технологияни етказиб берувчи хорижий ташкилот бўлса унданда риск даражаси ошиб кетади.

Турли АКТ консалтинг компаниялар булутли ҳисоблашга турлича тариф беради. Плуммер ва бошқалар таъкидлашича, булутли хисоблаш (cloud computing) кўплаб ташқи мижозлар учун Интернет технологияларидан хизмат сифатида фойдаланиш иконини берувчи катта масштабга эга ва эластик хисоблаш стили дейилади. Бироқ Mell and Grance нинг фикрига кўра, янги иқтисодий бизнес модел ҳисобланган булутли ҳисоблаш 5 та характерга, 3 (IaaS, PaaS, SaaS) та хизмат моделига ва 5 тарқатиш моделига эгадир деб таъкилайдилар.

Рақамли иқтисодиётда булутли ҳисоблаш бўйича бизнес вакиллари АКТга эҳтиёжи бўлган корхоналарга учта йўналаишда хизмат тақдим этади. Жумладан, инфрастизимни хизмат сифатида (IaaS), платформани хизмат сифатида (PaaS), дастурий маҳсулотларни хизмат сифатида (SaaS) ўз мижозларига таклиф этади. Қизиғи шундаки, барча фойдаланувчилар учун ҳоҳ у миллий бўлсин ҳоҳ хорижий ўз хизматларини таклифини бемалол кўрсата олади (Cloud Security Aliance 2009).

Демак, таъкидлаб ўтилган 3 турдаги хизматлар қуйдаги йўналишлар бўйича мижозларга етиб боради:

Жамоат булути (Public cloud)- булутли хизмат кўрсатишнинг ушбу модели орқали барча жамоатчилик учун очиқ фойдаланишга рухсат этилади. Бунда фойдаланувчиларнинг хизматдан фойдаланишда хавфсизлик даражасини хизматни тақдим этган томон ўз зиммасига олади чунки, фойдаланувчи томонидан тўлов амалга оширилади. Бунга ёрқин мисол “Amazon Web Services EC2”ни кўрсатиш мумкин.

Хусусий сектор булути (Private cloud) бунда фойдаланувчи хусусий сектор вакиллари бўлиб, ўзларида АКТга бўлган эҳтиёжларини минималлаштириш мақсадида фойдаланишади. Чунки ҳар қандай кичик корхоналарда АКТ ресурсларини сақлашга, бошқаришга, қўллаб-қувватлашга имконият йўқ.

Гибрид булути (Hybrid cloud) бу модел ўз номидан кўриниб турганидек, ҳам жамоатчилик учун ҳам хусусий сектор учун бирдай хизмат кўрсатади. Бунда асосийси ҳар икки вакиллар томонидан фойдаланадиган булутли технологияларни интеграциялашдир.

Уюшмалар булути (Community cloud) ушбу моделдан бир манфаатга эга бўлган турли ташкилотлар учун умумий АКТ инфратизимини тақсимлаб бериш орқали хизмат кўрсатади (CSA 2009).

Таъкидлаб ўтганимиздек, интернет фойдаланувчиларининг эҳтиёжлари шу қадар ўзгариб бордики, сўнги вақтларда ахборотни қабул қилиш, тўплаш ва узатиш нафақат компютер технологиялари балки инсонлар оддий юмишларида фойдаланиши мумкин бўлган буюмларга кўчди. АКТга боғлиқ саноатда буюмлар интернети (Internet of Things) ишлаб чиқаришга ва уни кенг

жамоатчилик ва хусусий сектор вакиллари томонидан фойдаланилишига олиб келинди.

Бизнес моделларини тузиш компания учун фаолиятидан даромад олиб келишни режалаштиришдир (Investopedia n.d., “Business Model”). Ёки бўлмаса компаниянинг инқирозга қарши бошқарувида қўл келадиган янгича ёндашувни тақазо этадиган режалаштириш усули деб аташимиз мумкин. Бизнес юритишннинг анъанавий усули фирмани ривожлантиришга қаратилганлигини инобатга олсак, IoT (Internet of Things) нинг экотизими орқали бу тизимлар аллақачон ўз долзарблигини йўқотганлигини тушуниш мумкин. Бошқача қилиб айтганда, технологияларга боғланган саноатда корхоналар бозор шартларига тезроқ мослашишини таъминлайди (Sun ва бошқалар 2012).

Буюмлар интернетига асосланган бизнес моделнинг қуйдаги таркибий қисмлари мавжуд;

Жисмионий эркинлик – бу таркибий қисм рақамли хизмат билан қўшимча қийматларсиз сотиладиган жисмоний шахслар активларини ифодалайди. Мижозларнинг кўп қисми ушбу холатни хизматкўрсатилгандан кейин танлайдилар.

Рақамли қўшилган қиймат ёки қўшимча – жисмоний шахслар активлари жуда арзон нархда сотилади. Вақт ўтиши билан харидор ҳар қандай рақамли хизматни катта маржа билан фаоллаштириш ёки харид қилиши мумкин.

Рақамли қулфлаш – бу қўл билан тегиниш орқали амалга ошириладиган, кафолат ва хавфсизликни ифодалайдиган сезувчан рақамли қулфлашни ифодалайди.

Маҳсулот сотиш нуқтаси – мижозлар маҳсулотлардан маҳсулот сотиш нуқтаси сифатида фойдаланиши мумкин, бунда смартфонлар ва идентификация технологиялари мисол бўла олади.

Ўз ўзига хизмат кўрсатиш объекти – бу маҳсулотнинг Интернет орқали ўз-ўзига хизмат кўрсатишини ифодалайди.

Масофдан фойдаланиш ва ҳолатни мониторинг қилиш – “Ақлли” буюмлар ўз эгаларига ёки маълумотлар марказига холат юзасидан ахборот бериб туриши мумкин. Ёки масофадан туриб интернет орқали бошқариш имкониятини беради.

Big Data

Катта маълумотлар (Big Data) бугунги кунда иқтисодиётнинг муҳим фунционал элиментларидан бири сифатида ривожланиб бормоқда. Кўплаб хорижий мамлакат илмий изланувчилари маърузаларида ва илмий мақолаларида (Brynjolfsson, Hitt, & Heekyung, 2011; Bulger, Taylor, & Schroeder, 2014; George, Haas, & Pentland, 2014; Manyika et al., 2011; Schroeck, Shockley, Smart, Romero-Morales, & Tufano, 2012; Taylor & Schroeder, 2014; Taylor, Schroeder, & Meyer, 2014; Thomas & McSharry, 2015) Big Data иқтисодиётнинг барча соҳаларида ривожланиб бораётганлигини таъкидлайди. Сўнги пайтларда ахборотдан фойдаланиш тобора кучайиб бормоқда, фирмалар томонидан олиб борилаётган ахборот сиёсатида ва ахборотларни тартибга солишда уларгга

келиб тушаётган ахборотнинг умумий ҳолатини тасаввур қилиш учун катта маълумотлардан фойдаланишга эҳтиёж пайдо бўлмоқда.

Big Data бизнес моделини қуйдаги жадвал асосида тушунтиришимиз мумкин;

Big Data бизнес модел типологияси

Тури	**Функциялари**	**Боғлиқлиги**
Фойдаланувчилар	Стратегик қарор қабул қилиш учун маълумотлардан фойдаланиш, маҳсулотларга ахборот киритишда ахборотлардан фойдаланиш	Етказиб берувчилар хом-ашё маълумотларига ва тажрибага ва инфратизимга кўмаклашадиган корхоналарга боғлиқ
Етказиб берувчилар	Бирламчи маълумотларни тўплаш, йиғиш ва қадоқлаш маълумотларини сотиш	Фойдаланувчиларга уларнинг маълумотлар манбаи сифатида, бошқарувчиларга инфратизим ва кўникмаларни шакллантириш бўйича боғлиқ
Бошқарувчилар	Инфратизимни таъминлаш, аутсорсинг таҳлиллари, консалтинг	Фойдаланувчилар ва етказиб берувчиларга истеъмолчи сифатида боғлиқ

Манба: R.Schroeder “Big data business models: Challenges and opportunities” 2016.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Asian Development Bank “Financial illusions in digital economy” 2016.
2. Samira Borouji Hojeghan* & Alireza Nazari Esfangareh “Digital economy and tourism impacts, influences and challenges” 2011.
3. Carl Dahlman, Sam Mealy and Martin Wermelinger “Harnessing the digital economy for developing countries” 2016.
4. Kathleen M. Carley “Organizational Change and the Digital Economy: A Computational Organization Science Perspective” 2015.
5. Жаҳон банки гуруҳи “Рақамли дивиденд” Жаҳон ривожланиши бўйича доклад 2016 йил.
6. Кешелава А.В. “Введение в «Цифровую» экономику” 2017.
7. Куприяновский В.П ва бошқалар “Демисификация цифравой экономике” 2016 йил.
8. Куприяновский В.П ва бошқалар “Оптимизация использования ресурсов в цифровой экономике” 2016.
9. Shamsul Areef Khan Mamun “The socio-economic effects of digital technologies on Australian academics and farmers” 2015.

Khabibullayeva Shakhzoda – student of SamSIFL

PROBLEMS OF SALES AND PROMOTION OF TOURIST SERVICES THROUGH INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES

At the initiative of the President of the Republic of UzbekistanSh.M.Mirziyoyev, the country is consistently implementing measures aimed at developing tourism as one of the strategic sectors of the national economy, turning it into a sustainable development, a transformation of structural changes and a powerful means of diversification of the economy.

Active work is being undertaken to increase the contribution of tourism to the GDP, local budgets, employment, employment and quality of life. Favorable conditions for the rapid development of the private sector are being shaped in the process of reforms to support private entrepreneurship, and initiatives of public organizations, small and medium-sized businesses are being actively promoted.

Today, the rapidly developing tourism industry is focused on further intensifying the priority areas for improving tourism and services, and introducing innovative solutions to improve their position in the competitive struggle.

In 2018, Uzbekistan has established a "Association of Neutral System of Neighboring Distributions and Distributions". Its goal is to form an unified tourist navigation system with a single information bank resource for all areas of tourism. It also envisages the creation of a mechanism to ensure equal conditions for economic activity and transparency of business processes for all its participants

On December 6, 2017, the State Committee for Tourism Development of the Republic of Uzbekistan, the Ministry of Culture and "TehnoDargoh" signed a Memorandum of Understanding between the Ministry of Culture and Tourism of the Republic of Uzbekistan, QR code has been installed in historical sites such as the Sarafon, Toqitelpakfurushan, Toqijewelery, Lavi pool complex, NasriddinAfandi statue, Nadir Devonbegi madrasah, Jewish synagogue, Samanid mausoleum, Ark fortress and others).

According to this project, the SMART tourism region of the region has started the practical phase of implementing a joint project "VERUM QR" to enhance the image of the international tourism market and to make IT-technologies more accessible for tourists.

Built-in QR Code Provides information on 12 languages in local and foreign tourists within 3 seconds until 1 April.

The employees of the "TehnoDargoh" LLC, the State Committee for Tourism Development, the Bukhara Regional Department and the Office for the Protection and Use of Objects of Cultural Heritage participated in the installation.

The installation of these codes immediately attracted great attention from domestic and foreign visitors.

In order to improve these projects, in February 2018 it was determined that additional tourist organizations (hotels, restaurants and archeological sites) will be set up in the form of this type.

The decree on the accelerated development of tourism by the President of Uzbekistan ShavkatMirziyoev is hoping for serious changes in this area.

By Decree of the President of the Republic of Uzbekistan dated December 2, 2013, 27 foreign citizens will be unilaterally abolished.From the same countries, tourists will be required to pay online fees for traveling to Uzbekistan and a $ 50 fee per month.Foreign and Uzbek citizens will be provided with separate checkpoints at airports.Mandatory foreign currency charges will be deducted from operators engaged in tourism business.The hotel sells 25% of the foreign currency from the hotel.

According to the new decree, Uzbektourism national company will be abolished and the competence of the Tourism Development Committee will be increased.Nowadays, this organization will issue certificates for tourism.

Tourist firms and tour guides are not responsible for the crimes committed by tourists in Uzbekistan.Prior to the development of tourism in Uzbekistan, there were dozens of decrees of the Cabinet of Ministers, the Resolution of the Legislative Chamber of the Supreme Assembly and the President.Agreements on tourism cooperation with dozens of countries have been signed.A separate program for the development of tourism has been developed for several regions.

It is noteworthy that President Islam Karimov last year issued a decree in 1999.

For the purpose of radical increase of effectiveness of reforms on formation of favorable economic conditions for the development of the national tourism industry, enhancing its competitiveness and quality of services, as well as complex promotion of national tourist products in the world markets and execution of the tasks of the Cabinet of Ministers, has developed a draft Concept of tourism development in Uzbekistan for the period up to 2025. This project has been submitted to regulatory.gov.uz for discussion and suggestions. The concept of development of the tourism industry includes the following: Improvement of normative-legal base for tourist activity; Development of tourist infrastructure in all regions of the Republic; Development of transport infrastructure, expansion of internal and external routes, increasing the quality of transport services; Development of passenger traffic between Central Asian countries; Diversification of tourist products and services oriented to different segments of the tourist market; Development of internal tourism; Promotion of tourist attractions of Uzbekistan in international and domestic tourist markets; Improving the training system of highly qualified specialists for the tourism industry. According to the draft, the Concept will be implemented in seven stages, each of which will require approval of a specific action plan for specific priority areas.

At least 50 touristic infrastructure facilities in each of Uzbekistan's regions have free Wi-Fi zones. This project is based on public-private partnerships. This is stated in the project "Tourism Development Concept for the Period 2025", presented at the Portal for Discussion and Suggestion. There are also 5 or more tourist centers in every part of the country, especially in the central part of the country. It is expected that the project will be implemented by the hostels on the basis of the dormitories of colleges in Bukhara, Samarkand, Fergana, Khorezm regions and the Youth Union of

Tashkent. This measure will help to address issues related to the development of youth tourism in Uzbekistan and the location of the facility. In addition, a single electronic system for access to cultural heritage sites and museums of Uzbekistan will be introduced and ticket tickets will be sold online. In the first stage tourists will also set up a touristic and video surveillance facility in the 100 most visited cultural heritage sites. It is worth noting that, according to the document, for the convenience of handicapped people with access to cultural heritage and tourist infrastructures, a "noisy environment". According to the draft concept, it is planned to develop a portal of investment projects, which will include information on the investment projects implemented in the tourism sector. The Portal is intended to be conducted in Russian and English languages.

In order to place Google Earth and other similar programs it is expected that the 3D model of sights will be developed in Tashkent, Samarkand, Bukhara, Khiva, Shakhrisabz and other cities. The tourism development concept for the period up to 2025 provided the same information. According to the project, 3D mepping video will also be created for the demonstration tourists in the amphitheaters specially built in various cities of Uzbekistan. In addition, the single register of Uzbek-cuisine.com will include a list of restaurants to prepare Uzbek national dishes located in foreign countries. You can make inquiries from foreign countries and access geological nearby restaurants of nearby Uzbek cuisine. According to the draft concept, the international educational system of certification of tourist education on the system of TUTQUE (Tourism Education Quality) of the UNWTO will be implemented in educational institutions of the republic.

However, the Committee on Information and Communication Technologies of the Legislative Chamber of theSupreme Assembly jointly with the State Committee for Tourism Development of the Republic of Uzbekistan held a roundtable to raise the efficiency of information support in tourist activities.

Chairman of the Committee on Information and Communication Technologies of the Legislative Chamber of theSupreme Assembly of the Republic of Uzbekistan I.Abdullayev and others noted that under the leadership of President ShavkatMirziyoev measures aimed at the efficient use of tourism potential of the country serve to a qualitatively new level. The Decree of the President of the Republic of Uzbekistan of December 2, 2016 "On measures to ensure the rapid development of the tourism industry of the Republic of Uzbekistan" and the five priorities of the Republic of Uzbekistan for 2017-2021 strategies are important guidelines.

All conditions are created for the development of the country's tourism industry, increasing its role in ensuring the rapid growth of the economy, creating new jobs, raising the potential of the national tourist product in the world market. These activities are widely promoted by the media in the field of information provision to the national tourism industry, working out modern information technology solutions for tourist operators and computer programs, working in the information market, increasing the prestige of the country at the international level to go.

Measures to accelerate the development of tourism are indicative of the need to develop a new version of the Law of the Republic of Uzbekistan "On tourism", said ShukhratSharafiddinov, a member of the Legislative Chamber of the Supreme Assembly . - It is important to make amendments and additions to the current legislation on providing information to tourism.

Bibliography.

1. Постановление Президента Республики Узбекистан "О мерах по обеспечению ускоренного развития внутреннего туризма" от 07.02.2018 № ПП-3514 // lex.uz.

2. Указ Президента Республики Узбекистан "О дополнительных МЕРАХ по ускоренному развитию туризма в Республике Узбекистан" от 05.01.2019 № УП-5611 // lex.uz.

B. Sobirov – Doctorate student SamIES

THE SCIENTIFIC BASIS FOR THE TOURIST ZONE TO ACHIEVE SUSTAINABLE COMPETITIVENESS

Today, tourism is one of the leading sectors of the world's rapidly developing global economy. 10.2% of the world's GDP, 6.6% of the total volume of services rendered internationally, 4.4% of total investments, 9.6% of the economically active population is the tourism industry, which determines its high social and economic significance.

Consistent measures to develop the tourism industry with a wide potential to solve the most important socio-economic tasks such as creation of new jobs, diversification of the economy, intensification of regions, increase in foreign exchange earnings, increasing incomes and living standards in the Republic of Uzbekistan increases. At the present stage of economic reform in our country, "... to give tourism the status of a strategic sector of the economy, to become a powerful tool for diversification, transformation and sustainable development of the economy, which should become the driving force of this sector in the complex development of all regions and interconnected networks ..." as one of the target tasks of the state policy in the field of tourism.

Particular attention is paid to scientific research aimed at raising the competitiveness of the region through effective use of existing tourist potential of the regions, strategic development of the tourism sector in line with this potential based on innovative approaches. The study of theoretical, practical and methodological aspects of this issue from the point of view of improvement of methods of assessment of the resource potential of the region in the conditions of the innovative economy and use of mechanisms of creation of free tourist zones in effective utilization of existing potential is distinguished today. The main goal of the Decree of the President of the Republic of Uzbekistan Sh.M.Mirziyoev "On the Establishment of the Charvak Free Tourism Zone" of December 5, 2017 "The Further Development and Implementation of the Touristic Capacity of Tashkent Region" was emphasized.

Global tourism has been increasing at a constant annual rate since 1950's, and it becomes nore and more a highly competitive market. Thus, all destinations competing in tourism do not get the same and equal market share where the leading destinations seem to have differential advantages when compared to others, which bring the concept of destination competitiveness to the upmost importance. Tourism researchers have been analyzing and explaining destination competitiveness according to various criteria and from different angles, like; customer expectations, tourist satisfaction and value, tourist motivations and motives, destination branding, destination attractiveness, destination sustainability and destination value (Reisinger et al., 2009: 239; Artal & Kozak, 2015; Gabor, 2015; Iniesta-Bonillo, Sánchez-Fernández & Jiménez-Castillo, 2016) where the concept of tourism destination may be considered as the "sense of place" for tourists where they want to visit though in the mind of tourists the "place" may vary from a huge continent to an island or even a heritage building (Holloway, 2004:430).

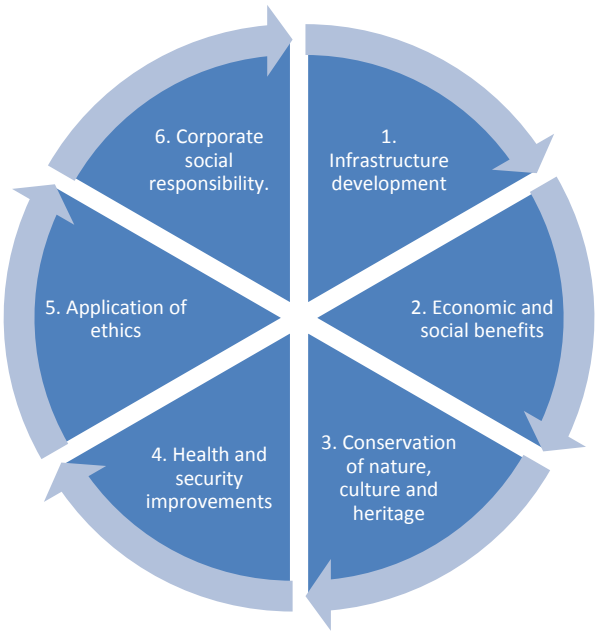
Though destination competitiveness is an important subject, destinations are hard to manage competitively since they are made up of many factors, of complex structures and systems, of flows which interact and constantly change. They consist of complex mixture of pull factors like tangible and intangible products, resources, services, set of core and supplemental benefits like infrastructure and push factors like images and experience they create, destination management and marketing applications and the perceived value they offer to the visitors and all these factors complicate the management process of competitiveness. It seems that there in not a generally agreed and globally accepted common definition or model explaining tourism destinations' competitiveness as a whole (Omerzel, 2006:169). Some researhers like Artal & Kozak (2015), Cucculelli, & Goffi (2016), and Iniesta-Bonillo, SánchezFernández & Jiménez-Castillo (2016) rely on sustainability indicators for explaining the competitiveness of a tourism destination, whereas others rely on other indicators like customer expectations, tourist motives, satisfaction and motivations, destination attractiveness (push & pull factors), city branding /brand loyalty, smart city management level, technological investment, innovation, value creativeness and demand potential (Pirnar & Gunlu, 2012; Boes, Buhalis & Inversini, 2016; García Sánchez, et.al, 2016; Zehrer, Smeral & Hallmann, 2016; Miličević, Mihalič & Sever; 2016). Thus, for his study it is accepted that; "destination competitiveness is a "multidimensional concept for destinations that requires superiority in several aspects" (Gürsoy, et al., 2009: 154); where "a destination is competitive if it can attract and satisfy potential tourists and this competitiveness is determined both by tourism-specific factors and by a much wider range of factors that influence the tourism service providers" (Enright & Newton, 2004: 778).

According to Ritchie & Crouch destination competitiveness depends on (2003); a) capabilities to increase the tourism incomes, b) capabilities of constant attraction of tourists, c) providing pleasure and experience / adventure, d) profitability, e) ensuring life quality for locals and, f) natural environment protection. Competitiveness perceptions differ in the sense that one views destinations from the tourist perspective (attractiveness), and the other from the destination perspective (competitiveness).

Dual analyses of these two concepts provide a holistic perspective of the Tourist Destination Competitiveness and Attractiveness (TDCA) dynamics. TDCA is defined as "the ability of a destination to provide social, physical and economic benefits to the destination population as well as a satisfying experience to the tourist".

The TDCA model proposes that destination supply factors and tourist demand factors help in creating an environment in which tourism flourish and can be consumed satisfactorily. The '"destination experience environment" is proposed to be positively related to and as the most important factor in determining TDCA (Vengesayi, 2003: 639). Ernie also suggests that "in the dynamically changing environment, a competitive destination is aided by the development of innovative tourism services and experiences (Ernie,2003)".

This relation is analysed by the adaption of the Enea and Tanasoiu (2009)'s research which proposes the effects of tourism development and quality of life under the headings of;



As a consequence that competitiveness enables the local authorities to focus on some improvements that enriches the quality of life of the residents. In the case depending on the documentation, it is evident that economic and social benefits, conservation of nature, culture and heritage, infrastructure development, corporate social responsibility, health and security improvements and application of ethics were the primary concerns. The application of special projects ran by the local authorities and the residents cooperatively are indicated as the improvements in the quality of life.

References

1. Anastassopoulos, G., and Patsouratis, V. (2004). Labour productivity and competitiveness: An initial: Examination of the hotels and restaurants sector in selected countries. Journal of Economics and Business, 7(2): 63 – 79.

2. Artal-Tur, A., & Kozak, M. (Eds.). (2015). Destination Competitiveness, the Environment and Sustainability: Challenges and Cases. CABI Series in Tourism

3. Management Research (Vol. 2). CABI Berlim, M.T., and Fleck, M.P.A.

(2003). Quality of life: a brand new concept for research and practice for psychiatry, Rev Bras Psiquiatr, 25 (4): 249-52.

4. Boes, K., Buhalis, D., & Inversini, A. (2016). Smart tourism destinations: ecosystems for tourism destination competitiveness. International Journal of Tourism Cities, 2(2).

5. Bohdanowicz, P., and Zientara, P. (2009). Hotel companies' contribution to improving the quality of life of local communities and the well-being of their employees. Tourism and Hospitality Research, 9: 147–158.

6. Boley, B. B., & Perdue, R. R. (2012). Destination management, competitiveness, and quality-of-life: a review of literature and research agenda. In Handbook of Tourism and Quality-of-Life Research (pp. 515-528). Springer Netherlands.

7. Cohen, E. (1979). Rethinking the sociology of tourism. Annals of Tourism Research, 6: 18-35.

8. Crouch, G. I. (2006) Destinations competitiveness: insights into attribute importance, international conference of trends, impacts and policies on tourism development, Hellenic Open University in Heraklion, Crete.

9. Cucculelli, M., & Goffi, G. (2016). Does sustainability enhance tourism destination competitiveness? Evidence from Italian Destinations of Excellence. Journal of Cleaner Production, 111, 370-382.

10. Dwyer, L., and Chulwon, K. (2003). Destination competitiveness: determinants and free tourist zones.

M. F. Shukurov– SamISI talabasi
M. X.Gadoyeva – SamISI talabasi
S.O'rozov – SamISI oqituvchisi

KICHIK MEHMONXONALAR FAOLIYATINI OPTIMALLASHTIRISH MUAMMOLARI

Turizm sohasi dunyo iqtisodiyotining eng jadal rivojlanayotgan sohalaridan biri bo'lib, uning keng qamrovli taraqqiyoti ko'plab mamlakatlar uchun katta daromad manbayiga aylanib bormoqda. Turizm sohasida keng tarqalgan hamda iqtisodiyotda o'z o'rniga ega bo'lgan samarali yo'nalishi bu – kichik mehmonxonalar biznesidir. Dunyo miqyosida 2017-yilda 1,3 milliard odamlar sayohat qilish maqsadida boshqa davlatlarga tashrif buyurgan bo'lsa, bu ko'rsatkich 2018- yilda 1,4 milliard kishini tashkil qilgan va bu joriy yillar hisobida sayohatlar sonining o'rtacha 6% ga ko'payganini kuzatishimiz mumkin. 2019- yil uchun esa, Jahon Turizm Tashkilotining takidlashicha, joriy yilda sayohatlar soni 3-4%ga ko'payishi kutilmoqda.[1] Shu nuqtai nazardan qaraganda mamlakatimizda ham bu sohaning rivojlanishiga katta e'tibor qaratilib, kichik mehmonxonalarning infratuzilmasini tubdan takomillashtirish va xizmat darajasini yaxshilash, umuman olganda bu sohaning rivojlanishini ta'minlash orqali davlatimizda turizm sohasini yanada

[1] http://www2.unwto.org -Jahon Turizm Tashkiloti

rivojlantirishga katta e’tibor berilmoqda. Mamlakatimizda iqtisodiy islohotlarning jadallik bilan olib borilishi va iqtisodiyotning har bir sohasiga innovatsiyalarni joriy etishdan asosiy maqsad xalqimizning turmush darajasini oshirishdir. Bu esa o’z navbatida turizm sohasini, jumladan, ichki turizmni rivojlanishiga asos bo’ladi. Yurtimizda turizm sohasini rivojlantirishga Prezidentimiz Shavkat Mirziyoyev tomonidan olib borilayotgan izchil siyosat natijasida barcha sohalarda bo’layotgan o’zgarishlar qatorida turizm sohasida ham bir qancha ijobiy o’zgarishlar yuz berayotgan bo’lib uchrashuvlarda, yig’ilishlarda alohida ta’kidlab kemoqdalar. Xususan, Prezidentimizning 2018-yil 3-fevralda qabul qilgan “O’zbekiston Respublikasi turizm salohiyatini rivojlantirish uchun qulay sharoitlar yaratish bo’yicha qo’shimcha tashkiliy chora-tadbirlar to’g’risida”gi PF-5326-son farmonining 8-B bandiga ko’ra, mehmonxona va boshqa turistik infrastrukturalarni rivojlantirish maqsadida import qilinadigan zamonaviy texnika va asbob uskunalar hamda qurilish materiallarini olib kirishda bojxona to’lovlaridan 2022-yil 1-yanvariga qadar ozod etilishi hamda 11- bandda mehmonxona va boshqa infratuzilmalarni qurish bo’yicha investitsion loyihalarni moliyalashtirish uchun 200 million AQSH dollari miqdoridagi kredit liniyasini ochish to’g’risidagi takliflarga rozilik berilgani kichik mehmonxona biznesiga yaratilayotgan imkoniyatlarga yaqqol misol bo’la oladi.

Sayohatchilar uchun vaqtincha turar joylardan eng ko’p tarqalgani bu kichik tipdagi mehmonxonalardir. Umuman olganda mehmonxonalar sig‘imiga qarab turli mamlakatlarda har xil tasniflanadi. Masalan, Shveysariya va Avstriyada 100 tadan kam joyga ega mehmonxonalar kichik mehmonxona, 100-200 ta joyga ega mehmonxonalar o‘rtacha mehmonxona, 200 tadan ortiq joyga ega mehmonxonalar yirik mehmonxona; Chexiyada 120 tadan kam joyga ega mehmonxonalar kichik mehmonxona, 500 tagacha joyga ega mehmonxonalar o‘rtacha mehmonxona, 500 tadan ortiq joyga ega mehmonxonalar katta mehmonxona; AQShda 100 tadan kam nomerga ega mehmonxonalar kichik mehmonxona, 500 tagacha nomerga ega mehmonxonalar o‘rtacha mehmonxona, 500 tadan ortiq nomerga ega mehmonxonalar yirik mehmonxona hisoblanadi. Bizning mamlakatimizda mehmonxonalar sig‘imiga qarab rasman tasniflanmaydi, shu bois ularni quyidagi guruhlash taklif etiladi: 150 tagacha joyga (100 tagacha nomerga) ega mehmonxonalar kichik mehmonxona, 150-400 ta joyga (300 tagacha nomerga) ega mehmonxonalar o‘rtacha mehmonxona, 400 tadan ortiq joyga (300 tadan ortiq nomerga) ega mehmonxonalar katta mehmonxona hisoblanadi. Kichik mehmonxonalarda boshqaruvning ham o’ziga xos, sodda shakli foydalaniladi. Xususan, xorijiy rivojlangan mamlakatlar tajribasiga qaraydigan bo’lsak bunday turdagi mehmonxonalar kichik bo’lganligi sababli o’ziga xos jihatlari bilan ajratib ko’rsatishga harakat qilinadi. Masalan, mehmonxonalar dizayniga etibor beradigan bo’lsak, Hi-tech, Classic, Old kabi dizaynlar bilan mehmonlarni jalb qilishga harakat qilishadi. Mehmonxonalarning bunday siyosati hozirgi kunda ommalashib bormoqda va turistlarni jalb qilishning samarali usullaridan biri hisoblanadi. Hozirgi kunda mamlakatimiz hududida ham mehmonxonalarni dizayniga katta e’tibor berilmoqda. Misol sifatida Samarqand, Buxoro Xiva kabi shaharlarda qadimiy ko’rinishga ega mehmonxonalar ommalashgan bo’lsa,

poytaxtimizda esa zamonaviy shakldagi mehmonxonalar qurish keng tarqalgan. Ulardagi boshqaruv tizimi esa sodda ko'rinishga ega. Hozirgi kunda esa mehmonxonalarni boshqarishning innovatsion usullaridan foydalanilmoqda, yani mehmonlarni kiritish-chiqarish jarayonining avtomatlashtirilayotgani va turistlarga qulaylik yaratish maqsadida ro'yxatga qo'yish jarayonining yagona bir tizimga birlashtirilayotgani buning yaqqol ifodasidir. Bunday tizimlarga misol qilib, Mybooking.uz, e-mehmon kabi tizimlar keng qo'llanilmoqda. Mehmonlarga qulaylik yaratish maqsadida online bronlash tizimi ham davlatimizning so'nggi yillarda erishgan yutuqlaridan biri hisoblanadi. Kichik mehmonxona biznesi faoliyatini ochish, uni ro'yxatdan otkazish va yuritish moliyalashtirilgan loyihalarga qiyinchilik tug'dirmaydi. Kichik mehmonxonalarning bir qancha afzalliklari bo'lib ular quyidagilar:

Kichik mehmonxonalar faoliyatini yo'lga qo'yishning qulayligi;

Xorijiy hamda mahalliy sayyohlar uchun qulay narxlarda tashkil topganligi;

Kam xarajat qilib ko'proq daromad olishga imkon beradi.

Kichik mehmonxonalardagi kamchiliklarga to'xtaladigan bo'lsak bular mehmonxona faoliyatini yo'lga qo'ygach chet el sayyohlarini jalb qilishda qiyinchilikka duch keladi ya'ni mavjud mehmonxonalar bilan raqobatlashishiga to'g'ri keladi. Yangicha nom ostida faoliyatini boshlagan kichik mehmonxonalar o'zlarini tanitishga ko'p xarajat qilishga to'g'ri keladi va bu mehmonxona xarajatlaridan kam mablag'da daromadga ega bo'lishiga hamda faoliyati tugatilishiga sabab bo'lishi mumkin.

Xulosa qilib aytadigan bo'lsak, kichik mehmonxonalar nafaqat xorijlik mehmonlar balki ichki turizm rivoji uchun muhim hisoblanadi. Bu borada qilingan ishlar samarasini joriy yildan kuzatishimiz mumkin. Kichik mehmonxonalar tizimining rivojlanishi uchun nafaqat bu sohada xizmat ko'rsatish tizimini takomillashtirish balki unga tutash infratuzilmalarni ham rivojlantirish samarali natjalar sari bosiladigan qadam bo'ladi desak mubolag'a bo'lmaydi. Yo'llar sifati, restoran xizmatlari hatto aloqa sifatining pastligi hozirgi dolzarb ahamiyatga ega bo'lgan turistlar oqimi salmog'iga salbiy tasirini ko'rsatmoqda. Shu bois, sayohatchilarga qulaylik yaratuvchi barcha infratuzilmalarni rivojlantirish barcha turizm sohasi tarkibidagi yo'nalishlar rivojiga ijobiy ta'sir ko'rsatishini ko'rishimiz mumkin. Takidlab o'tilgan sabablarni va turistlar fikrini inobatga olib biz quyidagilarni taklif qilamiz:

Mehmonxonalar va tour firmalar hamda sayyohlik agentlarini yagona websaytga birlashtirish, talab va takliflarni onlayn platformada amalga oshirish;

Kichik mehmonxonalarni tashkil qilayotganda dizaynga alohida e'tibor qaratish;

Tashrif buyuruvchi mehmonlarni jalb qilish maqsadida qo'shimcha qulayliklar yaratish. Masalan: tushlik yoki kechki ovqatini mehmonxonaga yetkazib berish, gid xizmati va hk;

Foydalanilgan manbalar:

1. Lex.uz huquqiy axborot web portal
2. Ziyomedia.uz

III ШЎЪБА. ЎЗБЕКИСТОННИНГ ТУРИЗМ СОҲАСИДА ГЕОАХБОРОТ ТИЗИМИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ МУАММОЛАРИ

М.Э.Пўлатов – СамИСИ ректори, и.ф.д.
И.С.Тухлиев – СамИСИ профессори, и.ф.д.

ЎЗБЕКИСТОНДА ЯГОНА ТУРИСТИК ГЕОАХБОРОТ ТИЗИМИНИ ИШЛАБ ЧИҚИШ ХУСУСИЯТЛАРИ

Жаҳон иқтисодиёти тараққиётининг замонавий тенденциялари хизмат кўрсатиш соҳаси таъсирининг мунтазам ўсиб бораётгани ҳамда унинг ишлаб чиқариш соҳасига боғлиқлиги қисқариб бораётганидан далолат бермоқда. Бугунги кунда хизматлар халқаро савдонинг тузилмаси сифатида юқори технологиялар (коммуникация, компьютер ва ахборот хизматлари), туристик ҳамда молиявий хизматлардан ташкил топган.

Мустақиллик йилларида мамлакатимизда иқтисодиёт тармоқларини модернизация қилиш, инновацион ривожлантиришга қаратилган ислоҳотлар натижасида туризм хизматлари ҳам янги босқичга кўтарилди. Туризм фаолиятини равнақ топтириш масаласи Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналишлари бўйича Ҳаракатлар стратегиясининг иқтисодиётни ривожлантириш ва либераллаштиришнинг устувор йўналишарида ҳам ўз аксини топгани бежиз эмас.

Ҳозирги вақтда ахборот таъминотининг иштироқисиз туристик маҳсулотни шакллантириш, силжитиш ва реализация қилиш мумкин эмас. Туризмни бошқариш ташкилотлари ва туристик фирмалар ўз ишида доимо ахборот технологияларини ўзлаштириш муаммосига дуч келмоқда. Ахборот технологиялари-туризм бизнесининг халқаро интеграциясини ахборот билан тўйинган соҳаси сифатидаги зарурий шарт-шароитлари ҳисобланади. Ҳудуднинг туристик салоҳиятини тадқиқ этишда ва уларнинг дастурларини ишлаб чиқиш ҳамда ўзлаштиришда мутахассислар маконнинг турли томонларини ифодаловчи кўпгина ахборотларга тўқнаш келмоқдалар. Бундай турдаги ахборотларга ишлов беришнинг алмаштириб бўлмайдиган воситаси бугуги кунда геоахборот тизимлари бўлиб ҳисобланади (ГАТ).

Умумий маънода ГАТ – маконда мувофиқлаштирилган маълумотларни йиғиш, сақлаш, уларга ишлов бериш, кириш, уларни акс эттириш ва кенг тарқатиш каби амалларни бажарувчи ахборот тизими бўлиб ҳисобланади.

Ўзбекистонда ягона туристик геоахборот тизимини ишлаб чиқиш бир вақтнинг ўзида туристик ресурслар ва объектлар тўғрисидаги ахборотларни йиғиш ҳамда таҳлил қилиш, ягона усул асосида туризмни ривожлантиришнинг минтақавий ГАТларини шакллантириш билан амалга оширилиши зарур бўлмоқда.

Бугунги кунда туризм геоахборот технологиялари қўлланиладиган одатий

соҳа бўлиб ҳисобланади. Ўзбекистонда уларни одатда туристик хариталар, буклетлар ва ичига харита ҳамда схемалар кирадиган бошқа электрон, нашрли маҳсулотларни тайёрлаш учун фойдаланилмоқда. Хозирги пайтда ўзида бой тарихий-маданий меъросга, ноёб табиий салоҳиятга эга бўлган минтақалар учун қуйидаги вазифаларни ечишга ёрдам берувчи кенг профилдаги амалий геоахборот тизимини шакллантириш зарур бўлмоқда: ҳудуднинг табиий ва тарихий-маданий ёдгорликларини, туризмга хизмат кўрсатувчи корхоналарни ва туризм йўналишларини ҳисобга олиш; туристлар оқимини таҳлил қилиш; ҳудуднинг ривожлашини режалаштириш ва ҳ.к.

ГАТ ни шакллантиришнинг асосий муаммоларидан бири бўлиб, минтақа туристик-рекреацион салоҳияти тўғрисидаги ахборотларни йиғиш ва уни тақдим этиш ҳисобланади[6]. Шуни қайд қилиш керакки, ҳозирги вақтда туристик ресурсларни баҳолаш ва ахборотларни йиғишнинг услубий базаси энди шакллантирилмоқда.

Туристик ГАТнинг услубий таъминоти туристик ресурслар ва уларни баҳолаш тўғрисида, минтақаларнинг туристик-рекреацион салоҳиятининг таркибий қисми бўлган туристик ресурсларни ва уларнинг шарт-шароитларини мажмуали баҳолаш ҳамда ахборотлар йиғишнинг стандарт услубларини аниқлаш билан боғлиқ. Туристик ресурсларни баҳолашнинг универсал усулини ишлаб чиқиш етарли даражада мураккаб иш ҳисобланади, бироқ баҳолашнинг мажмуали ёндашувидан фойдаланиш керак, яъни туристик ресурсларнинг ҳамма гуруҳларини интеграл баҳолаш зарур (табиий-иқлим, тарихий-маданий, ва минтақа иқтисодиётининг ҳолати ва туризм инфратузилмасини киритган ҳолда туристик ресурслар).

Мамлакат ҳудудини бундай бўлиш минтақада туризмни бошқарувчилар ва туризмни ривожлантириш дастурини ишлаб чиқиш билан шуғулланувчи давлат органлари учун зарур ҳисобланади. Туризм бозори субъектлари учун ва туризм хизматларининг сўнги истеъмолчилари учун туризм минтақаларининг ҳақиқий чегаралари бўйича баҳолашни ўтказиш мақсадга мувофиқдир.

Ҳудудни туристик районлаштириш туристик ГАТ ни шакллантиришнинг дастлабки босқичида амалга оширилади, чунки туманлар ва минтақалар чегарасини аниқ белгилаб олиш зарур бўлади. Баъзида маъмурий чегаралар туристик минтақанинг табиий чегаралари билан мос келмайди. Хариталарда Ўзбекистон ҳудудларининг бўлинишини икки хил ёндашувидан фойдаланиш тавсия этилади: туристик ҳудудни маъмурий чегаралари бўйича ва ҳақиқий чегаралари бўйича бўлиш (ГАТ да иккала ёндашувдан ҳам фойдаланилади, бироқ Ўз.Р ҳудудини маъмурий бўлиш асосий ҳисобланади).

Ўзбекистондаги тарихий-маданий объектларнинг, туристик маршрутларнинг, туризм инфратузилмаси объектларини маълумотлар базасини ва банкини шакллантириш, яратиладиган туризм ГАТининг зарурий элементи бўлиб ҳисобланади. Туризм ахборотларини айнан мана шундай сақлаш асосида ва аналитик инструментлар ёрдамида туристик ГАТ ўзининг қимматлилигини касб этади ҳамда интерактив бўлади. У туристик маршрутларни мустақил лойиҳалаштириш, шинамлик

бўйича жойлаштириш воситаларини таққослаш, қўшимча хизматлар тўпламини танлаш ва ҳ.к.лар имконини беради. Ресурс маълумотлари банкини ва базасини яратиш республика ва минтақалар реестрлари, расмий манбалар асосида шакллантирилади, лекин, лойиҳалаштириладиган ГАТ ларда туризм индустрияси ташкилотларининг ва минтақаларнинг мустақил ташкил қилган сайтлари ҳамда ҳаволалари бўлиши керак.

Туризм ГАТ ида янада кенг имкониятлари геомакон маълумотларидан фойдаланиш учун туризм объектларининг суръатини, видеороликларни, аудио ёзувларни, 3Д – таъсвирларини ва ҳ.к.ларни жойлаштириш мақсадга мувофиқ бўлади. ГАТ ёрдамида агар веб- камералар қўйилган бўлса ва сервер билан алоқалар таъминланса, воқеали туризм тадбирларини Онлайн орқали трансляция қилиш мумкин бўлади.

Минтақада туризмни бошқариш соҳасидаги қарорларни қўллаб қувватлаш – ундан фойдаланиш самарадорлигини белгиловчи, туризмда ГАТ ларни қўллашнинг муҳим соҳаларидан бири бўлиб ҳисобланади. Оддий фойдаланувчилар учун минтақавий ГАТларни қатор объектларининг баъзи функциялари ва маълумотлари ёпиқ бўлиши мумкин, бироқ, туризмни бошқариш соҳасидаги давлат ҳукуматининг расмий органлари ва илмий таълим муассасаларнинг талаби бўлганида зарурий ахборотларга кириш имконига эга бўлиши керак.

Юқоридагиларни ҳисобга олиб, шуни қайд қилиш керак ГАТ ишининг ташаббускори ва мувофиқлаштирувчиси Ўзбекистонда туризмни ривожлантириш бўйича Ўзбекистонда туризмни ривожлантириш давлат қўмитасиси бўлиши лозим. Ягона туристик ГАТнинг хақиқий фойдаланувчиларини шартли равишда қуйидаги гуруҳларга бўлишимиз мумкин:

- минтақаларда туризмни ривожлантиришни режалаштирувчи респуб лика субъектлари маъмурияти (вазирликлар, қўмиталар, департамент лар,бўлимлар ва ҳ.к.);
- турмаҳсулотни ишлаб чиқиш билан шуғулланувчи туризм бозори субъектлари (туроператорлар, экскурсия фирмалари,турфирмалар ва меҳмонхоналар);
- инвесторлар (барча мулк шаклида);
- илмий – таълим муассасалари;
- туризм хизмати истеъмолчилари-туристлар ва саёҳатчилар.

Мамлакатимиз амалиётида туристик ГАТларни шакллантириш бўйича тажриба унчалик катта бўлмаса ҳам, бироқ хорижда муваффақиятли лойиҳалар мавжуд. Жумладан туристик сайтлар, ГАТлар, Россиядаги баъзи минтақаларнинг геопорталлари, ўзига хос муҳофаза қилинадиган ҳудудларнинг ГАТлари, туристик корхоналарнинг, алоҳида туристик лойиҳа ГАТлари мувафақиятли фаолият кўрсатмоқда. Москва, Санкт-Петербург, Саратов, Нижегородский сингари шаҳарларнинг қатор университет факультетларида ўз минтақаларида туристик жараёнлар бошқарувини такомиллаштириш мақсадида

«Рекреация ва туризм» ГАТларини яратиш бўйича бир неча йиллар давомида ишлар олиб бормоқда.

Бошқарувнинг ҳудудий ташкилотларида фойдаланишга мўлжалланган туристик ГАТларни ташкил қилиш учун интеграциялашган дастурий тизимларни ишлаб чиқиш лозим бўлмоқда. Минтақавий ГАТ ни жорий қилиш самарадорлиги қуйидагича ифодаланади:

– туризм бозори субъектлари учун минтақа туристик ресурсларини ахборот очиқлигини таъминлаш (давлат органлари, туроператорлар, турагентлар,туристлар,мулкдорлар ва ҳ.к.лар учун);

– минтақанинг яхши туристик имиджини шакллантириш;

– туризм бозори иштирокчилари фаоллигини ошириш (минтақада туристик фаолиятнинг мультипликатив самарадорлигини яратишга имкон берувчи туристлар оқимини кўпайтиришга эришиш).

Шуни қайд қилиш керакки, минтақавий туристик ГАТни амалиётга жорий қилиш, биринчи навбатда, ижтимоий лойиҳа бўлиб ҳисобланади, бироқ ҳисоб-китоблар ГАТ истиқболда минтақадаги туристлар оқимини икки мартага кўпайтириш имкониятини беради.

Ўзбекистонда ягона туристик геоахборот тизимини ишлаб чиқиш бир вақтнинг ўзида туристик ресурслар ва объектлар тўғрисидаги ахборотларни йиғиш, таҳлил қилиш ҳамда туристлар учун тегишли маълумотлар порталини яратиш имконини беради.

I.S.Tuxliev – SamISI professori, i.f.d.
A.N.Muhamadiyev – TATUSF o’qituvchisi

GEOAXBOROT TIZIMINI TURIZM AMALIYOTIDA QO‘LLASH MASALALARI

Ma`lumotlarning ko`plab turlari vaqt o`tishi bilan tez-tez o`zgarib turishi, oddiy usulda tuzilgan qog’ozli kartadan foydalanishni ancha qiyinlashtirib yubormoqda. Axborotlarni tezlik bilan olishni, ularning dolzarbligini saqlashni bugungi kunda faqatgina avtomatlashtirilgan tizim kafolatlashi mumkin. Zamonaviy GAT – bu ko`p miqdordagi grafik va mavzuli ma`lumotlar bazasiga ega bo`lgan, baza asosida ish bajarish imkoniyatiga ega modelli va hisobli funktsiyalar bilan birlashgan, fazoviy ma`lumotlarni kartografik shaklga aylantirish, turli qarorlarni qabul qilish va monitoring ishlarini amalga oshiradigan avtomatlashgan tizim, deb qaraladi

GAT bilan ishlayotganda kompyuter ekranida bir yoki bir nechta kartani (yoki plan-sxemani) ko‘rish mumkin. Ish jarayonida tasvirning detallashganlik darajasini oson o‘zgartirish, ayrim elementlarini kichiklashtirish yoki kattalashtirish mumkin. Masalan, shaharda biror bir uyni, uning pod’ezdini, atrofidagi ob’ektlarni ko‘rishimiz mumkin.

Bundan tashqari, Siz ma’lumotlarning mavzuli tarkibi bo‘yicha boshqarish ishlarini ham olib borishingiz mumkin, masalan, foydali qazilmalar kartasida ish paytida kerakli bo‘lmagan ba’zi foydali qazilmalar tasvirlangan kartalarni yopib qo‘yish; zarur bo‘lgan qatlamlarni esa ko‘rsatish mumkin.

Biror ob’ektni belgilab u haqida ma’lumot olish mumkin: masalan, binoning narxini, kimga qarashli ekanini, holatini, ob’ektning o‘lchamini, uning shahar asosiy

muhandislik tarmoqlariga ulanganligini va h.k. Bu ko‘rsatkichlarni kompyuter monitorida bevosita o‘lchash ham mumkin.

GATda maxsus qidiruv tizimi ham mavjud. Talabingizga binoan sizni qiziqtirgan ob’ektlar ko‘rsatkichlari haqida talab shartlari tuziladi va avtomatik ravishda talabingizga javob qaytariladi. Masalan, maydonning 0,1 ga dan kam bo‘lmagan va temir yo‘l bekatidan 3 km uzoqda joylashgan barcha suv havzalari, 1 km dan oshmagan masofada joylashgan er uchastkalari ekranda ko‘rsatilsin va h.k.

Maxsus vositalar orqali ma’lumotlarni analitik qayta ishlab, juda qiyin masalalarni ham echish mumkin, ya’ni real borliqning modelini hosil qilish. Masalan, suv va boshqa quvurlar trassasida ro‘y beradigan portlashlarni kutilishi mumkin bo‘lgan kungilsiz holatlarni bashorat qilish; ifloslanishning tarqalish yo‘nalishini tadqiq qilib, tabiiy muhitga etkaziladigan ofatni hisoblash, natijada unga qarab rejalarni belgilash mumkin.

Shuni alohida ta’kidlash joizki, bugungi kunda ilmiy tadqiqotlar va amaliy faoliyatda ko‘plab GATlar ishlatiladi, lekin ular orasida shaxsiy GATlar keng tarqalgan. Jumladan, ularga GeoDraw, GeoGraph (Rossiya Geografiya instituti), AtlasGAT, WinGAT, ArcInfo, MapInfo (AQSH) va boshqa dasturlarni misol keltirish mumkin.

Umuman olganda kartalar yaratishning GAT-texnologiyasini quyidagicha tasavvur qilsa bo‘ladi:

Tayyorgarlik ishlari. Elektron taxeometrlar va GRS asboblaridan, tasvirlarni qayta ishlash vositalaridan, izlanishlar raqamli ma’lumotlaridan, avtorlik originallardan, mavjud fond kartalari va boshqalardan dastlabki ma’lumotlarni to‘plash. Kartografik va fond materiallarini, rastrli tasvirlarni bir xil masshtabga keltirish, so‘ngra ularni kompyuter xotirasiga joylash.

YAratilayotgan kartaning mavzuli qatlamlarini, ularga tegishli jadvallarni ishlab chiqish va ularni taxlil qilish. Ma’lumotlar bazasini yaratish. Ob’ektlar tasnifi mavjud jadvallar (atributlar) va matn ma’lumotlarni EHM xotirasiga kiritish. Shartli belgilar tizimini ishlab chiqish.

Kartaning mavzuli qatlamlarini muvofiqlash, kartografik tasvirni hosil qilish va ularni taxrir qilish. Kartaning komponovkasini ishlab chiqish va uni nashrga tayyorlash. Kartani nashr qilish.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Чандра, А. М. Дистанционное зондирование и географические информационные системы / А. М. Чандра, С. К. Гош ; пер. с англ. А. В. Кирюшина. - М. : Техносфера, 2008. - 308 с.

2. Геоинформатика. Толковый словарь основных терминов // Ю.Б. Баранов, А.М. Берлянт, Е.Г. Капралов и др. — М.: ГИС-Ассоциация, 1999. —

3. 204 с.

4. Тухлиев И.С., Қудратов Ғ.Ҳ., Пардаев М.Қ. Туризмни режалаштириш. Дарслик. - Т.: “Iqtisod-moliya”, 2010 й.

5. The use of Geographic Information Systems (GIS) in Canada's National Parks http://parkscanada.pch.gc.ca/natress/inf_pa1/GIS/GIS_E.HTM

И.С.Тухлиев – СамИСИ профессори, и.ф.д.
С.А.Абдухамидов – СамИСИ тадқиқотчиси

МИНТАҚАВИЙ ТУРИЗМДА ГЕОАХБОРОТ ТИЗИМИДАН ФОЙДАЛАНИШНИНГ НАЗАРИЙ АСОСЛАРИ

Ҳудудий объектнинг туристик-рекреацияли салоҳиятини объектив баҳолашга имкон берувчи асосий тамойилар сифатида, шу қуйидаги жараёнлар ҳисобланади:

рекреацион-ресурс салоҳиятини мажмуали баҳолаш, яъни ҳудуднинг барча мавжуд рекреация ва туристик ресурсларнинг жозибадорлигини ўрганиш ва баҳолаш;

мазкур жойда туризмни ривожлантириш учун имкон берувчи ёки тўсиқ бўлувчи ва ҳудудга туристлар оқимини миқдор тавсифига таъсир кўрсатувчи омилларни ҳисобга олиш;

туристлар учун янада қизиқарли бўлган туристик-рекреацияли объектларни аниқлашда мазкур ахборотни навбатдаги туристик фаолиятни ташкил этишда у ёки бу туризм турига йўналтириш, туристик маҳсулот ишлаб чиқаришда фойдаланиш;

мазкур ҳудудда мавжуд туристик-рекреация ресурсларига асосланиб, туризмни ривожлантиришга имкон берувчи туризмнинг устувор турларини танлаб кўрсатиш;

туристик-рекреация ресурсларининг юқори миқдорини баҳолаш, яъни ресурснинг фойдаланиш чегарасини аниқлаш;

худудий объектнинг ресурслар имкониятларидан фойдаланиш даражасига таъсир этувчи туристларни қабул қилиш салоҳиятини албатта эътиборга олиш зарур бўлади. Худуднинг қабул қилиш салоҳияти – бу маҳаллий ресурсларга жиддий зарар кўрсатмасдан ҳамда саёҳатдан салбий таъсуротларсиз ва маҳаллий аҳолига ижтимоий-иқтисодий муаммолар келтирмайдиган ҳолатда объектнинг юқори даражада бардош бера оладиган максимал юкламасига айтилади.

Туристларни қабул қилиш салоҳиятини учта асосий гуруҳга бўлишимиз мумкин:

Экологик қабул қилиш салоҳияти – бу объект ёки жойнинг туристларни шундай қабул қилиш даражасики, туристларнинг ташриф буюриш даражаси ошиб кетса ёки мақбул бўлмайдиган экологик оқибатларга(ёки ҳаёт фаолиятининг табиий жараёнлари натижасида) ёки туризмга хизмат кўрсатувчи инфратузилманинг амал қилиши натижасида салбий оқибатларга олиб келиши мумкин.

Худуд туристик ижтимоий қабул қилиш салоҳияти – туристлар ташриф буюриш даражаси ортиб кетса, бундай объект ёки жойдан туристларнинг салбий хулосалар билан қайтиши кузатилади.

Маҳаллий ижтимоий қабул қилиш салоҳияти –туристларни ташриф буюриш даражаси ортиб кетса маҳаллий маданият учун ва туристлар билан

маҳаллий аҳолининг ўзаро муносабатларини ёмонлашуви натижасида салбий оқибатларга олиб келади.

Шундай қилиб, қабул қилиш салоҳияти туристик объект ёки жойнинг сақланиши, унинг табиий хусусиятларини сақлаб қолиш ва қайта тиклаш нуқтаи назаридан, ҳудуднинг ресурс салоҳиятидан фойдаланишнинг йўл қўйиладиган даражасини чеклайди.

Ҳудуднинг ресурс салоҳияти – бу жамиятдаги ҳаёт фаолиятининг барча мажмуасини қамраб олувчи, кўп қиррали тушунча бўлиб ҳисобланади. Уни аниқлашда иқтисодий, экологик ва ижтимий жиҳатларини ўрганиш зарур бўлади. Улардан бир қисми ҳудуднинг туристик ресурсларига бевосита тегишли, бошқа омиллар эса минтақада туризмни ривожлантиришга таъсир кўрсатувчи омиллар бўлиб ҳисобланади.

Туризм учун туристик – рекреация ресурслари биринчи даражали аҳамиятга эга бўлиб, айнан улар туристик бизнесни мувафақиятли ривожлантириш жараёнининг пойдевори бўлиб ҳисобланади. Туристик – рекреация ресурслари туристик маҳсулотни яратиш учун тайёр бўлган, табиий ёки инсон томонидан яратилган сунъий объектлар йиғиндиси сифатида аниқланади.

Туристик ресурслар минтақада туризмни ривожлантиришнинг ўзига хос хусусиятини аниқлайди, минтақада инвестиция сиёсатининг устувор йўналишларини режалаштиришда, туристик маҳсулотни ишлаб чиқариш учун таянч омил бўлиб ҳисобланади. Туристик ҳудуднинг ресурс ва қабул қилиш салоҳиятини баҳолаш учун талаб қилинадиган компонентларнинг катта тўплами ҳамда мураккаблигига ва уларнинг ҳудудий фарқланишига эътибор бериш керак.

Кўрсатилган салоҳиятнинг баъзи услубий ёндашувларини кўриб чиқамиз. Улардан биринчиси, ҳудуднинг туристик ресурслари кадастрини ишлаб чиқиш ҳисобланади. Мазкур кадастрни яратишдан асосий мақсад турли минтақаларда туризмни ривожлантиришнинг самарали йўлларини аниқлаб, улардан фойдаланишдан иборат. Бунинг учун кадастрда туристик ресурсларнинг мажмуали тавсифномаси бўлиши керак, унда ҳар бир омил икир – чикиригача ҳисобга олиниши, таснифи, ўзлаштириш иқтисодий самарадорлигини сифат ва миқдор жиҳатини баҳолаш, ундан фойдаланишни таҳлил қилиш ва унинг асосий истиқболлари, ҳамда туристик – рекреация объект муҳофазаси бўйича муҳим тадбирлар бўлиши шарт.

Кадастрни тузишда уни ишлаб чиқиш умумий тамойилларига яхлитлик, объективлик, узлуксизлик ва кўргазмалиликга риоя қилиниши зарур бўлади. Кадастр яхлитлиги уни ишлаб чиқишда қўлланиладиган услуб билан таъминланади. Унинг объективлигини таъминлаш учун барча кадастр маълумотларини тўлиқ ишончлилиги ва асосланганлиги талаб этилади.

Узлуксизликка уларни доимий янгилаб туриш, аниқлик киритиш ва қўшимчалар киритиш ҳисобидан эришилади, кўргазмалилик-янада аҳамиятли бўлган кўрсаткичлар,уларни тизимлаштириш, материалларни график ва картографик расмийлаштириш ҳисобидан эришилади.

Замонавий шароитда туристик-рекреацион ресурслар кадастрини тузиш айниқса долзарб ҳисобланади. Бироқ, бу масалани ечиш туристик ресурсларни ва айниқса рекреацион ресурсларни баҳолаш масалаларини етарли даражада ўрганилмаганлиги натижасида мураккаб холат вужудга келади, бу эса кўпгина қийин шакллантириладиган омилларни баҳолашни амалга ошириш зарурияти билан боғлиқ.

Ҳудудни ресурс салоҳиятини баҳолашнинг самарали усули бўлиб, жаҳон амалиётида туристик ресурслар мониторинги ўтказилади, бундай турдаги мониторинг ўтказиш учун компьютерли геоахборот тизимларидан фойдаланилади. Мазкур геоахборот тизимга мувофиқ ҳудуднинг рақамли харитасига турли маълумотлар қатлами жойлаштирилади, жумладан: табиий, географик маълумотлар; тарих ва архитектура ёдгорликлари; минтақа инфратузилмаси тўғрисидаги маълумотлар; иқтисодий, экологик ва ижтимоий маълумотлар; минтақадаги туристик ресурслар ва уларнинг иқтисодий самарадорлиги тўғрисидаги маълумотлар; туристик ресурслардан фойдаланиш ва уларга таъсир кўрсатувчи омиллар тўғрисидаги маълумотлар.

Олинган маълумотлар туристик ресурсларни ўзаро алоқаларини миқдор жиҳатдан баҳолашга, у ёки бу омилларни уларга таъсирини, у ёки бу қарорларни қабул қилишга ва моделлаштиришга, синовдан ўтказишга, мавжуд ресурслардан оптимал фойдаланиш бўйича тавсиялар ишлаб чиқишга, туризм индустриясини ривожлантиришга, минтақавий ва давлат даражасида қабул қилинадиган қарорлар ижросини кузатишга имкон беради. Бироқ бир неча маълумотлар қатламини кенг қамровли ва тезлик билан таҳлил қилиш дастурий ва тизимли воситалардан кенг қўллашдагина мумкин бўлади. Туристик ресурслар тўғрисидаги маълумотларни мониторингини ўтказиш, ахборотларни йиғиш маъсул шахсни, шунга ўхшаш маълумотларни олишдан манфаатдор бўлган ва сервер ташкилоти фойдаланувчиларни бирлаштирувчи ягона локал тармоғини ташкил қилиш зарур бўлади.

Бу каби локал тармоқ “Самарқанд вилояти туристик-рекреацион ресурсларнинг геоахборотли тизими” маълумотлар базаси асосида таклиф қилинаётган Ўзбекистон республикаси туризмни ривожлантириш қўмитаси Самарқанд вилоят ҳудудий бошқармасининг Ягона аналитик марказида ташкил этилиши мумкин.

Мазкур муаммо бўйича илмий адабиётлар кўриб чиқилганда минтақа туристик-рекреацион салоҳиятини баҳолашнинг яна бир усули бу ҳудуд маркетинг концепциясини ташкил этилиши ҳисобланади. Мазкур услубий ёндашувнинг ўзига хос хусусияти туристик ресурслар, ички ва ташқи бозорга туристик хизматлар мажмуасини силжитишнинг мумкин бўлган инструментлари билан биргаликда кўриб чиқилади. Бошқача сўз билан айтганда, ҳудуд маркетинги ҳозирги вақтда ишлаб чиқиладиган туристик хизматларни силжитишнинг юзага келган ҳамда ишлаб чиқиладиган шакллари ва усулларини таҳлил қилиш, баҳолашни кўзда тутади, туристик кўргазмалар, фестиваллар,семинарлар, симпозиумлар; ҳудуднинг туристик ресурсларига бағишланган ихтисослаштирилган оммавий ахборот воситалари ёки махсус

радио ва телевидение дастурларининг мавжудлиги; туризм бозорининг турли субъектлари ўртасида (меҳмонхоналар, туристик фирмалар, транспорт ташкилотлари, ахборот агентликлари, бронлаш тармоқлари ва ҳ.к.) туристик альянсларнинг мавжудлиги ва бошқа тадбирларни кўзда тутади. Шу тарзда ҳудуд маркетинги доирасида нафақат туристик ресурслар балки, уларни мувафақиятли силжитиш ва реализация қилишнинг потенциал имкониятлари ҳам баҳоланади.

Туристик-рекреацион фаолиятни самарали ривожлантириш нуқтаи-назаридан ҳудудни баҳолашнинг янада кенг муаммоларини тушуниш, минтақа туристик мажмуасини ривожлантиришнинг махсус дастурларини ишлаб чиқиш заруриятини келтириб чиқаради. Бутун минтақада, туристик-рекреацион салоҳиятни тадқиқ қилиш даражасига боғлиқ равишда, янада маълумот кўп бўлган услубий ёндашувларга урғу бериб, юқорида қайд қилинган ёндашувлардан барчасидан фойдаланиш мақсадга мувофиқдир

Тадқиқ қилинадиган Самарқанд вилоятида мазкур жараённи олиб бориш қатор қийинчиликлар билан бажарилди, жумладан: зарурий миқдордаги маълумотларнинг мавжуд эмаслиги ва уларни етарли даражада тизимлаштирилмаганлиги, бу эса ўз навбатида рекреацион тизимни етарли даражада ривожланмаганлиги билан боғлиқ эканлиги аниқланди. Бу вилоятдаги қатор рекреацион объектларнинг тавсифини баҳолаш учун имкониятларни чеклайди.

I.S.Tuxliev – SamISI professori, i.f.d.
J.A.Maxmudov – SamISI magistranti

AXBOROT-KOMMUNIKATSION VA GEOAXBOROT TEXNOLOGIYALARNING EKSTREMAL TURIZMDAGI O’RNI VA AHAMIYATI

Bugungi kunda zamonaviy texnologiyalarsiz birorta faoliyat sohasini tasavvur qila olmaymiz. Axborot texnologiyalari rivoji - rivojlangan mamlakatlardagi ijtimoiy munosabatlar tizimining eng yorqin xususiyatlaridan biridir. Insoniyat sivilizatsiyasi rivojlanish bosqichiga kirdi, unda axborot-bilim inson faoliyati barcha sohalarida hal qiluvchi rol o'ynaydi. Shu bilan birga, zamonaviy jamiyatdagi axborotlar iqtisodiy o'sishning eng muhim omiliga aylandi.

Texnologik taraqqiyot bugun nafaqat millatning farovonligini ta'minlashning asosiy omili, balki uning barqaror rivojlanish jarayonining eng muhim sharti ekanini ham anglashimiz kerak. Shu bilan birga, axborot texnologiyalari nafaqat axborot sohasida, balki boshqa bir qancha muhim ahamiyatga ega bo'lgan sohalarda ham mamlakatning texnologik yutug'iga faol hissa qo'shib kelmoqda.

Turizmning samarali faoliyat yuritishini ta'minlash uchun zamonaviy axborot-kommunikatsion texnologiyalar (AKT), geoaxborot texnologiyalar (GIS), innovatsiyalar va dasturlarni joriy etish zarur. Turizm sohasidagi AKT hamda GIS texnologiyalarini rivojlantirish va takomillashtirish turistik xizmatlarning sifatini

yaxshilaydi, bu xorijiy sayyohlar sonining ko'payishiga olib keladi va mamlakatning turistik salohiyatini yanada kengroq tushunishga yordam beradi.

Bugungi kunda axborot va internet texnologiyalaridan foydalanish turizm biznesining samaradorligini oshirishning deyarli asosiy vositasi hisoblanadi. Rivojlanayotgan raqobat sharoitida biznesning rentabelligini oshirishning qo'shimcha vositalaridan foydalanish masalalari eng dolzarb hisoblanadi.

Shuning uchun ham xalqaro, ham ichki turizm faoliyati axborot texnologiyalarining tobora o'sib borayotgan sohasi hisoblanadi. Turizmda foydalaniladigan axborot texnologiyalari tizimidan kompyuter orqali bronlash tizimlari, telekonferentsiya tizimi, video tizimlar, kompyuterlar, boshqaruv axborot tizimlari, elektron pul o'tkazmalari, elektron axborot tizimlari, telefon tarmoqlari, mobil aloqa vositalari va boshqalar mavjud. Ta'kidlash joizki, ushbu texnologiya tizimlari sayohat agentliklari, mehmonxonalar yoki aviakompaniyalar tomonidan alohida-alohida joylashtirilmagan, balki ularning barchasini birlashtiradi. Bundan tashqari, har bir turizm segmenti tomonidan axborot texnologiyalari tizimlaridan foydalanish boshqa barcha qismlarga ham tegishli bo’lib hisoblanadi. Misol uchun, ichki mehmonxona boshqaruv tizimlari global kompyuter tarmoqlariga ulanishi mumkin, bu esa, o'z navbatida, mehmonxona tizimlari uchun zaxira tizimini yaratish uchun asos bo'lib xizmat qiladi va ular teskari yo'nalishda, sayohat agentliklariga axborot-kommunikatsiyalar orqali kirish imkoniyatiga ega bo'lish imkoniyatini beradi. Shunday qilib, bu yerda turizm sohasida tarqatiladigan integratsiyalashgan axborot texnologiyalari tizimi shakllanganligini ko’rishimiz mumkin. Turizm sohasida kompyuterlar, telefonlar, videokameralar o'z-o'zlari bilan aloqada bo’lmayapti, balki bu erda o'zaro bog'liq kompyuter va aloqa texnologiyalari tizimi mavjud. Bundan tashqari, turizm sohasining individual komponentlari bir-biri bilan chambarchas bog'liq, chunki ko'plab turistik faoliyat turlari vertikal yoki gorizontal ravishda bir-birining faoliyatida ishtirok etadilar.

Axborot-kommunikatsion texnologiyalar tarmoqlari va geoaxborot texnologiyalari rivojlanishi turizm korxonalari faoliyati tubdan o'zgartiradi: ko'plab jarayonlar avtomatlashtiriladi va uzoqdan boshqarilishi mumkin bo’ladi, raqamli shaklda ko'plab ma'lumotlar saqlanadi, so'rovlarni bajarish vaqti va bajariladigan operatsiyalar miqdori minimallashtiriladi. Biroq har bir turistik faoliyat uchun innovatsion, axborot-kommukatsion texnologiyalar, geoaxborot texnologiyalari orqali rivojlanish masalasi hali ham dolzarbligicha qolmoqda Bu sohada jadal raqobat turizm bozorining ishtirokchilarini o'z ishlarida innovatsiyalarni izlash, rivojlantirish va amalga oshirishga undaydi.

So'nggi yillarda ekstremal turizm faoliyatida sayyohlar sonining ko'payib borishi kuzatilmoqda. Ekstremal turizm turlari ro'yxati kengaymoqda: XX asrning 70-yillarida ekstremal turizmning 6-8 ko’rinishi mavjud bo’lgan bo’lsa, hozirgi kunda bunday dam olish va sayohatning o’nlab turlari, ko’rinishlari mavjud va doimiy ravishda o’sib bormoqda.

Ekstremal turizm ko'p qirrali tushuncha bo'lganligi sababli, ushbu hodisaning yagona va aniq ta'rifi hali mavjud emas. Umuman olganda, “ekstremal turizm” - qiyin boriladigan, uzoq joylarga (tog'lar, g'orlar, junglilar, cho'llar va hokazo) sayohat

qilish hamda inson tanasi va sog’ligi uchun xavfli bo'lgan sport turlari bilan shug’ullanish sifatida ta'riflanishi mumkin[1].

Bizning fikrimizcha "ekstremal turizm" - u yoki bu tomondan sarguzasht va sport turizmlari bilan bog'liq bo'lib, asosiy maqsadi turist tomonidan ekstremal sharoitlarda kuchli taassurot va hayajon olish bo'lgan turizmning mustaqil turidir.

Yuqorida aytib o'tganimizdek, ekstremal turizm juda qiziqarli, ajoyib dam olish turi bo'lib, har yili aholining turli qatlamlarida mazkur sayohatlarning qimmatliligiga qaramasdan yanada mashhur bo'lib kelmoqda.

Ayni paytda eksremal turizmni targ'ib qilish uchun axborot-virtual resurslarga kirishni ta'minlaydigan zamonaviy axborot-kommunikatsion texnologiyalaridan foydalanish kerak bo’lib hisoblanmoqda, bu resurslarni quyidagi uch guruhga ajratish mumkin: informatsion, yordamchi va tashkiliy resurslar[2].

Informatsion resurslar ixtisoslashgan portallar, virtual turlar, turoperatorlar va turistik agentliklari saytlarini o'z ichiga oladi. Portallar va saytlar turistik kompaniyalar o'zlarini e'lon qilishlari va oxirgi foydalanuvchilarga taqdim etilgan xizmatlar, sayohatlar va turistik agentliklarining imkoniyatlarini o'rganishlari uchun imkon beradi.

Yordamchi resurslar xaritalash industriyasi sifatida tushuniladigan Internet-xaritalashni o'z ichiga oladi, mohiyati esa geoaxborot tizimlarning axborot-kartografik modellashtirishda yotadi.

Tashkiliy resurslarga elektron bronlashtirish vositalari va elektron to'lov vositalari kiradi.

Ekstremal turizmni tashkil etishda yuqoridagi umumiy axborot-kommunikatsion va geoaxborot texnologiyalaridan tashqari innovatsion shaxsiy foydalanishga ixtisoslashgan axborot-kommunikatsion qurilmalardan ham foydalaniladi. Bunday qurilmalarga GPS qurilmalari, sputnik telefonlari, va turli kommunikatsion qurilmalar kiradi. Bu qurilmalar orqali turist ekstremal hududlarda aloqaga chiqa olishi imkoniyatiga ega bo’ladi.

Xulosa qilib shuni aytish mumkinki, turizm industriyasidagi axborot-kommunikatsion va geoaxborot texnologiyalar nafaqat xizmatlarning sifatini yaxshilashga imkon berishi, balki turistlar va sayohatchilar uchun barcha mavjud resurslarni oqilona ishlatish va shu orqali sifatli hamda xavfsiz sayohatni amalga oshirish imkonini beradi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Lukina E.A. Ekstremal va sarguzasht turizmining ommabopligi ortib borayotganligi omili.// Xizmat ko'rsatish va turizmning dolzarb muammolari. 2008 yil. №4. 29-34-sahifalar.

2. Tsirinova N. Sayyohlik sohasidagi zamonaviy innovatsion texnologiyalar. // Yosh olim. 2016 yil. №27.2. 45-46-betlar.

[1] Lukina E.A. Ekstremal va sarguzasht turizmining ommabopligi ortib borayotganligi omili. Xizmat ko'rsatish va turizmning dolzarb muammolari. - 2008 yil. - №4. - 29-34-sahifalar.

[2] Tsirinova N. Sayyohlik sohasidagi zamonaviy innovatsion texnologiyalar // Yosh olim. - 2016 yil. - №27.2. - 45-46-betlar. - URL https://moluch.ru/archive/131/36459/ (apellyatsiya sanasi: 05/06/2019).

М.Т.Алимова – СамИСИ и.ф.д.

ТУРИСТИК КЛАСТЕРЛАРНИНГ ТАСНИФЛАНИШИ: БЕЛГИЛАРИ, МЕЗОНЛАРИ, ТУРЛАРИ

Кластерларнинг кўплаб турлича таърифлари мавжуд бўлиб, бу уларнинг таснифлаш хусусиятлари сифатида ишлатиладиган кластер хусусиятларининг кўплиги ва ноаниқлиги билан изоҳланади. Лекин қуйида биз туристик кластерларнинг турларини ўрганамиз. Туристик кластерларнинг турларини ўрганиш билан Митрофанова А.В, Шепелев И.Г, Маркова Ю.А., Улянченко Л.А, Грицай М.А, Маевский Д.П., Кулагина Э.В., Болшаков А.И., Адамова К.З., Зорин И.В.[1] ва бошқа олимлар шуғулланганлар.

Туристик кластерлар турли хил классификациялаш мумкин бўлган шакллар билан характерланади. Туристик кластерларни таснифлаш деганда уларни маълум бир гуруҳга таалуқли бўлган хусусиятларига кўра ажратиш тушунилади. Биринчи навбатда туристик кластерларни икки асосий хусусиятига кўра таснифлаймиз: *географик жойлашуви ва масштабига, яъни эгаллаган* кўламига кўра .

Географик жойлашувига кўра ҳудудий туристик гуруҳлар (алоҳида минтақада фаолият юритувчи), ҳудудлараро (ҳудудлараро ҳамкорлик тамойиллари бўйича бир нечта ҳудудларда фаолият юритувчи) ва трансчегаравий (чегарадош ҳудудларда фаолият юритувчи) гуруҳларга бўлинади.

Масштабига, яъни эгаллаган кўламига кўра локал туристик кластерлар(ушбу гуруҳнинг иштирокчилари географик жиҳатдан нисбатан кичик, одатда саноат, транспорт ёки илмий марказларда жойлашади), минтақавий туристик кластерлар(географик жиҳатдан маъмурий ҳудудларда жойлашган субъектлар), миллий туристик кластерлар (мамлакатнинг бир неча корхоналари ва ташкилотларини бирлаштирувчи), трансмиллий туристик кластерлар (уларнинг қатнашчилари хорижий компаниялардир).

Мавжуд ёндашувларни умумлаштириш ва тизимлаштириш асосида қуйидаги туристик кластер турларини ажратиш мумкин (1-жадвал).

[1] Митрофанова А. Н. Региональный туристский кластер как форма пространственной организации туризма (на примере Калининградской области). Автореферат диссертации на соискание учёной степени кандидата географических наук. Калининград. 2010.; Ульянченко Л.А. Региональные туристские комплексы и кластеры : монография / Л.А. Ульянченко, М.В. Виноградова, И.Г. Гладская. — М. : РУСАЙНС, 2015. — 152 с. Шепелев, И.Г. Туристско-рекреационные кластеры -механизм инновационного совершенствования системы стратегического управления развитием регионов / И.Г Шепелев, Ю.А. Маркова // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). – 2012. – № 3. – С. 10. Шепелев, И.Г. Туристско-рекреационные кластеры -механизм инновационного совершенствования системы стратегического управления развитием регионов / И.Г Шепелев, Ю.А. Маркова // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). – 2012. – № 3. – С. 10.; Большаков А.И. Современные подходы к определению туристских кластеров // Сервис в России и за рубежом. - 2012. - Т.33. - №6. - С.53.; Грицай М.А, Маевский Д. П., Кулагина Е.В. // Условия эффективной реализации туристских кластерных инициатив на территории Единого экономического пространства // Журнал Омский научный вестник, Выпуск№4 (121)/2013, с.56-60; Адамова К.З. Кластеризация в туристской отрасли как фактор глобализации // Материалы I международной научной конференции «Глобализация и туризм: проблемы взаимодействия» Саратов, 15–16 апреля 2009 г.

1-жадвал

Туристик кластер турлари

Таснифланиш белгилари:	**Туристик кластер турлари**
Ҳаётий циклига биноан	пре-кластерлар, янги яратилган, ўсувчи, етук, пасаювчи
Рақобатбардошлик кучи даражаларига кўра	кучли, уртача ва кучсиз рақобат даражали
Ривожланиш даражасига кўра	кучли, барқарор, потенциал, латент
Корхона ва ташкилотларнинг технологик ва инновацион ўсиш даражалари	юқори, ўрта ва паст технологик ўсиш кластерлари; юқори ва паст инновацион; Юқори ва паст технологик кластерлар
Иштирокчиларнинг ўзаро муносабат даражасига кўра	мавжуд, яширин ва потенциал кластерлар
Потенциалдан фойдаланиш даражасига қараб	ишловчи ёки кучли кластерлар, латент кластерлар, потенциал кластерлар
Ривожланиш динамикасига кўра	динамик ва статик ривожланаётган
Манбасига кура	“юқоридан пастга”, “пастдан юқорига”
Иштирокчи мамлакат сиёсатига кўра	давлатнинг “бошқариш” сиёсати, либерал сиёсат
Кластернинг келиб чикиш механизмига кўра	марказлаштирилган, бозор
Инновацияларни яратиш марказларининг иштирокига кўра	университетлар ва тадқиқот марказларида яратиладиган инновациялар; махсус корхонага тегишли инновация марказлари; инновацияга эга бўлмаган марказлар
Туристик саёхат мақсадларига кўра турлари	музей, ўйин-кулги, спорт, экология, этнографик, курорт, маданий ва бошқалар
Туристик ресурслар турига кўра	сув(денгиз,дарё,кўл), ўрмон, тоғ лар, аралаш ресурслар
Бошқариш шаклига кўра	бизнес тузилмалари томонидан бошқариладиган, давлат томонидан бошқариладиган, давлат-хусусий хамкорлик асосида бошқариладиган
Истеъмолчилар гуруҳи мақсадлари бўйича	туристик-рекреацион, автотуристик
Ташкил қилиш шаклига кўра	мақсадли ва тарихий

Рақобатбардошлик кучи даражаларига кўра туристик кластерлар глобал ва миллий лидерлар, ўрта ва кучсиз рақобатбардош позицияларга эга бўлган гуруҳларга бўлинади.

Ривожланиш нуқтаи назаридан қуйидаги туристик кластерларни ажратилиши мумкин:

Кучли - ўзига хос ва ихтисослашган хизматларнинг ривожланишидаги мувозанат, юқори ички рақобат, тадқиқот ва инновацион потенциалнинг жаҳон

даражасида ўсиши, қўшма лойиҳалар ва тармоқлараро ташкилотларнинг жадал алоқалари;

Барқарор - ҳамкорликдан етарлича ўсиш даражасига эришмасдан туриб, кластерларнинг ўзаро алоқалари доирасида, унинг барча элементларининг ижобий динамикасини намойиш қилиш;

Потенциал - кластер тузилмасининг бир текисда ривожланмаслиги ва индивидуал элементларнинг заифлиги билан тавсифланади, бироқ,кейинчалик ривожланиш учун яққол маълум бўлган рақобатбардош хомашё ва асосий факторлар мавжуд.

Латент - бир қатор жуда яхши ишлайдиган ташкилотлар ва компанияларни бирлаштиради, лекин умуман олганда, улар тўлиқ кластер тузилмасидан узоқда, унинг шаклланиш жараёни жуда секин кечади. Ушбу гуруҳлар тадқиқотчилар ва давлат идораларининг диққат-эътиборида туришига қарамасдан, мамлакатда иқтисодий ўсишнинг асосий кучлари сифатида қаралмайди.

Корхона ва ташкилотларнинг технологик ва инновацион ўсиш даражаларига кўра экспертлар туристик кластерларни қуйидагича ажратишади: юқори, ўрта ва паст технологик ўсиш кластерлари; юқори ва паст инновацион кластерлар; юқори ва паст технологик кластерлар.

Иштирокчиларнинг ўзаро муносабат даражасига кўра, қуйидаги уч турдаги туристик кластерлар фарқланади: мавжуд, яширин ва потенциал.

Потенциалдан фойдаланиш даражасига қараб, туристик кластерларни қуйидаги турлари мавжуд:

ишловчи ёки кучли бўлиб, унда барча иштирокчилар кластерлаштиришнинг афзалликларидан фойдаланадилар ва ўхшаш корхоналар ва ташкилотлардан кура кўпроқ ишлаб чиқарадилар;

латент кластерлар барча мавжуд имкониятларидан фойдалана олмайдилар;

потенциал кластерлар ривожлантириш учун бир қатор имкониятлар мавжу, лекин айрим ресурслар борасида камчиликлар мавжуд бўлган иштирокчи-компаниялар массаси кластери.

Ривожланиш динамикасига мувофиқ туристик кластерлари қуйидагиларга бўлинади: динамик ривожланувчи ва статик.

Кластерни яратиш манбасига кўра, улар "юқоридан пастга", яъни ҳукумат бошқаруви тарзида. Шунингдек, "пастдан юқорига", яъни бизнес ташкилотларида, академик институтлар. Адабиётларда, кўпинча, халқаро донор ташкилотларининг кластерларини шакллантириш ва қўллаб-қувватлашдаги роли ҳам қайд этилган.

Иштирокчи мамлакат сиёсатига кўра туристик кластерлар:

Давлатнинг "бошқариш" сиёсати - бундай сиёсат, асосан, иқтисодий ҳаётда фаол иштирок этадиган мамлакатларнинг расмий органлари томонидан қўллаб-қувватланади.

Давлатнинг либерал сиёсати - бундай кластерлар, одатда либерал иқтисодий сиёсатни олиб борувчи мамлакатларга хосдир. Қуйидаги 2-жадвалда ушбу икки сиёсатнинг фарқланувчи жиҳатлари келтирилган.

2-жадвал

Кластерларнинг фарқланувчи жиҳатлари

Давлатнинг "бошқариш" сиёсати	**Давлатнинг либерал сиёсати**
Хокимият даражасида худудларни ривожлантирувчи омиллар кластерлари кўрилади.	Либерал политикада бошидан бозор структурасини ривожлантириш бўйича шакллантирилган кластерлар кўрилади.
Тўғридан – тўғри инфратузилмани шакллантирувчи кластерлар тузилади: университетлар филиаллари, илмий-тадқиқот институтлари, аэропортлар, йўллар	Камдан –кам ҳолларда инфратузилмалар шакллантириш жараёнида қатнашади.
Ўз ҳохишлари билан қайси худудга оид кластер тузиш ва молиялаштиришни танлайдилар.	Ҳудудий бошқаришни рағбатлантириш бўйича кластерларни яратадилар, яратилган кластер бўйича жавобгарликни ўз зиммаларига оладилар.

Кластернинг келиб чиқиш механизмига караб, улар қуйидагиларга бўлинади:

Марказлаштирилган. Кластерларнинг мақсадли шаклланиши миллий ва минтақавий даражаларга хосдир. Давлат миқёсида кластерлар умуммиллий муаммоларни ҳал этишга қаратилган миллий сиёсатни амалга ошириш учун шакллантирилади. Ҳудудий кластерни ривожлантиришнинг мақсади - минтақанинг рақобатбардошлигини ошириш, унинг шаклланишини минтақавий сиёсат доирасида амалга ошириш.

Бозор. Бозор кластери шаклланиши тижорат ва (қисман) ҳудудий туристик кластерларга хосдир. Бозор кластери минтақа чегараларида иштирокчи-ташкилотларнинг рақобатдошлигини таъминлаш мақсадида шакллантирилади.

Ҳаётий циклига биноан қуйидаги кластерлар фарқланади: пре-кластерлар (туризм бозорини шакллантириш), яратилинаётган (туризм жараёни иштирокчилари ўртасидаги ҳамкорлик алоқаларини шакллантиришнинг бошланиши), ўсиш (ички ва ташқи алоқаларнинг пайдо бўлиши, туризм корхоналарининг муваффақиятли қўшма фаолияти), етуклик (кластер ичидаги уланишлар максимал даражага етиб боради), пасайиш (ўзаро алоқалар заифлашиб кетади ва тарқалади).

Инновацияларни яратиш марказларининг иштирокига кўра қуйидаги кластерлар ажратилади: университетлар ва тадқиқот марказларида яратиладиган инновациялар; махсус корхонага тегишли инновация марказлари; инновацияга эга бўлмаган марказлар.

Туристик саёхат мақсадларига кўра турлар: музей кластерлари, ўйин-кулги, спорт, экология, этнографик, курорт, маданий ва бошқалар кластер турлари. Одатда, бир сайёҳлик гуруҳида бир нечта сайёҳлар жалб қилинади.

Туристик ресурслар турлари бўйича: сув (денгиз, дарё, кўл) кластерлари, ўрмон кластерлари, тог кластерлари, аралаш кластерлар.

Бошқариш шаклига кўра қуйида келтирилган кластер турлари фарқланади: Бизнес тузилмалари томонидан бошқариладиган, давлат томонидан бошқариладиган, давлат-хусусий хамкорлик асосида бошқариладиган кластерлар.

Истеъмолчилар гуруҳи мақсадлари бўйича қуйидагича: Туристик-рекреацион кластерлар (бир-бирига боғлиқ рекреатцион ва маданий ориентация объектлари - жамоа турар жойлари, овқатланиш ва бошқа хизматлар) ва автотуристик кластерлар (бир-бирини тўлдирадиган туристик ва бошқа хизматларни тақдим қилувчи автотоуристлар учун корхоналар ва ташкилотлар).

Ташкил қилиш шаклига кўра: мақсадли (яратишга қаратилган ҳаракатлар натижаси) ва тарихий (табиий равишда маълум бир ҳудудда фаолиятнинг тарихий ривожланиши натижасида шаклланган) кластерлар фарқланади.

Зичлигига кўра: *қалин*, яъни юқори концентрацияли / кластердаги кўп сонли фирмалар кластери, *камёб* ёки тарқоқ, яъни кам сонли фирмалар кластери;

Кенглигига кўра кенг (турли хил бир-бирига боғлиқ маҳсулотларни ишлаб чиқаришни қамраб оладиган корхоналар); *тор* (бир ёки чекланган миқдордаги маҳсулотни ишлаб чиқаришга мослашган маълум миқдордаги корхоналардан иборат);

Инновацион қобилиятига кўра, юқори инновацион фаолият (инновацияларни ишлаб чиқариш учун ўз тузилмасидан фойдаланиш имкониятига эга бўлган кластерлар), *паст инновацион фаолият* (ўзининг имкониятларидан фойдалана олмаганлар кластери);

Ташкилий тузилишга биноан, турли ташкилотларнинг хилма-хил вариантлари мавжуд бўлиши мумкин, масалан: йирик корхона - кичик корхоналар ("ядро - муҳит"); фақат кичик фирмалар ёки "ядроси бўлмаган муҳит";

Мувофиқлаштириш механизмига кўра, барқарор бозор муносабатлари, қисқа муддатли коалиция, узоқ муддатли муносабатлар, иерархия;

Э.А. Монастир туристик кластерларни таснифлашни инновация яратиш марказларининг иштирокига кўра олиб боришни тавсия қилиб, туристик кластерларнинг кўплаб комплекс белгилари тавсифини аниқлаш имкониятини берадиган *туристик кластерларни бошқариш шаклини таснифлашни* таклиф қилган.

Шундай қилиб, туристик кластерларни таснифлаш бир неча мезонларга мувофиқ амалга оширилади: географик, тизимли, иқтисодий, ташкилий, ижтимоий ва бошқалар.

М.Т.Алимова – д.э.н. СамИЭС

СПЕЦИФИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СОЗДАНИЯ ТУРИСТСКОЙ СВОБОДНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЗОНЫ

По мере перехода общества к постиндустриальной стадии развития значение услуг в целом и, прежде всего, туристских услуг будет возрастать. Повышенный спрос на. туристские услуги по сравнению со спросом на чисто материальные блага не может не найти отражения в стоимости этих услуг и ресурсов. Не случайно во многих странах смешанной и. развитой экономики норма прибыли в сфере рекреации и туризма выше, чем в земледелии и добывающих отраслях.

За последние десятилетия туризм превратился в одну из наиболее динамично развивающихся и прибыльных отраслей мирового хозяйства. Согласно данным Всемирной туристской организации ежегодные международные туристские прибытия возросли с 1950 г. почти в 40 раз и составили в 2017 г. 1323 млн., а доходы от туризма достигли 1,340 трлн долл. в год[1]. На долю международного туризма приходится около 10% мирового ВВП, более 9% всех занятых в глобальной экономике[2].

Высокие темпы роста, способность к усилению деловой активности в смежных секторах экономики (строительство, транспорт и связь, торговля, финансы и т. д.), весомый вклад в повышение уровня занятости населения делают туриндустрию все более значимой отраслью национального хозяйства. Однако на сегодняшний день сфера туризма в Узбекистане еще не получила должного развития, на что указывает существенное отставание ее основных отраслевых параметров от аналогичных показателей ведущих экономик мира. Так, показатели, характеризующие долю занятых в сфере туризма (2,7 %) и ее вклад в структуру производства ВВП (менее 3,1 %), уступают общемировым в 3-4 раза [3] . Обеспеченность гостиничным фондом, предприятиями общественного питания, качество предоставляемых туристам услуг в Узбекистане также значительно уступают уровню стран – лидеров мирового рынка туризма.

Туризм, являясь отраслью экономики, аккумулирует мощные финансовые потоки и вносит значительный вклад в региональную экономику, способствуя развитию региона. Развитие индустрии туризма оказывает стимулирующее воздействие на такие секторы экономики, как транспорт, связь, торговля, строительство, сельское хозяйство, производство товаров народного потребления. Это позволяет государству решить вопрос о пополнении-доходной части как республиканского бюджета, так и бюджетов других уровней. Однако в Узбекистане вклад в ВВП от туризма составляет всего 3%, несмотря на то, что страна обладает колоссальным природным и, культурно-

[1] www.wto.org
[2] www.wttc.org
[3] www.wttc.org

историческим потенциалом, с помощью которого реально развивать, различные, виды туризма: экологический, оздоровительный, экстремальный, бизнес-туризм и речные круизы и т.д.

Мировой опыт показывает, что эффективным механизмом реализации возможностей той или иной территории для развития туризма является организация туристских особых экономических зон. Туристские особые экономические зоны являются своеобразным катализатором инвестиционных процессов и обеспечивают технологическое обновление производства при одновременном усилении его конкурентоспособности как в экономически развитых странах, так и в странах с переходной экономикой. В Узбекистане подобный опыт еще не получил широкого распространения.

Основные, цели создания СЭЗ туристского типа следующие:

обеспечение за счет создания СЭЗ диверсификации экономики региона;

стимулирование развития депрессивных регионов с низким промышленным потенциалом;

повышение занятости населения;

улучшение здоровья и качества жизни населения за счет роста доступности получения гражданами страны туристских и санаторно-курортных услуг;

рост туристских потоков;

сохранение окружающей среды, природных и культурных ценностей;

развитие инженерной; транспортной и. социальной инфраструктуры.

Туристские особые экономические зоны - не новое явление в мировой, практике, функционирования разнообразных особых экономических зон. В 120 странах насчитывается свыше трех тысяч различных СЭЗ с годовым оборотом 600 млрд. долл. В историческом плане, процесс анклавизации (enclavisation) туристической отрасли, то есть выделения специальных туристических зон на территории того или иного государства, начался с середины 1960-х годов в период активной деколонизации в мире. Экономический рост, охвативший страны Западной Европы, США в послевоенное время, способствовал образованию широкой прослойки людей с высокими доходами и потребностью к отдыху и путешествиям. В то же время во всем мире стали возникать новые независимые государства из числа бывших европейских колоний. Эти страны, еще недостаточно развитые в экономическом плане, оказались идеальными площадками для формирования туристско-рекреационной индустрии.[1]

Изначально, процесс анклавизации туристической отрасли был поддержан мировыми финансовыми институтами (Всемирный банк, Международный валютный фонд), предоставлявшими заемные средства властям вновь возникших государств для организации специальных зон развития туризма, объясняя, необходимость их создания тем, что они позволят создать новые рабочие места и привлечь инвестиции. Первые туристские анклавы появились в Египте, Тунисе, Марокко, Мексике, Индонезии, Кении, Танзании, Гамбии, островных странах Карибского бассейна (Ямайка, Барбадос и др.). В них

[1] Особые экономические зоны как форма территориальной организации туристической отрасли в России. Автореферат на соискание ученой степени канд.геогр.наук. Плисецкий Е.Е., Москва, 2012.

приезжали туристы преимущественно из европейских стран (Великобритании, Франции, Голландии, Испании, Германии, Португалии), а также Японии и США.

Однако очень быстро проявились и негативные последствия от осуществления туристической деятельности, повлиявшие на жизнь местного населения принимающих государств: 1) интенсивное использование туристских ресурсов привело к ухудшению качества и загрязнению окружающей среды, 2) несоответствие между культурными особенностями местного населения и приезжими породило ряд проблем социо- и этнокультурного характера. Активная же эксплуатация трудовых и природных ресурсов, направленная на ускоренное развитие туризма в анклавах, никак не сказалась на улучшении материального благосостояния местных жителей, поскольку подавляющая часть доходов распределялась между правящими кругами. Одним из примеров отрицательного влияния анклавизации может служить Zona Hotelera в Канкуне (Мексика) - туристический комплекс на 30 тыс. номеров, созданный на месте рыбацких поселений и фермерских кокосовых плантаций.

Впоследствии, первый неудачный опыт анклавизации туризма помог найти более совершенные и эффективные формы ее реализации, а также выработать новые принципы размещения специальных туристских зон. В зарубежных странах туристско-рекреационные возможности той или иной территории реализуются в рамках как отдельных туристских СЭЗ (на Филиппина, в Индии, Южной Корее, Панаме, Мексике и др.), так и в составе комплексных СЭЗ (в Китае, например, это СЭЗ «Шэньчжэнь», «Хайнань», во Вьетнаме - «Приморская Свободная экономическая зона» и др.). Проведенный нами анализ деятельности большого числа подобных территориальных образований позволяет выделить наиболее яркие примеры их успешной организации и функционирования, с целью обобщения изученного опыта и выработки концептуальной и эффективной модели СЭЗ, как для деятельности в сфере туризма.

В процессе исследований нами были изучены ряд научных трудов зарубежных ученых по международным базам научных исследований, таких как SCOPUS, Science Direct, Web of Science и т.п. На первом этапе мы постарались группировать научные результаты отражающихся как теоретико-методологические основы деятельности СЭЗ и зарубежный опыт, так и специфику СЭЗ по направлению сферы туризма.

На 22-ой международной экономической конференции IECS 2015 ученые во главе Л.Франтишека обратили внимание на основные принципы создания объектов особой экономической зоны, в частности применение кластерного подхода при формировании СЭЗ, а также подчеркнули в нем оптимальных производственных коммуникаций, которые обеспечивают устойчивое развитие с учетом экологических, экономических и социальных факторов.[1]

[1] Туристско-рекреационные зоны: оценка социально-экономической эффективности в условиях современной российской экономики. Л.И.Поройко // Вопросы предпринимательства и экономики, № 4, 2013 г.

Китайский ученый Дж.Вонг предлагает руководствоваться основами концептуальной политики экономической зоны, т.е. учитывать результаты:

во-первых, увеличение прямых иностранных инвестиций в объеме 58% на душу населения за счет экспорта;

во-вторых, не снижать внутренние инвестиции страны;

в-третьих, увеличение темпы роста общей производительности, т.е. поднять прирост производства на 0,6 процентных пункта с учетом деятельности СЭЗ[1].

Он считает, что принятие во внимание вышеизложенных условий и их реализация, приведет к увеличению значимости, особенно экономической эффективности СЭЗ.

В 2011 году М.Ливейн в своей статье по вопросам юридических прав на собственность при СЭЗ предлагает обратить внимание на ее экстра экономический процесс, которая требует устранения дисбаланса в деятельности всех участвующих хозяйствующих структур, т.е. субъектов экономической сферы[2].

В своем научном исследовании П.Пакденурита обращает особое внимание возможностям специально экономических зон, с учетом специфики подходящих для развивающихся стран[3].

Среди ученых стран СНГ большинство привилегированно научные исследования с учетом методологических подходов совершенствования свободно туристских зон. Например, Л. И. Поройко в своих исследованиях обращает внимание на кластерный метод при развитии туристско-рекреационных зон[4].

Вавилонская Т.В. рассмотрела структуры туристско-рекреационных комплексов (ТРК), где представлены результаты анализа мировой практики проектирования ТРК. А также в научных трудах показана взаимосвязь местоположения рекреационных территорий и урбанизированных систем; для каждого случая подсчитано функциональное наполнение комплекса и его процентное соотношение, где выявлены два принципиальных композиционных приема проектирования ТРК[5].

В научных исследованиях доктора экономических наук Ерохиной В.Е. проводится обзор и анализ практики становления и развития территорий с особым экономическим статусом, в том числе специальных (особых) экономических зон (СЭЗ), наукоградов, территорий опережающего развития.[6]

---

[1] The Economic Impact of Special Economic Zones: Evidence from Chinese Municipalities. Jin Wang. Hong Kong University of Science and Technology This Version, Sept, 2010

[2] Special Economic Zones and Accumulation by Dispossession in India. Michael Levien // Journal of Agrarian Change, Vol. 11 No. 4, October 2011, pp. 454–483

[3] Special Economic Zone: Facts, roles, and opportunities of investment. Pakdeenurit, P.A., Suthikarnnarunai N.B, Rattanawong W.A. Lecture Notes in Engineering and Computer Science, January, 2014

[4] Туристско-рекреационные зоны: оценка социально-экономической эффективности в условиях современной российской экономики. Поройко Л.И. // Вестник академии. №4-2013 (38). http://www.vestnik-mosap.ru/

[5] Принципы проектирования туристско-рекреационных комплексов в условиях свободной экономической зоны. Вавилонская Т.В. // Вестник СГАСУ. Градостроительство и архитектура, 2014, № 2 (15). С. 6-12

[6] Влияние территорий с особым экономическим статусом на пространственное развитие регионов. Ерохина Е.В. // Национальные интересы: приоритеты и безопасность 2015, № 36 (15). С. 12-29

Из отечественных ученых занимающихся изучением специфики свободно туристских зон, является Халим Хамраев. Главная цель его исследований – оказание услуг туристическо-рекреационного характера, а также эффективное использование потенциала региона для активизации внешнеэкономических связей. Он считает, что создание таких туристических зон в Узбекистане даёт большое преимущество для развития экономики, так как туризм является для республики перспективной отрасли экономики[1].

Нами было выявлено, что в большинстве научные исследования изучают специфические качества экономических зон, с учетом возможностей формирования при экономических и юридических условиях, в частности для развивающихся стран. Мы согласны, что для развития национальных экономик развивающихся стран при создании СЭЗ государством отводится важная роль в реализации преследуемых целей и задач, решаемых в экономическом и социальном развитии. И цели, преследуемые странами, образующими СЭЗ, зависят от уровня их экономического развития, социально-экономической ситуации, географических и естественных условий, их места в международном разделении труда и ряда других обстоятельств.

М.Т.Алимова – д.э.н. СамИЭС

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ СОЗДАНИЯ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ТУРИСТСКИХ СВОБОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗОН В УЗБЕКИСТАНЕ

Многие страны сформировали законодательную базу создания и функционирования СЭЗ. Так как это является основным требованием прочности основы деятельности СЭЗ. Разработка законопроекта в нашей стране началась в 1995 году[2].

Правительство Узбекистана тогда еще проводила тщательный анализ возможностей, которые предлагались в качестве механизма СЭЗ, и была обоснована готовность институтов национальной экономики к успешному и эффективному использованию данного механизма. В результате в 1996 году был принят Закон Республики Узбекистан «О свободных экономических зонах»[3].

Закон представлял собой весьма прогрессивный акт, предполагающий практическую либерализацию деятельности инвесторов на территории зон. Следует отметить, что в нём впервые нашли своё закрепление такие важные аспекты, как гарантии соблюдения прав и законных интересов инвесторов, в том числе иностранных на территории зоны; недопущение в какой-либо форме

[1] Концепция создания туристической экономической зоны “БУХОРО”. Х.Хамраев // ALATOO ACADEMIC STUDIES. 2016. № 2, С. 231-235

[2] Согласно Постановления Кабинета Министров Республики Узбекистан от 14.02.1995 г. N 54 «О реализации экономических реформ в 1994 году и основных направлениях их дальнейшего углубления»;

[3] Закон Республики Узбекистан от 25.04.1996 г. N 220-I «О свободных экономических зонах»;

национализации; возмещение убытков любым инвесторам от действий государственных органов.

Также были законодательно закреплены свободное ценообразование и денежное обращение (валютный режим) для деятельности в зоне, введен порядок регистрации иностранных предприятий и т.д.

Согласно данному закону под свободной экономической зоной понимается специально выделенная территория с четко определенными административными границами и особым правовым режимом, создаваемая в целях привлечения отечественного и иностранного капитала, прогрессивной технологии и управленческого опыта для ускоренного социально-экономического развития зоны.

На территории свободной экономической зоны допускаются любые виды хозяйственной, финансовой и иной деятельности юридических лиц и граждан (физических лиц), за исключением видов деятельности, запрещенных законодательством Республики Узбекистан.

Свободная экономическая зона создается решением Президента Республики Узбекистан. Статус свободной экономической зоны, а также срок, на который она создается, определяются решением о ее создании. Границы свободной экономической зоны определяются Кабинетом Министров Республики Узбекистан.

Продление срока функционирования и решение о прекращении статуса свободной экономической зоны осуществляется решением Президента Республики Узбекистан не менее чем за 3 года до истечения установленного срока действия зоны.

В Законе обозначено, что СЭЗ В Узбекистане могут создаваться в виде зон свободной торговли, свободных производственных зон, свободных научно-технических и иных зон. Закреплены гарантии прав и интересов юридических и физических лиц - резидентов СЭЗ.

Определено, что Программа развития свободной экономической зоны должна включать в себя создание производственной и рыночной инфраструктуры, обеспечение особого правового режима, меры экономического стимулирования деятельности юридических и физических лиц. Финансовое обеспечение программы развития свободной экономической зоны осуществляется за счет собственных ресурсов зоны и привлечения средств из частных и иных источников, включая международные программы, а также за счет средств, выделяемых республиканским и местным бюджетами на социально-экономическое развитие данной территории.

А также в Законе указаны особенности правового режима на территории создаваемых СЭЗ, порядок функционирования особых таможенного и валютного режимов, а также предоставление льгот по налогам и другим обязательным платежам.

Установка особого режима внешнеэкономической деятельности (таможенного, валютного, налогового и другие) для свободных экономических зон на территории Республики Узбекистан закреплена также в статье 28 Закона

Республики Узбекистан от 26 мая 2000 года № 77-II «О внешнеэкономической деятельности».

Свободная экономическая зона имеет самостоятельный бюджет. На стадии формирования свободной экономической зоны возможно привлечение средств из республиканского и местного бюджетов в форме представления кредитов или прямого инвестирования объектов производственной и социальной инфраструктуры.

Бюджет свободной экономической зоны формируется от поступлений за сдачу в аренду земли, зданий и сооружений, находящихся в пользовании и управлении Административного совета свободной экономической зоны, за оказание услуг и других поступлений, не запрещенных законодательством.

Большое внимание в Законе уделено вопросам управления свободными экономическими зонами. Так деятельность свободной экономической зоны координируется Административным советом, который образуется Кабинетом Министров Республики Узбекистан. Административный совет возглавляет председатель.

В полномочия Административного совета входит:

осуществление контроля за соблюдением особого правового режима;

разработка программы развития свободной экономической зоны;

осуществление отбора инвесторов для размещения в свободной экономической зоне;

координация деятельности органов государственного управления, органов государственной власти на местах по вопросам, связанным с функционированием свободной экономической зоны;

установление дополнительных условий для привлечения инвестиций в свободную экономическую зону;

рассмотрение и утверждение ежегодного бюджета свободной экономической зоны.

Также Административный совет может осуществлять и иные полномочия в соответствии с законодательством. Решения Административного совета, принятые в пределах его компетенции, являются обязательными для исполнения всеми участниками хозяйственной деятельности на территории свободной экономической зоны.

Органом оперативного управления свободной экономической зоны является дирекция свободной экономической зоны, являющаяся юридическим лицом, которое создается в порядке, установленном законодательством.

Функции Дирекции заключаются в:

обеспечении действия особого правового режима;

осуществлении контроля за надлежащим выполнением обязательств инвесторов, отобранных Административным советом;

обеспечении реализации программы развития свободной экономической зоны;

осуществлении регистрации участников хозяйственной деятельности (юридических и физических лиц) на территории свободной экономической зоны;

обеспечении контроля за улучшением экологической обстановки, а также на нее возложена ответственность за сохранность историко-культурных ценностей.

Дирекция может осуществлять и иные полномочия в соответствии с законодательством, но она не вправе вмешиваться в оперативную хозяйственную, финансовую и иную деятельность юридических и физических лиц, за исключением случаев, установленных законодательством.

Последнее изменение данного Закона произошло после создания свободной индустриально-экономической зоны «Навои». [1]

В целом, обновление законодательства было направлено на повышение привлекательности СЭЗ для размещения в них высокотехнологичных, экспорто-ориентированных производств, отвечающих приоритетам экономической политики государства; регламентирование порядка создания и функционирования СЭЗ, определение сроков функционирования этих зон, функций и компетенции государственных органов, прав и обязанностей участников; усиление норм, предоставляющих гарантии инвесторам при изменении законодательства, а также увеличение сроков предоставления гарантий.

Изменения и дополнения, внесенные в Закон «О свободных экономических зонах», должны обеспечить дальнейшее развитие и поддержку отраслей экономики Узбекистана, послужить повышению эффективности предпринимательской деятельности и привлечению инвестиций, технологий и методов современного менеджмента, а также созданию в стране новых высокоэффективных и конкурентоспособных производств.

Следует отметить, что на сегодняшний день в Узбекистане уделяется особое внимание развитию свободных экономических зон как важного фактора привлечения иностранных инвестиций, прежде всего прямых, для создания современных высокотехнологичных производств, обеспечивающих выпуск конкурентоспособной продукции с высокой добавленной стоимостью на базе углубленной переработки местных минерально-сырьевых ресурсов, комплексного и эффективного использования производственного и ресурсного потенциала регионов республики, создания на этой основе новых рабочих мест и повышения доходов населения.

Создана прочная законодательная и нормативная база, регламентирующая деятельность СЭЗ, сформирована широкая система налоговых и таможенных льгот и преференций, способствующая привлечению в развитие СЭЗ как иностранных, так и отечественных инвестиций. В настоящее время функционируют 17 СЭЗ (СЭЗ «Джизак»[2], СЭЗ «Ангрен»[1], СЭЗ в Навоийской

[1] В настоящий Закон внесены изменения в соответствии с Законом РУз от 25.04.2003 г. N 482-II, Законом РУз от 14.12.2005 г. N ЗРУ-11, Законом РУз от 10.10.2006 г. N ЗРУ-59, Законом РУз от 23.09.2009 г. N ЗРУ-224;

[2] Указ Президента Республики Узбекистан от 18.03.2013 г. N УП-4516 "О создании свободной экономической зоны "Джизак";

области[2], СЭЗ «Ургут», СЭЗ «Гиждуван», СЭЗ «Коканд», СЭЗ «Хазарасп»[3], СЭЗ «Нукус-фарм», СЭЗ «Зомин-фарм», СЭЗ «Косонсой-фарм», СЭЗ «Сирдарё-фарм», СЭЗ «Бойсун-фарм», СЭЗ «Бустонлик-фарм», СЭЗ «Паркент-фарм»[4], СТЗ «Чарвак»[5], СЭЗ «Сирдарё»[6], СЭЗ «Спорт»[7], СЭЗ «Балик ишлаб чикарувчи»[8]) и одна СТЗ «Чарвак».

В частности, при создании зон касающихся туристической сферы, справедливо учесть ряд условий, созданных в последнее время, т.е. Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан «Об организационных мерах по реализации проекта «строительство туристской зоны «Кадимий Бухоро»» (№ 825 от 14 октября 2017 г.) и Постановление Президента Республики Узбекистан «О мерах по созданию туристской зоны «Эски Шахар» в городе Ташкенте» (№ ПП-3260 от 7 сентября 2017 г.). Данные указания были установлены в целях дальнейшего повышения туристского потенциала республики, в частности развития туристской отрасли с использованием имеющихся ресурсов. Еще одним из актуальных задач страны можно считать Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан «О мерах по организации деятельности свободной туристской зоны «Чарвак»» (№ 365 от 15 мая 2018 г.). на основании Указ Президента Республики Узбекистан «О создании свободной туристской зоны «Чарвак» (№ УП-5273 от 5 декабря 2017 г.).

В целях дальнейшего развития и повышения эффективности использования туристского потенциала Ташкентской области, создания благоприятных условий для широкого привлечения в регион иностранных и местных туристов, обеспечения динамичного развития современной инфраструктуры, расширения и улучшения качества предоставляемых туристских, гостиничных и транспортных услуг было согласовано соответствующими органами о:

создании свободной туристской зоны «Чарвак» в пределах Чимган-Чарвакской курортно-рекреационной зоны Ташкентской области;

строительстве на территории свободной туристской зоны современных гостиничных комплексов, культурно-оздоровительных, торгово-

---

[1] Указ Президента Республики Узбекистан от 13.04.2012 г. N УП-4436 "О создании свободной экономической зоны "Ангрен";

[2] Указ Президента Республики Узбекистан от 02.12.2008 г. N УП-4059 "О создании свободной экономической зоны в Навоийской области";

[3] Указ Президента Республики Узбекистан от 12.01.2017 г. N УП-4931 "О создании свободных экономических зон "Ургут", "Гиждуван", "Коканд" и "Хазарасп";

[4] Указ Президента Республики Узбекистан от 03.05.2017 г. N УП-5032 "О создании свободных экономических зон "Нукус-фарм", "Зомин-фарм", "Косонсой-фарм", "Сирдарё-фарм", "Бойсун-фарм", "Бустонлик-фарм" и "Паркент-фарм";

[5] Указ Президента Республики Узбекистан от 05.12.2017 г. N УП-5273 "О создании свободной туристской зоны "Чарвак";

[6] Указ Президента Республики Узбекистан от 12.04.2018 г. N УП-5412 "О мерах по созданию свободной экономической зоны «Сирдарё»;

[7] Указа Президента Республики Узбекистан от 5 марта 2018 года № УП-5368 «О мерах по коренному совершенствованию системы государственного управления в области физической культуры и спорта»;

[8] Постановление Президента Республики Узбекистан от 06.04.2018 г. № ПП-3657 «О дополнительных мерах По ускоренному развитию Рыбной отрасли»;

развлекательных и других объектов туристского назначения, а также создании объектов современной инженерной инфраструктуры.

Далее были определены основные задачи и направления деятельности свободной туристской зоны:

привлечение инвестиций иностранных и отечественных инвесторов для реализации проектов по созданию в свободной туристской зоне современных объектов туристской инфраструктуры (гостиничные комплексы, культурно-оздоровительные, торгово-развлекательные и другие объекты туристского назначения), специальных функциональных и сезонных зон рекреационного отдыха с обеспечением необходимых условий для обслуживания туристов;

создание уникальных туристических маршрутов с учетом возможностей эко-среды региона;

обеспечение доступности транспортных средств, внедрение новых видов транспортного движения в регионе (поезд, электропоезд, автобус), в том числе на альтернативных источниках энергии, расширение маршрутов пассажирского транспорта, организацию его бесперебойного движения, развитие соответствующей транспортной инфраструктуры;

создание дополнительных условий безопасности пребывания туристов, в том числе путем оборудования объектов туристской инфраструктуры системами видеонаблюдения, организации систем предупреждения, внедрения единой информационной базы данных о туристах, прибывающих на территорию региона, системы предоставления экстренной помощи в чрезвычайных ситуациях;

обеспечение установленного особого таможенного и налогового режимов для субъектов предпринимательства и инвесторов (включая иностранных), реализующих проекты и осуществляющих деятельность на территории свободной туристской зоны;

реализацию проектов по созданию уникальной экологической системы на основе внедрения, в порядке эксперимента, новых современных энергосберегающих систем и технологий с применением альтернативных и возобновляемых источников.

Здесь нужно отметить, что данным указом были установлены, что:

свободная туристская зона является свободной экономической зоной;

на свободную туристскую зону и субъектов предпринимательства, зарегистрированных в качестве участников свободной туристской зоны, распространяются положения законодательства о свободных экономических зонах, включая все льготы и преференции, предусмотренные для свободных экономических зон и их участников;

срок функционирования свободной туристской зоны составляет 30 лет с возможностью его последующего продления;

свободная туристская зона может быть определена в виде единой территории, а также в виде раздельных территорий в пределах Чимган-Чарвакской курортно-рекреационной зоны.

Далее, была разработана концепция на основе постановления Кабинета Министров Республики Узбекистан «О мерах по организации деятельности свободной туристской зоны «Чарвак»» (№ 365 от 15 мая 2018 г.) направленная на развитие туристского потенциала Ташкентской области, повышение ее роли и вклада в экономику региона, диверсификации и улучшение качества туристских услуг, расширение туристской инфраструктуры в комплексе с объектами транспортно-коммунальной инфраструктуры, формирование новых туристских маршрутов, ознакомление отечественных и иностранных туристов с историко-культурным наследием региона, улучшение условий для отдыха и туризма населения, а также создание новых рабочих мест в сфере оказания туристских услуг и повышение занятости и благосостояния населения.

З.И.Усманова – СамИСИ “Маркетинг” кафедраси ўқитувчиси, PhD.

ТУРИСТИК-РЕКРЕАЦИОН САЛОҲИЯТНИ БАҲОЛАШ ЖАРАЁНИ

Бугунги кунда олимлар томонидан туристик-рекреацион ресурслар тушунчасини рекреацион фаолият учун қулай шарт-шароитлар яратувчи турли компонентлар ва табиий ҳамда антропоген омилларнинг тўплами сифатида қабул қилиш таклиф қилинмоқда. Дарҳақиқат, туристик ресурслар рекреацион ресурсларнинг катта қисмидаги гуруҳи бўлиб ҳисобланади. Уларни табиий муҳитдаги элементлар йиғиндиси, ҳамда туристларнинг турли хил эҳтиёжларини қондириш ва туристик экскурсион хизматларни ишлаб чиқариш учун яроқли сифатида қарашимиз мумкин. Бундай рекреацион салоҳиятни баҳолаш – “субъект” ва “объект” ўртасидаги яъни инсон ва уни ўраб турган табиий муҳит элементлари ўртасидаги, ҳамда бир-бири билан узвий боғлиқ бўлган объектлар ўртасидаги ўзаро муносабатларни акс эттирувчи мураккаб тадқиқот жараёни бўлиб ҳисобланади.Таклиф этаётган жараёни баҳолаш бир нечта мажбурий бўлган босқичлардан иборат:

баҳолаш объектини – табиий элементлар, уларнинг компонентлари ва хусусиятларини аниқлаш;

баҳолаш юритилаётган нуқтаи назардан баҳолаш субъектини аниқлаш;

субъектнинг тадқиқот мақсади ва хусусиятлари, унинг кўлами билан белгиланадиган баҳолаш меъзонларини аниқлаш;

баҳолаш шкалаларининг параметрларини ишлаб чиқиш;

хусусий ва интеграл баҳолашларни амалга ошириш.

Туризмни ривожлантириш учун ҳудудни баҳолаш бугунги куннинг энг муҳим ва мураккаб бўлган масалаларидан бири бўлиб ҳисобланади.

Табиий муҳит ёки ижтимоий-маданий ресурсларни баҳолашда уларнинг объектив хусусиятларигина акс эттирилмасдан, субъектив омилларни, уларни бевосита дам олувчилар, туристлар ва туристик фаолият ташкилотчилари томонидан, уларнинг нуқтаи-назари билан баҳолашни ҳам ҳисобга олиш зарур бўлади. Баҳолаш туристларнинг турли эҳтиёжларини қондириш учун мазкур ҳудуднинг яроқлилиги нуқтаи-назари билан ўлчаниши бир қаторда

муҳандислик бино ва иншоотларни қуриш имкониятлари, ҳудудни ободонлаштириш, туристик соҳа корхоналарининг самарали фаолият кўрсатиши, туризм фаолияти билан маҳаллий аҳолининг хўжалик фаолияти ўртасидаги зиддиятларсиз амалга оширилиши зарур.

Ҳудудий объектнинг туристик-рекреацион салоҳиятини объектив баҳолашга имкон берувчи тамойиллар қуйидагилардан иборат бўлади:

рекреацион-ресурс салоҳиятини мажмуали баҳолаш, яъни ҳудуднинг мумкин бўлган барча рекреацион ва туристик ресурслар жозибадорлигини ўрганиш ва баҳолаш;

мазкур жойда туризмни ривожлантириш учун имкон берувчи ёки тўсиқ бўлувчи ва ҳудудга туристлар оқимининг миқдор тавсифига таъсир кўрсатувчи ташқи муҳит омилларини ҳисобга олиш;

мазкур ҳудудда мавжуд туристик-рекреацион ресурслари бўйича туризмни ривожлантиришга имкон берувчи туризмнинг турларини танлаш;

туристик-рекреацион ресурсларни юқори миқдорини баҳолаш, яъни ресурснинг аниқ туридан фойдаланиш чегарасини аниқлаш;

ҳудудий объектнинг ресурслар имкониятларидан фойдаланиш даражасига таъсир этувчи туристларни қабул қилиш салоҳиятини, албатта, эътиборга олиш зарур бўлади. Ҳудуднинг қабул қилиш салоҳияти – бу маҳаллий ресурсларга жиддий зарар кўрсатмасдан ҳамда саёҳатдан салбий таассуротларсиз ва маҳаллий аҳолига ижтимоий-иқтисодий муаммолар келтирмайдиган ҳолатда объектнинг юқори даражада бардош бера оладиган максимал юкламасига айтилади.

Туристик-рекреацион ресурсларни баҳолаш бир неча жараёнларда ёки кўрсаткичларнинг бир неча гуруҳларида олиб борилди. Шунга қарамасдан, салоҳиятнинг барча таркибий қисмларини миқдор жиҳатидан баҳолаб бўлмайди. Шунинг учун якуний жамланма баҳолашда сифат жиҳатидан баҳолашни миқдорий баҳолашга ўтказиб оламиз. Сифат шкаласининг чегаралари, одатда, қуйидагича бўлади: «-ўта паст,-паст,-ўртача,-юқори,-ўта юқори». Сўнг сифат шкаласини беш балли тизимга келтириб оламиз. Кейин балларни оддий тарзда қўшиб, жамланма баллни чиқариб олиш амалга оширилади.

Ҳар қандай объект ёки ҳудуднинг туристик-рекреацион салоҳиятини интеграл баҳолаш нисбий бўлиб ҳисобланади. Чунки у сифат кўрсаткичларини ўзида жамлайди ва бошқа объектнинг салоҳияти билан таққослаш натижасида фикрлаб талқин қилиниши мумкин бўлади.

Туризм соҳаси ташкилотчилари нуқтаи назаридан технологик жиҳатлари қолиб, туристик-рекреацион хизматларнинг бевосита истеъмолчиси нуқтаи-назаридан ҳудудни баҳолаш энг истиқболли бўлиб ҳисобланади.

Туризмни ривожлантириш учун замин яратиш ва шарт-шароитларнинг барча тўпламини интеграл баҳолаш табиий ва ижтимоий-иқтисодий таркибий қисмларни баҳолаш йиғиндисидан ташкил топади.

Аҳамиятлилик коэффициентларини ҳисобга олган ҳолда аниқ ҳудуднинг туристик-рекреацион салоҳиятини баҳолаш (О)нинг интеграл кўрсаткичини аниқлаш қуйидагича амалга оширилади:

$$\mathbf{O} = Т к_т + Ик_и + ЭКэ + ХКх + ИИК_{ии}$$

Бу ерда: Т – транспорт қулайликнинг мавжудлиги.

И – туристик-рекреацион инфратизмнинг мавжудлиги.

Э – экологик жиҳатдан қулай бўлган ҳудуд.

Х- ҳудудлардаги туристик-рекреацион фаолият объектларнинг мавжудлиги бўйича уларни салоҳиятига қараб баҳолаш.

ИИ – ҳудуднинг ижтимоий-иқтисодий кўрсаткичлари.

Кўрсаткичлар параметрларини саралаб олишда муҳим ўринни иқтисодий вазифаларни ечишда қабул қилинадиган, уларнинг ҳар бирининг нисбий аҳамиятини аниқлаш лозим бўлади. Бироқ, шуни қайд қилиш керакки, саралаб олинган омилларнинг турли хил таъсири натижасида улар етарли бўлмаслиги мумкин, шунинг учун баҳолашда турли кўрсаткичлардан ёки аҳамиятлилик даражаси бўйича коэффициентлардан фойдаланиш зарурияти туғилади. Шу мақсадларда ҳар бир гуруҳдаги кўрсаткичлар учун мос равишда аҳамиятлилик коэффициентидан фойдаланамиз. Аҳамиятлилик коэффициенти таққослаб баҳоланадиган ҳудуднинг танлаб олинган у ёки бу кўрсаткичнинг муҳимлилик даражасидан келиб чиқиб, эксперт сўров усули билан аниқланди.

Эксперт сифатида туризмни ривожлантириш Давлат қўмитаси Самарқанд вилояти бошқарув ходимлари ва вилоят ҳокимиятининг туризмни ривожлантириш масалалари бўйича бўлинма мутахассислари қатнашдилар. Эксперт баҳолаш натижалари 1- жадвалда келтирилган.

1-жадвал

Таққослашни амалга оширадиган кўрсаткичларни аҳамиятлилик коэффициентини экспертлар томонидан баҳолаш

Эксперт-лар номери	**Кўрсаткичлар**					**Сумма К=1**
	транспорт қулай-лигининг ҳолати	**туристик-рекре-ацион инфратизмнинг ҳолати**	**экологик жиҳатдан қулай бўлган ҳудуд**	**ҳудудлардаги рекреацион-туристик фаолият объектларнинг мавжудлиги**	**ҳудуднинг ижтимоий-иқтисодий ҳолати**	
	$К_Т$	$К_И$	$К_Э$	$К_Х$	$К_{ИИ}$	
1	0,15	0,15	0,05	0,55	0,1	1
2	0,05	0,35	0,05	0,5	0,05	1
3	0,05	0,2	0,05	0,55	0,15	1
4	0,2	0,3	0,05	0,4	0,05	1
5	0,05	0,25	0,05	0,5	0,1	1
Ўртача қиймати	0,1	0,25	0,05	0,5	0,1	1

Тадқиқ қилинадиган ҳудудда жараённи олиб бориш қатор қийинчиликлар билан бажарилди, жумладан, зарурий миқдордаги маълумотларнинг мавжуд эмаслиги ва уларнинг етарли даражада тизимлаштирилмаганлиги, бу эса, ўз

навбатида рекреацион тизимнинг етарли даражада ривожланмаганлиги билан боғлиқ эканлиги аниқланди. Бу вилоятдаги қатор рекреацион объектларнинг тавсифини баҳолаш учун имкониятларни чеклайди. Ҳудуд туристик-рекреацион салоҳиятини синтетик баҳолаш мақсадида битта рекреацион объектга боғланган гетероген кўрсаткичларини ўрганиш кўп ўлчовли гетероген таснифни ўрганиш заруриятини келтириб чиқарди.

И.С. Тухлиев – СамИСИ профессори, и.ф.д.
З.И.Усманова – СамИСИ “Маркетинг” кафедраси ўқитувчиси, PhD

ЎЗБЕКИСТОНДА ТУРИСТИК-РЕКРЕАЦИОН САЛОҲИЯТНИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ МИНТАҚАВИЙ ГЕОАХБОРОТ ТИЗИМИНИ ШАКЛЛАНТИРИШ ХУСУСИЯТЛАРИ

Бугунги кунда ахборот таъминотининг иштироқисиз туристик маҳсулотни шакллантириш, силжитиш ва реализация қилиш мумкин эмас. Туризмни бошқариш ташкилотлари ва туристик фирмалар ўз ишида доимо ахборот технологияларини ўзлаштириш муаммосига дуч келмоқда. Ахборот технологиялари-туризм бизнесининг халқаро интеграциясини ахборот билан тўйинган соҳаси сифатидаги зарурий шарт-шароитлари ҳисобланади. Ҳудуднинг туристик салоҳиятини тадқиқ этишда ва уларнинг дастурларини ишлаб чиқиш ҳамда ўзлаштиришда мутахассислар маконнинг турли томонларини ифодаловчи кўпгина ахборотларга тўқнаш келмоқдалар. Бундай турдаги ахборотларга ишлов беришнинг алмаштириб бўлмайдиган воситаси бугуги кунда геоахборот тизимлари бўлиб ҳисобланади (ГАТ).

Умумий маънода ГАТ – маконда мувофиқлаштирилган маълумотларни йиғиш, сақлаш, уларга ишлов бериш, кириш, уларни акс эттириш ва кенг тарқатиш каби амалларни бажарувчи ахборот тизими бўлиб ҳисобланади.

Ўзбекистонда ягона туристик геоахборот тизимини ишлаб чиқиш бир вақтнинг ўзида туристик ресурслар ва объектлар тўғрисидаги ахборотларни йиғиш ҳамда таҳлил қилиш, туризмни ривожлантиришнинг минтақавий ГАТларини шакллантириш билан амалга оширилиши зарур бўлмоқда.

ГАТ таркиби қоидага кўра, қуйидаги тўртта мажбурий тизимостиларни ўз ичига олишини қайд қилишимиз зарур:

ахборотларни киритишда турли манбалардан олинган мавҳум маълумотларга ишлов бериш ва уларни киритиш учун хизмат қилади (харита ва х.к.);

турли кўринишдаги ахборотларни тақдим этиш (хариталар, жадваллар, блок-диаграммалар,ҳудуднинг рақамли моделлари ва ҳ.к.)

ГАТ ҳудуд тўғрисида барча зарурий картографик ва мавзули ахборотларни олиш орқали ҳудудда юз берадиган ҳар қандай вазиятга оператив жавоб бериш имконини беради. У исталган харита, режа ва схемаларни бир вақтнинг ўзида тузиш билан картометрик тадқиқотлар ўтказишдан иборат.

ГАТ асосида турли жараёнларни, ҳодисаларни моделлаштириш ва вақт давомида уларнинг ҳолатининг ўзгаришини ўрганиш мумкин. Масалан,

экологик вазиятнинг ўзгариши, табиий офатларнинг ўзгаришини ва ҳ.к. ГАТ таркиби ва уни тўлдириш ечиладиган илмий ва амалий вазифалар билан аниқланади. Шуни қайд қилиш керакки, ГАТ хариталарини визуаллаштириш ҳисобот ҳужжатлари, уч ўлчамли тасвирлар, графиклар,жадваллар,диаграммалар,суратлар ва мультимедиа воситалари билан тўлдирилиши мумкин. Бу элементларнинг барчасидан ГАТ ёрдамида турмаҳсулотни силжитишда кенг фойдаланиш зарур, чунки улар унинг интерфаоллигини ва жозибадорлигини оширади.

Бугунги кунда туризм геоахборот технологиялари қўлланиладиган одатий соҳа бўлиб ҳисобланади. Бизнинг мамлакатимизда уларни, одатда, туристик хариталар, буклетлар ва ичига харита ҳамда схемалар кирадиган бошқа электрон, нашрли маҳсулотларни тайёрлаш учун фойдаланилмоқда. Ҳозирги пайтда ўзида бой тарихий-маданий меъросга, ноёб табиий салоҳиятга эга бўлган ҳудудлар учун қуйидаги вазифаларни ечишга ёрдам берувчи кенг профилдаги амалий геоахборот тизимини шакллантириш зарур бўлмоқда:

ҳудуднинг табиий ва тарихий-маданий ёдгорликларини, туризмга хизмат кўрсатувчи корхоналарни ва туризм йўналишларини ҳисобга олиш;

туристлар оқимини таҳлил қилиш;

ҳудуднинг ривожлашини режалаштириш ва ҳ.к.

Туристик ГАТларни яратиш ва ундан фойдаланиш афзалликларига қарамасдан, уларни ишлаб чиқиш, жорий қилиш ва ундан фойдаланишнинг бир қанча: ахборот, техник ва молиявий муаммолари мавжуд. Туристик ресурслар тўғрисидаги маълумотларни йиғиш мураккаб ва кўп меҳнатни ҳамда катта молиявий маблағларни талаб қиладиган жараён бўлиб ҳисобланади. Шуни қайд қилиш керакки, Ўзбекистонда туризмни ривожлантиришнинг ягона геоахборот тизимини яратиш ишлари олдин бошланган, бироқ уни ишлаб чиқиш турли ташкилот, тармоқ ва муҳими давлат томонидан ҳамкорликдаги жараёни талаб этмоқда. Туризмни ривожлантиришнинг минтақавий геоахборот тизимларини шакллантириш кўпгина вазифаларни ечишга имкон беради.

Туризмсоҳасини бошқаришдаги геоахборот тизимини шакллантиришнинг ўта муҳим ҳисобланган вазифаларини батафсил кўриб чиқамиз.

ГАТни шакллантиришнинг асосий муаммоларидан бири бўлиб, минтақа туристик-рекреацион салоҳияти тўғрисидаги ахборотларни йиғиш ва уни тақдим этиш ҳисобланади. Шуни қайд қилиш керакки, ҳозирги вақтда туристик ресурсларни баҳолаш ва ахборотларни йиғишнинг услубий базаси энди шакллантирилмоқда.

Ахборотларни йиғиш, туристик ресурслар ва объектларни баҳолаш

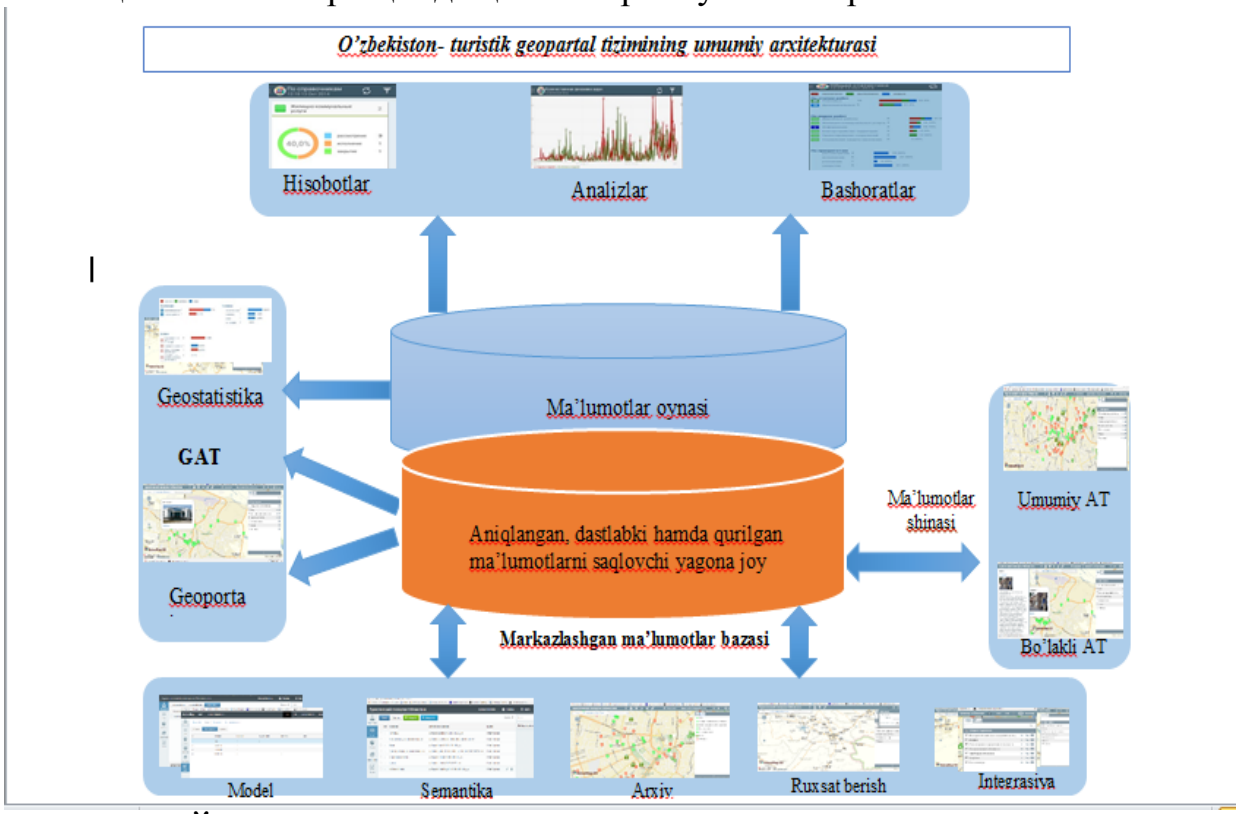
Туристик ГАТнинг услубий таъминоти туристик ресурслар ва уларни баҳолаш тўғрисида айтиш жоизки, минтақаларнинг туристик-рекреацион салоҳиятининг таркибий қисми бўлган туристик ресурсларни ва уларнинг шарт-шароитларини мажмуали баҳолаш ҳамда ахборотлар йиғишнинг стандарт услубларини аниқлаш билан боғлиқ. Албатта, туристик ресурсларни баҳолашнинг универсал усулини ишлаб чиқиш етарли даражада мураккаб иш ҳисобланади, бироқ баҳолашнинг мажмуали ёндашувидан фойдаланиш керак,

яъни туристик ресурсларнинг ҳамма гуруҳларини интеграл баҳолаш зарур (табиий-иқлим, тарихий-маданий, ва минтақа иқтисодиётининг ҳолати ва туризм инфратузилмаси киритилган туристик ресурслар).

Маълумотлар базаси ва банкини шакллантириш

Тарихий-маданий объектларнинг, туристик маршрутларнинг, туризм инфратузилмаси объектларининг маълумотлар базасини ва банкини шакллантириш яратиладиган туризм ГАТнинг зарурий элементи бўлиб ҳисобланади.

Туризм ахборотларини айнан мана шундай сақлаш асосида ва аналитик инструментлар ёрдамида туристик ГАТ ўзининг қимматлилигини касб этади ҳамда интерактив аҳамиятга эга бўлади. У туристик маршрутларни мустақил лойиҳалаштириш, шинамлик бўйича жойлаштириш воситаларини таққослаш, қўшимча хизматлар тўпламини танлаш ва ҳ.к.лар имконини беради. Ресурс маълумотлари банки ва базасини яратиш республика ва минтақалар реестрлари, расмий манбалар асосида шакллантирилади, лекин лойиҳалаштириладиган ГАТ ларда туризм индустрияси ташкилотларининг ва минтақаларнинг мустақил ташкил қилган сайтлари ҳамда ҳаволалари бўлиши керак.



1-Расм. Ўзбекистон туристик геотизимининг умумий архитектураси

Туризм ГАТида янада кенг имкониятлар геомакон маълумотларидан фойдаланиш учун туризм объектларининг суръатини, видеороликларни, аудио ёзувларни, 3D – таъсвирларини ва ҳ.к.ларни жойлаштириш мақсадга мувофиқ бўлади. ГАТ ёрдамида агар веб-камералар қўйилган бўлса ва сервер билан алоқалар таъминланса, воқеали туризм тадбирларини Онлайн орқали трансляция қилиш мумкин бўдади.

Интегрирлашган ГАТ, ИГИС (integrated GIS, IGIS) ГАТнинг функционал имкониятини ва ягона интегрирлашган муҳитда таъсвирларнинг рақамли тизимда ишлашини тўлдиради.

Алоҳида таъкидлаш жоизки, ГАТ хариталарини визуаллаштириш (кўз билан чамалаш) ҳисобот ҳужжатлари, уч ўлчамли таъсвирлар, графиклар, жадваллар, диаграммалар, суратлар ва бошқа мультимедиа воситалари билан осон қўшимча қилиш мумкин. Бу элементларнинг барчасидан ГАТ ёрдамида турмаҳсулотни силжитишда кенг фойдаланиш зарур, чунки улар ГАТнинг интерфаоллиги ва жозибадорлигини таъминлайди.

Ўзбекистон минтақавий геотизимининг технологик компонентaлари архитектурасида асосий дастурий маҳсулотлар халқаро стандартлар ва технологиялар асосида ишлаб чиқилган очиқ кодли дастурий маҳсулотлардан фойдаланилган. Барча дастурий таъминотлар Java Enterprise Editionархитектураси асосида қурилган (1-расм). Ташқи ахборот тизимлари ва ресурслари билан ахборот алмашишни таъминлаш учун OGC Web Map Service (WMS), Web Map Tile Service (WMTS), Web Feature Service (WFS) стандартлари ва интеграция учун эса сервисга мўлжалланган SOAP архитектураси қўлланилган.

Ҳудуднинг туризмга ихтисослашувини аниқлаш

Ҳудуднинг туризмга ихтисослашувини аниқлаш, мавзули хариталар ва иловаларни яратиш - бу туристик ресурслар таҳлили ва ГАТнинг техник амалга ошириш натижасидир. Алоҳида гуруҳдаги ресурслар ҳолати минтақаларнинг туризмга ихтисослашувини белгилайди (масалан, шинам иқлим шароитлари ва бой табиий ресурслари, даволаниш ҳамда рекреацион туризмнинг ривожланишига, ҳудудда маданий ресурсларнинг кўплиги танишув туризмини ривожлантиришга имкон беради). Минтақалар йўналишлари бўйича кам ихтисослаштирилган ёки кўп профилли бўлиши мумкин. Одатда, туристик фаолиятга ихтисослашув мавзули картография материалларида акс эттирилади.

Ҳудудни хўжалик жиҳатидан ўзлаштиришда туризм ва рекреация ўрнининг ошишида баҳолаш масалалари биринчи даражали аҳамият касб этади. Туристик-рекреацион ресурсларни баҳолаш жараёнининг ўзи қуйидаги босқичлардан иборат бўлади: баҳолаш объектини ажратиб кўрсатиш; баҳолашни олиб борадиган субъектни ажратиб кўрсатиш; баҳолаш мезонларини қайд қилиш; баҳоловчи шкала кўрсаткичларини ишлаб чиқиш.

Минтақавий туристик ГАТ (геопортал кўринишида бўлиши зарур) ҳамма учун очиқ ва интерактив бўлиши керак, яъни амал қиладиган ҳаволалар ахборотларни оператив равишда алмаштириш ва аналитик функцияларни бажариши керак. Минтақавий ГАТнинг интерактив харитасида туризмга ихтисослашган, туризмни ривожлантириш учун устувор туристик районлар акс эттирилиши мумкин.

Туристик-рекреацион ресурслардан самарали фойдаланишни ошириш мақсадида Самарқанд вилоятининг минтақавий туристик геоахборот портали туристик-рекреацион ресурслари тўғрисида ҳаққоний, тўлиқ ва ишончли ахборотларни кенг тарқатиш манбаи бўлиб ҳисобланади. Геоахборот портал

Самарқанд вилоятида туризмни бошқаришнинг кўпгина вазифаларини самарали ечишга имкон беради, туризмнинг рақабатбардошлигини оширади ва бошқа минтақалар ҳамда чет эл туристлари оқимини кўпайтиришга имкон беради.

З.И.Усманова – СамИСИ катта ўқитувчиси, PhD.
Б.Муродов – СамИСИ магистранти

ЎЗБЕКИСТОН ТУРИСТИК-РЕКРЕАЦИОН САЛОҲИЯТИНИ АНИҚЛАШДА ЭЛЕКТРОН ХАРИТАНИНГ АҲАМИЯТИ

Ўзбекистоннинг энг истиқболли ҳудудларидан бири ҳисобланган Самарқанд вилояти ўзининг дастлабки кўринишини сақлаб қолган обидалар, бетакрор тарихий ва табиий шароитга эга бўлиб, бу эса қадимдан аҳоли яшайдиган, аҳолининг юқори зичлигига эга бўлган ҳудудлар учун жуда камёб ҳодиса ҳисобланади ҳамда туризм, дам олиш ва соғломлаштиришни ривожлантириш учун кенг имкониятларнинг мавжудлигини акс эттиради. Туристик-рекреацион хизматларни ривожлантиришда хорижий инвестицияларни жалб қилиш учун юқори инвестицион рейтингга эга бўлиб, бугун 226 та хорижий сармоя иштирокидаги корхоналар вилоят иқтисодиётининг турли соҳаларида фаолият олиб боришмоқда. Ҳозирги вақтда Ўзбекистон туристик-рекреацион хизматларини ривожлантириш нуқтаи назаридан Самарқанд вилояти қуйидаги асосий омиллар билан белгиланади:

Ўзбекистоннинг барча туристик ресурсларининг 37,7 фоизи Самарқанд вилоятида жойлашган;

қулай табиий-иқлимий ресурслар;

ҳайвонот ва ўсимликлар дунёсининг бойлиги ва турли хиллиги;

тарихий-маданий мерос обидаларининг салмоқли миқдори;

вилоятда 11 та музей ва 17 та декоратив-амалий санъат меросларининг борлиги;

муҳим туристик ресурслардан бири ҳисобланган халқ ҳунармандчилигининг 25 та корхонаси мавжудлиги, (миллий хунармандларнинг Самарқанд вилояти бўйича 1138 та , шаҳар бўйича 320 та ҳунарманд);

замонавий халқаро аэропорт ва темир йўл вокзалининг мавжудлиги;

яхши ривожланган йўл-транспорт тизими;

пансионатлар, дам олиш уйлари ва санаторийларни ҳисобга олганда, рекреация объектларининг ривожланган тизими;

турли даражадаги халқаро спорт мусобақаларини ўтказиш имконини берувчи замонавий спорт муассасаларининг мавжудлиги.

туризм ва дам олишнинг моддий базасини ривожлантиришга инвестицияларни жалб қилиш учун юқори инвестицион рейтингга эга эканлиги;

тадбиркорлик туризмини ривожлантириш истиқболларини белгиловчи йирик саноат корхоналари ва илмий муассасаларнинг мавжудлиги.

Қулай ландшафт иқлим шароити, рельефининг турли-туманлиги ва табиий ўсимликларга бойлиги Самарқанд вилоятида юқори самарали туристик-рекреацион тизимни яратишга имкон беради. Минтақанинг туристик-рекреацион салоҳияти рекреацион ресурсларнинг географик табиий жойлашувига боғлиқ бўлади.

Туристик-рекреацион ресурслардан самарали фойдаланиш даражасини аниқлаш мақсадида муаллифлар томонидан Ўзбекистон Республикасининг туристик-рекреацион объектларини жойлаштиришнинг электрон харитаси ишлаб чиқилди.

Электрон харитада тарихий зиёрат объектлари, дам олиш ва соғломлаштириш масканлари, галерея ва музейлар, спорт иншоотлари, тиббиёт масканлари, ўзга конфессияларнинг тарихий обидалари фойдаланувчига тушунарли бўлиши учун алоҳида белгилар билан ажратилган. Ҳар бир туристик-рекреацион объектлар ҳақидаги маълумотлар **swf.** форматда сақланган бўлиб, харитани ишга тушириш учун **autorun.exe** файлини юклаш кифоя.

Электрон харитада ҳар бир объект ҳақида тўлиқ маълумотни ўқиш жараёнида қуйидаги имкониятларга эга бўлиш мумкин:

объект ҳақида тўлиқ маълумот олиш;

объект расмларини қузатиш;

расмларни тўлиқ экран режимида кўриш;

маълумотларни смартфонга кўчириш ва жўнатиш;

орқага қайтиш.



1-расм: Macromedia Flash 8 дастури ёрдамида яратилган Ўзбекистон Республикаси электрон харитаси дастурининг умумий модели

Бундан ташқари Macromdei Flash 8, Adobe Photoshop ҳамда CorelDraw дастурлари ёрдамида яратилган электрон харитада:

Тарихий зиёрат объектлари

Дам олиш ва соғломлаштириш масканлари

Арт галерея ва музейлар
Спорт иншоотлари
Тиббиёт масканлари
Ўзга конфессиялларнинг тарихий обидалари кўрсатилган.

Алоҳида белгилар билан ажратилган объектлар ҳақида туристлар тўлиқ маълумот олишлари учун Ўзбекстонинг электрон харитасида хорижий турист ҳар бир вилоятга тегишли тугмасини босганида, вилоятнинг барча туристик-рекреацион объектлари ҳақида батафсил ахборот олиши мумкин.

Ушбу ишлаб чиқилган электрон харита ҳудуднинг туристик-рекреацион объектлари ҳақида ахборот олишда туристларнинг эҳтиёжини тўлиқ қондириш имкониятини яратади. Ундан миллий ва хорижий туристлар электрон вариантда ва буклет кўринишида Он-лайн тизимида (смартфон) фойдаланишлари мумкин.

Электрон хаританинг Syntext Serna Free 4.4.0 дастуридаги кўриниши ва

Syntext Serna Free 4.4.0 дастури ёрдамида хаританинг тизимли боғланиши илова қилинади.

Электрон харитада таъсвирланган Ўзбекистон худудлари бўйича жойлашган йирик рекреацион объектлар қуйидагилардан иборат бўлмоқда:

Тошкент вилоятида жойлашган “**Ботаника санаторияси**” МЧЖ иқлимий ва бальнеологик санаторий, Тошкент шаҳридан 30 км масофада. Табиий даво омиллари: термал хлорид-гидрокарбонат натрийли сув. Санатория юрак-қон томир, асаб тизими, овқат хазм қилиш аъзолари касалликлари билан оғриган беморларни соғломлаштириш учун мўлжалланган.

“Умид гулшани” санаторияси МЧЖ нинг ота-оналик қувончини бахш этаётганлиги туфайли, қисқа фурсатда Ўзбекистонда шон-шухрати ошиб бормоқда. Санаторий гинекологик, урологик ҳамда асаб ва эндокрин касалликлари билан хасталанган беморларни соғломлаштиришга мўлжалланган.

“**Оқ-тош санаторияси**” МЧЖ Тошкент шаҳридан 65 км масофада жойлашган тоғ-иқлимий курорт. Ҳудуди кенг баргли ўрмонзорлар билан ўралган бўлиб, ундан Оқ-тош ва Аюбсой тоғ дарёлари оқиб ўтади. Табиий даво омили мусаффо, кислородга бой, шифобахш эфир мойлари аралашган тоғ дарёларидан келадиган гидроаэроионлашган тоғ ҳавосидир. Санаторий нафас аъзоларининг носпецифик касалликлари (сил касаллигидан ташқари), бронхиал астма ва турли аллергик ҳолатлар билан хасталанган беморларарни соғломлаштиришга мўлжалланган.

“**Қашқадарё соҳили санаторияси**” МЧЖ Қарши шаҳрида, Қашқадарё дарё воҳасида сўлим жойлардан бири бўлган Қашқадарё дарёсининг соҳилида, денгиз сатҳидан 600 метр баландлида жойлашган, иқлимий бальнеологик санаторийдир. Санаторий сурункали буйрак, юрак-қон томир, овқат хазм қилиш, гинекологик касалликлар билан хасталанган беморларни соғломлаштиришга мўлжалланган.

“Олтинсой санаторияси” – Навой шаҳридан шимоли-шарқдаги Оқтоғ ён-бағрида жойлашган. Худуднинг баландлиги денгиз сатҳидан 400м юқорида

жойлашган. Табиий даво омили: юқори ҳароратли таркибида: родон, фтор, мишъяк, селен, мисс, рух ва бошқалар белгиланган меъёрдан кам миқдорда мавжуд бўлган маъданли сувдир. Санаторий юрак-қон томир, асаб, ҳаракат-таянч, эндокрин, сийдик айириш системаси, гинекологик ва тери касалликлари билан хасталанган беморларни соғломлаштиришга мўлжалланган.

“Ситораи Моҳи Хоса санаторияси” МЧЖ иқлимий ва бальнеологик санаторий бўлиб, Зарафшон дарёси воҳасида, денгиз сатҳидан 500 м баландликда, Бухоро шаҳрининг шарқий чеккасида. Бухоро амирнинг собиқ қароргоҳи ҳудудаги сўлим масканда жойлашган. Табиий даво омиллари: иқлими ва сульфат–хлорид натрийли маъданли сувидир. Санаторий сийдик ажратиш, ҳаракат-таянч, асаб тизими ва овқат – ҳазм қилиш аъзолари касалликлари билан хасталанган беморларни соғломлаштириш учун мўлжалланган.

“**Чортоқ санаторияси”** МЧЖ Наманган вилояти Наманган шаҳридан 25 км масофада Чортоқсой дарёси ёқасида, Чотқол тоғ адирларида, денгиз сатҳидан 650 м баландликда жойлашган бальнеологик ва иқлимий санаториядир.

Табиий даво омиллари: йод – бромли ва бошқа минералларга бой бўлган сувидир. Санатория юрак-қон томир, овқат ҳазм қилиш, ҳаракат-таянч, асаб тизими, гинекологик ва тери касалликлар билан оғриган беморларни соғломлаштириш учун мўлжалланган.

“Чимён санаторияси” МЧЖ Фарғона шаҳридан “Чимён санаторияси” МЧЖ Фарғона шаҳридан 32 км масофада, Катран-Тау тоғ тизмаси ён бағрида, денгиз сатҳидан 450 м баландликда жойлашган санаториядир. Табиий даво омиллари: ванналар қабул қилиш учун сероводородли маъданли суви ва минераллашган кам ишқорли ичимлик суви. Санатория асаб тизими, юрак-қон томир, ҳаракат-таянч тизими ҳамда гинекологик, урологик касалликлари билан ҳасталанган беморларни соғломлаштириш учун мўлжалланган.

Республикамиз бўйича 35 та ноёб тоғ ўрмонзорлари муҳофаза қилинмоқда. Шулардан бири Самарқанд шаҳридан 40 км жануби-ғарбда, яъни Зарафшон тизмасининг ғарбидаги Омонқўтон тоғ ўрмонидир. Омонқўтон ўрмон хўжалиги 1887 йилда ташкил этилган бўлиб, 2158 гектар майдонни эгаллайди. Омонқўтон ҳудудининг иқлими ва ўсимлик дунёсининг ўзига хослиги, бу жойда кўплаб дам олиш зоналари, оромгоҳлар қуриш имконини беради. Аммо туристларга Омонқўтон ҳавзасидаги ўрмонзорларни кўрсатиш учун шарт-шароитлар яратиш, махсус йўлакчалар қуриш лозим бўлмоқда. Вилоятнинг яна бир қатор туманларида ва қишлоқларида минг йиллик даврга тенг қадимий ноёб дарахтлар (арчалар, чинорлар) ҳанузгача сақланиб қолган. Улар қаторига Ургут шаҳридаги юқори Чор-чинор (1020 йиллик), Каттақўрғон тумани Қорадарё қишлоғидаги чинор (565 йиллик), Нуробод тумани Тим қишлоғидаги арча 1000 йиллик, Жомбой тумани Холвойи қишлоғидаги минг йиллик арчаларни мисол келтириш мумкин.

Электрон харита ва Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитаси маълумотига кўра, Ўзбекистон Республикасидаги санаторий-курортларда

даволаниш ва дам олиш ташкилотлари хизматларига бўлган таклиф ва талабнинг дифференциацияси ҳудудий бирликлар концентрацияси юқори даражада эканлигида маълум бўлмоқда. Бу ҳолат, айниқса, Тошкент, Фарғона, Наманган, Қашқадарё вилоятлари ва Қорақалпоғистон Республикаси мисолида яққол кўринади, чунки бу вилоятларда Ўзбекистондаги жами санаторий-курорт ташкилотларининг 57 % жойлашган бўлиб, қолган 9 та вилоятга 43 % и тўғри келмоқда. Дам олиш ташкилотлари ҳудудий бирликлар концентрациясининг юқори даражаси Тошкент, Хоразм, Қашқадарё вилоятлари ва Тошкент шаҳрида кузатилмоқда. Бу вилоятларда Ўзбекистондаги жами дам олиш ташкилотларининг 70 % и жойлашган бўлиб, қолган 10 та вилоятга 30 % и тўғри келмоқда.

Демак, Ўзбекистонда рекреация объектлари етарли даражада бўлса, аҳоли сонининг ортиб бориши ва хорижий давлат фуқароларининг дам олиш ва даволаниш мақсадида келишлари ҳисобга олганганда, мавжуд обьектлар барча рекреантлар талабини қондира маълум бўлмоқда. Жумладан, Сурхондарё, Навои, Андижон, Бухоро, Самарқанд ва Жиззах вилоятларида ҳали жуда ҳам кўплаб санаторий, дам олиш ташкилотлари, пансионат, болалар шифохоналарини бунёд этиш учун имкониятлар мавжуд. Агар бу минтақаларда тегишли рекреация инфратузилмалари ташкил этилса, мамлакатимиз аҳолисининг соғлигини тиклашга катта ҳисса қўшилган бўлади ва хорижий туристлар оқимининг ошишига имконият яратилади.

А.А.Аблақулов – ТДИУ катта илмий ходим-изланувчиси

ТУРИЗМ СОҲАСИНИНГ РАҚОБАТБАРДОШЛИГИНИ БАҲОЛАШ МУАММОЛАРИ

Бугунги кунда мамлакатдаги хизматлар ишлаб чиқарувчилар дуч келадиган муаммолар тўпламини қуйидаги шартли равишда бир неча йириклаштирилган гуруҳларга ажратиш мумкин бўлади:

айланма маблағларнинг доимий етишмаслиги;

таклиф этилаётган хизматлар ассортиментнинг секин янгиланиши;

савдо-сотиқ бозорларида хақиқий талабларнинг ўсиш суръати тўғрисида етарлича маълумотнинг йўқлиги;

ишлаб чиқилган маркетинг стратегиясининг мавжуд эмаслиги, таклиф этиладиган хизматлар нархлари ва ишлаб чиқаришнинг хақиқий харажатлари ўртасида мутаносибликнинг йўқлиги, ташкилий тизим фаолиятининг самарасизлиги;

шериклар ва истеъмолчиларни танлаш ҳамда улар билан ишчан хамкорлик ўрнатишда тажрибанинг йўқлиги.

Бунинг сабабларидан бири турфирма – ишлаб чиқувчи ва туристик хизматларнинг истеъмолчилари ўртасида ўзаро алоқани мустаҳкамловчи тизим йўқлигидан иборат бўлмоқда. Туризм корхоналари рақобатбардошлиги ушбу тизимдаги ўзаро таъсир кучига боғлиқ бўлмоқда. Таъкидлаб ўтилган

муаммолар корхоналар ишлаб чиқариш фаолиятини рақобатбардошлик даражасига чиқишига имкон ярата олмайди. Ушбу муаммолар туризм корхоналарнинг рақобат афзалликларини шакллантиришда тўсиқ бўлиб қолмоқда.

Шундай қилиб, корхонанинг рақобат афзалликлари бевосита таклиф этилаётган хизматларнинг юқори сифати ва сервис хизмат кўрсатишнинг сифати билан боғлиқ бўлмоқда. Демак, ҳар қандай рақобат афзаллигининг функцияси – соҳадаги ўртача даражадан юқори бўлган даромадларни таъминлаш ва хизматлар бозорида ўзининг доимий ўринни эгаллашдан иборат эканлиги маълум бўлмоқда.

Рақобатбардошлик даражасига эришиш учун туристик-рекреацион корхоналар учта вазифани хал этиши керак бўлади ва улар қуйидаги мақсадли ўлчамларда ўз аксини топади: ривожланиш, ўсиш ва фойда олишда. Шунинг учун рақобатбардошлик даражасига эришишда таклиф этиладиган хизматлар сифатини доимо назорат қилиш, туристик хизматлар сифатини яхшилаш устида ишлаш хамда ишлаб чиқариш фаолияти харажатларини пасайтиришда захираларни кўриб чиқиш зарур бўлмоқда. Туристик хизматлар сифатини нафақат яхшилаш устида ишлаб қолмасдан, балки унинг ассортиментини кенгайтириш ва сервис хизмат турларини диверсификациялаш тўпламини яратиш зарур бўлмоқда.

Ўзбекистондаги бугунги бизнес тавсифи сифатида барча корхоналар, шу жумладан туристик-рекреацион соҳа корхоналарида ҳам мақсадли тезис бўлиб, фойданинг мутлақ устиворлиги тезисини кўрсатиш мумкин. Буни Т.Коно томонидан Буюк Британия, Япония, АҚШ ва Россиядаги бизнес мақсадларининг устунлиги борасида олиб борилган тадқиқотлари ҳам исботламоқда. Мамлакатимизда бу ҳолат тадбиркорлик инвестицияларнинг етишмаслигидан, шунингдек туристик хизматларнинг рақобатбардошлиги паст бўлгани туфайли рўй бермоқда.

Тадқиқот олиб борилаётган минтақадаги туристик-рекреацион соҳа корхоналарида эса Ўзбекистондаги корхоналарга нисбатан рақобатбардошликнинг янада паст даражада эканлиги билан ажралиб турибди. Демак, бу минтақада асосан савдо ҳажмини ошириш устида ишлаб, бозордаги улушини купайишига ва натижада, фойданинг ўсишига олиб келишини такидлаш мумкин. Шуни эътиборга олиш керакки, тадбиркорлик сармояларнинг тавакалчилигини камайтириш, уларни бошқариш, ҳамда туристик-рекреацион корхоналарнинг рақобатбардошлигини ошириш минтақада, хусусан Самарқанд вилоятида ҳам асосий мақсадлардан бири бўлиб қолмокда.

Ҳозирги пайтда энг керакли ва кам ўрганилганилган масалалардан бири сифатида туристик-рекреацион хизматларда сервис хизматларининг даражасини аниқлашни кўрсатиш мумкин. Бу йўналишни илмий жихатдан ўрганиш, уни бошқаришда илмий-амалий воситаларга эга бўлиш билан бирга, корхоналарга таклиф этиладиган хизматлар сифатини ва хизматлар

рақобатбардошлиги ҳамда бевосита корхоналар рақобатбардошлигини оширишга имкон беради.

«Корхонанинг рақобатбардошлиги» тушунчасига «Бостон консалтинг групп» маслахатчилари қуйидагича таърифни таклиф этадилар: «Хўжалик бирлигининг рақобатбардошлиги корхонада рақобат тутган ўриннинг меҳнат унумдорлигини оширишга имкон берувчи ёки энг камида, уларни ўзгармас даражада сақлашни таъминлайдиган ресурсларни тақсимлаш танловини белгилаш».

Рақобатбардошлик масалалари бўйича етакчи олим, профессор Ю.Б. Рубин фикрича, баъзи муаллифлар рақобатбардошликни компания эга бўлган атиги ресурслар еғиндиси ёки товар сифати даражаси ва компания томонидан ишлаб чиқарилган махсулот хусусиятлари еғиндиси деб билишади.[1]

Бу борада М.А.Жукова мақоласида «Рақобатбардошлик - бу товарларнинг (хизмат) рақобат-бардошлиги деганда, истеъмолчи баҳоси ва мазкур бозор талабларига ўзининг сифати ва қиймат тавсифи билан мос келадиган, бошқа ўхшаш маҳсулотлар билан таққослаганда истеъмолчи учун кўпроқ жозибадор бўлган маҳсулот хусусияти тушунилади»[2].

Ўқув қўлланмада Р.А. Фатхутдинов «Рақобатбардошлик – бу маълум бир объектни мазкур бозорда тақдим этиладиган ўхшаш объектлар билан солиштирилганда, ушбу объектнинг эҳтиёжларни қондира олиш даражасининг юқорилиги билан тав-сифланади. Рақобатбардошлик аниқ бир бозор ёки аниқ истеъмолчилар гуруҳига нисбатан аниқланади. Агар объект рақобатбардош ҳисобланган бозор кўрсатилмаса, демак ушбу объект ҳозирда дунёдаги энг яхшиси ҳисобланади»[3].

Ўқув-амалий қўлланмасида А.Ю.Юданов «Рақобатбардошлик - бу реал харидни амалга ошираётган истеъмолчи учун ушбу маҳсулотнинг мафтункорлик, жозибадорлик даражасидир. Рақобатбардошлик товарнинг бозорда тақдим этилган бошқа ўхшаш товарлар билан солиштирганда, рақобатли бозор ва харидорлар талабларига жавоб бера олиш қобилияти билан аниқланади»[4].

Бошқарув тахлил китобида М.Қ.Пардаев «Тадбиркор фаолиятининг рақобатбардошлиги деганда, рақобатбардош субъектларга нисбатан фаолиятининг кенг қўламлилиги ва истиқболлилиги харажатларни мақсадга йўналтириб, кўпроқ фойда олиш қобилиятининг кучлилиги тушунилади. Тадбиркор товари (иши, хизмати) рақобатбардошлиги деганда, рақобатбардош субъектлар товари (иши, хизмати)нинг сифати ва нархига нисбатан

---

[1] Рубин Ю.Б. Теория и практика предпринимательской конкуренции: Учебник/ Московский международный институт эконометрики, информатики, финансов и права. - М., 2003. - С.93-95.

2.Индустрия туризма: менеджмент организации. -М: Финансы и статистика, 2003. – 78 с

3.Стратегический маркетинг как инструмент повышения конкурентоспособности России // Стандарты и качество. - 2000. №8. – 42 с3Конкуренция: теория и практика: Учебно-практическое пособие. - М.: Ассоциация авторов и издателей «Тандем», издательство «ГНОМ –ПРЕСС», 2008.-384 с.]

4.Конкуренция: теория и практика/.Юданов А.Ю.Учебно-практическое пособие/ Финансовая академия при Правительстве РФ – 3- е издание., испр. и доп., -Москва : ГНОМ и Д, 2004,-304с

истеъмолчига (харидорга) қулайлиги, унга кетадиган харажатларнинг самарадорлиги ва шу товардан оладиган фойданинг кўплигини таъминловчи омиллар тизими тушунилади.»[1]

Туризм соҳасига оид луғатда профессор И.С.Тухлиев “Рақобатбардошлик” (Competitiveness) остида қуйидагилар тушунилади[2] – 1) иқтисодиётнинг умумий ўсиб бораётган талабини қондириш ва экспортни қўллаб - қувватлаш имконияти; 2) ўз фаолиятини бозор муносабатлари шароитида амалга ошириб, ишлаб чиқариш илмий - техник ривожлантирилиши учун етарли бўлган даромад олиш, ишчиларни қўллаб - қувватлаш ва махсулотни юқори сифат даражасида ушлаб туриш учун зарур бўлган даромад ола - билиш имкониятидир. Рақобатбардошлик, даромад олиниши прогнозлаштирилиши ва зарур харажатлар билан таққослашда корхона махсулотларини сифат даражасида ривожлантириш ва харридорларнинг эҳтиёжлари ривожланишит прогнозлари асосида белгиланади. “Туризм махсулоти рақобатбардошлили” (ProducttourCompetitiveness) – бу нисбатан интеграл тавсиф бўлиб, у муайян махсулотнинг рақобатчи махсулотидан фарқи, ва демакки истеъмолчи кўз ўнгида унинг фойдалироқ эканлигини кўрсатувчи омил деб таъриф беради.

Р. С. Амриддинова “рақобат - бу истеъмолчилар манфаати учун зарурий бозор элементи бўлиб, уни ўрганиш бозорда ўтказиладиган тадқиқотларнинг асосий таркибий қисми ҳисобланади, чунки бу тадқиқотлар туризм хизматлари рақобатбардошлигини бошқаришни ташкил этишда асос бўладиган стратегия ва тактикани ишлаб чиқиш, техник даража ва сифатни оширишда тўғри йўл танлаш масалаларини ҳал қилишга ёрдам беради”,[3] деб хисоблайди.

Бизнингча “Ракобат”- ўхшаш товар ишлаб чиқарувчи корхоналар ўртасида ўз маҳсулотини янада мақбул нархларда сотишни ташкил этиб, бошка корхоналарни зарарига ишлашга мажбур этадиган ҳолатда бозорни белгиловчи хусусияти бўлиб ҳисобланади. (яъни максимал фойда эвазига товарни сотиш еки минимал харажатлар эвазига товарни сотиб олиш). Бугунги кунда “рақобат” тушунчаси ўзининг махаллий доирасидан кенгайиб, халқаро аҳамиятга эга бўлмокда. Шу туфайли дифференциация ва диверсификациялаш стратегияларининг мавқийи биринчи ўринга чиқмокда, таннархни ҳисоблаш ва пасайтириш эса иккинчи даражага тушиб қолмокда. Дифференциация стратегияси туристик-рекреацион корхонанинг бирон бир жабхада ўзининг антиқали эканлигига интилишини билдиради ва унинг муҳимлиги эса мижозларнинг кўп бўлишида ўз ифодасини топади. Диверсификация стратегияси эса туристик-рекреацион соҳадаги корхоналарнинг янги бозорларга йўналтирилган янги қўшимча хизматларни таклиф этишга интилишини билдиради. Бу стратегияларни амалиётга тадбиқ этилишини туристик-рекреацион хизматларга кўрсатиладиган сервис

1.Иқтисодий таҳлил. 3-том. Бошқарув таҳлили.: С. - 2007. - 174-175 б.

[2] Словарь современных терминов, применяемых в сфере туризма: Справочно-методическое пособие / Авт.сост. Е.В.Голышева, Н.В.Ивонина, И.С.Тухлиев, А.П.Темирходжаев,. - Самарканд : Zarafshon, 2018. - 408 с.

[3]

хизматини кенгайтирмасдан ва рақобат мухитини яратмасдан амалга ошириб бўлмайди.

Шундай қилиб, туристик-рекреацион хизматларда рақобатбардошликни таъминлайдиган мақсадларга эришиш қуйидагилар ҳисобидан шаклланади: сифатни ошириш бўйича харакатларнинг жадаллашуви ва хизматларнинг хаётий цикли босқичларида бўладиган харажатларни функционал-зарурий даражагача етказиш; бозор талабларига модификациялашган ва мослашган ҳолда хизматлар ҳар бир туринииг салоҳиятли имкониятлардан мақсадли йўналишда фойдаланиш; истеъмолчилар талабини қондириш учун янги туристик-рекреацион хизматларни яратиш; туристик-рекреацион хизматларнинг сервис хизмат тизимини мақсадли йўналтирилган ривожланиши ва такомиллашувини амалга ошириш.

Туристик-рекреацион корхоналардаги рақобатбардошликни таъминловчи тизимга маркетинг тадқиқотлари, логистика ва контроллинг омиллари киритилиши лозим бўлмоқда. Бу омилларнинг бир жойда кесишуви туристик-рекреацион корхоналарнинг барқарор ишлаши учун асос яратди. Шу туфайли туристик-рекреацион хизматларнинг сервис хизмати ва туристик-рекреацион соҳа корхоналарида маркетинг, логистика, контроллинг омиллари ўртасида доимий тескари алоқа мавжудлигини ифодалаш мумкин бўлди. Натижада ушбу омилларнинг ўзаро таъсирчанлиги ва ўзаро алоқадорлиги орқали туристик-рекреацион корхонанинг рақобатбардошлик тизими шакллантирилади.

Туризм соҳаси рақобатбардошлиги кўплаб омилларни қамраб олиб, улар орасида: табиий (жуғрофий жойлашиш, об-ҳаво, пейзаж ва бошқалар); сунъий атроф - муҳит (туризм инфратузилмаси, транспорт тузилиши, меҳмонхона ва ресторанлар, кўнгилхушлик индустрияси); бозорлар умумий глобализацияси мавжуд.

Туризм индустриясида рақобатбардошлик омилларини аниқлаш ва баҳолаш Ўзбекистонда ва чет эл тадқиқотларида кенг доирадаги предмет ҳисобланади. Туризм бозорининг ўсиши, ва туризмни янги концепциялари ривожланиши сайин (байрам, экологик, конгрес, имконияти чекланган шахслар учун туризм) бу каби тадқиқотлар аҳамиятини ва долзарблигини оширади.

Туризм ички тузилмасининг ва туристик даромадлар таркибида анъанавий тармоқлар мажмуасидан иборат “тармоқ” умумий ҳажмида улардан ҳар бири аҳамиятининг ҳақиқий баҳосини олишга эришилди. Олинган барча туристик даромадларнинг 40% и транспортга тўғри келса, 19% и умумий овқатланишдан, 13% и меҳмонхоналарга жойлаштириш хизматларидан келиб тушади, 8% ини рекреация ва маданий ҳордиқ, турагентлик хизматлари ҳамда бошқа хизматлар беради. Озиқ-овқат маҳсулотлари, кийим-кечак, совғалар, китоблар, саёҳат аслаҳалари каби нотуристик маҳсулотлар савдоси, ўз навбатида, умумий даромаднинг 16%ни ташкил этиши аниқланди.

Шу туфайли мазкур тадқиқотнинг асосий вазифаси, туризм индустриясида рақобатбардошлилик омилларини аниқлаш ва туризм бозори замонавий эҳтиёжлари таҳлили учун адаптациялаштирилган СМ ***(Competitivness Monitor),*** методи ва тизимли ёндашуви асосида уларни баҳолаш имкониятини кўриб чиқишдир.

Туризм соҳаси рақобатбардошлигини баҳолаш муаммолари ва методологиясига кўплаб тадқиқотлар бағишланган. Козак ва Риммингтон фикрича[1], бундай баҳоланиш туристларнинг турли туристик дестинациялар ва шароитларда тажрибасини ўрганилиши учун туризм тадқиқотлари ва ижтимоий сўровномалари маълумотлари таҳлили ва тизимланиши орқали амалга оширилиши лозим. Бундай ёндашув, туризм индустрияси рақобатбардошлилик аниқ жиҳатлари бўйича муҳим маълумотлар йиғилиши учун фойдалидир, зеро соҳалар сифати, маҳаллий аҳоли меҳмондўстлиги, савдо сектори инфраструктураси ва бошқалар бу жараёнга тўғридан - тўғри таъсир этади. Нима бўлганида ҳам, ижтимоий сўровномаларни қўллаш билан боғлиқ турли чекловлар ҳам мавжуд. Бундай чекловлардан бири, танлашнинг чекланиши, яъни тадқиқотга киритилиши мумкин бўлган респондентлар ва туристик йўналишлари сонининг камлигидир. Шу сабабдан, бундай тадқиқотлардан фундаментал хулосалар чиқариш қийин бўлади.

Бошқа тадқиқотчиларнинг таклифича, рақобатбардошлилик мониторини қўллаш лозим (Competitiveness Monitor).[2] У TTRI илмий - тадқиқот институти ва Бутунжаҳон туризм ва саёҳат бўйича қўмита (WTTC) орасидаги ҳамкорлик натижасида яратилган эди. Рақобатбардошлик монитори, ҳар йили янгиланиб борилади. Шуни ҳам таъкидлаб ўтиш жоизки, сўровнома ёки тадқиқотлардан фарқли ўлароқ, бу усул универсалдир: унинг таркибига чегараланмаган миқдорда омиллар ва туризмни баҳоланиши лозим бўлган туристик йўналишларини киритиш мумкин.

Рақобатбардошлик монитори тузилишини яратиш ва аниқлашда (РМ) баҳолаш учун рақобатбардошлик элементларини аниқлаш зарур.[3] Қатор муаллифлар томонидан амалга оширилган тадқиқотлар бўйича, рақобатбардошлик кўп қаватли тавсифи одатда РМ тузилиши, ҳамда унинг элементлари билан боғлиқдир.

Нарх рақобатбардошлилиги, туризм соҳасидаги рақобатбардошликнинг муҳим омили бўлиб, РМ моделидан устунликка эга. Бунда, сўз икки нарх тоифаси ҳақида боради: саёҳат нархи ва яшаш нархи. Саёҳат

[1] Kozak M., Rimmington M. (2008), Measuring tourist destination competitiveness: conceptual considerations and empirical findings // International Journal of Hospitality Management. - 1999. - Vol. 18. - No. 3. - P. 273-283.

[2] Gooroochurn N., Sugiyarto G. Measuring Competitiveness in Travel and Tourism Industry, 2004. Prieiga per internet [http://www.nottingham.ac.uk]. ValentinasNavickas, AstaMalakauskaiteThe Possibilities for the Identification and Evaluation of Tourism Sector Competitiveness Factors ENGINEERING ECONOMICS. - 2009. - No 1 (61).

[3] Ritchie J. R. B., Crouch G. I. The competitive destination: A sustainable tourism perspective // Wallingford: CABI Publishing. 2009.Dwyer L., Kim C. W. Destination Competitiveness: A model and Indicators // Current Issues in Tourism. - 2009. - № 6(5). - P. 369-414.

нархлари, саёҳат умумий нархи билан боғлиқ бўлиб, шу билан биргаликда яшаш нархлари ўз таркибига турли сафарномалар, сувенирлар, кўнгилхушлик хизматлари, ресторанлар, тунги клублар харажатларини ўз ичига олади.

Шуни эътиборга олиш керакки, биз умуман олганда, рақобатбардошлик монитори (РМ) модели концепциясига таянган ҳолда индикаторлардан бирини мувофиқлаштириб, қатор қўшимча омилларни киритишга мажбур бўлдик, зеро бу омиллар, туризм индустрияси замонавий ҳолати ва бунинг умумжаҳон иқтисодиёти келажагини самарали равишда акс эттиради.

Инфратузилмани ривожлантириш кўрсатгичлар тизимига биз қуйидаги кўрсатгичларни қўшишни тавсия қиламиз: умумий овқатланиш корхоналари фаолияти, транспорт ва темир йўл қулайликнинг мавжудлиги ва телекоммуникация тизимининг мавжудлиги.

Инсон ресурсларини баҳоловчи омиллар гуруҳи аҳоли гуруҳи индикатори билан тўлдирилди. Омиллар гуруҳининг асосий вазифаси, инсон ресурслари сифати ва рақобатбардошлик баҳоланиши бўлганлиги сабабли, инсон салоҳияти ривожланиши кўрсаткич интеграл индекси омилларидан бири, билан алмаштирилиши мумкин. Шу билан биргаликда, биз ижтимоий ривожланиш кўрсаткичларидан бири, персонал компьютерларининг аҳоли сонига нисбатан миқдорини икки кўрсаткичга алмаштиришни таклиф қилдик: булар сирасига интернет кафелари ва WI-FI тармоғига эркин чиқиш сонини оширишдир, яъни бизнинг нуқтаи - назаримизда, улар ахборот технологиялари ва уларнинг туристлар томонидан қўлланилиш даражаси замонавий тенденциясини акс эттиради.

Назарий нуқтаи - назардан, нарх рақобатбардошлиги энг кўп истеъмол қилинадиган товар ва хизматлар нархлари бўйича, аниқланиши мумкин (кўнгилхушлик, автомобиллар ижараси, экскурсиялар, меҳмонхона ва ресторанлар, гид хизмати ва сафарномалар). Нима бўлганида ҳам, амалиётда, белгиланаётган нархлар, кўпинча туристик дестинациялар сонига боғлиқ бўлиб, улар тадқиқот жараёнида баҳоланади. Агарда уларнинг сони катта бўлса, баҳоланиш учун элементларнинг камроқ сони танланади, чунки батафсил равишда тадқиқотлар амалга ошириш нисбатан қимматга тушади. Бундан ташқари, баъзи статистик маълумотларни олиш нисбатан қийин.Шу туфайли тадқиқотлар ноаниқ ва паст савияда амалга оширилиши мумкин. Харидорлик имкониятлари паритети индекси, иқтисодий ривожланган ва нисбатан ривожланмаган мамлакатлардаги нархларни таққослашда долзарбдир. Иқтисодий ривожланиш даражасидаги фарқлар, нарх рақобатбардошлигини оширади, чунки нисбатан паст даражада ривожланган мамлакатлар, туризм хизматлари ва махсулотлари сифатига нисбатан кўпроқ эътибор беришади, аммо одатда уларни маҳаллий истеъмол товарларига нисбатан нархларни қимматроқ белгилашади. Чет эл туристлари эса ҳар иккала тур товарларини сотиб олиб, шу орқали нарх рақобатбардошлик ҳолатини ўзгартиришади.

Атроф муҳит билан боғлиқ кўрсаткичлар. Экологик муаммолар, алоҳида аҳамиятга эга масала сифатида кўриб чиқилиши мумкин. Атроф муҳитни ҳимоя қилиш соҳасидаги маълумот ва оммавий фикир, ўсиш имкониятига эга, демак экологик кўрсаткичларни МК усулига киритиш заруратига таъсир этади. Аҳоли сони миқдори индекси ҳар бир квадрат километрга фуқаролар сонини баҳолайди; CO2 чиқиндарининг ҳавога чиқарилиши одатда ишлаб чиқариш кўрсаткичлари ёрдамида баҳоланади (ишлаб чиқарилган газлар саноат ифлосланиши ва бошқалар).

Туризм индустрияси рақобатбардошликнинг турли омиллари, илмий адабиётда кенг таҳлил этилган. Булар қаторига бозор шароитлари, ижтимоий ривожланиш даражаси, экологик сиёсат, кадр ресурслари базаси, инфраструктура сифати, техник таррақиёт даражаси ва бошқалар киради. Уларнинг ривожланиш даражаси, сайёҳлик ҳудуди рақобатбардошлигига катта таъсир ўтказади. Рақобатбардош ҳудудлар, туризм махсулотлари кенг диапазонини таклиф этади; ўзларининг имиджи асосида потенциал туристларни жалб этишади (масалан табиий пейзажлар, соф,тоза кўллар, илғор экологик сиёсат, буларнинг барчаси экологик туризм учун идеал асос бўлиб, мамлакат экологик софлиги обрўсини кўтаради. Шу билан биргаликда, кўрсатилаётган хизматлар ҳам нисбатан юқори даражада бўлади.

Шундай қилиб рақобатбардошлик монитори модифицирланган кўриниши, математик усуллар қўлланилиши билан биргаликда, ўлчаниши мумкин бўлган рақобатбардошлик кўрсаткичлари омили тизимини қамраб олади.

Мазкур баҳолаш тизимининг моҳияти, унинг универсал тавсифи ва қўлланилишда кенг имкониятларга эгалигида (аниқлик даражаси керакли бўлган исталган миқдорда туристик йўналишларни ва индексларни киритиш мумкин). Шуни таъкидлаб жоизки, биз МК концепциясида қўлланиладиган омиллар асосий таснифини қўллаган ҳолда, айрим кўрсаткичларни такомиллаштирдик ва туризм индустриясидаги замонавий ҳолатни акс эттириш учун катта салоҳиятга эга баъзи қўшимча кўрсаткичларни киритдик.

Г.П.Эркаева – ҚаршиДУ доценти, и.ф.н.

МИНТАҚАЛАРДА ГЕОАХБОРОТ ТИЗИМИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ИМКОНИЯТЛАРИ

Бугунги кунда туристик маҳсулотни шакллантириш, силжитиш ва уни сотишни тегишли ахборот таъминотисиз амалга ошириб бўлмайди. Туристик фирмалар ва туризм соҳасини бошқариш органлари мунтазам равишда туристик бизнеснинг халқаро интеграциялашнинг муҳим шарти бўлган ахборот технологияларини ўзлаштиришда муаммоларга дуч келмоқдалар.

Минтақалар туристик салоҳиятини тадқиқ қилиш ва уларни ўзлаштириш дастурларини ишлаб чиқишда мутахассислар манзилнинг турли томонларини ифодаловчи катта миқдордаги ахборотларга дуч келадилар. Бундай маълумотларни қайта ишлашда географик ахборот тизимлар муҳим восита ҳисобланади.

Хўш? География ахборот тизими нима?

География ахборот тизими (инг.: Geographic Information System (ГИС)) – бу электрон географик хариталарни ва уларга тегишли фазовий маълумотларни йиғиш, сақлаш, ишлов бериш, акс эттириш, тарқатиш ва ундан эркин фойдаланишни таъминлаш учун мўлжалланган ахборот тизими ҳамда дастурий-аппарат воситалари тўпламидир.

У бирор ҳудудда содир бўлган ҳар қандай вазиятга керакли картографик ва тематик маълумотларга эга бўлиш орқали тезда жавоб бериш имкониятини беради. География ахборот тизими - ҳар қандай хариталар, режа ва схемаларни тузиш орқали картометрик тадқиқот ўтказишдир. Улар ёрдамида турли жараёнлар ва ҳодисаларни моделлаштириш ҳамда вақт давомида уларнинг ҳолатини ўзгаришини ўрганиш мумкин.

ГИС ёндашувнинг бошқа ахборот тизимлардан асосий фарқи – бу унинг маълумотларни географик ахборотлар билан уйғунлашганидадир. Унда объектларни географик ёки фазовий аломатлари бўйича қидирувни амалга ошириш имконияти мавжуд, масалан, объектнинг манзили бўйича у ҳақида тўлиқ ахборотларга эга бўлиш, ёки аломати бўйича манзилини аниқлаш. Шу боис ушбу тизимларни ахборот-маълумотномали тизимларни яратишда кенг қўлланилади. Бу технологияни бевосита тармоқ технологиялари билан биргаликда қўллаш натижасида унинг имкониятлари янада кенгайтирилади.

Географик ахборот тизимлари (ГАТ, кейинчалик умумий қабул қилинган атамаси – ГИС ишлатилади) XX асрнинг 60-йилларидан бошлаб ривожлана бошлаган, лекин бу тизимнинг кенг ривожланиши 90-йилларга тўғри келади. Бунга сабаб шу кейинги 20 йил ичида компьютер технологиясининг анча ривожланиши бўлди. Карталар яратишнинг "Қоғозли" деб аталган одатдаги технологияси билан бир қаторда географик ахборот тизимидан фойдаланган ҳолда карталар яратишнинг компьютерли технологияси жадал суръатлар билан ривожланмоқда. Оддий қилиб айтганда, ГИСга табиат ва жамият объектлари ва ҳодисалари ҳақидаги топографик, геодезик, ер, сув ресурслари ва бошқа картографик ахборотни йиғиш, уларга ишлов бериш, компьютер хотирасида сақлаш, янгилаш, таҳлил қилиш, яна қайта ишлашни таъминловчи автоматлаштирилган аппаратлашган дастурли комплекс деб таъриф берса бўлади.

Ҳозирги пайтда фойдаланиш соҳаларининг кенглиги жиҳатидан ГИС кенг қамровли— у навигация, транспорт, қурилиш, геология, ҳарбий ишлар, иқтисодиёт, экология, туризм ва бошқа соҳаларда кенг қўлланилмоқда.

ГИС тузилмаси муҳим бўлган тўртта тизим ости бўғинлардан ташкил топган:
- турли манба ва ҳудудлардан олинган маълумотларни киритиш тизими;
-тегишли таҳлилга керакли маълумотларни олиш учун уларни сақлаш ва қидириш тизими;
-маълумотларни қайта ишлаш ва таҳлил қилиш, ҳисоб-китобларни бажариш тизими;
-маълумотларни турли кўриниш (харита, жадвал, диаграмма, жойларнинг рақамли моделлаи ва ҳ.к.) ларда акс эттириш тизими.

Ҳозирги вақтда туристик лойиҳалаштириш, туристик ресурслар ва туриндустрия объектларидан фойдаланиш ишларида ГИС технологияларини қўллаш кенгаймоқда. Шуни қайд этиш лозимки, мамлакатимиз туристик бизнеси ҳали бу соҳада сезиларли муваффақиятларга эриша олган эмас.

Агар дам олиш, зиёрат масканлари ҳақида, улар ҳудудларининг режаси, фирма ҳамкорлик қилаётган муассасадаги хизмат кўрсатиш сифати, хоналар расмлари каби маълумотлар киритилган ГИС карталар тузилса, улар туристик фирмаларга катта ёрдамчи бўлиши билан бир қаторда, бошқа рақобатчиларга нисбатан устуворликни таъминлайди.

Шунингдек, минтақаларда туризмни ривожлантиришнинг истиқболли лойиҳаларини ишлаб чиқишда ГИС алоҳида ўрин тутади.

Қашқадарё вилояти улкан туристик салоҳиятга эга бўлган минтақа ҳисобланади. Вилоятда мўъжизакор ва диққатга сазовор жойлар кўп, ҳудуднинг чўллари қаторида музликлари ҳам мавжуд бўлсада бироқ бу салоҳият етарлича очилмаган ва тарғиб қилинмаган. Қашқадарё вилоятида бугунги кунда 1 минг 311 маданий мерос объекти рўйхатга олинган бўлиб, уларнинг 1 минг 41 таси археология, 200 таси архитектура, 43 таси ҳайкал ва 27 таси диққатга сазовор жойлардир. Бу маданий мерос объектларини муҳофаза қилиш билан бирга, уларда реконструкция ва таъмирлаш ишлари олиб бориш жуда муҳим.

Қарши ва Шаҳрисабз шаҳарлари ЮНЕСКО халқаро ташкилоти томонидан 2700 йиллик тарихга эга эканлиги эътироф этилган. Қайд этиш лозимки, вилоятда туризм соҳаси етарлича ривожланмаганлиги учун унинг минтақа иқтисодиётига таъсири деярли сезилмайди. Статистик маълумотларга кўра, минтақа келаётган асосий сайёҳлар уни транзит субъекти сифатида билишади.

Бугунги кун талабларидан келиб чиққан ҳолда янгидан янги туристик маршрутларни юзага келтириш, ана шундай жойларда сайёҳлар оқимини кўпайтириш, тарғибот-ташвиқот ишларини жонлантириш бугунги даврнинг туристик соҳаси ривожидаги асосий талабларидандир.

Мавжуд тажрибалардан келиб чиқиб, вилоятда туристик фаолиятни самарали бошқаришда самарали дастак бўлиб хизмат қиладиган “Қашқадарё вилояти туризми” минтақавий географик ахборот тизимини ишлаб чиқиш

мақсадга мувофиқдир. Бу ГИСда қисқа муддатли ва узоқ муддатли қарорлар қабул қилиш учун хизмат қиладиган базавий маълумотлар билан тез ўзгарадиган маълумотлар мантиқий уйғунлаштирилади.

Унинг картографик базаси қуйидаги элементлардан ташкил топиши мумкин:

- Қашқадарё вилоятининг турли масштаблардаги рақамли хариталари;
-тарихий марказларнинг рақамли хариталари;
- зиёрат жойларининг рақамли хариталари;
-рекреация объектларининг рақамли хариталари;
-эко ва агро туристик манзиллар рақамли хариталари.

Юқорида кўрсатилган барча хариталар жамоат транспорти ҳаракати йўналишлари, маданий-дам олиш жойлар, меҳмонхоналар, ошхоналар, ёқилғи-қуйиш шахобчалари, савдо нуқталари ва бошқаларнинг жойлашуви акс эттирилган махсус иловалар билан юкланган бўлиши керак.

Маълумотларнинг картографик базаси умумгеографик ва тематик бўлимлардан иборат бўлиб, у табиий, ижтимоий-иқтисодий ҳамда туризм соҳаси мутахассислари (бошқарувчилар, экскурсовод ва гидлар) учун ва алоҳида туристлар учун (хорижий, спортчи, илмий тадқиқотчилар) махсус маълумотларни қамраб олади.

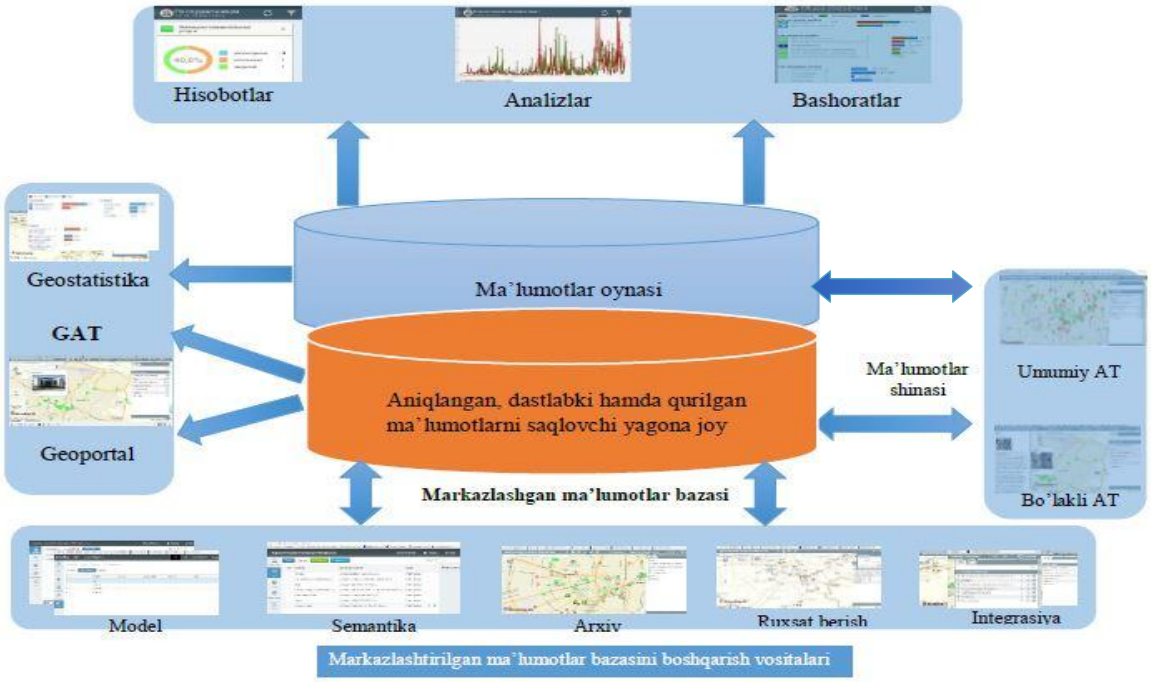
Шундай қилиб, “Қашқадарё вилояти туризми” минтақавий географик ахборот тизимини яратиш – интерактив технология бўлиб, у ҳудудлар бўйича сўровлар жўнатиш ва таҳлил қилиш, тадбирлар ташкил қилиш учун мос тушадиган ҳудудларни ҳамда турли параметрлар ўртасидаги ўзаро алоқаларни аниқлаш ва фойдаланувчилар эҳтиёжини зудлик билан қондириш имконини беради.

A.N. Muhamadiyev – TATUSF o’qituvchisi

TURISTIK GEOAXBOROT PARTALI TIZIMINING UMUMIY ARXITEKTURASI

GATni bilishning eng oddiy usuli - u bilan ishlash, uning imkoniyatlarini ish jarayonida bilib olishdir. Aslida GAT- bu bitta texnik vosita, u yordamida nafaqat chiroyli qilib kartani jihozlash, balki yechimi mavjud bo`lmagan ba`zi masalalarni ham yechish mumkin. shu sababli GATning imkoniyatlari juda katta. Demak GAT-turli usul va uslublar yordamida real borliq to`g’risida to`plangan katta hajmli axborotlarni o`zining ma`lumotlar bazasida jamlab, ishlay oladigan keng rivojlangan tizimdir.

Shu nuqati nazardan olib qaraydigan bo’lsak, turistik geopartal tizimining umumiy arxitekturasi quyidagi bloklardan tashkil topgan bo’ladi: (1-rasm)



1-rasm. **Turistik geopartal tizimining umumiy arxitekturasi**

Barcha saqlangan ma’lumotlarni analiz qilish uchun asosi vitrinali ma’lumotlar orqali atributiv va qurilayotgan ma’lumotlarni qurish bilan birga ma’lumotlar fazosi va atributlarini integrallashgan bazasi;

Fazoviy ma’lumotlar bilan ishlash komponentalari;

Ma’lumotlar bazasini boshqarish komponentalari;

Namoyishlar va ma’lumotlar analizi komponenti

Integrallashgan ma’lumotlar shinasi

Integrallashgan ma’lumotlar ombori turli ko’rinishdagi – fazoli, jadvalli va hujjatli ma’lumotlarni saqlash uchun optimal qaror qabul qilishni ta’minlaydi. Uning asosiy xususiyatlari:

Barcha komponentalar uchun yagona kirish nuqtasi;

Ma’lumotlar va funksiyalar darajasida komponentalar o’rtasida o’zaro integrallashish

Shinali ma’lumotlar orqali online rejimda webservislar yordamida tashqi axborot tizimlari va resurslari orasida o'zaro bog’lanish

Ma’lumotlar bazasini boshqarish komponentalari funksional vizualizatsiya modeli va geoaxborot tizimidagi qurilgan ma’lumotlarni qayta ishlash hamda geofazoli analitikani shakllantirish vazifalarini o’z ichiga oladi.

Fazoviy ma’lumotlarni ifodalovchi geoaxborot tizimi vositalari;

Xaritada fazoviy va axborot xususiyati bilan ishlash uchun asboblar

Tayyor xarita va alohida fazoviy qatlamlardan erkin foydalanish uchun ruxsat

Jadvalli va hujjatli ma’lumotlarni fazoviy ko’rinishlar bilan integrasiyalash

Hisobotlarni axborot-tahliliy quyi tizimi bilan fazoviy ko’rinishlarni integrasiyalash

Fazoviy ko’rinish hamda analitik ko’rsatkichlar orasida integrasiyalash’

Tahliliy ko'rsatkichlarga qarab xaritaga avtomatik rang berish

Turli ko’rinishdagi grafik ko’rsatkichlarni xarita bilan bir xil ko’rinishda qurish

Namoyishlar va ma’lumotlar analizi komponenti analitik funksiyalar tizimi shaklida, hisobotlarni onlayn rejimda formatlashni hamda tezkor tahliliy ma’lumotlarni bajarishni va maxsus algoritmlar yordamida bashoratlarni formatlashni amalga oshiradi. Yana quyidagi funksiyalarni ham bajaradi:

Ko’p o’lchamli ma’lumotlar ko’rinishini turli formalarda;

Axborot resurslarini aniq ko’rinishini

Belgilangan vaqtda ko’p o’lchamli ma’lumotlarni tahlili

Belgilangan vakolat doirasida tahliliy materiallarga kirishni tashkil etish

Analitik hisobotlar, diagrammalar va grafik elementlarini yaratish asboblari

Fazoviy, jadvalli hamda hujjatli ma’lumotlar bilan integrasiyalash

Markazlashgan ma’lumotlarni bazasini boshqarish vositalarining imkoniyatlari:

Markazlashgan ma’lumotlar bazasida ma’lumotlar modellarini tasvirlash

Qidirish, tahrirlash, import va eksport, semantik va hujjatli axborotlarni tasvirlash

Axborotlarni mohiyati turiga qarab yoki alohida obyektlar uchun foydalanuvchilarga ruxsat berish qoidalarini o’rnatish

Tizimda mavjud bo’lgan oydalanuvchilarning barcha harakatlarini monitoring qilish

Integrallashgan ma’lumotlar shinasida – Kompleks axborot tizimlari va bo’lakli axborot-tahliliy tizimlari o’zaro integrallashadi. Integrallashgan ma’lumotlar shinasi orqali aniqlangan dastlabki hamda qurilgan ma’lumotlarni saqlovchi yagona joy hamda ma’lumotlar oynasi yordamida kompleks hamda bo’lakli axborot tizimlariga murojaat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Геоинформатика : учебник для студ. вузов : в 2 кн. Кн.1 / под ред. В. С. Тикунова. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Академия, 2008. - 374 с.

2. Tuxliyev I.S., Hayitboyev R. va boshq. “Turizm asoslari”. Darslik. T.: “Fan va texnologiya”, 2014 y.

3. Трифонова Т.А. Геоинформационные системы и дистанционное зондирование в экологических исследованиях : учеб. пособие для студ. вузов / Т. А. Трифонова, И. В. Мищенко, А. Н. Краснощеков. – М.: Академ. Проект, 2005. - 350 с.

4. Морозов М.А. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме. Оргтехника. [Текст]: учебник для вузов по специальности "Социально-культурный сервис и туризм" / М. А. Морозов, Н. С. Морозова, М: Академия, 2006. – 240 с.

5. Геоинформатика. Толковый словарь основных терминов // Ю.Б. Баранов, А.М. Берлянт, Е.Г. Капралов и др. — М.: ГИС-Ассоциация, 1999. — 204 с.

6. Тухлиев И.С., Қудратов Ғ.Ҳ., Пардаев М.Қ. Туризмни режалаштириш. Дарслик. - Т.: “Iqtisod-moliya”, 2010 й.

A.N.Muxamadiyev – TATUSF o’qituvchisi

GEOAXBOROT TIZIMLARIDA AQLLI-TURIZMNING TUTGAN O’RNI

Turizm – iqtisodiyotning muhim tarmoqlaridan biri. Mavjud imkoniyatlardan samarali foydalangan holda, ushbu tarmoqni yanada takomillashtirish zarur, buni davrning o‘zi taqozo etmoqda. O‘zbekiston ham sayohat, ham ziyorat uchun qulay mamlakat. Chunki ona zaminimizda butun dunyoga ma’lum va mashhur bo‘lgan ajdodlarimiz mangu qo‘nim topgan. Ular qoldirgan boy ma’naviy-madaniy merosga xalqaro maydonda qiziqish juda katta. Sohani yanada rivojlantirish uchun, avvalo, zarur infratuzilmani takomillashtirish shart. Birinchisi, transport, ikkinchisi logistika, deb ta’kidladi Prezidentimiz.

Darhaqiqat mamlakatimizda turizmning yangi istiqbollari ochilib, turli yo‘nalishlarda keng qamrovli loyihalar amalga oshirilmoqda. Xususan, keyingi yillarda alpinizm, otda, tuyada, velosipedda sayohat qilish, off-road sayyohatlari, baliq ovi, rafting, xeliski, geoturizm, ta’lim turizmi, tibbiy turizm kabi yangi sayyohlik yo‘nalishlari ommalashmoqda.

O‘tgan qisqa davr mobaynida O‘zbekiston turizm salohiyatini kompleks rivojlantirishga qaratilgan 16 normativ-huquqiy hujjat qabul qilindi. Ushbu huj-jatlar asosida turizm sohasi subyektlariga sezilarli soliq va bojxona imtiyozlari hamda boshqa yengilliklar taqdim qilindi.

Mamlakatimiz turizm tarmog‘ini Standartlashtirish bo‘yicha xalqaro tashkilot (ISO) talablariga mos kelishini ta’minlash maqsadida turizm terminologiyasi va mehmonxona xo‘jaliklari xavfsizligi talablari bo‘yicha yangi 2 ta davlat standarti ishlab chiqildi va ro‘yxatdan o‘tkazildi.

Toshkent viloyatining Bo‘stonliq, Parkent va Ohangaron-Angren turizm klasterlari hududlarida mehmon uylarini tashkil etish bo‘yicha komlpeks chora-tadbirlar ishlab chiqildi va bugungi kunda amaliyotga joriy etilmoqda.

Zamonaviy turizm istiqbollaridan biri – noyob tabiiy maskanlar hisoblanadi. O‘zbekiston Markaziy Osiyoda ekoturizm eng rivojlangan yetakchi davlatdir. Yurtimiz boy hayvonot va o‘simlik dunyosi, betakror landshaft manzarasi, milliy an’analar va taomlar oshxonasi bilan sayyohlar e’tiborini qozonib keladi. Ugom-Chotqol Davlat milliy tabiat bog‘i, uning tarkibiga kiruvchi Chotqol davlat biosfera qo‘riqxonasi, Aydar-Arnasoy ko‘llar tizimi va Chimyon-Chorvoq kurort-rekreatsiya zonalarida O‘zbekistonda turizmni rivojlantirish masalalari doirasida salmoqli ishlar amalga oshirilmoqda.

Yevropa, Osiyo va boshqa qit’alardan keladigan sayyohlar uchun maxsus dasturlar ishlab chiqish, charter reyslar va temir yo‘llarda qatnovlar sonini ko‘paytirish, turizm rivojlangan xorijiy mamlakatlar tajribasini mukammal o‘zlashtirish, ichki turizmni rivojlantirish, sayyohlik obyektlarini takomillashtirish, xizmat ko‘rsatish sifatini yaxshilash zarur.

Hozirgi kunga kelib turizm sohasi smart kontseptsiyasining tashkiliy bir qismiga aylandi. Smart-turizm turizm sohasiga bog‘liq yangi iboradir.

Bu terminni paydo bo‘lganiga ko‘p bo‘lmasada, Smart kontseptsiyasidan jamiyatning ko‘plap zamonaviy faoliyat jarayonlarida masalan: sanoatda, ishlab chiqarishda va xizmatlar sohasida keng kulamda foydalanib kelinmoqda. Masalan: Smartfon, Smart-televizor, aqilli uy va hakozo. Hozirgi kunga kelib bu kontseptsiya turistik makonlarda Smart-turizm nomi bilan foydalanilayapdi.

Smart-turizm tarmog‘ida axborot texnologiyalardan foydalanib faoliyatining hududiy turistik rejalarini tuzish, hisob qiymatining barqarorligiga erishish, turistik taassurotlarni shakllantirish, turistlarning talab va ehtiyojlarini qondirish, boshqaruv resurslardan foydalanish samaradorligini yuksalishiga erishilmoqda.

Sayyohlik tarmog‘ini Smart turistik tarmog'iga aylantirish uchun quyidagi sxema ishlashi lozim.



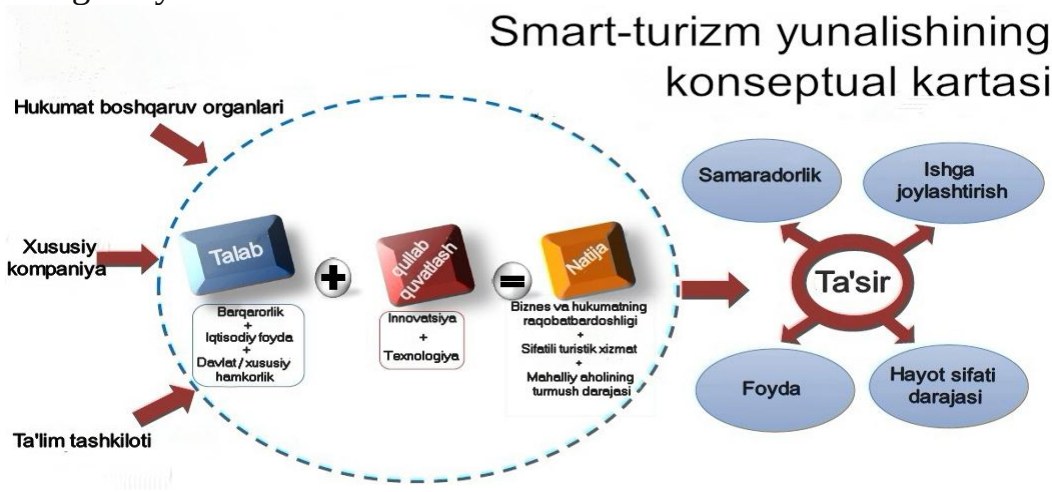
SMART-TURIZM asosiy prinsiplari quyidagilar hisoblanadi:

sayyohlik taassurotlarini ishlab chiqish ustida ishlash

Intellektual platformalarni taqdim etish

Turistik hudud chegaralari doirasida ma'lumotlarni to‘plash va tarqatish, turistik resurslarlarni samarali tarqatish uslubyatlari

Sayyohlik faoliyatidan mahalliy hamjamiyatga bonuslarni samarali taqsimlashni ta'minlash maqsadida etkazib beruvchilarni turistik industriyada mikro va makro darajadagi integratsiyalashuvini ta'minlash



Bundan tashqari SMART-TURIZM yo‘nalishining mavjudligi turistik sohada quyidagi tarmoqlarning mavjudligiga bog‘liq.

Ijod

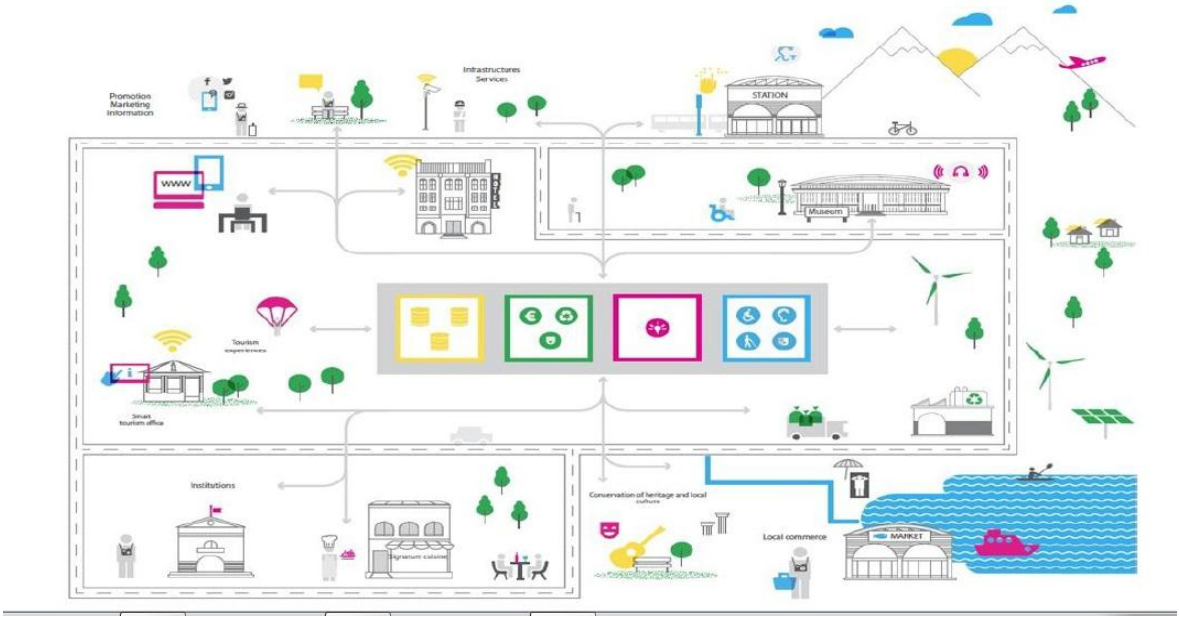
Barqarorlik

Muvofiqlashtirish va umumiy ishtirok etish

Javobgarlik

Axborot texnologiya vositalar va ilovalardan foydalanish

Buning natijasida Smart-turizm yo‘nalishining konseptual kartasi quyidagi ko‘rinishga ega bo‘ladi:



Bu Smart-turizm yo‘nalishining konseptual kartasida kurinib turibdiki, mamlakatimiz turizm industriyasini jadal rivojlantirishda xususiy sektorning ishtirokini ta’minlashga alohida katta e’tibor qaratish zarur. Hozir yuzlab tadbirkor va hunarmandlar turizm sohasiga jalb qilingan bo‘lib, ular suvenir mahsulotlari ishlab chiqarish, mehmonxona xo‘jaligi, sayyohlarga xizmat ko‘rsatish bilan shug‘ullanadi.

Turizmni rivojlantirishda xorij mamlakatlarida bo‘lib o‘tadigan sayyohlik ko‘rgazma va anjumanlari muhim ahamiyat kasb etadi. Yurtimiz milliy madaniy merosini chet ellarda ommalashtirish, mamlakatimizga xorijlik sayyohlarni ko‘proq jalb qilish va ichki turizmni rivojlantirish maqsadida mamlakatimiz sayyohlik tashkilotlari Madrid, Riga, Berlin, Parij, Tokio, London, Moskva, Istanbul kabi dunyoning yirik shaharlarida qator ko‘rgazmalar tashkil etmoqda yoki xalqaro ko‘rgazmalarda qatnashmoqda. Bu, albatta, o‘z samarasini beradi.

Foydanalilgan adabiyotlar:

1. Тихомирова, Н. В. Глобальная стратегия развития smart-общества. МЭСИ на пути к Smart-университету [Электронный ресурс] / Н. В. Тихомирова// Smart Education. — Режим доступа: http://smartmesi.blogspot.com/2012/03/ smartsmart.html. — 22.11.2017.

2. Толковый словарь русского языка: В 4 т. / Под ред. Д. Н. Ушакова. — М.: Сов. энцикл.: ОГИЗ, 1935—1940.

3. Нцjer, M., & Wangel, J. (2015). Smart Sustainable Cities: Definition and Challenges. In L. M. Hilty & B. Aebischer (Eds.), ICT Innovations for Sustainability, Advances in Intelligent Systems and Computing(pp. 333–349). New York: Springer

4. Harrison, C., Eckman, B., Hamilton, R., Hartswick, P., Kalagnanam, J., Paraszczak, J., &Williams, P. (2010). Foundations for smarter cities. IBM Journal of Research and Development 54(4), 1-16.

Rustamova Guzal – Student of SamSIFL

TOURISM IN UZBEKISTAN: PROBLEMS, MODERN VIEW AND SOLUTIONS

Tourism is one of the fastest growing industries in the world. Its extensive development is becoming a great source of income for many countries.

According to the UN World Tourism Organization, in 2015, 1 billion 184 million tourists worldwide are expected to reach 1 billion 235 million by 2016, an increase of 3.9 percent. The cost of export services for travellers in 2015 is about $ 1.5 trillion. In 2016-2017, there is a large gap in these figures.

As it can be seen, the tourism industry has become one of the most important economies of today. Therefore, many countries of the world are implementing all the measures to further develop this sphere, create relevant infrastructure at world standards and increase the flow of tourists.

The efficiency of tourism is reflected in the following figures:

France (83.7 million), USA (74.8 million), Spain (65.0 million), China (55.6 million) and Italy (48.6 million) strongest visitors in 2015 they are five. Germany, Great Britain, Russia and Mexico are in top ten. However, according to this indicator, several cities in Europe and Asia are leading. Examples include Hong Kong (27.7 million), London (17.4 million), Singapore (17.1 million), Bangkok (16.2 million) and Paris (15.0 million).

150th place is not unique to Uzbekistan

Unfortunately, Uzbekistan is still far behind in this area. In particular, according to estimates from the World Tourism and Travel Council (WCC), Uzbekistan occupies 150th place in the list of tourists worldwide.

Despite the fact that our country occupies a worthy place in the global tourism market, it is very difficult to create favourable conditions for tourists, to improve service, to increase the attractiveness of tourist monuments and to increase advertising. That's why it is up to these factors to think seriously about this.

The list of the most competitive tourist destinations in the world is listed as the most attractive tourist destination in the world (cultural resources, cheap infrastructure, tourism prices, security level, international transparency), Kazakhstan ranks 85th, Kyrgyzstan is on the 116th place, Tajikistan is on the 119th place and Uzbekistan is in the last place among the Central Asian countries and is not included in this rating.

Recently I saw an article on one of the official websites that visited 1 million 800 thousand tourists in the first half of 2017, which is 17 percent more than in 2016. I think this is a bit of an issue. That's because I'm just working in the tourism industry. I try to show the reasons for this during my article.

A large-scale work on the development of tourism is being carried out in our country. What can we do to increase the flow of tourists and attract them to the sky?

Uzbekistan has a great historical and cultural heritage - more than 7,300 ancient architectural and archeological monuments. Most of them are located in Samarkand,

Bukhara, Khiva, Shahrisabz, Termez, Kokand and Tashkent. More than 200 historical monuments and artefacts are included in the list of UNESCO's cultural heritage.

Are we so historically and richly rich cultural heritage that we can not recognize the world? For this, we have a rich legacy of worthiness and praise. Only 15 million tourists visit France in Paris annually. We do not go beyond counting the number of tourists every year, but by the slightest increase in the number of tourists every year. Could not it be a city with a great tourist potential?

1 million 800 thousand tourists visited our country on the numbers. If the main tourist season starts in mid-March, and the end of the first season ends in June, it's hard to imagine how many tourists visit during this period.

In addition, we do not have enough hotels, and the prices of hotels in Europe are almost equal and every year the price is growing dramatically. If we address Paris again, the number of hotels in the city and its surroundings is 4,260. In our country, this figure is 4 times lower than the national average, ie, there are only 750 hotels in our country.

All the reforms being carried out for the sake of prosperity of the country are in the interests of the Homeland and the people. All spheres are being reformed. To make such a positive change, to bring progress to a new level, we all have to do our part in our work and be self-sacrificing. My suggestions as a field specialist on the development of tourism and increasing the number of tourists are as follows:

- Providing preferential loans for entrepreneurs who want to work in the sphere of tourism and increasing the number of hotels that meet world standards, thereby increasing competition and lowering hotel prices. Because, as the price for the turpose increases, the number of tourists coming to our country will also decrease. As a result, they prefer to go to other countries with much lower prices.

- With the agreement with "Uzbekistan Airways", the offer of online airline tickets, as well as the establishment of a transparent online service, is a topical issue. In developed countries, aviation concept is never used in everyday life. In a civilized country, nobody goes to airplane and does not buy air tickets. A person who wants to go to a country can do everything without doing the job at home. Many Europeans ask me, "Why do not you buy tickets online from the official website of Uzbekistan Airways?" If the flight fails, the airline's website will not provide any details. In my opinion, if the reforms are carried out in this direction, the number of tourists visiting our country will increase dramatically.

- In Uzbekistan Railways, as well as the online purchase of tickets, the light would be a good light. Moreover, it is difficult to buy tickets to the major tourist groups at the high-speed train Afrosiyob. It will be possible to buy tickets on the system at 40 days. But if you go to the cashier, the number of tickets is already limited.

- Recently I flew from Chelyabinsk to the international airport Islam Karimov in Tashkent. The situation has improved much earlier. There are a lot of people in the queue, there is a separate window for foreigners, and in general the environment is in a very positive state. But wait an hour for your carriage. God did not show that at the same time with the flight from Frankfurt, Russia and Turkey landed on the gods ...

Most of the tourists are "noble" just after two rides. Therefore, if tourists were able to leave the airport immediately after the separate green yards were created and they would be able to leave the airport faster, no matter what the flight would be, we would have achieved a far more positive outcome.

"I am for the development of Uzbekistan, like all my own fellow countrymen who love and love this Homeland, and I think that the peace of our country is superior to all. All measures have been taken in this regard in our country. But even so, tourists visiting our country would be desirable to have a special system for them from one country to our country through the border. That is, they do not frighten them without checking and making them less gracious.

- As a tourist country, in conjunction with experts in the field of tourism in our country, a single compact "tourist guide" about Uzbekistan is being prepared and translated into all languages and available at a low price or, free foreign tour companies. (Every time I am in Europe I spend a lot of time in bookshelves, but there is no good quality fossil about Uzbekistan., There are books on all countries of the world (without exception) Of course, there are only 3-4 guidebooks for tourists in Uzbekistan, but it is written by tourists visiting the country and not by Uzbeks, as well as representatives of the foreign media).

- With the interesting information about Uzbekistan, publishing the fossils together with the experts in the field of tourism (with their ideas) and publishing in different languages in high quality. It should not be expensive and it is necessary to sell all the bookstores and tourist shops in Uzbekistan. I'm currently working on this project with my creative team.

- If we participate in international competitions, dubbing films that they have created in English, German and other languages, promoting the competition and documentary films about our country, traditions and traditions, national values and rich historical heritage, the number of tourists will increase.

Bibliography:

1. Постановление Президента Республики Узбекистан "О мерах по обеспечению ускоренного развития внутреннего туризма" от 07.02.2018 № ПП-3514 // lex.uz.

2. Указ Президента Республики Узбекистан "О дополнительных мерах по ускоренному развитию туризма в республике узбекистан" от 05.01.2019 № УП-5611 // lex.uz.

IV ШЎЪБА. ТУРИСТИК ХИЗМАТЛАРНИ АХБОРОТ КОММУНИКАЦИЯ ТЕХНОЛОГИЯЛАРИ ЁРДАМИДА РЕАЛИЗАЦИЯ ВА КЕНГ ТАРҒИБ ҚИЛИШ МУАММОЛАРИ

Д.И. Абидова – к.э.н., доцент кафедры Туризм и сервис, ТГЭУ

ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ВАЖНЕЙШИЙ ФАКТОР РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА В УЗБЕКИСТАНЕ

Развитие инновационной экономики немыслимо без эффективного применения современных информационно-коммуникационных технологий (ИКТ). В информационной экономике уровень использования информационно-коммуникационных технологий определяет экономический рост, производительность, занятость и эффективность бизнеса. В условиях информационной глобализации под воздействием ИКТ, формирующих единое информационное пространство, факторы конкурентоспособности индустриальной экономики трансформируются и пополняются новыми.

Узбекистан на данном этапе развития имеет высокий потенциал для практической демонстрации улучшения производительности и других экономических показателей в зависимости от уровня технологического развития и более качественного планирования проектов внедрения ИКТ в деловую практику.

Опережающее развитие сектора ИКТ является одним из приоритетов экономической политики Узбекистана (рис. 1)



Рис. 1. Этапы развития ИКТ в Узбекистане[1]

[1] Материалы САММИТА по ИКТ в Республике Узбекистан 2015 года

Для достижения в стране поставленных целей по развитию ИКТ сформирована мощная нормативно-правовая база, в частности:

- приняты законы «Об информатизации», «Об электронной цифровой подписи», «Об электронном документообороте», «Об электронных платежах», «Об электронном правительстве» и др.;

- в рамках принимаемых мер по развитию Национальной информационно-коммуникационной системы за последние годы принято более 20 постановлений и указов Президента Республики Узбекистан, 30 правительственных решений, затрагивающих вопросы широкого внедрения информационных систем, интерактивных услуг и организации обучения в сфере ИКТ.

Развитая инфраструктура телекоммуникаций является ключевым фактором масштабного внедрения ИКТ. С 2012 года в этом направлении принят ряд государственных программ, в частности:

- Постановлением Президента Республики Узбекистан от 17.04.2012 г. утверждена Программа по техническому и технологическому переходу на цифровое телевидение в Республике Узбекистан. По результатам реализованных проектов на сегодняшний день эксплуатируются 22 передатчика цифрового телевидения. Охват населения цифровым телевидением составляет 54,3%.

- Постановлением Президента Республики Узбекистан от 27.07.2013 г. утверждена Программа развития телекоммуникационных технологий, сетей и инфраструктуры связи в Республике Узбекистан на 2013–2020 годы. Реализация программы даст возможность увеличению скорости передачи данных и Интернета до областей - в 4 раза, до районов - в 10 раз.

- Постановлением Президента Республики Узбекистан от 06.03.2015 г. утверждена Адресная программа развития информационно-коммуникационных технологий на 2015–2019 годы, предусматривающая построение центров хранения и обработки данных, расширение сетей широкополосного доступа, а также развитие сетей мобильной связи.

В целях дальнейшего развития и широкого внедрения в систему государственного управления современных информационных систем, ресурсов и баз данных Постановлением Президента Республики Узбекистан от 27.06.2013 г. утверждена Программа развития системы «Электронное правительство» на период 2013–2020 годов. [1]

Не следует забывать, что развитие ИКТ напрямую влияет на уровень конкурентоспособности страны, позволяет собирать и обобщать огромные массивы информации, открывает широкие возможности для управления на стратегическом уровне. Надо сказать, что уже сегодня на ИКТ приходится примерно 5,5 процента мирового ВВП, а по оценкам авторитетных международных экспертов к 2020 году этот показатель превысит 9 процентов.» Роль ИКТ в туризме велика, ведь именно информация является объектом

[1] Ш.М. Мирзиёев. Критический анализ, жесткая дисциплина и персональная ответственность должны стать повседневной нормой в деятельности каждого руководителя.//**«Народ**ное слово», 16.01.17 г.

деятельности туристской отрасли, а именно они способны обработать информацию оптимально, с максимальной эффективностью для отрасли

Современные туристы не могут представить себе отдых без наличия современных технологий. Именно поэтому в 2014 году в историческом городе-музее «Ичан Кала» в Хорезмской области был запущен в эксплуатацию проект зоны беспроводного абонентского радиодоступа. В настоящий момент зона покрытия сети Wi-Fi включает 27 объектов. Пользователи сети Wi-Fi с помощью одной карты могут пользоваться услугой Интернет на всех объектах, где присутствует сеть Wi-Fi АК «Узбектелеком». Если абонент, например, купил карту в Хиве, то он может ею воспользоваться и в Термезе, и в Карши, Шахрисабзе, и в других местах, где есть зона покрытия сети Wi-Fi. В разработанный Центром программистов Be Pro совместно с Государственным комитетом по развитию туризма республики Узбекистан комплекс программных продуктов о туризме входят программное обеспечение для мобильных устройств, 3D-макеты сооружений, а также программное обеспечение для информационных киосков. Данный проект направлен на широкое представление возможностей Хорезмской области в сфере туризма.

Программное обеспечение для мобильных устройств платформы iOS и Android в виде виртуального путеводителя наполнено актуальной информацией для знакомства с удивительным краем «Тысячи крепостей». В приложение включены такие разделы, как «Общая информация по истории, культуре и традициям региона», «Памятники архитектуры», «Музеи», «Рецепты национальной кухни», «Рекомендации по выбору туров итуристских компаний» и «Уникальная фотогалерея и сферические панорамы Хивы». Данные приложения размещены на AppStore и Google Play Market. Благодаря 3D-макетам сооружений, пользователи со всего мира могут увидеть на картах Google Earth объемные макеты древних памятников архитектуры, находящихся в Хорезмской области.[1]

В настоящее время совместно с Министерством по развитию информационных технологий и коммуникаций Республики Узбекистан осуществляется внедрение интерактивной государственной услуги онлайн-приема документов на рассмотрение для получения лицензии на осуществление туристской деятельности на Единый портал интерактивных государственных услуг. Совместно со Службой лицензирования разработан регламент на предоставление государственной услуги через ЕПИГУ на получение лицензии для осуществления туристской деятельности. Для размещения на правительственном портале регулярно предоставляется информация о туристских достопримечательностях республики, инвестиционном потенциале, перечень гостиниц и туроператоров.

Государственным комитетом по развитию туризма республики Узбекистан подготовлен выпуск электронных брошюр, альманахов, кратких справочных пособий по туризму для большей информированности и привлечения

[1] www.uzbekgateway.uz

туристского потока в республику. Сегодня на туристском рынке Узбекистана представлено более десятка программ автоматизации работы турфирмы. Наиболее известными среди них являются: «1С-Рарус: Турагентство», «InTourOffice», «Мастер-Тур», «Само-Тур», «ТурВин», «Турбо-тур», «Аист-2.5» и др. Весьма интересная разработка для автоматизации деятельности предприятий туристского сервиса— это пакет прикладных программ «Туристский офис», разработанный фирмой «Tour Technology» и предназначенный для системной автоматизации туроператоров и турагентств, в пределах офиса с возможностью их дальнейшего объединения в единое информационное пространство, например, на базе информационного центра государственным комитетом по развитию туризма республики Узбекистан.

Ведя разговор о применении ИКТ в туризме, нельзя не сказать о системах бронирования мест в отелях и на транспорте. Практически их используют все гостиницы Узбекистана. Однако единой системы по республике пока нет. Например, в отелях Lotte Tashkent Palace и Grand Mir применяется всемирно известная система бронирования FIDELIO, в остальных же— более простые или собственные разработки. Помимо этого, в Узбекистане получила лицензию и существует в настоящее время Orex CA.com— online-система бронирования отелей и других туристических услуг на территории Центральной Азии и Закавказья. Бронирование услуг происходит на основании договоров, заключаемых ООО «Oriental Express CA» с предприятиями гостиничного комплекса.

По данным исследования, проведенного маркетинговой группой Neilsen Netratings, 33% всех онлайновых сделок приходятся на долю туризма. Но, надо отметить, что туристские фирмы получили не только удобный способ продажи своего продукта. Возможности здесь гораздо шире. Это и недорогая эффективная реклама, размещенная на наиболее посещаемых сайтах, просмотр и анализ предложений от других фирм с целью создания собственного конкурентоспособного продукта. Это и связь с туроператорами, и поиск выгодных партнеров, online-бронирование гостиниц, авиабилетов, транспорта и многое другое.

В настоящее время сделано немало, но еще больше предстоит сделать для того, чтобы вывести отрасль туризма на более перспективный уровень развития, основанный на прочных специальных знаниях и знаниях по эффективному использованию информационно-коммуникационных технологий. В частности, весьма актуальным представляется создание на базе государственного комитета по развитию туризма республиканского туристского портала, объединяющего все туристские организации в единое виртуальное информационное пространство, использование единой базы по оценке и стандартизации всех составляющих индустрии туризма на основе мировых стандартов, использующих новейшие мировые достижения информационного общества.

Список использованной литературы

1. Ш.М. Мирзиёев. Критический анализ, жесткая дисциплина и

персональная ответственность должны стать повседневной нормой в деятельности каждого руководителя.//«Народ**ное слово»,** 16.01.17 г.
2. Материалы САММИТА по ИКТ в Республике Узбекистан 2015 года
3.www.e-tours.uz
4.www.uzbekgateway.uz
5.www.turist.ru
6.www.gov.uz

I.S. Tuxliyev – SamISI professor i, i.f.d.
A.Sh. Suyarov – SamISI talabasi
M.X. Gadoyeva – SamISI talabasi

TURIZM SOHASIDAGI XALQARO STARTAPLAR VA ULARNI MAMLAKATIMIZDA QO'LLASH MUAMMOLARI

Bugungi kunda turizmni rivojlantirish, mamlakatimiz YaIMdagi ulushini orttirish, iqtisodiyotning chin ma'noda strategik sektoriga aylantirish borasida turli vazifalar amalga oshirilmoqda. Yurtboshimiz tashabbuslari bilan soha rivojidagi qilinayotgan islohotlarning so'nggi yillardagi ijobiy natijalari ham so'zimizning yaqqol isboti bo'la oladi. Darhaqiqat, so'nggi bir necha yil davomida O'zbekiston Respublikasi Prezidenti tomonidan imzolanayotgan qaror va farmonlar, ularning dolzarbligi jihatdan ham juda muhimligi, o'z o'rni va vaqtida joriy qilinayotganligi soha rivojini siyosat darajasiga ko'tarmoqda. Xususan, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017-yil 16-avgust sanasida imzolangan "2018-2019 yillarda turizm sohasini rivojlantirish bo'yicha birinchi navbatdagi chora-tadbirlar to'g'risida» gi PQ-3217 sonli qarori bilan davlatimiz tomonidan turizm sohasida amalga oshirilayotgan siyosatning mantiqiy davomi bo'lib, turizm sohasini jadal rivojlantirish uchun qulay iqtisodiy, ma'muriy va huquqiy muhitni yaratgan holda, eng samarali tartibni joriy etish, hududlarning iqtisodiy salohiyati va daromadlari bazasini kengaytirish, yangi ish o'rinlari yaratish, yurtimizga keladigan turistlar oqimini ko'paytirish, shuningdek, milliy turizm mahsulotlarini jahon bozorida faol va kompleks ilgari surishga qaratilgan.

Bundan tashqari 2018-yil 3-fevral sanasida yurtboshimiz imzolagan yana bir "O'zbekiston Respublikasi turizm salohiyatini rivojlantirish uchun qulay sharoitlar yaratish bo'yicha qo'shimcha tashkiliy chora-tadbirlar to'g'risida"gi PF-5326-son farmonida esa Respublikaning turizm salohiyatini, birinchi navbatda investitsiyalarni faol jalb qilish, sohaga innovatsion g'oya va texnologiyalarni joriy etish, shuningdek, mamlakatning boy tabiiy, madaniy va tarixiy merosining mavjud resurslari va imkoniyatlaridan har tomonlama foydalanish hisobiga rivojlantirish uchun yanada qulay sharoitlar yaratish bo'yicha birlamchi vazifalar kiritilgan.

O'zbekiston Respublikasida kichik biznes va xususiy tadbirkorlikda ijdodiylik hamda innovatsionlikka ham alohida urg'u qaratilgan. Hozirgi kunda yoshlar tashabbuslari bilan yaratilayotgan g'oyalar asosida turli biznes tashabbuslari qo'llab-quvvatlanmoqda. Bu borada O'zbekistonda yoshlarni tadbirkorlikka undash,

innovatsion g’oyalarni qo’llab-quvvatlashga alohida urg’u berilgan. So’nggi qabul qilinayotgan qaror va farmonlar ham buning yaqqol isbotidir. Zamonaviy biznes uslubining rivojlangan va ommalashgan turlaridan biri startaplar hisoblanadi. Malakatimizda yoshlar startaplari ekomuhitini yaratish bo’yicha turli vazifalar amalga oshirilmoqda. Ulardan biri sifatida yurtboshimizning Innovatsiya faoliyatini davlat tomonidan tartibga solish mexanizmlarini tubdan takomillashtirish, iqtisodiyot tarmoqlari va sohalariga innovatsiyalarni yanada samarali joriy etish uchun shart-sharoitlarni yaratish maqsadida 2018-yil 7-may sanasida “Iqtisodiyot tarmoqlari va sohalariga innovatsiyalarni joriy etish mexanizmlarini takomillashtirish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi PQ-3698 sonli qarori imzolandi. Ushbu qarorda innovatsion faoliyatini tijoratlashtirish hamda startap g’oyalarini moliyalashrtirishga oid vazifalar berilgan.

Turizm sohasini rivojlantirshda startaplarning o’rni beqiyos sanaladi. Chunki, hozirgi kunda rivojlanib borayotgan ushbu soha zamonaviy innovatsiyalarga tayangan holda takomillashadi. Yuqorida amalga oshirilayotgan islohotlar zamirida ham turizm tadbirkorligini innovatsion usulda rivojlantirish borasida turli vazifalar belgilangan. Dunyoda turizm sektorida axborot texnologiyalariga asoslangan startaplar ko’plab topiladi va soha rivojiga yuqori samara olib kelmoqda. Startap – bu biznesning istalgan turi, undagi farq bozorga avval foydalanilmagan uslubda (o‘z-o‘zidan qonun bilan taqiqlanmagan) tovarlar yoki xizmatlar taqdim etishda ifodalanadi.

O’zbekistonda startap loyihalarini qo’llab-quvvatlash bo’yicha turli vazifalar amalga oshirilmoqda. Xususan, O’zbekiston moliya vazirligi tomonidan 2018-yilda 50 milliard so’m bilan ko’pchilik startaplar moliyalashtirilgan edi[1]. Bu prezidentning «Iqtisodiyot tarmoqlari va sohalariga innovatsiyalarni joriy etish mexanizmlarini takomillashtirish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida»gi qarorida belgilab qo‘yilgan edi. Bundan tashqari O’zbekistonda startaplarni qo’llab-quvvatlash bo’yicha Angliya, Koreya Respublikasi, AQSh kabi mamlakatlar bilan turli shartnomalar imzolangan.

Startap g’oyalarini akselleratsiya qilishda ham turli loyihalar amalga oshirilmoqda. Jumladan, 2016-yildan buyon O’zbekiston savdo-sanoat palatasi, BMT Taraqqiyot dasturining O’zbekistondagi vakolatxonasi, Buyuk Britaniyaning Toshkentdagi elchixonasi hamda O’zbekiston yoshlar ittifoqi tomonidan yoshlarning startap g’oyalarini qo’llab-quvvatlovchi “Startap tashabbuslari” dasturi o’tkazib kelinmoqda. Dasturda shu kungacha qariyb 50 ga yaqin startaplar qo‘llab-quvvatlangan. Bir nechta startap g’oyalari esa muvaffaqiyatli tarzda faoliyat yuritmoqda. Bu dastur doirasida tashabbuskor yoshlar o‘z loyihasi yuzasidan suhbat asosida tanlab olinadi. Ular o‘zlariga biriktirilgan mutaxassislar rahbarligida loyihasini takomillashtiradi, uning real ishchi modelini yaratadi, bozor va auditoriyani o‘rganadi. O‘quv seminarlarida ishtirok etib, loyihaning huquqiy va moliyaviy asoslarini qanday tashkil etish borasida ko‘nikmaga ega bo‘ladi.

Jahon miqyosida esa startaplar bo’yicha turli ekomuhitlar tashkil qilingan hisoblanadi. Ekomuhit – startaplarni “0”dan “100” gacha bo’lgan davrida qo’llab-quvvatlash imkoniyattiga ega bo’lgan sanoat zonalaridir. Bunday sharoitlarda turli

startap g’oyalari real sotuvga chiqariladi. Shu sababli, aksariyat muvaffaqiyatli startaplar aynan xorijiy rivojlangan mamlakatlarda shakllanadi.

Turizm va joylashtirish vositalarida qo’llash mumkin bo’lgan quyidagi startaplarni bevosita tahlil qilish orqali, ularning mamlakatimiz sanoatida milliy o’rinbosarlarini yaratish imkoniyati mavjudligi aniqlandi[2]:

Booking.com sayohat agregatori bo'lib, sayohat davomida joylashtirish vositalarini bronlashga asoslangan xizmat turi hisoblanadi. U AQShda tashkil qilingan Booking Holdings kompaniyasining boshlang'ich mahsuloti bo'lib, ushbu korxona tomonidan boshqariladi. Amsterdamda bosh qarorgohi joylashgan.

Vebsaytda 29 094 365 ta ro'yxat bo'lib, ular 195ta davlatdagi 143 172 ta manzillarda joylashgan. Har bir kunda 1 550 000 dan ortiq bronlar qilinadi. U 43ta tilda mavjud hisoblanadi. Uning shiori: "Uylar, hovlilar va ularning o'rtasidagi hamma narsa..."

Airbnb San Fransiskoda tashkil qilingan onlayn marketpleys hamda mehmondo’stlik xizmatini taklif qiluvchi vebsayt va mobil ilovada ishlaydigan xususiy korxona hisoblanadi. A'zolar xizmatdan turar joy band qilish yoki taklif qilishda foydalanishlari mumkin. Kompaniya hech qanday ko’chmas mulk vositasiga ega emas, shunchaki vositachi sifatida har bir bronlashdan komission to’lov olishi mumkin. Mehmonlar turar joyni platformadagi turar joy turi, sanalar, joylashuv va narx kabi filtrlardan foydalangan holda tanlab olishlari mumkin. Bronlashdan oldin foydalanuvchilar shaxsiy va to’lov ma’lumotlarini kiritishlari zarur. Ba’zida esa mehmonxonalar sayyohlar hukumati tomonidan taqdim etilgan shaxsni tasdiqlovchi hujjatlarni so’rashadi. Kompaniya tomonidan sayohat qo’llanmalari ham taqdim etiladi.

Pawel Cebula, Ieva Soblickaite va Ugur Samut tomonidan 2014-yilda Berlinda tashkil etilgan bo'lib, dunyo bo'ylab bemorlar va shifokorlarni birlashtiradigan onlayn qidirish va hamkorlik platformasi sifatida faoliyat yuritmoqchi. Tibbiy turizmni boshlash maqsadi bemorlarni yuqori sifatli klinikalar va shifokorlarga yo'naltirishga yordam berish orqali sog'liqni saqlash sohasini isloh qilishga qaratilgan. Shuningdek, sayyohlarga o'z mamlakatlarida bo'lishidan ko'ra, kutish vaqtlarini qisqartirishga imkon beradi. Xizmat 900 dan ortiq yuqori xalqaro akkreditatsiyalangan shifoxona va 30 dan ortiq mamlakatda minglab mutaxassis shifokorlar bilan hamkor. Kompaniya hozirgi kunga qadar 11,83 million dollarni tashkil etdi. Ushbu platformadan butunlay bepul foydalanish mumkin va hozir 5 tilda mavjud: ingliz, nemis, ispan, italyan va fransuz.

Xulosa qilib aytadigan bo’lsak, zamonaviy turizm tarmoqlari innovatsion texnologiyalarga asoslangan holda rivojlanishi davr talabiga aylanmoqda. Innovatsion texnologiyalar startap modellari asosida realizatsiya qilinishi esa ularning daromadini tezlashtiradi. Startaplar orqali tez, samarali va yangilanadigan tadbirkorlik muhiti yaratiladi. Startap g’oyasi asoschilari bevosita mijozlar ehtiyojlariga e’tibor qartishlari mumkin bo’ladi. Turizm sohasida ham xuddi shunday bo’lib, sayyohlar ehtiyojiga qartilgan va hudud marketingini oshiradigan, zamonaviy IT-texnologiyalari asosidagi startaplarni yaratish dolzarb hisoblanadi.

Д.З. Норкулова– СамИСИ доценти в.б., PhD
Р.Ғ. Суюнов – СамИСИ ассистенти

МЕҲМОНХОНА ИННОВАЦИОН ФАОЛИЯТИДА ИНВЕСТИЦИОН РЕСУРСЛАРНИНГ ИЧКИ МАНБАЛАРИ

Инновацион компанияларнинг ривожланиши нафақат фаолият турига, балки молиявий кўмакка боғлиқ. Инвестицияларни жалб қилиш инновацион фаолият билан шуғулланадиган ташкилотнинг энг муҳим вазифаларидан биридир. Барча молиялаш манбалари, корхоналар, турли маблағлар ёки шахслар бўлсин, бизнес жараёнига жалб қилинмоқда ва шу билан бир қаторда инновацияларни ривожлантиришга ёрдам беради ва шунинг учун инновацион компаниянинг ривожланишига сезиларли таъсир кўрсатиши мумкин.

Молиялаштириш манбалари қуйидаги турларга бўлиниши мумкин:

- давлат ресурслари;
- корхоналар ва бошқа хўжалик юритувчи субъектларнинг ресурслари.

Сармоясини инвестиция қилган ҳар қандай инвестор фойда олишни хоҳлайди ва инвестиция қилишдан олдин, у молиялаштириш мавзусини диққат билан текширади. Шу сабабли, компаниялар доимо сармоядорларнинг катта маблағларини олиш имконига эга эмаслар. Шунга қарамай, инновацион фаолиятни амалга ошириш учун компания инновацион фаолиятни молиялаштиришнинг ички манбаларини қўллайди. Биз ички манбаларни, яъни корхоналар ва бошқа хўжалик юритувчи субъектларнинг ресурсларини ҳисобга олишимиз керак. Шу асосда инвестицияларнинг қуйидаги асосий ички манбалари ажратилиши мумкин:

фойда

Тадбиркорлар ва ташкилотлар кўпинча сармоя манбаси сифатида фойдан фойдаланадилар. Қабул қилинган фойда бир қисмини бизнесни ривожлантириш, ишлаб чиқаришни кенгайтириш ва янги технологияларни жорий этишга йўналтиради. Бу мақсадлар учун маблағ ажратмаётган корхоналар ва ташкилотлар охир-оқибат рақобатбардош бўлмаслиги аниқ. Корхоналар баъзан ўзларининг маҳсулотларини нархини кўтариб, молиявий ресурсларнинг этишмаслиги, шу жумладан бизнесни ривожлантиришга ҳаракат қилишади. Шунга қарамасдан, уларнинг маҳсулотларига нархларнинг ўсиши улар учун талабнинг пасайишига олиб келади, бу маҳсулот сотиш билан боғлиқ муаммоларни келтириб чиқармоқда ва бунинг оқибатида ишлаб чиқаришнинг пасайишига олиб келади.

2) банк кредити

Узоқ муддатли кредитлаш, айниқса, ривожланаётган тадбиркорлик шароитида инвестицияларнинг муҳим манбаларидан бири бўлиши мумкин. Ишлаб чиқаришни ривожлантириш учун узоқ муддатли кредитларнинг аҳамияти ҳақида гапиришнинг ҳожати йўқ, бу ҳалокатли ҳолатда. Узоқ муддатли банк кредитлари, биринчи навбатда, иқтисодиётда стратегик мақсадларни ҳал қилишга қаратилган. Улар ишлаб чиқаришнинг босқичма-

босқич оширилишига ва натижада мамлакат иқтисодиётининг умумий тикланишига ёрдам беради. Бундай кредитлар, асосан, банклар томонидан ҳукумат томонидан кафолатланган ижтимоий дастурларни ҳал қилиш учун берилиши мумкин, аммо узоқ муддатли банк кредитлари инфляция эрда фойдасиз. Молиялаштириш ва капитал маблағларни узоқ муддатли кредитлаш билан шуғулланадиган инвестиция банкларини яратиш зарур. Айни пайтда ҳукумат бюджетдан зарур дастурларни молиялаштиришга мажбур ва улар бюджетда жуда кам.

3) қимматли қоғозларни чиқариш

Қимматли қоғозлар чиқарилиши аста-секин инвестиция манбаи бўлиб қолади. Айни пайтда, ривожланган мамлакатларда инвестицион лойиҳаларни молиялаштиришнинг асосий манбаларидан бири бўлган қимматли қоғозлар эмиссияси мавжуд.

Корхоналар маблаг ъолиш учун иккала акция ва облигациялар ҳам чиқариши мумкин. Айни пайтда қимматли қоғозларни харид қилувчилар, қоида тариқасида, нақд пулга эга ҳар қандай юридик ёки жисмоний шахслар бўлиши мумкин. Улар ўзларининг маблағларини компаниянинг қимматли қоғозлари эвазига таъминловчи сармоядорлардир.

4) бюджетни молиялаштириш

Давлат бюджети тақчиллиги марказлаштирилган молиялаштириш манбалари ҳисобидан инвестиция муаммоларини ҳал қилишга имкон бермайди. Чекланган бюджет маблағлари инвестицияларнинг потенциал манбаи сифатида давлатни қайтариб берилмайдиган бюджет маблағларидан қарз беришга ўтишга тўғри келади. Гўёки имтиёзли кредитлардан мақсадли фойдаланиш устидан назоратни кучайтирди. Кредитнинг қайтарилишини кафолатлаш учун кўчмас мулкда, хусусан, эр участкалари гарови тизими жорий этилмоқда. Давлат марказлаштирилган сармоялари одатда чекланган миқдордаги ҳудудий дастурларни амалга оширишга, айниқса, самарали инфратузилмани шакллантиришга, федерал инфратузилмани қўллаб-қувватлашга, табиий офатлар ва фавқулодда вазиятларнинг оқибатларини бартараф этишга, энг оғир ижтимоий-иқтисодий муаммоларни ҳал қилишга қаратилган.

5) амортизация ажратмалар

Амортизация ажратиш - дастлаб капиталнинг айланма маблағлари ва корхонанинг айланмасидан иборат бўлган моддий ташувчидан (бинолар, иншоотлар, асбоб-ускуна, ускуналар ва бошқалар) ажратилган сармоя қиймати. Амортизация тўловлари товарларни ишлаб чиқаришда ишлатилиш пайтида эскиган ишлаб чиқариш воситаларини қайта тиклашга қаратилган. Бироқ ҳозирги вақтда амортизация тушумлари инфляцияни йўқотиш билан йўқолади (инфляция бу инвестицияни деярли девалвация қилди), шунинг учун ўз-ўзини инвестициялаш корхоналари иш ҳақи, қарзлар ва бошқа нарсаларни тўлаш учун зарур бўлган маблағлардан фойдаланади, бу ижтимоий соҳага таъсир қилади. Корхоналарнинг асосий фондлари қийматининг ошиши ва уларнинг амортизацияси инфляция даражасига мутаносиб равишда инвестицияларни молиялаштириш учун ўз маблағлари манбаларини кўпайтириш имконини

беради. Шунинг учун ички инвестицион фаолликни оширишнинг муҳим чораларидан бири асосий воситаларнинг қийматини мунтазам индексация қилиш йўли билан амортизация фондининг инфляцияни ҳимоялаши бўлиши мумкин. Амортизация фондининг инвестицион хусусиятини тиклаш учун амортизация сиёсатини ва амортизация фондининг айланиш ва айланма тизимини ислоҳ қилиш зарур: амортизация ажратмаларининг капитал хусусиятини аниқ билиш; амортизация фондига мулкий муносабатларни кенгайтириш ва капитал эгаларининг амортизация жамғармасининг тақдирини аниқлаш учун ҳуқуқларини кафолатлаш; корхоналарнинг ишлаб чиқариш (менежерлари) уларнинг хавфсизлиги ва мақсадли ишлатилиши учун жавобгарлигини кучайтириш; давлат ҳудудидан ташқарида амортизация фондини йўқотиш, овқатлантириш ва йўқотишдан солиқ ва маъмурий чоралар қўллаш (амортизация орқали капиталнинг экспортини тўхтатиш). Ушбу чора-тадбирлар корхонанинг амортизация фондини сақлаб қолишга ёрдам беради ва натижада ишлаб чиқаришни бир хил даражада сақлашга ёрдам беради.

6) жамоат фондлари

Хусусийлаштирилган корхоналар ва инвестиция фондлари акцияларини сотиш йўли билан давлат маблағларини инвестиция соҳасига жалб қилиш, нафақат инвестициялар манбаи, балки фуқароларнинг шахсий маблағларини инфляция ҳисобидан ҳимоя қилишнинг бири сифатида ҳам кўриб чиқилиши мумкин. Инвестицион банклардаги шахсий депозитлар бўйича юқори фоиз ставкаларини белгилаш, уй-жой қурилиши учун давлат маблағларини жалб қилиш орқали корхоналарнинг инвестицион фаоллигини рағбатлантириш, корхонанинг ўз маҳсулотларини завод нархларида сотиб олиш учун инвестицияларга жалб қилинган фуқароларга ва бошқаларга устунлик бериш мумкин. Инвестиция банклари ва жамғармалар, суғурта компаниялари, пенсия жамғармалари, қурилиш жамиятлари ва бошқалар - кенг миқёсдаги воситачилик молия ташкилотлари тармоғи капитал бозорига аҳолининг пул маблағлари оқими учун зарурдир, бироқ давлатнинг қатъий қоидаларини белгилаш орқали пул маблағларини инвестиция қилишга тайёр бўлганларни ҳимоя қилиш муҳимдир. давлат маблағларини жалб қилмоқчи бўлган корхоналарни назорат қилиш.

Хулоса ўрнида шуни айтиш мумкинки ички инвестицияларни молиялаштириш ҳолатига таъсир этувчи асосий омил молиявий ва иқтисодий беқарорликдир. Шунга қарамай, ички инвестицион салоҳиятнинг этишмаслиги нисбатан нуқтаи назарга эга. Ҳозирги кун холатига эътибор қаратадиган бўлсак ҳар қандай соҳа ривожи инвестициялар тизимига узвий боғлиқдир. Шу ўринда меҳмонхона хўжалигидаги инновациялар ривожида ҳам банкларнинг инвестицион сиёсати муҳим рол ўйнайди.

Қурбонов З.Н. – Ўз.Р. Банк Молия Академияси профессори. и.ф.д.
Очилов О. – Тошкент молия институти таянч докторанти

ИНВЕСТИЦИЯЛАР АУДИТИНИНГ БАЪЗИ МАСАЛАЛАРИ

Аудитор томонидан хўжалик юритувчи субъектларда инвестициялар аудитини ўтказишда, унинг таркибини ўрганишдан бошлаш мақсадга мувофиқ. Инвестицияларни қуйидаги йўналишларга бўлдик:

молиявий инвестициялар;

асосий капиталга йўналтирилган инвестициялар;

интеллектуал капиталга йўналтирилган инвестициялар;

инсон капиталига йўналтирилган инвестициялар.

Инвестицияларнинг таркиби аниқлангандан сўнг, аудитор томонидан юқоридаги йўналишларнинг ўзига хос хусусиятлари ўрганилади. Бунинг учун аудитор хўжалик юритувчи субъектларга киритилган инвестицияларнинг манбалари бўйича ўрганиш зарур. Киритилган инвестицияларнинг манбалари бўйича ўрганишда хорижий, шу жумладан тўғридан тўғри киритилган инвестицияларга алоҳида эътибор бериш керак бўлади.

Интеллектуал капиталга йўналтирилган инвестицияларни аудит қилишда аудитор томонидан халқаро амалиётда интеллектуал капиталнинг моделларини ҳам билиш талаб қилинади. Компаниянинг интеллектуал капиталини аниқлашнинг бир қанча моделлари бўлиб, улардан бир, бу- Skandia Value Scheme Л. Эвиссон моделидир . Бу моделга асосан компаниянинг бозор баҳоси молиявий ва интеллектуал капиталлар йиғиндисидан ташкил топади.

Э.Брукинг моделида интеллектуал капитал қуйидагилардан иборат: 1. Бозорнинг активлари (брендлар, мижозлар садоқати, имидж, обру, тақсимлаш каналлари, бизнес ҳамкорлик). 2. Интеллектуал мулк (патент, муаллифлик ҳуқуқи, бизнес сири, ноу-хау, товар белгиси). 3. Инсон ресурслари (таълим, касбий малака, кўникмалар ишчи қабулияти). 4. Инфраструктура активлари (бошқарув фалсафаси, корпоратив маданият, бошқарув жараёни, ахборат тизимлари, тармоқ алоқалари)[1].

Аудит хизматлари ичида компания интеллектуал капиталини аудит қилиш ва баҳолаш энди ривожланмоқда. Ушбу аудитнинг тури, компаниянинг интеллектуал салоҳияти қийматининг қандайлигини баҳолайди, инсон ресурсларини яхши ишлашини бошқариш борасида тавсиялар беради. Бундан ташқари ушбу аудит тури меҳнат унумдорлигини ошириш, иш ҳақи харажатларини опатималлаштириш, ходимларни яхши ишлаши мақсадиди рағбатлантириш методларини таклиф қилади. Интеллектуал капитали аудити меҳнат ресурслари ва билимларни янада самарали бошқариш учун мўлжалланган. Аудит жараёнида турли интеллектуал активларни баҳолаш ва қийматини аниқлаш амалларидан фойдаланади.

Е.М.Гутцайтнинг фикрича, интеллектуал капитални баҳолашнинг тўртта методи мавжуд: тўғридан тўғри баҳолаш методлари; бозор капиталлашуви

методлари; доромадлиликка асосланган методлар; кўрсаткичлар тизимига асосланган баҳолаш методлари, шу жумладан молиявий бўлмаган кўрсаткичлар ҳам[2].

Аудитор аудит жараёнида интеллектуал капиталнинг қийматини тўғри баҳоланишини текширганда юқорида келтирилган методларнинг қайси бири қўлланилганлигини аниқлайди ва хўжалик юритувчи субъектнинг ҳисоб сиёсатида қайси метод асосида қиймати ҳисобланиши ўрганилади.

Ўрганишлар шуни кўрсатмоқдаки, О.В.Ефимованинг эътироф этишича, интеллектуал капитали аудити кенг маънода талқин қилинмоқда, яъни компаниянинг интеллектуал капиталини жойлаштириш (лоцирование), мониторинг қилиш ва мувофиқлаштириш маъносида ҳам қаралмоқда[3].

Ўзбекистон Республикастнинг аудиторлик фаолиятини тартибга солувчи меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатларида молиявий ҳисоботларнинг ишончлилигига таъсир қилувчи фикрларни ўзида мужассамлаштирган аудитнинг баъзи йўналишлари ўз аксини топмаган. Шундай йўналишларидан бири бу- инсон капитали аудитидир. Чунки инсон капиталига йўналтирилган инвестицияларни мақсадли ишлатилишини бухгалтерия ҳисоботлрида акс эттирилганлиги ва маълумотларнинг ишончлилигини текшириш аудит ёрдамида амалга оширилади.

Бироқ, интеллектуал ва инсон капиталига йўналтирилган харажатлар ҳамда инвестициялар тўғрисидаги бухгалтерия ҳисоби маълумотлари турли счётларда акс эттирилиши, бу бўйича алоҳида молиявий ҳисобот шакллининг йўқлиги аудиторлик текширувларида қийинчиликлар туғдирмоқда.

Бундай камчиликларни бартараф этиш борасида М.Э.Пўлатов томонидан молиявий ҳисоботлар таркибига “Интеллектуал капитал тўғрисидаги ҳисобот”ни киритишни таклиф этган ва унинг шаклини ўзининг илмий ишларида келтирган[4]. Лекин ушбу таклифни амалиётга жорий этиш бўйича Ўзбекистон Республикаси Молия вазирлигининг тегишли бошқармалари томонидан меъёрий ҳужжатларга ўзгартиш киритилмаган.

Энди инвестициялар, шу жумладан интеллектуал капиталга киритилган инвестицияларнинг аудитининг ўтказиш методикасини кўриб чиқамиз. Инвестицияларнинг аудитининг ўтказиш хўжалик юритувчи субъектларнинг ҳисоб сиёсатида инвестициялар бухгалтерия ҳисобининг қайси счётларида олиб борилиши ва уларни баҳолашда қандай методлардан фойдаланганлиги ўрганилади. Чунки инвестициялар бўйича молиявий ҳисоботлардаги маълумотларнинг ишончлилиги уларни баҳолашда қандай методлардан фойдаланганлигига боғлиқ бўлади. Корхонанинг ҳисоб сиёсати бўйича аудитор қуйидагилар билан танишиши мумкин:

бошқа корхоналарнинг устав капиталида иштирок этишдан олинган даромадларни оддий ёки операцион фаолиятдан олинган даромадлар қаторида тан олиш;

инвестицияларни акс эттириш учун фойдаланиладиган ишчи счётлар режаси;

қўлланиладиган бухгалтерия ҳисоби шакли ва корхона бухгалтериясида тузиладиган ҳисоб регистрлари рўйхати;

инвестицияларни ҳисобга олиш билан боғлиқ дастлабки ҳужжатларнинг айланиши (ҳужжатларнинг айланиш графиги) билан;

корхонанинг инвестициялари, қарз шартномаларини расмийлаштирилишга рухсат этилган шахслар рўйхати; молиявий инвестицияларни ҳисобга олиш учун корхона томонидан ишлаб чиқилган ва тасдиқланган дастлабки ҳужжатлар шакллари.

Хулоса қилиб айтганда, инвестор, инвестицияларни амалга оширадиган корхонанинг бошқа эгалари ва ҳар қандай, потенциал инвесторлар манфаатидан манфаатдорлиги учун инвестициялар аудитини молиявий ҳисоботлар асосида ўтказиш муҳимдир.Ҳам ташқи (мустақил) аудит ва ички аудитнинг аҳамиятини алоҳида таъкидлаш керак.Ушбу турдаги аудитларнинг ҳар бири ўзининг ўзига хос хусусиятларига, характерли белгилари ва мақсадларига эга.

Адабиётлар рўйхати:

1. Ларионов А. В. Структура интеллектуального капитала и участие ее элементов в бизнес-процессах компании. Экономические науки • 2018 • № 6 (163).

2. Гутцайт Е.М. Методологические проблемы аудита // Аудиторские ведомости. -2012. №1-3с.

3. Ефимова О.В. Финансовый анализ. — М.: Бухгалтерский учет, 2012.-28с.

4. Пўлатов М.Э. Интеллектуал капитал ҳисоби ва аудити методологиясини такомиллаштириш. Иқтисодиёт фанлари доктори (DSc) илмий даражасини олиш учун ёзилган диссертацияси.Тошкент, 2017. 6-илова.

Р.Хаитбоев – СамИСИ катта ўқитувчиси
М.Х. Хамитов – СамИСИ мустақил изланувчиси

МЕҲМОНХОНАЛАРНИНГ ШАКЛЛАНИШИ ТАРИХИ ВА КУЛИНА БИЛАН ГИГИЕНА

Йўловчиларнинг, саёҳатчиларнинг тунаши, дам олиши ва овқатланиши ҳақидаги дастлабки маълумотлар қадимги Миср давлатининг тарихида учратиш мумкин. Қадимги Миср ўша даврларда фақатгина маданият обидаларига бой ўлкагина эмас, балки даволаш масканларига эга бўлган давлат эди. Бу ҳақда туристлар, томошага келиб кетганларнинг пирамидалардаги ёзувларидан етарлича маълумотлар олиш мумкин.

Узоқ ўлкалардан келадиган сайёҳларнинг эҳтиёж ва талабларини хушёрлик билан англаган Қадимги Миср ҳукумати дастлабки вақтлардан катта палаткали кичик-кичик қишлоқлар барпо этиб, уларнинг овқатланиши, дам олиши ва маиший эҳтиёжларини қондиришга ҳаракат қилишган. Палаткали қишлоқлар ўрнида вақт ўтиши билан кичик-кичик шаҳарчалар қурила

бошланган. Худди шу усулдаги дастлабки меҳмонхоналарни греклар ва римликлар ҳаётида кўриш мумкин.

Меҳмонхоналарнинг аҳамиятини Гомер даврида ҳам кўриш мумкин. Меҳмонхоналар ўша даврда жамоатчилик байрам қиладиган жойларда, ибодатхоналарнинг яқинида, дунёдаги етти мўъжизанинг бири-Олимпиядаги машҳур Афротида ибодатхонаси атрофларида кўплаб қурила бошланган. Қадимги Грециядаги Олимпиада ўйинларида кўплаб спортчиларнинг тўпланиши, томошабинлар, ҳунармандлар ва савдогарларни ўйинлар охиригача овқатлантириш, жойлаштириш учун албатта панароқ, алоҳидароқ ва ўзига хос шароитларга эга бўлган катта-кичик уйлар, бошпаналар керак эди. Ана шу бошпана, катта-кичик уйлар дастлабки меҳмонхоналар ҳисобланади.

Қадимги ёзувлардан маълумки, эрамиздан олдинги 776 йилдаги Олимпия ўйинларининг чемпиони Коройб исмли ошпаз бўлган. У бир стадион масофага чопиш бўйича мусобақа ғолиби бўлган. Бу чемпионга ўша вақтда давлат томонидан вақтинчалик шоҳона уй ва хизматчилар ажратилган. Бу уй албатта “меҳмонхона” бўлган.

Тунаш учун барчага (бой, камбағал, сайёҳ, келгинди) бирдек шароитки-меҳмонхона жойлари ажратилган. Афинанинг элчиси Македония қироли (Александр Македонскийнинг отаси) Филиппга етиб боришда (эрамиздан аввалги 382-336 йиллар) ана шундай меҳмонхоналарда тунаган.

Бундай меҳмонхоналар дастлаб қовоқхоналар ҳам дейилган. Ибодатхоналардаги қурбонликка сўйилган моллар қовоқхоналарга келтириб ейилган. Бу қовоқхоналар аста-секинлик билан “тунаш уйларига” айланган деган фикрлар ҳам мавжуд.

Ироқнинг жанубий қисмидаги 12 йиллик қазиш ишларидан маълум бўлдики, эрамиздан минг йил олдин келгинди (сайёҳ) кишиларни қабул қилувчи –“хан”лар- кўналға, етимхоналар бўлган. Назариялар бўйича бундай уйларни бадавлат кишилар қурган ва ўз оилалари билан бирга сайёҳларни қабул қилган.

Хаммурапи қироллик қилган йиллардаги қонун байтларида (2000 йил аввал) Халде шаҳрида (ҳозирги Ироқ давлати) меҳмонхона хўжалиги анча яхши ривожланганлигини кўрсатади. Давлат меҳмонхоналарни қаттиқ назоратда бошқарган. Масалан, меҳмонхонада пивога сув қўшганлар ўлим жазосига маҳкум қилинган.

Римлик шоир Гораций Рим императори Августнинг сафдошларини Брундияга кузатиб борганида (эрамиздан олдинги 658-йиллар) меҳмонхоналарда тўхташгани ҳам қайд қилинган. Рим империясида ҳудудларнинг кенгайиши натижасида транспорт йўллари ҳам узаяди. Бу узундан-узоқ йўлларда биринчи навбатда ҳарбий бўлинмалар, солиқ тўпловчилар, савдогарлар, рассомлар, ҳайкалтарошлар, актёрлар, мусиқашунослар тўхтаб дам олишлари учун қовоқхоналар, махсус уйлар қурилган. Бу уйлар ва қовоқхоналар ҳам дастлабки “меҳмонхона”лар эди.

Мехмонхоналар тарихи ва ҳозирги фаолияти билан бевосита боғланган қизиқарли маълумотни келтирамиз. Чунки кулинария ҳозирга келиб дунё

миқёсида тобора ривожланиб бораётган гастрономия туризмига асос солди. Гигиена эса инсон, инсонлар ва инсониятнинг орасталиги, озодалиги, инсон уйининг орасталиги, тозалиги ва файзлилигини белгиловчи метин қоидага айланган.

Афсоналарга кўра Қадимги Римнинг машҳур табиби Эскулапнинг иккита ёрдамчиси бўлган. Биринчиси-ошпаз қиз Кулина. У ўзининг машҳур ошпазлиги ва ошхонаси билан Эскулапнинг муваффақиятли ишлашини, ижод қилишини таъминлаган. Ўша вақтда Римда ҳаммага кўпроқ хуш ёқадиган 9 та мусиқа куйи бўлган, катта обрўга эга бўлган Эскулап 10-куйни ошпаз қизи Кулинага бағишлашни Рим Сенати раҳбарларидан талаб қилган ва кейинчалик бу куй "Кулинария" куйи деб аталган. Кулинария сўзини биз ҳозирда умуман бошқа маънода тушунамиз.

Эскулапнинг иккинчи хизматкори Гигиена ўта даражада орасталик ва озодаликга эътибор берган ва Эскулап қаерда юрмасин, қаерга бормасин ундан кийимларига зиғирчалик доғ туширмаслигини қатъий талаб қилган, баъзида Гигиена қандайдир арзимас доғ учун машҳур Эскулапга танбеҳ берган деб ёзишган тарихчилар. Римда кулинария сўзи машҳур бўлгандан кейин, Эскулап иккинчи хизматкори Гигиенани ҳам тарихга киритди ва "Гигиена сўзини озодалик белгиси" деб қабул қилишни Рим сенатидан илтимос қилди. Эскулапнинг обрўйи ва унинг сенатдаги дўстлари бу таклифни ҳам қабул қилишди. Римнинг 11-куйи "Гигиена" деб аталди.Эскулап ҳозиргача машҳур. Унинг икки хизматкорларининг номи эса жаҳонда унинг номидан ҳам кўп ишлатилиши билан янада машҳурроқ.

Яна бир маълумот қизиқарлики, "меҳмондўстлик" римлардаги hospiatlity" сўзидан келиб чиққан бўлиб, лотин тилидаги " hospitrum" (меҳмонхона) атамасидан олинган. Бу сўзнинг маъноси-"host"-хўжайин, "hospice"-бошпана, "hotel"-отель –меҳмонхона" маъноларини беради.

Кейинчалик Рим империяси кучайиши билан меҳмонхоналар 2 типда қурила бошланди: бой, амалдорлар учун-мансионес, камбағаллар учун-стабулярия. Давлат меҳмонхоналар фаолиятини қаттиқ назорат қилган, меҳмонхонада давлат томонидан гувоҳнома берилган кишилар хизмат қилган.

Фаластин, Миср, Вавилонда карвон-саройларнинг қурилиши ҳам ўзига хос дастлабки меҳмонхоналар бўлган. Дастлабки карвон маршрутлар Африкадаги Саудиядан-Маккагача, иккинчиси-Дамашқдан-Маккага карвонлар қатнаган.

Афанасий Никитиннинг ёзишича мусулмон давлатларидаги карвонсарой лар саёҳатчилар, савдогарлар карвонларидаги туяларга озуқа ва саёҳатчиларга овқат уч кун карвонсарой ҳисобидан бепул берилган. Туркияда камбағал саёҳатчиларга оёқ кийими бепул берилган. Қадимги карвонсаройлардан Испанияда ва Гренада давлатларида биттадан, Туркияда 10 тадан зиёди ҳозиргача сақланиб қолган. Бу карвонсаройлар ҳозирда энг қизиқарли музейларга айлантирилган.

Бу даврларда меҳмонхона хўжаликлари асосан Рим империяси давлатларида ривожлана борди. Император Улуғ Карл (768-814йй) монастрлар

албатта меҳмонхоналарга эга бўлишлиги ҳақида буйруқ чиқаради. Бу буйруқга биноан монастрлар, черковлар келувчиларга бошпана, овқат, даволаш ва ванна хизматларини кўрсатиш шарт эди. Бу буйруқни Римликларга қараганда Швейцария давлати аъло даражада бажарди. Швейцарияда бу ҳолат ҳозиргача дунёда энг мукаммал даражада сақланиб келинмоқда.

Монастрликлар меҳмонларнинг келишини интизорлик билан кутишарди. Чунки меҳмонларнинг аксарияти қурбонликни шу жойда қилишарди. Монастрдагилар бу қурбонликдан баҳраманд бўлишарди. Бундай меҳмонхона лар бепул ишлашган. Аста-секинлик билан монастр ва черковлардаги "бошпаналар"пуллик бўла бошлади ва "меҳмонхоналар" корхоналари тизимига айлана борди.Меҳмонхоналарни кўплаб қуришга киришилди. Меҳмонхона ларни 2-3 қаватли қилиб қуриш авж олди. Греклар ва римликлар ибодатхона ларга саёҳат қилишни кучайтирди, Германияда муқаддас воҳаларга интилиш ошди, Жуҳудлар ҳар йили Иерусалимга отланишарди, мусулмонлар ҳаж сафарини бажаришарди.

Ғарбий черков "улуғ" ва "кичик" зиёратни амалга оширди. "Улуғ" зиёрат Фаластинга, кичик зиёрат маҳаллий жойларда бажариларди. Маккага ҳаж қилиш энг катта саёҳатлардан бири бўлиб борди. Қайд қилинган саёҳатлар, зиёратлар, давлатлар ўрасидаги савдо-сотиқни ҳам кучайтирди. Катта-катта шаҳарлар бунёд бўла бошлади. Меҳмонхоналар фаолияти авж олди.

Энг муҳими шундаки, Европа давлатларида меҳмонхоналар фаолияти қаттиқ назоратда бўлган. Меҳмонларга хизматлар кўрсатиш мажбурий қилиб белгиланган. VIII асрда Рейн ва Мозел шаҳарларида биринчи маротаба "кечаю-кундуз савдо" уйлари ишлай бошлади. Бу ҳол эса сайёҳлар ёки тунги бошпана изловчиларга ярим тунда ҳам меҳмонхоналарда жойлашиш имкониятини яратди.

XII-асрга келиб Европада "пивохўрлик" кучайиб кетди ва «пиво меҳмон хоналари»нинг ҳам кучайишига жиддий таъсир қилди. Лекин ҳали ҳам меҳмонхоналар фақат катта шаҳарларда эди. XVасрга келиб меҳмонхоналар то 30 тагача хонали қилиб қурила бошланди. Бой-бадавлат кишилар ва давлат амалдорлари учун алоҳида безатилган, ювиниш хоналари бўлган, катта-катта хоналар ажратиш урф-одатга айланди.

Бу вақтларда аксарият катта ёшдаги одамлар ўқишни билишмасди. Шунинг учун ҳам меҳмонхоналарнинг белгиси ҳайвонлар номлари билан аталарди. Масалан "Арслон" белгиси бор меҳмонхонада ҳамма имкониятлар, шароитлар яратилган, "қуён" белгиси бор меҳмонхона -арзон, "қора ғозлар" - ўртача нарх, "оқ ғозлар" ва "дельфин"-ўртачадан юқори ва ҳоказолар. Эътиборлиси шундаки, "сичқон", "каламуш" белгилари бор меҳмонхоналар "жой бор лекин, овқатни ўзинг топасан" маъносини англатган.

XVIII асрга келиб меҳмонхоналар ихтисослаша бошлади. Масалан, қуролли кучлар учун меҳмонхона, санъаткорлар учун меҳмонхоналар, саноатчилар учун меҳмонхоналар каби. Худди шу вақтлардан бошлаб меҳмонхоналарда катта-кичик банкет заллари ҳам қуриладиган бўлди.

Англия қироли Генрих VIII 1539 йили меҳмонхоналарга эга бўлиб келаётган монастр ва черковларнинг меҳмонхонага эгалик ҳуқуқини бекор қилади. Натижада фақат монастр ва черковларга келадиган сайёҳлар сони кескин ортди. Чунки, монастр ва черков меҳмонхоналарида пиво ва вино ичиш ман қилинган эди. Янги тартибдаги меҳмонхоналарда черковга келадиганлар ўзларини анча эркин сезишарди. Меҳмонхона хўжалигининг бирданига ривожланиш даври бошланади. 1577 йилги рўйхат бўйича Англияда 14202 пиволи тўхташ жойи, 1631 та меҳмонхона ва 329 та таверни (қовоқхона) бўлган.

Англияликлар меҳмонхоналарда бўш вақтларини ўтказишар, спорт мусобақалари ташкил қилишар, итлар, хўрозлар жанги мусобақасини томоша қилишарди. Кейинчалик меҳмонхона залларида бокс ўйини ташкил қилинадиган бўлди. Лекин сайёҳларнинг асосий машғулоти пивохўрлик ва винохўрлигича қолди.

Европада (Англияда) 1784 йиллардан бошлаб почта кареталарда ташиладиган бўлди. Бу қарор ҳам меҳмонхона хўжалигига ижобий таъсир қилди. 4-6 та қўшилган почта кареталари 14-15 та сайёҳни шаҳардан–шаҳарларга ва йўл-йўлакайдаги қишлоқларга таший бошлади. Бу ҳолатда қишлоқларда ҳам кичик-кичик меҳмонхоналар қуриш авж олди. 1900 йилдан бошлаб каретада саёҳат барҳам топди. Чунки почта энди темир йўлларда ташила бошланди.

Замонавий меҳмонхона хўжаликлари XIX асрда шакллана бошлади. Бу вақтга келиб буюк илмий ихтиролар, парли машиналар ва замонавий алоқа воситалари яратилган эди. Француз тилидаги “отел” сўзи жуда катта бойликга ва мавқега эга бўлган кишининг шаҳардаги саройи маъносини англатади. Ўшандан бошлаб жуда катта имкониятлар, шароитлар ва хизматлар, кўплаб хоналар, банкет ва ўйин заллари бор, саройсимон меҳмонхоналарни “отел” деб аташадиган бўлди.

XIX аср қайд қилганимиздек, замонавий меҳмонхоналар қурилиш даври бўлди. “Отел” даги қулайликлар жамланиб “Комфорт” дейилди. “Комфорт”га етиши учун “дизайн” ихтиро қилинди. Давлатларда (айниқса Европада) ким ўзарга “Гранд отеллар” қуриш кучайиб борди. Бу вақтларда ҳам қиммат меҳмонхоналарнинг асосий мижозлари савдогарлар, бойлар ва амалдорлар бўлиб қолди. Австро–Венгрияда 1913 йили 15 мингта меҳмонхона фаолият кўрсатган. Германияда 1913 йили 90 мингта меҳмонхона бўлган. Худди шу йили Германияда “Меҳмонхона хўжалиги институти” ташкил қилинди.

Америкада тунаш уйлари 1607 йиллардан бошланган бўлса 1948 йилда машҳур “Интер Континентал” меҳмонхонаси ишга тушди. 1794 йилда биринчи тижорат меҳмонхонаси қурилди. 1829 йилда Бостонда “Тремонт” отели қурилди ва бу меҳмонхонага биринчи класс даражаси берилди.. “Тремонт”дан кейин классли меҳмонхоналар қуриш кучайди.

Улуғ Ватан урушидан кейин яна ихтисослашган меҳмонхоналар қуриш кучайди. Спорт мусобақаларини ўтказиш халқаро тус олди. Спортчилар ҳам дам оладиган, ҳам машқ қилиш имкониятлари мавжуд бўлган улкан

меҳмонхоналарни йирик коорпорациялар ва давлатлар маблағларидан қуриш одатий ҳолатга айланди. Шу билан бирга хизматлари чегараланган ва оилага мўлжалланган арзон меҳмонхоналар ҳам пайдо бўла бошлади.

ХХ асрда дунёдаги энг йирик меҳмонхоналар коорпорациялари: “Шератон”, “Интер” Континентал”, “Рамада”, “Мариотт” ва “Редиссон” лар пайдо бўлди.

Меҳмонхоналар замонавий транспорт паркига, замонавий алоқа воситаларига ва замонавий хизматлар кўрсатишга рақобатлашишни бошлашди. Меҳмонхона хўжалиги бўйича очилган институтлар, университетлар кўпайиб, меҳмонхона хўжалиги бошқарувида мутахассислар тайёрлаш кучайиб борди. Ҳатто баъзи меҳмонхоналар ўзларининг шахсий университетларини ҳам ташкил қилди. (Холидей инз фирмасидаги университетда ҳар йили 3 та факультетда 5000 нафар меҳмонхона хўжалиги ходимлари тайёрланади). “Холидей инз Интеркорпоретед” 20 та давлатда 1,5 минг отелларига эга.

Қайд қилинганлардан маълум бўлдики, баъзида меҳмонхона хўжалиги меҳмонларни кутиш, жойлаштириш ва хизматдан иборат оддий хизмат жараёнларидек туюлади. Лекин меҳмонхона хўжалиги ўзининг тарихида мураккаб ижтимоий-иқтисодий воқеаларни, босқичларни кўпдан–кўп ўзгаришларни босиб ўтган ва ҳозирга келиб, шаклланишнинг ўзига хос, хизматларини, одоб ва муомила санъатини талаб қиладиган, туризмнинг ривожланишига бевосита ва билвосита таъсир қиладиган муҳим соҳадир.

Хулоса:

Туризмни ривожлантирмоқчи эканмиз, биринчи навбатда, меҳмонхоналаримиз жаҳон андазалари талабида бўлиш, иккинчидан, меҳмонхона хўжалигидаги барча хизматлар ҳам турли - туманлиги ва халқаро туризм талаб ва эҳтиёжларини қондирадиган даражада кўрсатилиши зарур. Учинчидан, тадбиркорларимиз халқимиз учун имкон даражаларда саховат кўрсатиши ва арзон мехмонхоналар қуриши лозим. Тўртинчидан, халқаро ва ички туристлар билан бўладиган муомилалар халқимизнинг ахлоқ-одоби, хушмуомилалик, сабр-тоқатлилик, ҳозиржавоблик, ижро, аниқлик, меҳмондўстлик каби инсоний хислатларга суянмоғи лозим бўлади.

Меҳмонхоналаримиз тобора кўпайиб бормоқда. Вақти келиб, ҳозирги кунларда қурилаётган меҳмонхоналар туризмни ривожлантиришда меҳмонхона хўжалигимизнинг ёрқин тарихи бўлиб қолади.

Р.С.Амриддинова - СамИСИ катта ўқитувчиси, и.ф.н.
П.А.Муртазакулова - МТФ-118 гурух магистранти

ТУРИЗМ МАРШРУТЛАРИДА РЕКЛАМА АХБОРОТЛАРИНИ ЯРАТИШ

Туризм соҳасидаги реклама бутун туризм индустрияси ҳақида, туризмнинг соҳалари ва турлари ҳақида, туризмнинг хизматлари ва туризмнинг ресурслари ҳақидаги биринчи ахборот ҳисобланади. Туризм маршрутлари ҳақидаги реклама туристик ресурс ва ундан туризмда

фойдаланишда туристга кўрсатиладиган дастлабки хабар ва маълумотлардан иборат.

Туристик маршрутлар алоҳида турлар учун ишлаб чиқилганлигида унинг рекламаси ҳам турлар бўйича алоҳида реклама қилинади. Бу реклама мазмуни реклама қилинаётган турга бағишланади. Маршрутларнинг реклама мазмуни танланганда ва ишлаб чиқилганда қуйидагиларга эътибор бериш лозим бўлади:

Рекламага турнинг энг қизиқарли, асосий ресурси-объектини киритиш;

Рекламада маршрутнинг йўналиши атрофида жойлашган (агар мавжуд бўлса) диққатга сазовор туристик объектларни рангли тасвирлаш. Рекламада маршрут давомида ўтказиладиган экскурсияларнинг қизиқарли объектларини рангли тасвирлаш;

Рекламада маршрут давомида кўрсатиладиган хизматларни тасвирлаш.

Ўзбекистонда ҳозирги вақтда тарихий обидалар туризмига рекламалар талаб даражасида ишлаб чиқилмоқда. Лекин, бу ишлаб чиқилган рекламалар ҳам Самарқанд, Тошкент, Бухоро, Хива ва Шаҳрисабз шаҳарларидаги тарихий обидалар ҳақида. Эътибор қилсак, бу шаҳарлардаги тарихий, маданий обидаларни дунё мамлакатларидаги халқлар рекламасиз ҳам билишади, бу обидаларнинг мўжизавийлиги ҳақида жаҳон матбуоти (ЮНЕСКО, БМТ) ахборотларидан ўқишган, эшитишган.

Республикамиздаги бошқа шаҳарлар, туманлардаги тарихий обидалар ҳақидачи? Бу обидаларни бизнинг ўзимиз ҳам тўлиқ билмаймиз. Ислом оламида машҳур ва таниқли авлиёлар, шайхлар, хўжа ва сайдлар ҳаёти билан боғлиқ жойлар, уларнинг дахмалари зиёратгоҳлари тўлиқ рўйхатга олинган бўлсада, туристик маршрутлар ишлаб чиқилмаганлигидан на халқаро туризмда на маҳаллий туризмда фойдаланилади.

Туризмдаги рекламада 3 та зарурий объект бўлади. Биринчиси–туристик объект (макон, манзил) иккинчиси–туристик маршрут, учинчиси–туристик маршрутдаги хизматлар.

Рекламага турнинг энг қизиқарли, асосий ресурси–объектини киритиш ва изоҳлаш. Бу талабда рекламага барча турларнинг асосий объекти рангли тасвирда киритилади. Бу усул жаҳон туризмида энг қулай, натижали ва тан олинган усул ҳисобланади. Республикамиздаги тарихий обидалар туризмида қайд қилинган усулда реклама маҳсулотлари жаҳон андозаларида чоп қилиниб дунё мамлакатларига тарқатилмоқда.

Диний туризмда ҳозиргача жаҳон миқёсида номлари машҳур бўлган алломаларнинг қабрини зиёрат қилувчилар туристик маршрут рекламасиз ҳам ватанимизга келиб кетмоқда. Туризмда реклама туристик объектга тур маршрут ишлаб чиқилгандан кейин туризм бозорига–истеъмолчига чиқарилиши лозим. Реклама фалон жой ёки фалон қизиқарли туристик объект фалон жойда жойлашган деган ахборотлар билан реклама бўлиб қолмайди. Бундай рекламалар ҳозирча бизнинг, маҳаллий аҳоли талабини қондиради. Биз туристик объект ёки зиёратгоҳ манзилини сўраб-суриштириб боришга ўрганганмиз. Рекламада туристни туристик ресурсга–объектга чорлайдиган марказий объект биринчи бетда, кўринарли ҳолатда, рангли тасвирда, қисқача

изоҳ билан берилиши лозим. Масалан, экологик туризм ишқибозлари хилма-хил ҳайвонот дунёсига қизиқишади, бири қушларга, бири ҳайвонларга.



Зарафшон давлат табиат қўриқхонасида асосий муҳофазадаги тустовуқлар ва Бухоро буғулари



Бундай рекламаларга маълум жойларда (тоғларда, қўриқхоналарда, буюртмахоналарда, сув ҳавзаларида ва ҳако.) яшаётган, кўпайтирилаётган, асосий диққат–эътибордаги якка ёки ўша жойда яшаётган ҳайвонот оламининг вакиллари биргаликда берилади. Масалан, Самарқанд вилоятидаги Ургут туманига яратиладиган барча туристик маршрутларда албатта бу туманнинг энг сўлим манзараларидан бири қўйилади. Бу хулоса Ургут туманига ташриф буюраётган ички ва халқаро туристлардан сўров натижаларидан олинган. Маркетинг тадқиқотларининг натижалари бўйича экотуристлар табиат рекламаларида кенглик, мажмуали табиат кўринишларини кўпроқ хуш кўришади.



Ургут тоғлари ва-Қоратепа сув омбори

Масалан, Нурота қўриқхонасида 600 тур ўсимликлар ўсади. Бу ўсимликларнинг умумий фондини рангли қилиб бериш рекламанинг таъсирчанлигини оширади. Шунингдек, қўриқхонанинг Осраф дарасида тоғ ҳайвонлари тасвирланган қоятошларни ҳам рекламага киритиш реклама билан танишган туристларда қизиқиш ҳосил қилади. Қўриқхона ҳудудидаги Мажрум қишлоғида минг ёшли улкан арча дарахти ҳозир ҳам кўкариб турибди, бу арчани ҳам тайёрланадиган рекламага киритиш рекламанинг таъсирчанлигини кучайтиради. Шунингдек, қўриқхонада бургут, лочин ва қора калхатлар ҳам рекламага албатта рангли тасвирда киритилиши рекламанинг жозибадорлигини кучайтиради.





Нурота табиат қўриқхонасига экотуристларни жалб қилувчи асосий объектлар-«Қизил китоб»даги архарлар ва А.Македонский номи билан боғлиқ 1000 ёшли арча дарахти

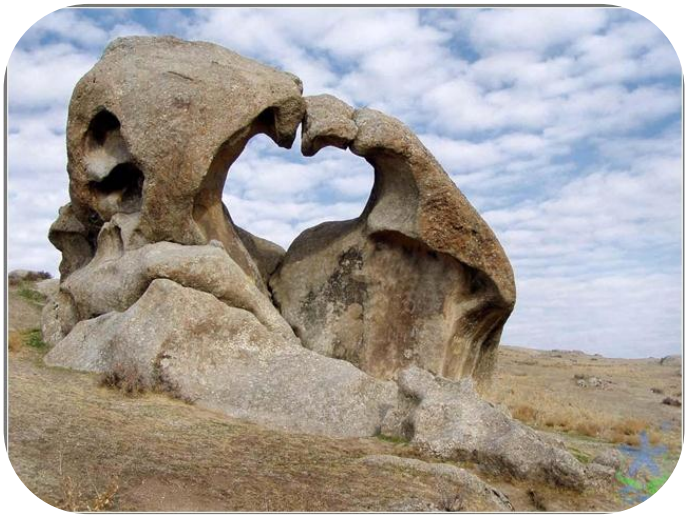
Рекламада маршрутнинг йўналиши бўйича жойлашган диққатга сазовор туристик объектларни тасвирлаш. Туризм рекламаларини ишлаб чиқишда туроператорнинг етук билимли, малакали ва қизиқувчанлиги туристик фирма учун жуда муҳим омилдир. Туристни белгиланган маршрут билан тўғридан-тўғри у танланган туристик объектга (маконга) олиб бориш мумкин. Туроператорнинг билими, қизиқувчанлиги ва устамонлиги омилини ишлаётганимизда ёки ундан талаб қилганимизда турист танлаган маълум бир

туристик маршрут рекламасига мазкур маршрут бўйлаб жойлашган қизиқарли туробъектларнинг расмларини қисқача изоҳлаш албатта қизиқарли бўлади.

Масалан, Самарқанд шаҳрига келган турист реклама бўйича вилоятимизнинг энг сўлим гўшаларидан бири бўлган Омонқўтон воҳасида 1-2 кун дам олишни хоҳлайди (рекреацион ва экотуризм). Бундай буюртмаларга турфирма ва меҳмонхоналарда ишлаётган туроператорларда ҳамиша заҳирада қўшимча туристик маршрут рекламалари бўлиши лозим.

Омонқўтон воҳасига борадиган туристик маршрутнинг заҳирадаги рекламасига маршрут бўйлаб жойлашган кўплаб ёки асосий диққатга сазовор туристик объектларни жойлаштириш мумкин. Масалан, Самарқандга келиб Омонқўтонни кўришни хоҳлаган туристлар албатта биринчи куни Самарқанд шаҳридаги тарихий обидаларни томоша қилишади ва иккинчи кундан бошлаб Омонқўтон воҳасига туристик маршрут асосида йўлга тушади. Ана шу туристик маршрут рекламасига биринчи навбатда Самарқанд шаҳридан чиқишда жойлашган, нақшбандия тариқатининг жаҳонга машҳур алломаси Хожа Аҳрор Вали ҳазратларининг мадрасаси биносини рангли тасвирда жойлаштириш мақсадли бўлади.

Худди ана шу рекламага шаҳардан чиқишдаги қадимий Дарғом каналининг расми ва қисқача тарихини бериш, сўнгра Омонқўтон йўлидаги тош ҳайкалларнинг расмларини рекламага жойлаштириш ҳам албатта туристларни ўзига жалб қилади. Улар табиий жараёнлар таъсирида ҳайратомуз кўринишни ҳосил қилган табиий тош ҳайкалларни томоша қилишади, расмларга тушишади, туристлар жозибадорлик, такрорланмасликни кўриб яхши кайфиятда бўлишади.



Омонқўтан воҳаси йўлида табиатнинг ўзи яратган ноёб тош ҳайкаллар

Ҳар бир туристик маршрут рекламасида қайд қилинган усулларни қўллаш мумкин. Туристик маршрут рекламаси фақат диққатга сазовар туристик объектлар билан тўлдирилиши мумкин. Баъзи ҳолларда туристик маконга етгунча бирорта ҳам қизиқарли туристик объектлар бўлмаслиги ҳам мумкин.

Бундай маршрутларда табиий ва антропоген ландшафтлардаги сўлим, рекреацион объектларга экскурсиялар уюштириш лозим бўлади.

*Рекламада маршрут давомида ўтказиладиган экскурсия объектларини тасвирлаш.*Туризмда ишлаб чиқиладиган маршрутларда экскурсиялар (сайрлар) қанчалик кўп бўлса, маршрутнинг бетакрорлиги, жозибадорлиги, турли-туманлиги шунчалик кучли бўлади. Ҳар қандай туробъектга туристик маршрутнинг рекламасини ишлаб чиқилганда маршрут давомида нечта экскурсия ўтказиш режалаштирилса, барчаси ҳақида турмаршрут рекламасида рангли расм ва қисқача изоҳ бўлиши маршрутни танлаган турист учун яхши ахборот бўлади.

Экотуризм, рекреацион туризм ва бошқа туризм турлари бўйича шаҳарлардан узоқ масофадаги диққатга сазовор жойлар, тарихий обидалар ва машҳур кишилар ҳаёти билан боғлиқ бўлган тарихий-маданий жойлар албатта турмаршрут рекламасида акс эттирилиши лозим. Масалан, Самарқанд шаҳридан Қашқадарё томон чиқилганда бу йўналишдаги барча туристик маршрут рекламасида албатта йўл бўйидаги Оқсой қишлоғи тоғларидаги Довуд пайғамбар ғорига экскурсия уюштирилиши ва бу ғорнинг жаҳонга машҳурлиги, жаҳон миқёсидаги зиёратгоҳ жойлиги маршрут рекламасидан албатта жой олиши туристларда катта таъссурот қолдиради.

Қайд қилинганлардан хулоса қилиш мумкинки, туристик маршрутни реклама қилганда маршрутни ишлаб чиқувчи ҳам ва уни реклама қилувчи ҳам ватанимизнинг табиий, тарихий географиясини жуда яхши билиши, айниқса, туристик маршрут атрофидаги диққатга сазовор объектлар, жойлар ва марказларни туристдан олдин яхшилаб танишиб чиқиши зарур.

Рекламада маршрут давомида кўрсатиладиган хизматларни тасвирлаш. Туристик маршрут давомида туристларга кўрсатиладиган хизматлар ўқув-услубий қўлланмалардаги мавзуларда батафсил ёзилган. Энди туристик маршрутдаги хизматларни ҳам маршрут рекламасида акс эттириш туристлар учун талаб қилинадиган ахборотлар рўйхатида туради. Туристик маршрутлардаги хизматлар рекламада тасвирлаганда рекламадаги асосий объектлардан, қўшимча объектларидан кейин қўйилиши мумкин.

Бу ҳолатда дастлаб маршрутда хизмат қиладиган юқори комфортли транспорт хиллари, овқатланишдаги миллий таомлар, энг сўнгида дам олишдаги шароитлар кичик рангли расмларда ҳам берилиши туристларни анча хотиржам қилади. Улар маршрут давомида юқорида қайд қилинган хизматларни сўраб-суриштиришиб юрмайди. Республикамизда ҳозирги кунга келиб Чимён тоғ-чанғи спорти туризми мажмуаси, йирик, халқаро курортларимиз жаҳон андозалари талабида реклама чиқармоқда ва халқаро туризмда туристлар оқимининг келишига яхши шароитлар яратмоқда.

Туризмда реклама ишлаб чиқариш мутахассисларининг фикрича:

рангли рекламалар оқ-қора рангдагиларга нисбатан 65-70 % кўпроқ кўзга яхши ташланади;

сифатли рангланган расмлари бор реклама сифатсиз расмли рекламага қараганда бир ярим баробар кўп кишиларга ўзига жалб қилади;

сариқ ҳошиядаги қора рангдаги матн бошқа рангларга қараганда кўпроқ кишиларни матнни ўқишга жалб қилади;

рекламада рамкаланган тасвирлар, изоҳлар рамкаланмаган матнларга нисбатан биринчи навбатда ўқилади;

рекламадаги сўз ўйинлари унинг ўқувчанлигини пасайтириб юборади;

рекламада матн қанчалик қисқа бўлса тез ёдда қолади;

Хулоса:

Реклама туризмнинг доимий йўлдоши бўлиб, туристларга фақат саёҳат вақтида эмас, балки ундан сўнг ҳам хизмат кўрсатади. Бу эса рекламага алоҳида маъсулият юклайди ва туризмдаги товар ва хизматларни таклиф қилишда туризм бозоридаги ахборотларга тўла моддий маҳсулот вазифасини бажаради. Туристик маршрут қанчалик мукаммал ишлаб чиқилса унинг рекламаси мазмуни шунчалик қизиқтирувчи маълумотларга бой бўлади. Туризм бозорида реклама қанчалик кўп бўлса, халқаро миқиёсда ҳам маҳаллий миқёсда ҳам туристлар оқимининг кучайишига ижобий таъсир қилади.

Тавсиялар:

1.реклама қисқа бўлиши лозим, акс ҳолда у охиригача қабул қилинмайди.

2.ахборотнинг бошидаги ва охиридаги хабарлар ахборотнинг ўртасида келтириладиган маълумотларга қараганда яхши эсда қолади. Реклама ахбороти макети ва матнини тузишда асосий маълумот билан бошлаб, у билан тугатиш учун уни олдиндан ажратиб олиш лозим.

3.маълумотлар одатий тушунчаларга, ишончлар, фикрларга зид бўлмаса, енгил қабул қилинади ва яхши эслаб қолинади.

4.туризм рекламаларини яратишда жамият ҳаётининг асосий анъаналари, руҳиятини ҳам ҳисобга олиш зарур. Бунинг учун аҳоли ичида ижтимоий сўровлар, яъни маркетинг тадқиқотларини ўтказиш керак. Фақат маркетинг тадқиқотлари орқали туристларнинг талаб ва эҳтиёжларини билиб олиш мумкин.

А.К.Алымов – PhD, доцент Каракалпакский Государственный Университет

Г.Х.Кайыпназарова – ассистент Каракалпакский Государственный ниверситет

РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ТУРИЗМЕ

Информационные технологии (ИТ) – совокупность методов, производственных и программно-технологических средств, объединенных в технологическую цепочку, обеспечивающую сбор, хранение, обработку, вывод и распространение информации. ИТ предназначены для снижения трудоемкости процессов использования информационных ресурсов. ИТ представляют собой те средства и методы, с помощью которых реализуются эти процедуры в различных информационных системах. ИТ характерны ряд признаков:

работа пользователя в режиме манипулирования данными;

совокупная информационная поддержка профессиональной деятельности специалиста на всех этапах обработки информации;

безбумажный процесс обработки информации;

возможность адаптивной настройки формы и способа представления результатов в процессе обработки информации.

возможность коллективного использования информации с обеспечением ее защиты от несанкционированного доступа.

Информационная система (ИС) – человеко-компьютерная система для поддержки принятия решений и производства информационных продуктов, использующая компьютерную информационную технологию. Современные ИС состоят из нескольких видов обеспечивающих подсистем, к которым относятся: техническое, программное, информационное, организационное, правовое и эргономическое обеспечения.

Туризм — информационно насыщенная деятельность. Услуга в туризме не может быть выставлена и рассмотрена в пункте продажи, как потребительские или производственные товары. Ее обычно покупают заранее и вдали от места потребления. Таким образом, туризм на рынке почти полностью зависит от изображений, описаний, средств коммуникаций и передачи информации.

Появление ИТ неизбежно повлияло на действие, структуру и стратегию туристских организаций во всем мире. С появлением новых технологий, коммуникационные затраты и затраты деятельности уменьшаются и тогда увеличивается гибкость, эффективность и конкурентоспособность.

Конкурентоспособность предприятий и дестинаций приобрела новое определение, так как они все больше используют, внедряют и применяют эти технологии.

ИТ является причиной перехода ориентированных на продукт туристских организаций на более гибкую и покладистую туристскую деятельность, ориентированную на рынок, где успех зависит от своевременного определения и изменения продукта в связи с постоянно изменяющимися потребностями и вкусами клиентов.

ИТ могут быть полезными для ценной цепочки продуктов и услуг путем улучшения стратегии затрат или расширения ассортимента. Важность этого заключается в реформировании конкурентоспособности и последовательной стратегической импликации для процветания организаций.

Конечно, информационные технологии не являются обязательными для бедного организационного исполнения, но они обеспечили беспрецедентные и непредвиденные возможности тем поставщикам услуг, которые спровоцировали потребность в новой конструкции систем, чтобы полностью интегрировать новые технологии. К примеру, они помогли созданию сетей, которые используются для улучшения многоуровнего объединения в туристской индустрии.

Индустрия туризма настолько многолика и многогранна, что требует применения самых разнообразных информационных технологий, начиная от

разработки специализированных программных средств, обеспечивающих автоматизацию работы отдельной туристской фирмы или отеля, до использования глобальных компьютерных сетей.

Современная индустрия туризма за последние годы претерпела весьма существенные изменения в связи с внедрением новых компьютерных технологий. Успешное функционирование любой фирмы на рынке туристского бизнеса практически немыслимо без использования современных информационных технологий. Специфика технологии разработки и реализации турпродукта требует таких систем, которые в кратчайшие сроки предоставляли бы актуальные сведения о доступности транспортных средств и возможностях размещения туристов, обеспечивали бы быстрое резервирование и бронирование мест, а также автоматизацию решения вспомогательных задач при предоставлении туристских услуг (параллельное оформление таких документов, как билеты, счета и путеводители, обеспечение расчетной и справочной информацией и др.)

Системы информационных технологий, используемые в туризме, можно разделить на следующие функциональные группы информационных систем:



Рис. 1. Системы информационных технологий используемые в туризме

Известно, что турпродукт отличается от продуктов длительного пользования по многим аспектам:

1. Туристские услуги неосязаемые: они не могут быть физически ощутимы или продемонстрированы потребителю на пункте продажи при совершении покупки.

2. Турпродукт обычно покупается заранее и далеко от места потребления, таким образом, полностью зависит от его описания и представления турагентами и другими посредниками.

3. Временная и точная информация, согласованная с нуждами потребителя часто является ключом к удовлетворению потребителя.

Отсюда следует, что ИТ очень важны для спроса в туризме, так как некоторые процессы требуют создания, сбора, переработки, импликации и связывания информации для осуществления деятельности.

Создание новых видов ИТ продолжает влиять на индустрию туризма. С новыми технологиями предприятия и потребители получают пользу от эффективной совместной деятельности среди индивидуальных поставщиков туристских услуг, чтобы обеспечить бесшовную презентацию турпродуктов. ИТ также и драматично повлияли на индустрию туризма, заставляя отрасль переоценить свои методы организации дела и производственные процессы; методы используемые для сбыта, продвижения и распределения ее продукции; а также, их роль в развитии программ обучения рабочей силы.

M.X.Xamitov – SamISI mustaqil izlanuvchisi

MEHMONXONA XO'JALIGIDA SERVIS FAOLIYATINI TASHKIL ETISH XUSUSIYATLARI

XXI asr boshida servis sohasining keskin rivojlanishi, mazkur sohada mutaxassislarni tayyorlash faoliyatini jadallashtirdi. Xizmat ko‘rsatish sohasining yirik tarmoqlaridan biri mehmonxona xo‘jaligi hisoblanadi. Mehmonxona xo`jaligi faoliyatining tahlili, xizmat ko‘rsatish sohasida yuz berayotgan o‘zgarishlarni baholash imkoniyatini beradi. Mehmonxona xo‘jaliklari qatoriga odatda mehmonxonalar, mehmonlar yotoqxonalari, motellar, kempinglar kiradi. Mehmonxona xo`jaligi faoliyatining asosiy ko‘rsatkichlari ularning maksimal joylashtirish sig‘imi va yil davomidagi bandlik sutkalari miqdori bilan belgilanadi. Bir vaqtning o‘zida joylashtirish sig‘imi, barcha xonalar va umumiy xonalarda joylashtirilgan doimiy krovatlar miqdori bo‘yicha belgilanadi hamda yil davomidagi bandlik sutkalari esa, mehmonxonadagi mazkur davr kunlari miqdorining ko‘paytirilishi orqali aniqlanadi.

Mehmonxonalardan foydalanish koeffitsiyenti, taqdim etilgan sutkalar asosida aniqlanadi. Mehmonxonalar bandligi koeffitsiyenti aniqlanishida, muayyan vaqt davomida bandlik holatiga ta’sir etishi mumkin bo‘lgan omillar e’tiborga olinadi.

Servis faoliyatining nazariy tushunilishi, servis ko‘p qirrali tabiatni aks ettiruvchi chuqur mohiyatga ega faoliyat bo`lib, servis xizmati amaliyoti, bugungi kunda, xo‘jalik aktivligining keng maydoni sifatida talqin etilib, uning doirasiga ko‘plab asosiy tomonlar jalb etiladi. Masalan, turli xizmatlarni ishlab chiqaruvchi va ulardan bozor almashinuvi asosida foydalanishni taklif etuvchi maxsuslashtirilgan tuzilmalar ham bunda aks etgan. Xizmat ishlab chiqaruvchilari uchun servis faoliyati professional mehnat, biznes, xo‘jalik sohasi va boshqaruv turidir.

Servis faoliyati - bizning ehtiyojlarimizni qondirishda reabilitatsion altruistik uslub shakllanib, rivojlanadigan inson o‘zaro munosabatlari sohasidir.

Inson huquqlari realizatsiya etilishi;

Ishlab chiqarish sohasi gumanizatsiyasi;
Inson mehnatini tejovchi texnologiyalarni tadbiq etish;
Axborot tarkibiga ega madaniyatni rivojlantirish;
Bozor madaniyatini o‘zlashtirish;
Tarixiy tajribadan foydalanish;
Inson potensiali indeksini oshirish;
Milliy xavfsizlikni saqlab qolish

Mehmonxona xo‘jaligi, ishlab - chiqarish, madaniy ishbilarmonlik ob’ektlari, shahar hududida ijtimoiy maydon shakllanganligini ko`rsatuvchi infratuzilma elementidir. Mehmonxona xo‘jaligi, tanishish madaniyati rivojlanishi sayin, ijtimoiy - madaniy almashinuv realizatsiyasi integratsion jarayonlari tizimiga aylanishi, hamda aloqalarni mustahkamlash usulidir.

Hududiy yashash tuzilmasi infratuzilmasi mustaqil elementi sifatidagi mehmonxona xo‘jaligi, ijtimoiy muhit begonalashishi va alohida ehtiyojlar orasidagi qarama - qarshiliklarni yechish imkoniyatini beradi. Mehmondo‘stlik tushunchasi, barcha lug‘atlarda mehmonlarni tavoze bilan kutib olish va ularga nisbatan yaxshi munosabatni bildiradi. Mehmondo‘stlik tamaddun asosiy tushunchalaridan biri bo‘lib, u zamon va rivojlanish sababli kuchli industriyaga aylanib, mazkur sohada millionlab professionallar mehnat qilishi, hamda xizmat iste’molchilari uchun barcha eng yaxshi xizmatlarni ko‘rsatishadi. Mehmondo‘stlik industriyasi, o‘z tarkibiga inson faoliyati turli sohalarini oladi, ya’ni turizm, dam olish, ko‘ngilxushlik, mehmonxona va restoran biznesi, umumiy ovqatlanish, ekskursiya faoliyati, ko‘rgazmalar tashkillashtirilishi va turli ilmiy konferensiyalarni amalga oshirish. Shunday qilib, mehmondo‘stlik industriyasi, bu sayyohlarning turli talab va istaklarini qondira oluvchi xizmatchilar faoliyatining kompleks sohasidir.

Mehmonxona servisi - o‘z uylaridan uzoqda bo‘lgan mijozlarga xizmat ko‘rsatish, ularni joylashtirish, ovqatlantirish va turli qo‘shimcha xizmatlar ko‘rsatish bo‘lib, ular imkon qadar mijozlarning dam olish, ko‘ngilxushlik qilish, sog‘lomlantirish ehtiyojlarini qondirishdir.

Mehmonxona biznesi faqatgina talabga asoslanib qurilmaydi (ya’ni mehmonlar istaklariga qarab), balki taklif talablaridan kelib chiqgan holda ham qurilishi mumkin (mehmonxona ko‘rsatishi mumkin bo‘lgan yangi xizmatlarni taklif etadi, mehmon esa ular orasida tanlaydi). «RF mehmonxona xizmatlarini ko‘rsatish qoidalariga» muvofiq (o‘zgartirishlar bilan RF hukumati tomonidan 01. Fevral 2007 yilda tasdiqlangan), bajaruvchi iste’molchining roziligisiz qo‘shimcha to‘lovli xizmatlarni ko‘rsatishi mumkin emas. Iste’molchi shartnoma tomonidan ko‘zda tutilmagan xizmatlarni to‘lashdan voz kechishga xaqli. Shu bilan birgalikda ko‘rsata olinmagan xizmatlar o‘rniga boshqa xizmatlarni ham ko‘rsatish mumkin emas.

Xizmat - mehmonxona xo‘jaligi servis faoliyati tashkillashtirilishining bosh komponentidir. Mehmonxona xizmatlarining asosiy tavsiflari sirasiga quyidagilar kiradi:

Ishlab chiqarish va iste’mol jarayonlarining bir marotabaligi. Mehmonxona xizmatlarini ko‘rsatish, ham iste’molchi, ham ishlab chiqaruvchining aktiv ishtirokini talab etadi, bunda xizmat ko‘rsatish bajaruvchi hududida amalga oshiriladi. Xizmatlarni ishlab chiqaruvchi personal iste’molchi bilan bevosita muloqotda bo‘lganligi sababli, iste’molchi barcha xizmatlarni yagona tizim deb qabul qiladi. Mehmonxona sifati, ko‘p ma’noda personal hatti - harakatlariga qarab, iste’molchi tomonidan baholanadi;

Ko‘zga tashlanmaslik. Mehmonxona xizmatlari (istalgan boshqa xizmatlar kabi) ko‘zga tashlanmaydi, uni qo‘lga ushlab bo‘lmaydi. Xizmatlar nomoddiy, uni iste’mol qilmay turib baholab bo‘lmaydi, ular xizmat ko‘rsatish va iste’mol davomida mavjud. Xizmatni iste’mol qilishdan oldin ko‘rib bo‘lmaydi, ular faqatgina xizmat ko‘rsatish va iste’mol qilish davomida mavjud. Xizmatni iste’mol qilishdan oldin tatib ko‘rib bo‘lmaydi, bu bor yo‘g‘i ishonish mumkin bo‘lgan va’dadir;

Mehmonxona xizmatlarini ko‘proq ishlab chiqarish, g‘amlash, zahira qilish, saqlash imkoniyati mavjud emasligi. Mehmonxona xizmati hozirda mavjud bo‘lgan real talablarni qondirishga qaratilgan (darhol talab). Agarda xizmat darhol va sifatli ravishda ko‘rsatilmagan bo‘lsa, mehmonxona salohiyatli daromadi yo‘qotiladi va zararni qoplab bo‘lmaydi;

Talabning masumiyligi. Mehmonxona xizmatlari mavsumiy o‘zgarishi mumkin. Mehmonxona xizmatlariga talab (joylashtirish va boshqa xizmatlar) har kuni, har hafta yoki mavsumda o‘zgarishi mumkin. Masalan, ko‘pchilik sayyohlar yoz oylarida dam olishadi, demakki mehmonxona xizmatlariga talab ham, aynan shu oylarda oshadi.

Tilga olingan mehmonxona o‘ziga xosliklari, ko‘pchilik jihatdan mehmonxonada servis faoliyati tashkillashtirilishiga ta’sir etadi. Mehmonxona xo‘jaligida servis darajasi ko‘rsatilgan xizmatlar xilma - xilligi, qulayliklar mavjudligi, uslubi va sifatiga bog‘liq.

Mehmonxona personali mehmonlarni kutib olish, joylashtirish, mehmonlar oqimini tarqatish davomida ulkan asabiy va psixologik bosimlarga duchor bo‘ladi. Mehmonlarga xizmat ko‘rsatishda, ham mehmonxona personali, ham boshqa tashkilot va muassasalar xodimlari ham ishtirok etishi mumkin (turli tashkilotlar, muassasalar), bu holat esa, mazkur soha maydonlarida samarali texnologiyalar bilan ta’minlanishni murakkablashtiradi.

Shunday qilib, mehmonxona biznesida servis faoliyatini tashkillashtirish ko‘p qirrali masala bo‘lib, uning samaradorligi ko‘p jihatdan servis tuzilmalari, mijoz tartibi, hududiy infratuzilma modernizatsiyasi, professional ta’lim rivojlantirishi, mazkur sohada ishchi o‘rinlarini kengaytirish orqali erishiladi.

У.Э.Бойназаров – СамИСИ мустақил изланувчиси
А.А.Каримов – СамИСИ мустақил изланувчи

САМАРҚАНД ШАҲАРИДАГИ МЕҲМОНХОНАЛАРНИНГ СИҒИМИ, НОМЕРЛАР ФОНДИ, ШИНАМЛИК ДАРАЖАСИ ВА БОШҚА МЕЗОНЛАРИ БИЛАН ТУРКУМЛАНИШИ

Инсонлар ҳаёт даражаси ва сифатини яхшилашда туризм соҳасининг ўрни биқёсдир. Шунинг учун ҳам дунё мамлакатлари миқёсида ушбу соҳа муттасил ривожланиб келмоқда. Туризм соҳасини ривожлантиришга мамлакатимизда ҳам катта эътибор қаратилмокда. Меҳмонхона хизматлари туризм соҳасининг энг муҳим таркибий қисми ва асосий хизматлардан бири сифатида муҳим аҳамият касб этади. Мамлакатда меҳмонхоналар сонининг ва уларда кўрсатиладиган хизматлар ассортиментининг кўплиги ташриф буюрувчи туристлар оқимининг ошишида муҳим аҳамият касб этади.

Меҳмонхона деганда меҳмонларнинг (туристларнинг) вақтинча яшаши, яъни дам олиши ва ишлаши учун зарур булган шароитлар яратилган ва талаб қилинадиган қушимча хизматларни кўрсатишга мулжалланган махсус хўжалик тушунилада.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Туризм тармоғини жадал ривожлантиришга оид чора-тадбирлар”[1] тўғрисидаги ПҚ-4095 сонли қарорида мамлакатимизда меҳмонхоналар сонини кўпайтириш мақсадида 3 юлдузли тоифа учун 50 та хонадан кам бўлмаган ва 4 юлдузли тоифа учун 100 та хонадан кам бўлмаган хоналар фондига эга меҳмонхона 2022-йил 1-январгача фойдаланишга топширилган тақдирда, меҳмонхона тоифаси тасдиқлангач янги меҳмонхонани қуриш ва жиҳозлаш учун инвесторлар харажатларининг бир қисми Ўзбекистон Республикаси Давлат бюджети маблағлари ҳисобидан қопланиши такидланган.

Халқаро амалиётда Самарқанд вилояти меҳмонхоналарининг сиғими, номерлар фонди, шинамлик даражаси ва бошқа мезонлари билан туркумланиши классификацияси қабул қилинган. Унга мувофиқ улар жамоавий ва индивидуал шаклларга бўлинади.

Жамоавий жойлаштириш воситаси ўз навбатида меҳмонхона типидаги корхоналар ва ихтисослашган корхоналарга бўлинади.

Меҳмонхона типидаги корхона-объектлар, номерлардан иборат бўлиб, ундаги ўринлар сони маълум минимумдан ошади (7-10), мамлакат стандартлари ва хизматларга гуруҳланган, ягона раҳбарликка эга ва хилма-хил меҳмонхона хизматларини тақдим этади:

Меҳмонхона типидаги корхоналар қуйидагича фарқланади:

катталиги бўйича (100 номергача, 100 номердан 300 номергача, 300 номердан юқори);

қулайлиги ва хизмат кўрсатиш даражаси ва сифати бўйича (юлдузлар, люкс класс меҳмонхоналар, биринчи класс, эконом класс);

[1] ҚҲММБ: 07/19/4095/2426-сон 06.01.2019 й.

бошқарув бўйича (мустақил, занжирларга мансуб ва ҳ.к.).

1. Самарқанд вилоятидаги меҳмонхоналар сиғими (катталиги) бўйича қуйидагича фарқланади:

Катта (йирик) меҳмонхоналар, яъни 300 ўрин (номер)дан юқори бўлган меҳмонхоналар Самарқанд вилоятида мавжуд эмас.

100 номердан 300 номергача эга бўлган меҳмонхоналар сони – 2 та. Уларга «Афросиёб Палас», «Регистон Плаза» меҳмонхоналари киради.

100 номергача эга бўлган меҳмонхоналар сони ҳозирги кунда ҳаммаси бўлиб 100 тадан ортиқдир. Ушбу тоифадаги меҳмонхоналарнинг аксарият қисми, сиғими, яъни 30 тадан ортиқ номерга эга бўлган меҳмонхоналардир. Меҳмонхоналарнинг 39 таси жуда кичик 8-10 (15 номерли (15 та), 20-30 номерга эга бўлган меҳмонхоналардир.

2. Самарқанд вилоятидаги меҳмонхоналар қўлайлиги жиҳатидан хизмат кўрсатиш даражаси, яъни сифати бўйича (юлдузлар сони, люкс класс меҳмонхоналари, биринчи класс, эконом класс) қуйидаги тоифаларга бўлинади:

4 юлдузли меҳмонхоналар.

3 юлдузли меҳмонхоналар.

2 юлдузли меҳмонхоналар.

юлдузли даражасини олмаган меҳмонхоналар:

Юқорида кўрсатилган параметрлар классификация тизимига эга барча меҳмонхоналарда баҳоланади. Бундан ташқари, ходимлар ва уни тайёрлашга маълумоти, малакаси, ёши, саломатлиги, тилларни билиши, ташқи кўриниши ва хулқига қатор талаблар қўйилади.

3. Меҳмонхоналарнинг функционал мўлжалланган бўйича фарқланиши:

Мақсадли меҳмонхоналар, яъни ишбилармонликка мўлжалланган меҳмонхоналар.

Дам олиш учун мўлжалланган меҳмонхоналар.

Транзит меҳмонхоналар.

4. Жойлашган ўрни бўйича меҳмонхоналар:

Шаҳар доирасида жойлашган меҳмонхоналар.

Шаҳардан ташқарида жойлашган меҳмонхоналар.

5. Ишлаш давомийлиги бўйича меҳмонхоналарнинг фарқланиши:

Сутка давомида ишловчи меҳмонхона – барчаси.

Икки мавсумли ишловчи меҳмонхоналар – йўқ.

Бир мавсумли меҳмонхоналар – йўқ.

6. Овқатланишни таъминлаш бўйича меҳмонхоналар:

Меҳмонхоналар тўлиқ пансионни таъминловчи (жойлаштириш+уч маҳал овқат) меҳмонхоналар.

Меҳмонхоналар жойлаштириш ва фақат нонушта таклиф қилувчи меҳмонхоналар – деярли барчаси.

7. Номернинг нархи даражаси бўйича меҳмонхоналар:

Бюджетли.

Тежамли

Ўрта
Биринчи классли
Апартаментли
9. Мулкчилик шаклига кўра меҳмонхоналар:
Давлатники
Хусусий
Аралаш мулк
Чет эл капитали иштироки билан
Маҳкамаларники

Хулоса ўрнида шуни айтиш мумкинки Самарқанд вилояти меҳмонхоналари хизмат кўрсатишнинг турлари, уларнинг сифат даражаси ва бошқа мезонлари билан туркумланади.

A.A.Abduvaliyev – TATU Qarshi filiali mustaqil izlanuvchisi

AXBOROT-KOMMUNIKATSIYA TEXNOLOGIYALARI YORDAMIDA TURISTIK XIZMATLARNI RIVOJLANTIRISH

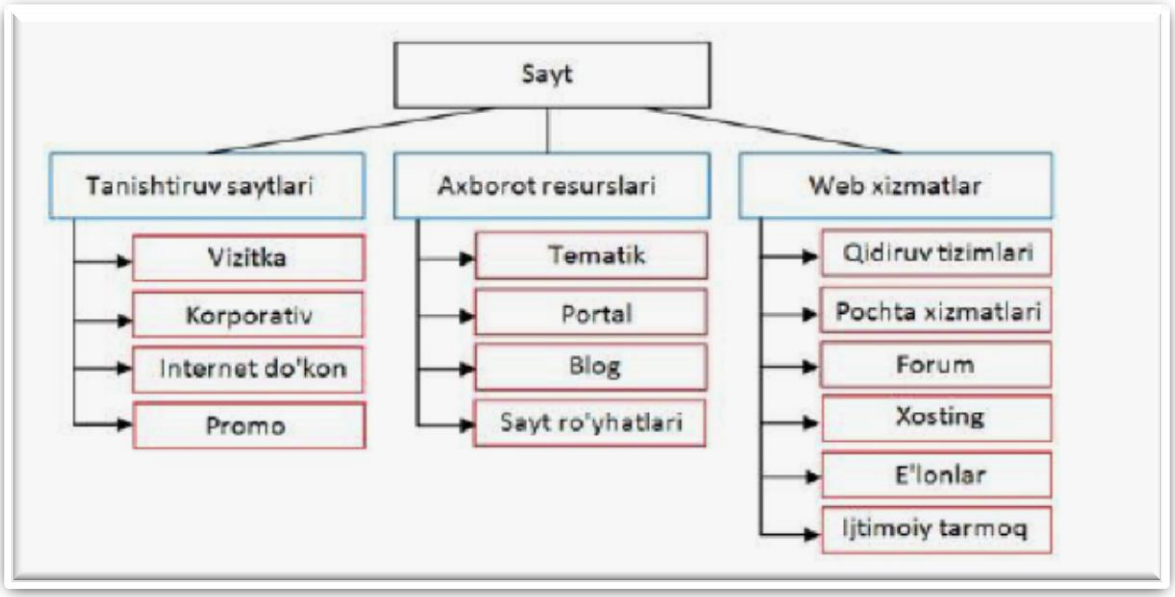
Turizm infratuzilmasini zamonaviy kompyuter xizmatisiz tasavvur etish qiyin. Tezkor axborot va so‘zlashuv, yangiliklardan xabardorlik turizmning muhim bir jihatidir. O‘ozirgi zamon turistining Internet, faks va boshqa zamonaviy texnika vositalaridan foydalanishiga talab turizm infratuzilmasining qay darajada ekanligidan yana bir nishonadir. Zamonaviy elektron vositalari, shu jumladan, turistik xizmatlar, turistik markazlar haqidagi ma’lumotlar joylashgan millionlab saytlarga ega bo‘lgan Internet tarmoqlari nafaqat sayohat va turistik agentliklarni tanlash, hattoki, tur sayohatning chiptalari, xizmatlar uchun to‘lovlarni ham oldindan tayinlab qo‘yishi mumkin. Kompaniyalarning turli bronlash tizimlari bilan ishlash ko‘p yillik tajribasi elektron bronlash tizimidan foydalanishga o‘tgan o‘rta mehmonxona mazkur tizim orqali har oyda qo‘shimcha tarzda bir necha o‘ntadan bir necha yuztagacha buyurtma olishini ko‘rsatadi.

Tarixan bu tizimlar aviachiptalarni bronlash tizimi sifatida yaratilgan edi. Hozirda bu funksiyadan tashqari barcha tizimlar mehmonxonalardagi joylarni bronlashtirish, ijaraga avtomobillar, turli tomoshalarga chiptalar va h.k. buyurtma qilish imkonini beradi.

Bronlash tushunchasiga quyidagi ta’rifni berish mumkin:

Bronlash – biror kimsa yoki narsa uchun atab, band qilib qo‘yish demakdir. Bugungi kunda jahonda to‘rtta global (dunyo miqyosida) bronlash tizimi (Global Distribution Systems – GDS) mavjud. Bular: Amadeus, Galileo, Sabre va Worldspan. Ular jami mehmonxonalar bozorining 90% dan ko‘prog‘ini qamrab olgan. Ularning terminallari yer yuzidagi 400 mingdan ortiq turistik agentliklarda o‘rnatilgan. Bu tizimlar «oltin to‘rtlik» deb atalishi bejiz emas. Jahon mehmonxona bozorining qolgan bir necha foizi mintaqaviy bronlash tizimlariga va yuqorida zikr etilgan tizimlarga qo‘shilish arafasida turgan tizimlarga tegishli. Bugun har bir sayyoh o‘zi yo‘l olgan mamlakatga borishdan avval Internet orqali u diyorning o‘ziga xosliklari

to‘g‘risida qiziqib ko‘radi. Bugungi tilda aytadigan bo‘lsak, u mamlakatga avvalo “on-line sayohat” uyushtiradi. Mobil Internet – (ingl.: mobile Internet) - WAP bayonnomasi asosida Internetdan simsiz erkin foydalanish texnologiyasi. Mobil aloqa tarmoqlarida so‘rovlarni uzatish uchun ma’lumotlarni paketli uzatish xizmati GPRS (general packet radio service) yoki SCD transport vazifasini bajarishi mumkin. Yuqori darajali xizmatni, ayniqsa biznesni samarali boshqarish mumkinligini ta’minlaydi.

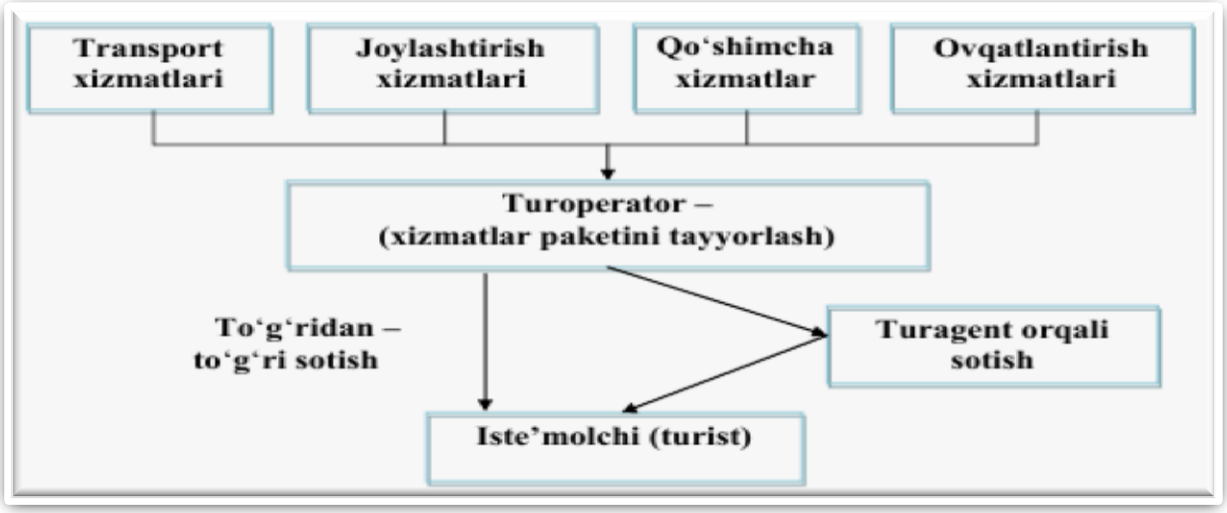


Turistik industriya — turistik faoliyatning turistlarga xizmat ko‘rsatishni ta’minlovchi turli subektlari (mehmonxonalar, turistik komplekslar, kempinglar, motellar, pansionatlar, umumiy ovqatlanish, transport korxonalari, madaniyat, sport muassasalari va boshqalar) majmui hisoblanadi. Shu bois ushbu soha barcha iqtisodiyot tarmoqlarini birlashtiruvchi soha hisoblanib, u turistik mahsulot yaratish orqali insonlarni dam olish, sayohat qilish, sanatoriyalarda davolanish kabi talablarini qondiradi.



Hozirgi paytda turlarni iste’molchiga Internet tarmog‘i orqali sotish shakllanmoqda. Lekin iste’molchiga faqat axborot berish va mahsulot taklif etish, uni

mijozning talabnomasi bo‘yicha o‘zlashtirish bosqichlarigina avtomatlashtirish imkoniyatiga ega, ba’zi hollarda, masalan, bankdagi hisob-kitoblarni yoki kredit kartalarining raqamlarini ko‘rsatishda haq to‘lash ham nazarda tutiladi. Turizm sohasida turoperatorlar qayd qilganimizdek, turizm industriyasining harakatlantiruvchi asosiy bo‘g‘inlaridan biri hisoblanadi. Turoperatorlar va turagentliklar hamkorligi turizmni rivojlantirishga asos bo‘ladi va turizm bozorida turistga (iste’molchiga) mahsulotlar va xizmatlar yetkazib berishda xizmat qiladi.



Boshqaruv jarayonida shaxslar bajaradigan ishlarning avtomatlash-tirilganligi bo‘yicha ham tasniflash mumkin, ya’ni hujjatlarni elektron qayta ishlash, boshqaruv funksiyalarini avtomatlashtirilganligi, qaror qabul qilish tizimi, ekspert tizimi. Tizimli interfeys – kompyuter bilan bog‘liq bo‘lgan, operatsion tizimlar yoki uning tuzilmalari orqali amalga oshiriladigan usullar to‘plamidir.



Mamlakatimizda turistik faoliyatni davlat tomonidan boshqarishda turli tamoyillarga amal qilinadi. Davlat turistik faoliyatni O‘zbekiston iqtisodiyotining yetakchi tarmoqlaridan biri sifatida e’tirof etib, turistik faoliyatni rivojlantirishni

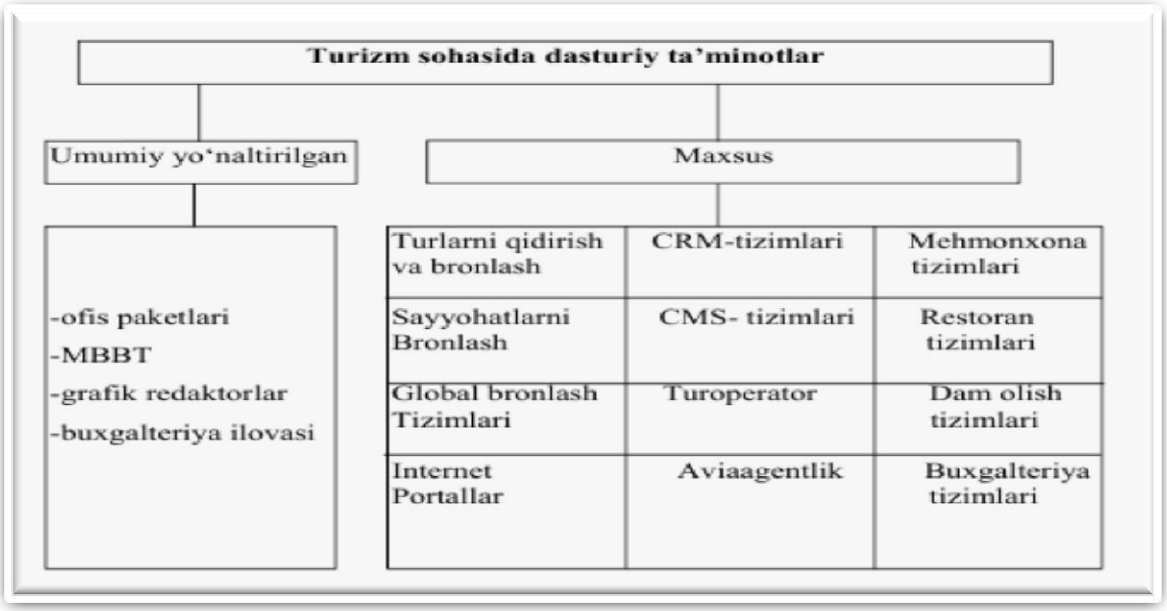
qo‘llab-quvvatlaydi va uni amalda bajarish uchun qulay sharoitlar yaratadi; ahamiyatli yo‘nalishlarni aniqlab, ularni rag‘batlantiradi; xorijda O‘zbekistonning turizm uchun qulay mamlakat sifatidagi nufuzini shakllantiradi hamda uni xalqaro maydonda reklama qiladi; shuningdek, o‘zbek turistlari, turoperatorlari va turagentlarining faoliyatini qo‘llab-quvvatlaydi. Avtomatlashtirilgan axborot tizimi kompyuter dasturlari to‘plamidan iborat bo‘lib, ular yordamida boshqarish ofislari va yordamchi bo‘limlar ishi uchun dolzarb ahamiyatga ega bo‘lgan axborotni yig‘ish va undan foydalanish mumkin. Bu to‘plam tarkibida quyidagilar ayniqsa muhimdir, chunki ular ma’murlarni quyidagi yo‘nalishlar bo‘yicha kerakli axborot bilan ta’minlaydi:

J.N.Saidov – TATU Qarshi filiali assistenti
A.A. Abduvaliyev – TATU Qarshi filiali mustaqil izlanuvchisi

TURIZM SOHASIDA AXBOROT-KOMMUNIKATSIYA TEXNOLOGIYALARINI JORIY QILISHNING NAZARIY ASOSLARI

Turizm hozirgi kunda jahon hamjamiyatiga a’zo bo‘lgan davlatlar xalq xo‘jaligining daromadli sohasiga aylanishga ulgurdi. Chunki turistik mahsulot eng ko‘p eksport qilinish xususiyatiga ega. Buning uchun esa mamlakatda osoyishtalik va barqarorlik hukm surmog‘i lozim.

O‘zbekiston Respublikasining "Turizm to‘g‘risida"gi O‘onunida turizm tushunchasiga quyidagi tarzda ta’rif berilgan: "turizm - jismoniy shaxsning doimiy istiqomat joyidan sog‘lomlashtirish, ma’rifiy, kasbiy - amaliy yoki boshqa maqsadlarda borilgan joyda (mamlakatda) haq to‘lanadigan faoliyat bilan shug‘ullanmagan holda uzog‘i bilan bir yil muddatga jo‘nab ketishi (sayohat qilishi)". Turizm fransuzcha tour so‘zidan olingan bo‘lib, sayr - sayohat ma’nosini anglatadi. Sayohat va turizm (travel and tourism) - bir - biri bilan o‘zaro bog‘liq tushunchalar bo‘lib, ular inson hayoti faoliyatining ma’lum bir tarzini ifodalaydi. Bu - dam olish, aktiv (faol) yoki passiv (nofaol) ko‘ngilocharlik, sport, atrof - muhitni anglash, savdo, fan, davolanish va boshqa ko‘plab narsalarni qamrab oladi. Turizmning o‘ziga xos xususiyatlaridan kelib chiqqan holda turistni dengizchi, kosmonavt, biznesmen, naturalist va hokazo deb atash mumkin. Statistikada sayohat qiluvchi shaxs visitor deb ataladi. Turizm XIX asrning oxiriga borib shakllangan bo‘lsada, faqat XX asrga kelib u jadal suratlarda rivojlandi hamda texnika va texnologiyalarning rivojlanishi, jamiyat munosabatlarining yuksalishi natijasida u «XX asr fenomeni» nomini oldi.



Axborot texnologiyasi — axborotni to‘plash, saqlash, izlash, unga ishlov berish va uni tarqatish uchun foydalaniladigan jami uslublar, qurilmalar, usullar va jarayonlar; Axborot tizimi — axborotni to‘plash, saqlash, izlash, unga ishlov berish hamda undan foydalanish imkonini beradigan, tashkiliy jihatdan tartibga solingan jami axborot resurslari, axborot texnologiyalari va aloqa vositalari.

Turizm sohasida faoliyat olib borayotgan firmalarning samaradorligi zamonaviy axborot texnologiyalarini joriy etish bilan bog‘liq bo‘lib qoldi.

Ushbu texnologiyalar quyidagi talablarni qondirishi lozim:

- qisqa muddat ichida transport haqida ma’lumot berishi;
- turistlarni joylashtirish imkoniyatlari;
- bron qilish imkoniyatlari mavjudligi;
- chiptalarni harid qilish;
- ma’lumotnomalarga ega bo‘lish va h.k.

Ushbu talablarrni qondirish uchun faqatgina zamonaviy kompyuter texnologiyalari yordamida axborotlarni qayta ishlash va uzatish texnologiyalarini joriy qilish orqali amalga oshirish mumkin bo‘ladi.

Turizm industriyasi shu darajada ko‘p qirralikim, undagi mavjud jarayonni boshqarish uchun zamonaviy axborot texnologiyalarining barcha turlaridan foydalanishga to‘g‘ri keladi, masalan, oddiy matnni qayta ishlash, elektron jadvallar bilan ishlash, ma’lumotlar bazasini boshqarishdan boshlab, to maxsus dasturiy ta’minotlargacha bo‘lib, ular orqli alohida turistik firmaning yoki mehmonxona faoliyatini avtomatlashtirish, global kompyuter tarmoqlaridan foydalanish va sun’iy yo‘ldosh yordamida harakatlarni ta’minlovchi texnologiyalarni ham qo‘llash talab etiladi. Turizmda qo‘llaniladigan axborot texnologiyalari va tizimlarining tasnifi quyidagi chizmada keltirilgan. Turizmda avtomatlashtirilgan boshqaruv tizimi – bu turistik korxona va tashkilotlarning ishlab chiqarish va xizmat ko‘rsatish jarayonlarini boshqaruvchi tizimdir. Uning asosiy vazifasi samarali turistik tuzilmani yaratish orqali personalning qulaylashtirilgan mehnatini tashkil qilish va ularning doimiy o‘sishini ta’minlab berishdan iborat. Ushbu tizimlar mehmonxonalar, turlar, mijozlar,

byurtmaning holati va shunga o‘xshash turistik axborotlarni kiritish, qayta ishlash va saqlash kabi imkoniyatlarga ega bo‘lishi kerak.

Bundan tashqari ular orqali axborotlarni qulay shaklda chiqarish, hisob-kitob ishlarini bajarish, ma’lumotlarni har xil formatlarda saqlash va ularni import-eksport qila olish shart hisoblanadi. Bunday tizimlar ikki shaklda taqdim etiladi: faqatgina lokal kompyuterda ishlaydigan va tarmoqda ishlaydigan.

Г.Р.Турсунова – СамИСИ катта ўқитувчиси
А.Абдулина – СамИСИ талабаси

ОИЛАВИЙ МЕҲМОН УЙЛАРИНИ ТАШКИЛ ЭТИШ МАСАЛАЛАРИ

Меҳмонхона – бу бутун кун давомида мураккаб технологик жараён содир бўлувчи бино (ёки бинолар мажмуи) бўлиб, унда мижозларга номерлар (ёки номерлардаги жойлар) берилиши, шунингдек, меҳмонхона маҳсулидан шинам, қулай ва хавфсиз фойдаланишга йўналтирилган қўшимча хизматлар кўрсатилиши кафолатланади.

Замонавий меҳмонхона фақат яшаш жойи бўлиб хизмат қилмайди. Кўпинча номерлар фондининг бир қисмидан фирмалар ва муассасаларнинг офислари, вақтинчалик ваколатхоналари сифатида ҳам фойдаланилади. Меҳмонхона ишининг ҳозирги ривожланиши жаҳон амалиётида мижозга (меҳмонхона хизматларидан фойдаланувчига) мазкур хизматлар бозорларидаги нарх-навога қараб кўп вариантли меҳмонхона сервисини таклиф қилади.

Мамлакатимизда туризм фаолияти билан шуғулланувчи тадбиркорлик субъектларини қўллаб - қувватлаш, уларнинг самарали фаолият юритиши учун яратилаётган кенг имконият ва имтиёзлар жойларда кўплаб замонавий объектлар барпо этилишига хизмат қилмоқда.

Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2018 - йил 7 - августдаги 631 - сонли “Оилавий меҳмон уйлари фаолиятини ташкил этиш тўғрисида”ги қарори бу борада муҳим дастуриламал бўлмоқда.

Ушбу ҳужжатга мувофиқ, жойларда оилавий меҳмон уйлари ташкил этилмоқда. Уларда 10 нафаргача сайёҳга яшаш ва овқатланиш бўйича хизматлар кўрсатилади. Тасдиқланган Низомга мувофиқ, тижорат банклари оилавий меҳмон уйлари ташкил этишни ихтиёр қилган хусусий тадбиркорларга энг кам ойлик иш ҳақининг 300 баробаригача миқдорда беш йил муддатга, жумладан, 2 йиллик имтиёзли давр билан кредит ажратиши мумкин. Шунингдек, бундай уйлар ушбу Низомда белгиланган талаблар асосида зарур жиҳоз ва ускуналар билан таъминланиши, моддий - техник базаси яратилиши, зарур вақтда ташриф буюрувчиларга тиббий ва бошқа хизмат кўрсатиш имконига эга бўлиши лозим.

Оилавий меҳмон уйида уй эгасининг оила аъзолари билан бирга яшаш тамойили бўйича бир вақтнинг ўзида 10 нафаргача ташриф буюрувчиларга (туристларга) вақтинча яшаш ва (ёки) овқатланиш бўйича хизматлар

кўрсатувчи хусусий уй - жойдир. бунда мазкур жой ҳар бир яшовчи шахсга 3х2 м ҳисобидан тўғри келадиган тураржой майдонига эга бўлиши “оилавий меҳмон уйлари фаолиятини ташкил этиш тўғрисида”ги Низомда кўрсатилган.

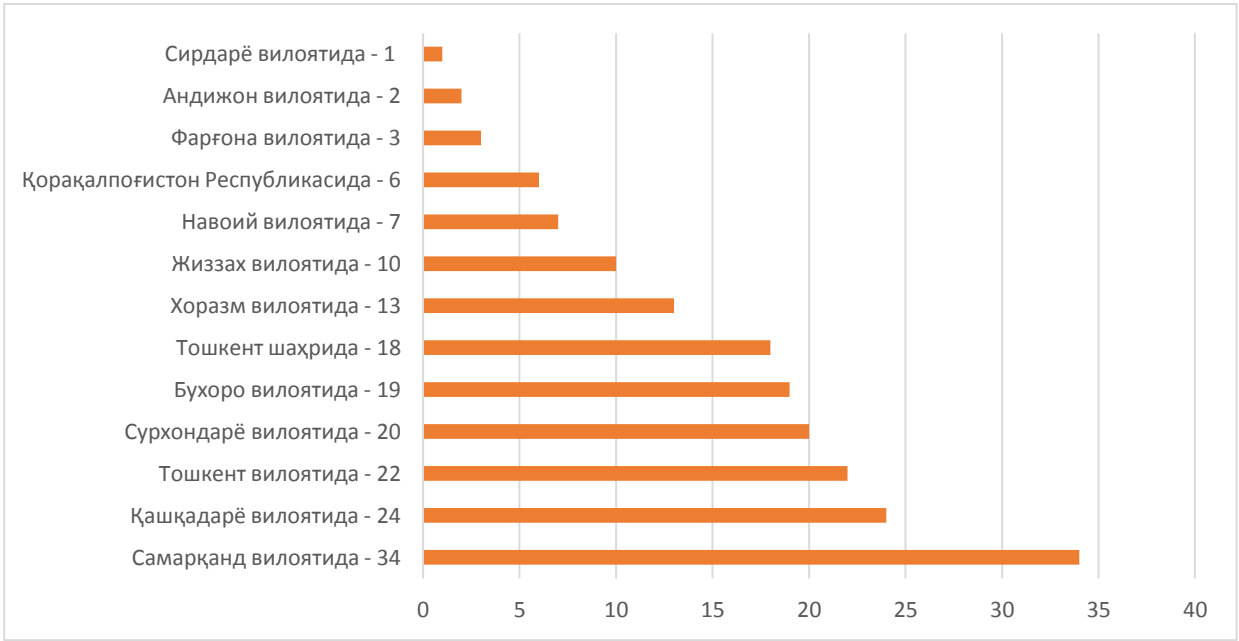
Оилавий меҳмон уйлари хизматлари оилавий меҳмон уйи ташкил этиш учун яроқли тураржой биносига эга бўлган ва унда яшовчи хусусий тадбиркорлар ёки оилавий тадбиркорлик субъектлари томонидан кўрсатилади.

Оилавий меҳмон уйини ташкил этиш учун тегишли турар жойга эга бўлган шахс оилавий меҳмон уйларини рўйхатга олиш ва унинг ягона реестрига кириш учун ариза бериши керак. Мазкур реестр Туризмни ривожлантириш давлат қўмитаси томонидан юритилади.

Мавсумий бўлмаган даврда меҳмон уйларининг эгалари рўйхатга олиш ва солиқ органларига меҳмон уйи фаолияти вақтинча тўхтатиш ва улар ўз фаолиятини вақтинча амалга оширмайдиган қайд этилган даврга солиқ ҳисобланишини вақтинча тўхтатиб қўйиш тўғрисида ариза бериш йўли билан вақтинча ўз фаолиятларини тўхтатиш ҳуқуқига эга бўладилар.

Туризмни ривожлантириш давлат қўмитаси томонидан 2019 йилнинг II-чорак давомида “Оилавий меҳмон уйлари ягона реестри”га 71 та оилавий меҳмон уйлари киритилиб, умумий ҳисобда оилавий меҳмон уйлари сони 179 тага етиб, улардаги жойлар сони 1589 тани ташкил этади.

Оилавий меҳмон уйлари сони ҳудудлар кесимида олинганда Самарқанд вилоятида 34, Қашқадарё вилоятида 24, Тошкент вилоятида 22, Сурхондарё вилоятида 20, Бухоро вилоятида 19, Тошкент шаҳрида 18, Хоразм вилоятида 13, Жиззах вилоятида 10, Навоий вилоятида 7, Қорақалпоғистон Республикасида 6, Фарғона вилоятида 3, Андижон вилоятида 2, Сирдарё вилоятида 1 тани ташкил этмоқда.



Биринчи чорак якунларига кўра, оилавий меҳмон уйлари ўзида 1966 нафар маҳаллий ва 2882 нафар хорижий, умумий ҳисобда 4848 нафар сайёҳни қабул қилган.

Бугунги кунда Самарқанд шаҳрида 220 кишига мўлжалланган 25 та меҳмон-уйи мавжуд бўлиб, 2019 йилда Самарқанд вилоятида 70 дан зиёд янги оилавий меҳмон - уйи очилиши режалаштирилган. Шунингдек, республикамизда оилавий меҳмон уйи билан шуғулланувчи 36 та тадбиркорлик субъектлари фаолият олиб бормоқда. Улар томонидан бир вақтнинг ўзида 300 га яқин меҳмонга хизмат кўрсатиш имконияти мавжуд.

Меҳмон уйлари меҳмонхона бизнесининг энг жозибали тармоғига айланмоқда[1]. Бу каби меҳмон уйларини худудларда ташкил қилиш анча қўлай ва самаралилиги билан бошқа турдаги меҳмонхоналардан фарқ қилади. Жумладан, хорижий давлатларда ташкил этилган меҳмон уйлари ўзининг антиқа ташкил этилганлиги билан бутундунё туристларини жалб қилмоқда. Шулардан бири Кения пойтахти Найроби яқинида ажойиб данғилланма уй бор, ҳудди эртаклардаги қасрга ўхшайди. Бу уй ўтган асрнинг 30 - йилларида Девид Дункан томонидан қурилган. 1974 - йилда уни эр - хотин Лесли - Мелвилллар сотиб олиб, у ерда йўқолиш арафасида турган Роцҳикд жирафаларини қутқариш марказини ташкил қилдилар. Кейинчалик бу ерда отел ҳам очилди.

Отелда меҳмонлар учун ўнта хона ажратилган бўлиб, улар қадимги русумда жиҳозланган. Аммо отелнинг асосий хусусияти - жирафалардир. Улар ҳар тонг одамлар билан мулоқот қилиш учун келадилар. Ҳайвонлар ўзларини мутлақо эркин ҳис қиладилар, уларни силаш, овқатлантириш ва улар билан суратга тушиш мумкин.

Бу каби меҳмон уйларини ташкил қилиш ҳам маҳаллий туристларни ҳам хориждан ташриф буюраётган туристларнинг талабини бемалол қондира олади ва юқори даражадаги хизмат турларини кўрсата олади.

[1] Uz/daily.uz

V-ТУРИЗМ СОҲАСИ УЧУН РАҚОБАТБАРДОШ КАДРЛАРНИ ТАЙЁРЛАШ МУАММОЛАРИ

А.М.Абдувахидов – доктор экон. наук, проф. Кафедры «Туризм и сервис» ТГЭУ

Д.С.Умирова – Ст.преп. кафедры «Туризм и сервис» ТГЭУ

Э.Т.Маннопова – Ст. преп. кафедры «Общеобразовательных дисциплин» Ташкентского государственного юридического университета

УПРАВЛЕНИЕ ВЫСШИМ УЧЕБНЫМ ЗАВЕДЕНИЕМ НА ОСНОВЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ

Постановка проблемы. Образование и обучение являются самыми лучшими инвестициями в будущее любого государства. Они играют жизненно важную роль в стимулировании экономического роста, инноваций и создании рабочих мест. Системы образования и обучения должны быть реформированы таким образом, чтобы созданная система могла дать людям перспективные знания, навыки и компетенции, необходимые им для инноваций и процветания, обеспечить мобильность и транспарентность взаимоотношений между объектами и субъектами образовательного процесса. В настоящее время испытывается недостаток в качественных высококвалифицированных специалистах, так как развитие новых технологий ведут к переоценке потребностей современного рынка труда.

Цели исследования. Необходимо понять, что проблема подготовки квалифицированных специалистов, то есть предоставление образовательных услуг вузами, и оценка качества подготовки кадров несут системный характер. В свою очередь, это является своеобразной системой, представляющей собой неразрывную цепочку в удовлетворении потребностей рынка труда востребованными специалистами. Соблюдение правил формирования этой цепочки служит гарантом в подготовке востребованных рынком труда специалистов в различной сфере человеческой деятельности.

Методы исследования. Методологической основой исследования явились фундаментальные положения системного подхода – направления методологии исследования, в основе которого находится рассмотрение объекта как целостного множества элементов в совокупности связей и отношений между ними, т. е. представление экономического объекта в качестве системы. В процессе исследования также применены общенаучные методы исследования, в частности методы классификации, системного анализа, экспертных оценок, теория вероятности, теория принятия решений, теория рисков, методы экономико-математического моделирования и т.д.

Сегодня мы живем и работаем в мире перемен. Поэтому, чтобы позволить образованию конкурировать с 21-м веком, образовательные учреждения должны использовать новейшие технологические разработки и инструменты

электронного обучения. Кроме того, использование информационных и коммуникационных технологий окажет большое влияние на все образовательные мероприятия, в результате использования цифровых технологий облегчаются доступ и хранение информации более простым и дешевым способом.

Методы решения. Одним из методов решения проблемы подготовки нужных специалистов требуемой квалификации является соответствие профессиональным стандартам, которые являются нормативными документами, составленными экспертами, и содержащие минимальные требования к образованию, опыту работы, необходимым профессиональным компетенциям по уровням квалификации.

Безусловно, вузы могут и должны опираться на профессиональные стандарты, чтобы обеспечить достаточную конкурентоспособность выпускника, что является привлекательным моментом для абитуриентов и повышает рейтинг вуза в целом. В то же время возможности вуза ограничены государственными образовательными стандартами, которые не обновлялись в течении длительного периода времени или же просто повторялись из года в год, не учитывая тенденции развития современного общества.

Одним из путей решения данной проблемы является создание автоматической аналитической системы, способной обрабатывать информацию по запросам рынка труда и на основе этого сформировать приблизительную учебную программу по подготовке кадров в определенных сферах деятельности.

Необходимо создать систему, которая генерирует учебную нагрузку (план, карту) для каждого студента индивидуально, учитывая знания и навыки поступившего (абитуриента) обучающегося. Подобные системы существуют при изучении иностранных языков: определяется уровень знаний и на основе него строится дальнейший план обучения.

Знания и навыки, способности и качества у каждого человека индивидуальны: кто-то очень хорошо владеет иностранными языками, кто-то имеет математические способности. При генерации индивидуальной учебной нагрузки (плана, пути образования и т.п.) эти знания должны учитываться на основе автоматической проверки уровня приобретенных знаний и навыков. То есть после поступления в вуз обучающийся проходит тестирование или определенную систему проверки уровня знаний, после сдачи которого формируется индивидуальная учебная нагрузка (карта) студента. На основе этого индивидуального плана студент проходит и изучает эти дисциплины, и в итоге полученные знания и навыки постепенно приближаются к требуемым образовательным стандартам. Этот способ образования является наиболее подходящим подходом в тех вузах, где основной акцент делается на самообразование. Выстроенная индивидуальная последовательность образования является своего рода мотиватором для каждого студента, так как студент будет настроен на прохождение каждого уровня (для него учебный

процесс превратится в своеобразную игру). В итоге, проходя каждый уровень он постепенно приближается к профессиональным требованиям.

Учитывая сложность согласования интересов работодателя и вузов в нашей республике для начала возможным решением проблемы может послужить формирование компетенций специалиста в определенной сфере, а базируясь на нем сформировать учебную нагрузку студента. Но факт постоянного изменения требований к специалистам неизбежен в силу стремительного развития информационных технологий, следовательно, является целесообразным создание интеллектуальной информационной системы принятия решений в данной области, которая позволит адаптироваться к изменчивым требованиям рынка труда.

Таким образом, интеллектуальная информационная система управления образовательным процессом представляет собой взаимосвязанную совокупность средств, методов и персонала, используемых для хранения, обработки и выдачи информации для достижения цели управления образовательным процессом. Большинство современных информационных систем преобразуют не информацию, а данные, то есть являются, по сути, системами обработки данных [1].

В отличие от систем обработки данных, информационная система управления образовательным процессом, созданная на базе сайта или портала вуза направлена на поддержку принятия решений по поводу согласования целеполагания и ожиданий его субъектов от выбранных ими образовательных программ, а также на информирование студентов о требованиях рынка к компетентности специалистов.

Поскольку сегодня на рынках труда наиболее востребованы компетенции, которые обеспечивают решение сложных задач, фирмы и организации заинтересованы в специалистах, способных справиться с проблемами, не имеющими стандартных алгоритмов решения. Для подготовки таких специалистов необходимы не только учебные программы, максимально приближенные к требованиям рынка труда, но и гарантия качества образовательного процесса, которая подкрепляется, прежде всего, ответственностью сторон за его результаты [2].

Результаты исследования и их обсуждение. Деятельность высших учебных заведений в Республике Узбекистан состоит из следующих видов деятельности:

Учебная деятельность;

Учебно-методическая деятельность;

Духовно-воспитательная деятельность;

Организационная деятельность;

Научная деятельность.

Каждый из этих видов деятельности имеет свои цели, задачи и функции в подготовке высококвалифицированных кадров в различных сферах образовательной деятельности. При этом каждый вид деятельности также влияет на качество деятельности профессорско-педагогического состава вуза.

Интеллектуальная информационная система управления образовательным процессом также должна максимально учитывать множество нюансов при оценке педагогической деятельности трудового состава вуза.

На начальном этапе необходимо создать отдельные системы по каждому направлению деятельности вуза. Это:

Система управления образовательной (учебной) деятельностью вуза.

Система управления учебно-методической деятельностью вуза.

Система управления духовно-воспитательной деятельностью вуза.

Система управления организационной деятельностью вуза.

Система управления научной деятельностью вуза.

Каждая система на начальном этапе формируется на основе функций отдельной сферы. В конечном этапе все эти отдельные системы должны быть интегрированы в единую систему управления образовательным процессом.

Научно-технический прогресс и развитие ИКТ, переход к рыночной экономике ставит перед образованием новые требования в плане не только подготовки высококвалифицированных кадров, соответствующих международным стандартам, но и к организационной структуре управления образовательным процессом в высших учебных заведениях.

В современном мире авторитет государства определяется не столько наличием природных ресурсов, размерами территории или военным потенциалом, сколько уровнем развития наукоемких отраслей и информационно-коммуникационной инфраструктуры, основанной на знаниях и новейших технологиях. Вклад ИКТ в развитие экономики страны и экономический рост определяется многими факторами [3]. При этом особое значение имеет открытый доступ населения к информациям, дающих широкому кругу потребителей возможность участия в управлении и принятии решений и в государственной образовательной структуре страны. При этом уменьшить влияние человеческого фактора на объективность решаемых проблем увеличивая возможности и потенциал интеллектуальных систем в принятии решений и управлении образовательными учреждениями.

Выводы и заключения. Исходя из вышесказанного можно утвердить, что важнейшей задачей для Узбекистана является создание и обеспечение благоприятных условий для усовершенствования и дальнейшего развития образовательной системы страны путем внедрения в процесс управления высшими учебными заведениями интеллектуальных систем и новейших технологий, обеспечивающих эффективность управления.

На сегодняшний день компьютеризация практически охватила все сферы человеческой деятельности, что в свою очередь привело к расширению информационного пространства в целом. Уже невозможно представить современное общество без влияния ИКТ. Развитие высоких технологий меняет структуру мирового производства и рынка, поэтому необходимо заложить прочные основы для формирования потенциала во внедрении интеллектуальных систем и новейших технологий, обеспечивающих присоединение страны к мировой экономике.

Таким образом, многообразие проблем в образовании делает особенно актуальным создание такой системы управления образовательным процессом в первую очередь с использованием интеллектуальных систем, которая не только обеспечивала бы эффективное управление самим процессом, но и учитывала бы множество видов деятельности, осуществляемых в процессе подготовки, обучения и воспитании высококвалифицированных кадров.

Источники и литература

[1] Гайдамакин Н.А. 2002. Автоматизированные информационные системы, базы и банки данных. М: Гелиос АРВ, 368.

[2] Н.В. Буханцева, И.А. Дудина. Интеллектуальная информационная система как инструмент управления образовательными программами вуза. Научные ведомости. Серия Экономика. Информатика. 2016. № 23 (244). Выпуск 40.

[3] Гордеева А.С. «Информационные технологии как фактор экономического роста стран в условиях глобализации». Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. 2011.

A.A. Karimov– SamISI assistenti
U.E. Boynazarov– SamISI assistenti

O’ZBEKISTONDA SPORT TURIZMINI RIVOJLANTIRISH VA UNING MAMLAKAT IQTISODIYOTIDAGI O’RNI

Turizmning hozirgi kunda har qanday mamlakat iqtisodiyotida tutgan o’rni juda kattadir. Har bir mamlakatda turizmning ma’lum bir maqsadi bo’yicha turi o’sha mamlakatning geografik joylashuviga, tabiiy iqlim sharoitiga, turistik resurslarning mavjudligiga, iqtisodiy, siyosiy, ijtimoiy omillarga bog’liq bo’ladi. Hozirgi to’xtalib o’tmoqchi bo’lgan mavzuimiz - turizmning maqsadi bo’yicha turlaridan biri hisoblangan, katta qiziqish uyg’otayotgan va o’zida ko’plab turistlar oqimini, tomoshabinlarni jalb qilish xususiyatiga ega bo’lgan sport turizmi haqida.

Sport turizmida safar va sayohatlardan asosiy maqsad – bu turistlarning o’zlari tanlagan sport turi bilan shug’ullanishga imkoniyat, shart-sharoit yaratib berishdir. Sport safarlari o’z navbatida maqsadiga bog’liq ravishda 2 turga bo’linadi: aktiv(faol) va passiv(nofaol). Birinchi holatda bu qandaydir sport turi bilan shug’ullanish hisoblansa, ikkinchi holatda shunchaki ishtirok etish tushuniladi. Ko’pchilik turistlarni sport musobaqalari va birinchiliklari, avtomobil poygalari, tennis, olimpiada, futbol musobaqalari va boshqa o’yinlar qiziqtiradi. Bunday holatlarda konsert, teatr va shu bilan birgalikda sport tomoshalarining chiptalarini turpaket xizmatlari tarkibiga kiritsak bo’ladi.

Bizning yurtimizda sport turizmini rivojlantirish uchun yuqoridagi omillar bilan bir qatorda barcha shart-sharoitlar mavjud. Xususan, mustaqillikka erishishimiz bilinon O’zbekistonda sportni yuksak darajada rivojlantirish uchun ko’plab ishlar amalga oshirildi. Mustaqilligimizning dastlabki yillaridayoq O'zbekiston

Respublikasining "Jismoniy tarbiya va sport to'g'risida"gi Qonuni qabul qilinganining o'ziyoq fikrimiz tasdig'idir. O'zbekiston Milliy Olimpiya qo'mitasi tashkil etilgan sana – 1992-yil 21 yanvar ham mamlakatimiz tarixining oltin zarvaraqlaridan joy oldi. Qolaversa, O'zbekiston Mustaqil Hamdo'stlik Davlatlari (MDH) ichida birinchilardan bo'lib, Xalqaro Olimpiya qo'mitasiga a'zo bo'ldi. Biron bir daraxtning yaxshi o'sishi, ko'karishi va uni mevalaridan odamlarning bahramand bo'lishi avvalo uning ildiziga, unga qaraydigan bog'bonga bog'liq. Bu qilinayotgan ishlarni shunga qiyoslasak bo'ladi. Shu qatorda 2017-yil 3-iyunda O'zbekiston respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning "Jismoniy tarbiya va ommaviy sportni yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida" gi qarori, yangi sport inshoatlarining qurib bitkazilishi, takidlash joizki muhtasham "Humo" arenasining ishga tushirilishi ham mamlakatimizga sport sohasiga qaratilgan e'tiborga yaqqol misol bo'ladi. Shuning uchun ham prezidentimizning bu boradagi farmonlari yurtimizda ayniqsa, bolalar sportini rivojlantirish, sportning boshqa turlarini takomillashtirish va bu orqali O'zbekistonni jahonga tanitish hamda sport turizmini yaxshi yo'lga qo'yishda turtki bo'ldi.

Zero, sport turizmi zaruriy baza mavjudligini talab etadi: turli inventarlarni, maxsus trassalarni, arqon yo'llar, sport maydonchalari, suv inshootlari, futbol stadionlari va boshqalar. 1991-yilda yurtimizda faoliyat ko'rsatuvchi 52 sport turi mavjud bo'lsa, 2018-yilga kelib ularning soni 82 taga yetdi. Bugungi kunda amalda bo'lgan 82 ta sport turidan 68 dan ziyodi yurtimizning barcha hududlarida keng rivoj topib, ularni ommalashtirish uchun barcha sharoitlar yaratilgan. O'zbekistonda bolalar sportini, ayniqsa, qishloq joylarda rivojlantirish, uning moddiy-texnik bazasini mustahkamlash, umumta'lim maktablari huzurida zamonaviy bolalar sport komplekslari barpo etish, eng yangi sport uskuna va anjomlari bilan jihozlash va ulardan samarali foydalanishga ustuvor ahamiyat berilmoqda. Bolalar sportini rivojlantirish jamg'armasi mablag'lari hisobidan o'n yil davomida 1113 bolalar sporti ob'ekti qurilib, faoliyat ko'rsatayotgan 262 sport inshooti rekonstruksiya qilingan va kapital ta'mirlangan.

Ayni paytda umumta'lim maktablarining 89 foizi yangi barpo etilgan va rekonstruksiya qilingan sport zallariga ega. Barcha kollej va akademik litseylar zamonaviy sport zallari bilan to'liq ta'minlangan. Sportni rivojlantirish borasida amalga oshirilayotgan keng ko'lamli ishlar sport sanoatiga yangi texnologiya va innovatsiyalarni joriy etishni ham ko'zda tutadi. Bu esa bolalar sporti ob'ektlari va umumta'lim maktablarining sport zallarini zamonaviy sport inventarlari bilan jihozlash imkonini bermoqda. Ushbu jarayonda mahalliy ishlab chiqaruvchilar muhim o'rin tutayotganini qayd etish joiz. Ishlab chiqarilayotgan 120 turdagi sport inventari va uskunasining 114 tasi o'z korxonalarimiz tomonidan tayyorlanmoqda.

O'zbekistonda bunday ko'rgazmalar avval ham o'tkazilgan. Ammo "Sport World Uzbekistan – 2013" ko'rgazmasida oldingilardan farqli ravishda nafaqat mamlakatimiz, balki xorijiy ishlab chiqaruvchilar stendlari ham namoyish etilayotir. Bundan tashqari, sport turlarini ommalashtirish maqsadida O'zbekiston Milliy Olimpiya qo'mitasi ham ishtirok etmoqda. O'ttizdan ziyod eksponent o'z

mahsulotlarini “Sportinventar”, “Sport uskunalari”, “Sport trenajyorlari”, “Sport xizmatlari va fitnes” kabi turli bo‘limlarda namoyish etmoqda.

“O‘zbekengilsanoat” davlat aksiyadorlik kompaniyasi stendida soha korxonalarida ishlab chiqarilayotgan keng turdagi sport kiyimlari taqdim etilgan. Turli gimnastika va boks anjomlari, tennis stollari, mini-futbol darvozalari, gantel va boshqa sport tovarlari ishlab chiqarishga ixtisoslashtirilgan Samarqanddagi “Stekloplastik” korxonasining stendi katta maydonni egallagan.

Bundan bir necha yil muqaddam qabul qilingan Kadrlar tayyorlash Milliy dasturi asosida ta'lim tizimining uzluksizlik talablariga uyg'unlashgan uch bosqichli ommaviy sport harakati -"Umid nihollari", "Barkamol avlod", "Universiada" sport o'yinlari tashkil etildi va u bugun butun dunyo jamoatchiligi tomonidan keng e'tirof etilmoqda. Muhimi, musobaqalar sabab joylarda bir-biridan go'zal zamonaviy sport inshootlari qad rostlayapti, odamlarning sportga, jismoniy tarbiyaga munosabati o'zgarayapti. Bugun musobaqalar bo'lib o'tgan Namangan, Jizzax, Farg'ona, Urgench, Andijon, Samarqand, Chirchiq, Qarshi, Toshkent, Nukus, Guliston va Termiz shaharlaridagi sport inshootlari xalqaro musobaqalarni o'tkazish talabiga to'la javob beradi.

Davlatimiz rahbarining 2011-yil 19 yanvarda qabul qilingan "2011-2013 yillarda respublikada futbolning moddiy texnika bazasini yanada mustahkamlash va uni rivojlantirishga doir qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi qarorlari va O’zbekistonda jahonan dozalari asosida Toshkentda muhtasham “Bunyodkor’’stadioni barpo etish taklifi bilan chiqqanliklari va bu munosabatga dunyoning ko’plab davlatlari havas nazari bilan qarashi bejizga emas. O’zbekistonda turistlarning sport turizmining aktiv turlaridan foydalanishlari uchun Toshkent va Fargona vodiysiga amalga oshiriluvchi tog’-chang’i, golf sportlari bilan shug’ullanish turlari mavjud.

Sport turizmining aktiv turi turistlarni faollikka, ma’lum ko’nikma va jismoniy tayyorgarlikka ega bo’lishni chaqiradi. Bizda sportning bu turini amalga oshirish uchun Toshkent, To’rtko’l va Farg’ona vodiysi, Jizzax va Samarqandda tog’-chang’i, golf sporti, alpinizm, suv sporti bilan shug’ullanish mumkin. Ayniqsa, qish mavsumida Toshkentning Chimyon tumanida ham ichki sayyohlarning ham tashqi turistlarning kelishi ko’p kuzatiladi. Bu yerga kelganlar uchun har qanday sharoitlar bor: ovqatlanish, joylashish, transport va boshqa xizmatlar. Turistlar o’z navbatida tepalikdan pastga chang’ida uchish, buning uchun pul to’lab kanatkalardan(tepaga olib chiquvchi moslama) foydalanishlari hamda otlarga minib qor ustida sayr qilishlari mumkin. Shuningdek bu yerda futbol, basketbol, voleybol va xokkey maydonchalari bor. Agar keluvchilar orasida kerakli sport anjomlar bo’lmasa, o’sha yerning o’zida ijaraga olib foydalansalar bo’ladi. Albatta, bularning hammasiga Vazirlar Mahkamasining 2001-yildagi “Chimyon-Chorvoq kurort zonasida tabiat boyliklarini saqlash, sog’lomlashtirish va dam olishni rivojlantirishni tartibga solishning qo’shimcha chora-tadbirlari to’g’risida”gi qarori muhim o’rin tutadi. Lekin biz faqat Toshkent yo Farg’ona bilan cheklanmasligimiz kerak. Qishki mavsumda turistlar bizga kam kelishini hisobga olsak, buni oldini olish uchun Respublikamizning boshqa joylari, masalan, Qoraqalpog’iston, Jizzax,

Samarqandning tog'li hududlarida qishki sport turlarini rivojlantirish mumkin. Bu orqali albatta turizmda "mavsumiy uyqu"dan qutulamiz.

Ma'lum bir hududda turistik resurslar bo'lsa da, uyerda yo'l sifati, maxsus turmarshrutlari, mehmonxona, restoran kabi infratuzilma shart-sharoitlari bo'lmas ekan tog'lar tog'ligicha qolib ketaveradi.

Shunigdek, bizda turli sport tomoshalari, musobaqalari, ommaviy o'yinlar, chempionatlar o'tkazish uchun yetarli darajadagi zamonaviy sport inshootlari, stadionlar, sport maydonchalari mavjud. Misol uchun, o'zimizning Samarqand shahridagi "Dinamo", Toshkent shahrida "Paxtakor" va "JAR", Qarshidagi "Nasaf", yaqinda foydalanishga topshirilgan Toshkent viloyatidagi "Olmaliq", Navoiydagi "Qizilqum", joriy yilning sentabr oyida topshirilishi kutilayotgan Namangandagi "Navbahor" Andijondagi "Andijon", Farg'onadagi "Neftchi" va Buxorodagi "Buxoro" stadionlarini keltirib o'tishimiz mumkin. Bu stadionlarning hammasi jahon andozalariga mos ravishda qurilgan va qurilmoqda.

Hammamizga ma'lumki, sport turizmida ko'plab tomoshabinlarni jalb qilishda millionlar o'yini bo'lmish futbolning o'rni kattadir. Chunki, ma'lum bir joyda futbol chempionati yoki musobaqasi bo'lsa, buning davlatga iqtisodiy samarasi, foydasi ko'p. Bunga misol sifatida 1998-yilda Fransiya bo'lib o'tgan Jahon chempionati mamlakatga 900.000 tomoshabinni kirishini va davlat iqtisodiga 12,3 trillion AQSh dollarini olib keldi. Yoki bo'lmasam 2000-yili Avstraliyada bo'lgan Sidney olimpiadasi 111.000 muxlisga mehmonlik qildi, 2004-yilda Portugaliyada bo'lgan Yevropa chempionati esa uning iqtisodiga 320 million AQSh dollari foyda olib keldi.

Albatta, hozir biz jahon miqyosidagi musobaqalarni qabul qilolmasakda, lekin qadamba-qadam o'smirlar, yoshlar o'rtasidagi Osiyo o'yinlari qabul qilish imkoniyatiga egamiz. Shuningdek, hozir bizlar keying yillarda bo'lib o'tadigan milliy terma jamoalar o'rtasidagi Osiyo kubogi chempionatiga mezbonlik qilish uchun taklif bildirsak bo'ladi. Buning uchun bizda yuqorida aytib o'tganimdek, yetarli shart-sharoitlar bor. Bunga yana bir misol sifatida Prezidentimiz qarori bilan qurilgan, xalqaro standartlarga to'liq javob beradigan va 2012-yilning sentabr oyida ochilgan poytaxtimiz Toshkentdagi muhtasham «Bunyodkor» arenasini olishimiz mumkin. Agar bu narsalar amalga oshsa, bizning yurtimizga dunyoning turli joylaridan muxlislar, sayyohlar kelishi orqali davlatimiz budjetiga katta valyuta oqimi kiradi. Musobaqalardan tashqari, turistlar yurtimizning diqqatga sazovor joylarini, tarixiy-madaniy yodgorliklarni ko'zdan kechirish imkoniyatiga ega bo'lishadi yangi savdo va oziq-ovqat shahobchalariga, mehmonxonalarga, restoranlarga bo'lgan talab oshadi hamda aholiga yangi ish o'rinlari yaratiladi, ularning madaniy darajasi ortadi.

Bizdagi yana bir muammo shuki, ko'pchilik sport musobaqalari ayniqsa, futbol bo'yicha o'rtoqlik o'yinlari faqat Toshkentda o'tkaziladi, vaholanki u yerdagi stadionlarga tomoshabinlar juda kam kiradi. Agar bular Samarqand, Qarshida tashkil etilsa juda ko'plab tomoshbinlarni kelishini, ichki turizmni rivojlanishida katta rol o'ynaydi.

A.A.Karimov – SamISI assistenti
N.Ulashov – SamISI talabasi

MAMLAKATIMIZDA TURIZMNI SAMARALI RIVOJLANTIRISHDA MARKETING SEGMENTATSIYASIDAN FOYDALANISH

Hozirgi kunda xamma sohalarga marketing juda keng quloch yozib kirib kelmoqda. Shu jumladan turizmga ham, bizga ma'lumki hamma sohalarda bo‘lgani kabi turizmda ham bir qator muammolar yig‘ilib, ayrim davlatlarda shu masalani hal qilish asosiy masalardan biri bo‘lib turibdi, chunki turizm nafaqat o‘sha davlatni dunyoga tanitadi, ana shu davlat iqtisodiyotiga ham sezilarli ta'sir ko‘rsatadi. Agar turizm faoliyati yaxshi yo‘lga qo‘yilsa ming-minglab balki millionlab aholi ishli bo‘lib qolishadi. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining "O‘zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta'minlash chora-tadbirlari to‘g‘risida"gi PF-4861 sonli farmonida quyidagilar ustuvor vazifa sifatida belgilab qo'yilgan "turizm tarmog‘i uchun, ayniqsa menejment va marketing sohasida malakali kadrlarni sifatli tayyorlash tizimini tubdan takomillashtirish, gidlar (ekskursiya yetakchilari) tayyorlash, turizm faoliyati sub'ektlari xodimlarini muntazam ravishda qayta tayyorlash va malakasini oshirish."[1]

Shularni inobatga olgan holda aholing ayrim hususiyatlari, yoki ularning individual yoki institutsional guruhlarga, segmentlarga bo‘lgan xolda turizm faoliyatini yuritish, turistlarni jalb qilishda katta samara beradi.

Toifa	**Segmentlashning o‘zgaruvchanligi**	
Demografik	Yosh, Jins, Xarid qobiliyati, Kasb	Ma`lumot, Irq va millat, Oilaning hayot sikli
Jo‘g‘rofiy	Dunyo mintaqalari, Mamlakatlar, Mamlakat mintaqlari, Shtatlar, Okruglar, Shaharlar, Kvartallar, Iqlim	Joy Aholining zichligi Bozorning zichligi
Xulqiy	Iste`mol hajmi, Iste`mol tipi, Tovar belgisiga bog‘langanlik, Kutilayotgan foyda.	
Psixografik	Ijtimoiy sinf, Shaxsiy tavsiflar, Turmush tarzi	

Yuqoridagi xar bir segmetlash turlariga to‘xtalib o‘tamiz:

Turizmni demografik segmentlashtirish orqali rivojlantishda asosan dunyodagi aholining demografik jihatlariga etibor bergan holda turizm faoliyatini rivojlantirishni nazarda tutadi.

Turizmning faol shakllariga eng ko‘p turlanishini 18-30 yoshga to‘g‘ri keladi. Ana shu jihatlarni inobatga olgan holda Germaniayga dam olish uchun dunyodan har yili millionlab sayyohlar tashrif buyurishadi. Buning asosiy sababi sifatida

[1] O‘zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta'minlash chora-tadbirlari to‘g‘risida PF-4861-son *(O‘zbekiston Respublikasi qonun hujjatlari to‘plami, 2016 y., 49-son, 558-modda, 2017 y., 1-son, 3-modda, 19-son, 332-modda)*

Germaniyada 18-30 yoshdagi bolalar uchun ko‘plab tungi klublar dam olish maskanlari yaratilganligini ko’rsatish mumkin.

Turistlarning eng harakatchanligi yuqori bo‘ladigan yoshi bu 30-50 yoshni tashkil etadi. Ana shu jihatlarni inobatga olgan holda turizm faoliyatini rivojlantirishga Malayziya xam alohida ahamiyat qaratgan Malayziyadagi «Gunung National Park» ga keluvchi turistlarni qaraydigan bo‘lsak undan 47% ni 30-50 yoshli kishilarga to‘gri keladi. Malayziyadagi ushbu park asosan turizmda yosh bo’yicha harakatini inobatga olgan holda xizmatlar dasturi ishlab chiqilgan. Parkga 20 yoshgacha bolalarning tashrifi bor yo‘g‘i 10% ni tashkil etadi. Buning asosiy sababi Parkdagi atraksionlarning o‘rta yoshli kishilar uchun moslab qurulganligidir.

Yevropaning 12 mamlakatida o‘tkazilgan tadqiqotlar shuni ko‘rsatadiki 2020 yilga borib aholining 25% ni 60 yoshdagilar tashkil qiladi. AQShda turistlarning umumiy sonidan 28% ni yoshi yetuk bo‘lgan sayyohlar tashkil qiladi. Yevropaga jo‘naydigan kanadaliklarning 22% ga yaqini 55 yoshdagi va undan yuqori bo‘lgan turistlardir. Albatta insonnning yoshi o‘tgan sari sokin va xavfsiz tarixiy joylarni ziyorat qilishga moyil bo’lishadi, shularni inobatga olgan holda yurtimizda ham turizm faoliyatini rivojlantirish uchun bir qancha islohotlar amalga oshirilmoqda. Jumladan yoshi 50 dan oshgan insonlarni jalb qilish uchun dunyoning juda ko‘p davlatlariga vizasiz rejimni joriy etilishidir. Bundan tashqari turistlarning xavfsizligi uchun tuni kun shaharda turistlar xavfsizligini taminlab turgan «tourist police» xizmati ham yo‘lga qo‘yilgan.

Jo‘g‘rofik segmentlashtirish bu xam turizmni hududlar aholining zinchligi, hududlar joylashganligi va shu kabi boshqa omillarni inobatga olgan holda rivojlantirishni nazarda tutadi.

Dunyoda shunday davlatlar borki ulardagi ekzotik tabiati sayyohlarning doimiy nigohida bo‘lib kelmoqda va o‘zlarining hayot tarzini mamlakatga tashrif buyuruvchi turistlarsiz tassavvur qila olishmaydilar, Ana shunday davlatlarga 2017-yilgi malumotlarga ko‘ra:

№	**Davlatlar**	**Turizmning YaIMi ulushi %da**
1	Maldiv	39.6%
2	Biritaniya Vigrin orollari	35.4%
3	Makao	29.3%
4	Aruba	28.1%
5	Seyshel orollari	26.4%

Yuqorida jadvalda misol keltirib o‘tilgan davlatlarda o‘zlarining turizm uchun mavjud bo‘lgan tabiiy imkoniyatlaridan to‘la qonli foydalanib kelishmoqda va ana shu jihatlari tufayli turizm mamlakat iqtisodiyotiga sezilarli tasir qilib kelmoqda. Ana shunday o‘zining tabiiy imkoniyatlaridan to‘g‘ri foydalanib salohiyatini rivojlantirib kelayotgan mamlakat bu AQSh hisoblanadi. Xammamizga malumki dunyodagi eng sersuv sharshara hisoblangan «Niagara» sharshararasi ana shu davlatda joylashgan, shu sharshara ortidan AQSH shtatlari miliardlab foyda ko‘rmoqda. «Niagara» sharsharasi atrofida dam olish maskanlari 5 yulduzli mehmonhonalar osma liftlar

barpo etilgan.[1] Shu va boshqa qo‘shimcha imkoniyatlarni turistlarga yaratib berish orqali AQSh hukumati «Niagara» sharsharasini ko‘rish uchun keluvchi sayyohlar sonini 50 mln nafarga oshirishga erishdi.

Dunyo sayyohlari ichida hayvonot olami vakillarini o‘zining yovvoyi tabiati bilan o‘ziga tortuvchi Afkika qitasi bu qit’ada turizm faoliyatini rivojlantirish uchun yetarli tabiiy muhit va o‘ziga hos iqlimi mavjud. Har yili Afrikadagi Keniya davlatiga minglab sayyohlar xaqiqiy yovvoyi tabiatni o‘z ko‘zi bilan ko‘rish uchun tashrif buyurishadi. Allbatda bu davlatning iqtisodiy holati va davlatdagi tinchlik holati darajasi bilan bevosita ta’sir qiladi.

Yurtimizning tabiiy geografik joylashuvi va birin-ketin almashinib keluvchi fasli, maftunkor tog‘larida ekoturizmni rivojlantirish uchun qulay imkoniyat bor edi. Lekin bunga o‘tgan qator yillar davomida e’tibor berilmay kelayotgandi. So‘ngi yillarda ekoturizmga ham alohi etibor qaratilmoqda shu jumladan turistik zonalarni tashkil qilishga ham alohida etibor qaratilmoqda. Jumladan Aydarko‘l ko‘llar tizimida turizmni rivojlantirishga, chorvoq suv ombori atrofida,yana boshqa ko‘pab suv havzalari tog‘ yon bag‘rlarida turistlar uchun uchun qulay shart sharoitlar yaratishga alohida etibor qaratilmoqda.

Yurtimiz serquyosh o‘lka yutimizda nimaiki yetishtirilgan bo‘lsa asal kabi tilni yorar darajada totlidir. Shu uchun ham bu mahsulotlarga dunyo bo‘yicha talab yuqoridir. Ijtimoiy tarmoqlarning birida bir Rossiyalik xonanda O‘zbekiston yoki Qirg‘izistonga borib dalada pishayotgan tarvuzni tatib ko‘rmoqchiligini bildirgan. Bundan ko‘rinadiki yurtimizda «dala shiypon turizmini» ham yo‘lga qo‘ysak bo‘ladi, bundan tashqari cho‘l xududlardan golf maydonlari qurish xam turizmni yurtimizda rivojlantirish uchun yangi qirralardir.

Turizmni rivojlantirishda xulqiy segmentatsiyadan foydalanish bu usulda asosan mamlakatda mavjud turizm salohiyatidan qaysi birida yaxshi daromad keladigan bo‘lsa o‘sha turiga alohida etibor qaratishni nazarda tutadi. Misol uchun Saudiya Arabistonida ziyorat turizmini rivojlantirish uchun juda yaxshi imkoniyat yaratilgan. Bundan tashqari musulmon olami uchun aziz va qadrli bo‘lgan Makka va Madina shaharlari ham aynan shu davlatda joylashganligi, haj va umra safarlariga ushbu davlatga millionlab sayyohlar tashrif buyurishadi. Ular Saudiya Arabistoni uchun daromad manbayi bo‘lib qolmasdan aholisi uchun qo‘shimcha ish o‘rinlari yaratib bermoqda. Shu tufayli xam Saudiya Arabistonida boshqa turizm turlariga qaraganda ziyorat turizmini rivojlantirishga alohida etibor qaratilmoqda.

Yurtimizdagi asoru atiqalarning ko‘pligi uchun ham turizmdan tushadigan daromadning xam asosiy qismini ziyorat turizmi tashkil etishini inobatga olgan holda yurtimizda turizmning boshqa sohalariga qaraganda ziyorat turizmini rivojlantirishga ko‘proq etibor qaratilmoqda. Kelajakda boshqa turizm sohalari ham ziyorat turizmi singari rivojlanishi mumkin. Buning uchun marketing faoliyatinini yaxshiroq yo‘lga qo‘yish kerak.

Psixografik segmentlashtirish turizmda o‘sha sayyohlarning qiziqishlari, turmush tarziga va shu kabi psixalogig jihatlarni inobatga olgan holda turizm

[1] https//books.google.co.uz/Tourism and Nature Conservation in Malaysian National Parks

faoliyatini rivojlantirishni ko‘zda tutadi. Sayohat uchun tashrif buyurayotgn turistlarning ko‘pchiligida taom masalasida muommo yuzaga keladi. Yani ular tashrif buyurgan joyning taomlariga moslasha olishmaydi. Ana shunday muammolar xam turistlar oqimini kamayishiga sababchi bo‘lishi mumkin, bu muammoni yechish uchun mamlakatda xorijiy tamaddixonalar sonini oshirish kerak.

Bundan tashqari reklamaga xam alohida etibor qaratish maqsadga muofiq.

Xulosa qilib shuni aytishimiz mumkinki marketing faoliyati boshqa sohalarda qo‘llanilib yetarlicha natija bergani kabi turizm sohasida ham yaxshigina natija beradi. Yuqoridagi segmentlashdan foydalanilgan holda turizmni tezroq va keng ko‘lamda rivojlantirish mumkin.

З.Ашурова – СамИСИ ўқитувчиси

ТУРИЗМ СОҲАСИ УЧУН РАҚОБАТБАРДОШ КАДРЛАРНИ ТАЙЁРЛАШ

Туризм сайёҳлик –саёҳат қилиш, фаол дам олиш турларидан бири. Туризм деганда, жисмоний шахснинг доимий истиқомат жойидан соғломлаштириш маърифий касбий оммавий ёки бошқа мақсадларда борилган жойда мамлакатда ҳақ тўланадиган фаолият билан шуғўлланмаган ҳолда узоғи билан 1 йил муддатга жўнаб кетиши тушунилади.

Айни пайтда туризм соҳаси мамлакатимизнинг энг кўзга кўринган соҳаларидан биридир.

Туризм соҳасини янада ривожлантириш жамиятимизда ушбу соҳанинг нуфузини кенгайтириш борасида яратилаётган имкониятлар кадрлар салоҳиятини такомиллаштириш бўйича қилинаётган ишлар жамиятимизда ушбу соҳани мақсадли йўлга қўйишга қаратилгандир.

Ўзбекистон Республикасининг “Таълим тўғрисида”ги Қонуни ва Кадрлар тайёрлаш миллий дастури рақобатбардош кадрлар тайёрловчи замонавий талабларга қўйиладиган талаблар мажмуини белгилайди.

Ўзбекистон Республикаси Биринчи Президенти И.Каримов ташаббуси ва бевосита раҳбарлигида ишлаб чиқилган кадрлар тайёрлаш миллий модели қатор ноёб, такрорланмас ўзига хос хусусиятларга эга.У Ўзбекистоннинг халқаро андозалардаги замонавий тараққиётини таъминлай оладиган дадил, мустақил фикрли, малакали, билимли мутахассис, айни пайтда эзгу инсоний сифатларга эга кадрларни тайёрлаш мақсадини кўзлайди.

Туризм соҳасида рақобатбардош кадрларни етиштиришда қуйидаги муҳим жиҳатларни амалга ошириш айни мақсадлидир.

-соҳа мутахассислари кўпроқ туризм соҳасига оид дарсликлар чоп эттиришни йўлга қўйиш;

-аудиториядаги талабаларни ижодий ишлашга шароит яратиб бериш;

-конференцияларда иқтидорли талабаларнинг иштирокини таъминлаб бориш;

-туризм соҳасига оид лойиҳалар танловини ўтказиб бориш ҳамда танлов ғолибларини муносиб рағбатлантириб бориш;

-жаҳон андозаларига тўла жавоб берадиган салоҳиятли кадрларни тайёрлаб боришда чет тили тизимини янада такомиллаштириш;

-таълим сифатини янада юқори босқичга кўтаришга интилиш;

-олий таълим муассасаларида соҳа кунларини кенг миқёсда ташкил этишни йўлга қўйиш;

-педагог дарсларни ташкил қилиш жараёнида таълим тизимидаги фаол усулларни қўллаш билан бир қаторда талабалар онгида мустақил ишлаш ва уни амалиётга тадбиқ этиш кўникмасини ҳам ривожлантириш зарур;

-аудиториядан қобилиятли ташаббускор талабаларни излаб топиш уларнинг келгусидаги мақсад ва вазифалари билан қизиқиш;

-оммавий ахборот воситаларига талабаларнинг қизиқишларини орттириб бориш ҳамда ўз намойишлари билан чиқишларини йўлга қўйиб бориш;

-электрон дарсликлар яратиш талабаларни ижодий қобилиятларини ривожлантириш;

-қишлоқ ҳудуларида туризм соҳасини ривожлантиришни йўлга қўйиш;

-талабаларнинг фанга доир инновацион ғояларини қўллаб-қувватлаш ҳамда уларни энг мақбул ғояларини амалиётга тадбиқ этиш.

Жамиятимизда рақобатбардош кадрларни етиштиришда педагог зиммасида турган масъулиятли вазифалардан бири ҳисобланади. Талабаларнинг келгусида Ватан равнақига ҳисса қўша оладиган маънан баркамол, жисмонан соғлом талабаларни халқаро тажрибаларга жавоб бера оладиган кадрлар етиштириш айни таълим тизимидаги муҳим босқичлардан бирини белгилайди.

Фойдаланилган адабиётлар

1.O’zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining “Turizm faoliyatini litsenziyalash to’g’risidagi nizomni tasdiqlash haqida” gi Qarori. // “Xalq so’zi” gazetasi , 2003 –yil 12 noyabr.

2.Kamilova F.K. Xalqaroturizmbozori.-T.: TDIU, 2001.

3.MirzayevM.A.Turizmasoslari .Ma’ruzalarmatni.-T., 2005

4.Tuxliyev I.S. vaboshqalar.Turizmasoslari.O’quvqo’llanma (uchinchinashri). – Samarqand: SamISI , 2010.

А.Багиров - СамИСИ ўқитувчиси

ТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНТИРИШДА РАҚОБАТБАРДОШ КАДРЛАРНИ ТАЙЁРЛАШ МУАММОЛАРИ

Жамиятнинг ривожланиши бир қанча соҳаларни қамраб олганидек, туризм соҳасидаги ўлкан ривожланишлар ҳам жамиятнинг ривожланишига, халқаро давлатлар ўртасидаги алоҳида нуфузини белгилаб беради. “Мамлакатимиз туризм соҳасида жиддий эътибор талаб қилинаётган мамлакатлардан биридир.Бу борада давлатимиз раҳбарининг 2016 йил 2

декабрдаги “Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш тўғрисида” ги Фармонига мувофиқ туризм мамлакатимиз иқтисодиётининг стратегик тармоғи сифатида белгиланди.

Президентимизнинг 2017 йил 16 августдаги қарори билан 2018 -2019 йилларда туризм соҳасини ривожлантириш бўйича биринчи навбатдаги чора – тадбирлар дастури тасдиқланди. Ўзбекистон Республикасининг “Туризм тўғрисида”ги Қонунида “туризм жисмоний шахснинг доимий истиқомат жойидан соғломлаштириш, маърифий, касбий-амалий ёки бошқа мақсадларда борилган жойга (мамлакатда) ҳақ тўланадиган фаолият билан шуғулланмаган ҳолда бир йилдан ошмаган муддатга жўнаб кетиш” деб белгиланади.

Бугунги кунда айниқса, мамлакатимизда туризмга оид салоҳиятни янада кучайтириш мақсадида бир қанча амалий ишлар амалга оширилмоқда. Ўзида тарихий обидаларни, мажмуавий ёдгорликларни, қадамжоларни қамраб олган тарихий шаҳарларнинг кўрки туризм салоҳиятини янада такомиллаштиришда ўзига хос мезон бўлмоқда.

Қадим-қадимдан қадимий Самарқанд шаҳри ўзининг иқлими ноёб тарихий обидалари билан барчага маълум.Бу борада етук шоир ва саркарда Заҳириддин Муҳаммад Бобур адабий ва тарихий аҳамиятга эга бўлган “Бобурнома” асарида Осиёнинг кўплаб тоғлари, дарёлари ўрмон ва чўллари, иқлими ҳақида тўхталиб, айниқса,Самарқанд ҳақида иллиқ тассуротларни ёзиб қолдирганлиги айни фикримиз далилидир.

Мамлакатимизда туризмни ривожлантиришда унинг истиқболини белгилаб боришда қуйидаги омилларга алоҳида эътибор қаратишимиз лозим.

*туризм салоҳиятини оширишда автоқатновларнинг тутган ўрни;

*чет эл тажрибасини ўрганиш бўйича янги инновацион технологиялар орқали туризм салоҳиятини ошириб бориш;

*чекка ҳудудларда хизмат турларини кўпайтириб бориш;

*маданий мерос объектларига эътибор қаратиш;

*қадимий шаҳарларда сайёҳларга тун-у кун ишлайдиган хизмат кўрсатишни йўлга қўйиб бориш.

*туризм салоҳиятини оширишда рақобатбардош кадрларни тайёрлаш муаммосига алоҳида эътибор қаратиш;

*соҳа мутахассисларини тайёрлашда ўз билим савиясига эга , юқори малакали кадрларни тайёрлаш ҳамда чет тилларида бемалол сўзлаша оладиган мутахассисларни тайёрлаш;

*бой маънавий меросимиздан унумли фойдаланишни йўлга қўйиб бориш, имкон борича ҳудудларимизни ажойиб, янада кўркамлаштиришга эътиборни кучайтириш.

*туризм фанларини ўқитишда замонавий усуллардан кўргазмали ва тақдимот материалларидан кенг фойдаланишни йўлга қўйиш

*соҳа янгиликлари билан талабаларни мунтазам таништириб бориш

*хорижий тажрибалардан амалиётга қўллаш.

Президентимз Ш.Мирзиёевнинг “Турист саёҳат қилиши, ички ишлар идораларида сарсон бўлмаслиги керак. Агар биз туризм ҳисобига иш ўринлари

очамиз десак, туристга шарт қўйиш эмас, балки, шароит яратишимиз зарур” дея таъкидлаган фикрлари бугун ҳаётимизда, давлатимизда нечоғлик муҳим аҳамият касб этмоқда.

Бизнинг давлатимизда қадимий шаҳарларимиз ўзининг бетакрорлиги, фусункорлиги, тарихийлиги билан жаҳон халқларида алоҳида ажралиб туради.Бу борада Самарқанд, Бухоро, Хоразм каби вилоятларнинг салоҳияти, тарихийлиги бошқа мамлакатларни эътиборини жалб қилиб келмоқда. Ўзбекистоннинг нуфузини оширишда улуғ аждодларимизнинг улкан маънавий меросларини авайлаб –асрашимиз ўсиб келаётган ёшлар тарбиясига сингдиришимиз лозим.

Туризм соҳаси айни бугунги кунда салмоқли аҳамиятга эга бўлган соҳалардан биридир.Ушбу соҳани кенг миқёсда такомиллаштиришимиз асосида олий таълим муассасаларида рақобатбардош кадрларни етиштиришимизда муҳимдир.

Фойдаланилган адабиётлар

1.O’zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi.-T.: O’zbekiston , 2003 .-36 b.

2. O’zbekiston Respublikasining “Turizm to’g’risida”gi qonuni. // O’zbekistonning yangi qonunlari.-T.: Adolat, 2000.-b.131-140.

А.А.Аблаизов – СамИСИ методисти

ЭКОЛОГИКТ УРИЗМГА КАДРЛАР ТАЙЁРЛАШДАГИ МУАММОЛАР

Ўзбекистонда экотуризмни ташкил қилиш ва ривожлантиришда биринчи навбатда халқаро экотуризм бозорини таҳлил қилиш, халқаро экотуризм ривожидаги илғор йўналишларни ўрганиш, миллий экотуризм маҳсулотларини ишлаб чиқиш ва экотуристик хизматларни халқаро талаб даражаларида ташкил қилиш ва кўрсатишни мукаммал ўзлаштириш талаб қилинади. Бу талабларни ўрганган ва мукаммал ўзлаштирганлар мамлакатимизда экологик туризмни ташкил қилиш ва ривожлантириш бўйича илмий-амалий тадқиқотларни ўтказиши ва кутилган натижаларга олиши мумкин. Бунинг учун ватанимизда экологик туризм тури бўйичаюқори малакали мутахассислар тайёрлашимиз лозим. Аммо ҳозиргача бу долзарб масала очиқлигича қолмоқда. Ватанимиздаги олий таълимда экологик туризм мутахассислиги тайёрланаётган эмас.

Ҳозирда туризм таълимида бакалавр ва магистрларни тайёрлаётган Тошкент давлат иқтисодиёт университети, Бухоро давлат университети, Ургенч давлат университети, Қарши муҳандислик иқтисодиёт институти ва Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институтидаги 5610200 - Меҳмонхона хўжалигини ташкил этиш ва бошқариш,5610300 - Туризм(халқаро ва ички туризм) таълим йўналишида “Экологик туризм” фани ўқитилмоқда. Лекин, биргина шу фанни ўқитиш билан экологик туризмга малакали, олий маълумотли кадрлар тайёрлаш мушкуллиги ҳаммамизга маълум.

Экологик туризмни мамлакатимизда ривожлантиришга бағишланган илмий мақолаларда, яратилаётган услубий, ўқув қўлланмаларда туризм кучли ривожланаётган давлатларнинг ривожланиш рақамлари келтирилмоқда. Бу рақамлар таҳлил қилиниб яратиш механизмлари аниқ бўлмаган тавсиялар яратилмоқда. Бу тавсияларни туризмдаги тадбиркорлар амалиётга жорий қилаолмаслиги ҳам ҳаммамиз учун тушунарли савол. Экологик туризм кучли ривожланган хориж давлатларидаги замонавий экотуризм технологияларини ва илғор тажрибаларини етук малакали экотуризм мутахассисларигина ватанимизнинг экологик туризмига киритиши мумкин.

Экологик туризмга юқори малакали кадрлар туризм жадал ривожланаётган мамлакатларнинг туризмни ташкил қилиши ва туризм хизматларини кўрсатиши тажрибаларини биринчи навбатларда ўрганиши ва уларнинг туризмдаги самарали фаолиятларини, ихтисослашувини, кадрлар тайёрлашини, илғор технологияларини миллий туризмга тадбиқ қилишини жиддий ўрганиши керак эди.Ҳозирги туризм таълимидаги икки йўналишда тайёрланаётган кадрлар биргина экологик туризм фанини ўрганиш билан қайд қилинган муаммоларни ҳал қилаолмаслиги кўзга кўриниб турган ҳақиқат.

Ўзбекистон Республикасининг Президенти Шавкат Мирзиёевнинг «Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида»ги 2016 йил 2-декабрдаги ПФ-4861 сонли Фармонида:

-“Мамлакатда туризмни жадал ривожлантириш, мавжуд улкан туризм салоҳиятидан янада тўлиқ ва самарали фойдаланиш, анъанавий маданий-тарихий туризм билан биргаликда туризмнинг бошқа салоҳиятли турларини– ....*экологик туризмни*....ички, кириш ва чиқиш туризмини комплекс ривожлантиришнинг миллий ва ҳудудий дастурларини ишлаб чиқиш ва амалга ошириш” белгиланган[1].

“Фармон”да экотуризмни ривожлантириш алоҳида таъкидланганлиги ҳам, экотуризмни жадал ривожлантиришнинг жиддий муаммоларини аниқлашимиз ва бу муаммоларнинг ечимларини ишлаб чиқишнинг илмий-амалий тадқиқотларни бошлашимизнинг вақти келди.Экотуризмни ривожлантиришдаги кўплаб муаммолар ҳам мамлакатимизда экотуризмни ривожлантиришга киришганимиздан кейингина аниқланмоқда.Ривожланишини бошлаган ҳар қандай соҳа ўз тараққиётига, истиқболига босқичма-босқич етиб боради албатда. Биринчи навбатда ана шу босқичлардаги муаммоларни бажарилиш даражалари ва кетма-кетлигини аниқлаш талаб қилинади. Ҳозирга келиб, Республикамизда экотуризмни ривожлантиришда ечимлари жиддий бўлган муаммолари ҳам юзага чиқмоқда. Бу муаммоларнинг биринчи навбатда ўз ечимини кутиб тургани, экотуризм учун миллий малакали кадрлар тайёрлаш ҳисобланади.

[1].Ўзбекистон Республикасининг Президенти Шавкат Мирзиёевнинг «Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида»ги 2016 йил 2-декабрдаги ПФ-4861 сонли Фармони.

Халқаро экотуризм ривожида Европа давлатлари, Австралия, Янги Зеландия, АҚШ, Канада, Кариб ҳавзасидаги кичик давлатлар, Малайзия, Ҳиндистон, Хитой давлатлари энг олдинги ўринларни эгаллаб келмоқда. Экологик туризмга юқори малакали кадрлар тайёрлашнинг қанчалик муҳимлигини хорижий иккита давлат мисолида кўриб чиқишимиз мумкин.

Экотуризм йилдан-йилга ривожланаётган Европа давлатларининг туризмини таҳлил қилганимизда, улардаги туристик фирмаларнинг ва туристик ташкилотларнинг туризмнинг соҳаларига, туризмнинг турларини ривожлантиришга ихтисослашганлигини кўрамиз.

Австралия экотуризмни унинг тамойилларига асосланиб ташкил қилган ва жаҳонда экотуризмни илмий-амалий қоидаларига асосан ривожлантираётган лидер давлат ҳисобланади. Бу давлат экологик туризмни ўз давлатининг ҳудудларида ташкил қилганда, ҳудудларни ижтимоий-иқтисодий ривожлантиришнинг давлат дастурларини ишлаб чиқади ва ҳудуднинг табиий ресурсларини ҳисобга олган ҳолда экологик туризмни ривожлантириш имкониятларини ўрганади.

Австралия ҳукуматининг экологик туризмга юқори малакали кадрлар тайёрлаш “Дастури” қуйидаги таълим йўналишлари ва экологик туризмни ташкил қилиш тадбирлари қамраб олган:

Юқори малакали экотуризм мутахассисларини тайёрлаш;

Экотуризмга гид-экскурсиячилар тайёрлаш;

Маҳаллий ҳалқни экотуризмга жалб қилиш;

Табиий ресурслардан фойдаланиш ва муҳофаза қилишни экотуризм орқали амалга ошириш;

Экологик турни, экотуристик хизматларни, экотуристик маҳсулотларни назорат қилиш;

Ҳудудий экологик туризмни ривожлантириш режасини ишлаб чиқиш;

Атроф муҳитга туризмнинг ва экологик туризмнинг таъсирини мониторинг қилиш;

Экологиктуризмда лицензия ва аккредитация тизиминингишлабчиқиш.

Энг муҳими шундаки, экологик туризмни ташкил қилишда маҳаллий абориген аҳолининг ижтимоий-иқтисодий манфаатлари ҳисобга олинади ва экотуристик хизматларни амалга ошириш тўлиқ уларга топширилади(маҳаллий аҳолини иш билан таъминлаш). Иккинчидан, мамлакатдаги штатлар маъмуриятининг таклиф ва тавсияларини ҳам тўлиқ ҳисобга олинади.

Австралияда экологик туризм мутахассисларини (кадрларни) тайёрлаш қуйидагича:

1.«Australian Eco Adventures» туроператор-Бутун Австралия экотуризми бўйича.

2. «Nature& Adventure»- туроператор- Австралиянинг жанубий-шарқида дам олиш ва экологик туризм бўйича(қўшимча- китларни кўрсатиш).

3. «Kirrama Wildlife Toures» -туроператор- Шимолий Австралияда китлар ва қушларни кўрсатиш турлари бўйича гид-экскурсиячилар.

4.«Chambers Wildlife Rainforest Lodle»- Квинисленд штатидаги тропик ўрмонларидаги экзотик меҳмонхонададам олиш, тропик ҳайвонларни кўрсатиш ва тропик ўрмонлар учун гид-экскурсиячилар.

5.«Wait–A-While Environmetal Toures»-Австралиянинг табиий минтақалари бўйича гид-экскурсиячилар.

6.«One World Travel»-туроператорларини тайёрлаш-Австралия бўйича ва Австралиядан ташқарида барқарор экотуризм ва маданий дам олиш турлари;

7..«Western Geographic Ecotours»-туроператорларини тайёрлаш.

Халқаро экотуризм бозорида энг оммавийлашган 9 та экотуристик маршрут рейтинги бўйича Австралия сўнги ўн йилликда биринчи ўринларни эгаллаб келмоқда. Австралияда экотуризм билан 9 та миллий компания шуғулланади.Биргина “Australian Eco Adventures” миллий экотуризм компаниясининг 75та турмаҳсулоти (экотуристик маршрути) халқаро экотуризм бозорида сотилади. Бу компаниянинг китларни кузатиш ва томоша қилиш экотурини халқаро экотуристлар навбат кутиб олишади. Австралия кенгурисибўйича 3 та миллийэкотуристиккомпаниялархамфақатхалқароэкотуристларникутиболишга ихтисослашган[1].

Германияда 122та туристик фирмалар фақат экотуризмни ривожлантиришга ихтисослашган. Ушбу туристик фирмаларнинг Германиядаги иш фаолиятлари қуйидагича:

50% туристик фирмалар дунё бўйича экологик турларни ишлаб чиқади ва халқаро экотуристик бозорга чиқаради (халқаро экотуристик хизматларни ҳам ўзлари ташкил қилади);

экотуризм операторлари Европа давлатлари бўйича экологик турларни ишлаб чиқади ва Европа давлатларига чиқаради (экотуристик хизматларни ҳам ўзлари ташкил қилади);

экотуризм операторлари Германиянинг табиати ва биологик хилма-хил ресурсларига экотурларни ишлаб чиқади ва экотуристик хизматларни ташкил қилади;

44 та туроператорлар халқаро миқёсдаги экотур операторлари ҳисобланади. Бу туроператорларни АҚШ, Канада, Ҳиндистон, Африка давлатлари ва Австралияликлар жуда яхши билишади.

экологик турларга махсус тайёргарлик бўйича давлат аттестация имтиҳонларини топширган гид-экскурсиячилар таклиф қилинади.

Германияликларнинг экологик турларни таклиф қилишида экотуристик ресурслардан максимум фойдаланиш экотуристик маҳсулотларини ишлаб чиқишади. Бу экотуристик маҳсулотларни яратишда экотуристик операторлар экотуристларни қизиқтирадиган асосий экотуристик объектлар атрофларидаги барча туристик объектларни жуда яхши ўрганишади. Шу усулда улар экотуристларнинг экотурларда белгиланган вақтларини узайтиришади[2].

[1].Александрова А.Ю., Туризм географияси. Учебник, Москва, КНОРус, 2010.-592 с.

[2]. Хаитбоев Р., Экологик туризм.Ўқувқўлланма, «Баркамолфайз медиа», Тошкент,2018.-248 б.

Келтирилган маълумотлардан маълум бўладики, мамлакатда экологик туризмни экологик туризм бўйича тайёрланган мутахассис кадрлар ташкил қилади ва ривожлантиради. Чунки фақат экологик туризмни мукаммал билган туроператор кадрлар жозибали, мазмунли ва қизиқтирувчи экологик тур маҳсулотларини ярата олади, улар ўзлари яратган экологик тур маҳсулотларини ички ва халқаро экологик туризм бозорида реклама қилаоладилар.

Хулоса ва тавсиялар:

Самарқанд иқтисодиёт ва сервиси институти раҳбарлигида экотуризмга ихтисослашаган экотуристик операторлар тайёрлаш таълимини ташкил қилиш.

Туризм таълимида ўқитилаётган талабаларнинг “Экологик туризм” фани бўйича малкавий амалиётларини фақат экотуристик объектларда ўтказиш уларнинг экотуризм ташкил қилиш ва ривожлантиришдаги кўплаб муаммоларни ўрганишади.

“Туризм(фаолият йўналишлари бўйича)таълимидаги бакалаврлардан экотуризм ривожланган Германия, Австралия, АҚШ ва Канада давлатларининг илғор тажрибаларини, технологияларини мукаммал ўрганувчи алоҳида талабалар гуруҳларини ташкил қилиш ва уларни ушбу давлатларда экотуризм бўйича малакаларини ошириш тадбирларини амалга ошириш лозим деб ҳисоблаймиз.

Л.Мардонова –ТерДУ Денов филиали ўқитувчиси

ТУРИЗМ СОҲАСИДА РАҚОБАТБАРДОШ КАДРЛАРНИ ЕТИШТИРИШДА ИННОВАЦИОН ҒОЯ ВА ТЕХНОЛОГИЯЛАРНИНГ ДОЛЗАРБ МУАММОЛАРИ

Инновация (инг. Innovationas - киритилган янгилик, ихтиро)1.техника ва технология авлодларини алмаштиришни таъминлаш учун иқтисодиётга сарфланган маблағлар. 2.илмий –техника ютуқлари ва илғор тажрибаларга асосланган техника, технология, бошқариш ва меҳнатни ташкил этиш каби соҳалардаги янгиликларб шунингдекб уларнинг турли соҳалар ва фаолият доираларида қўлланилиши.

Жамиятда бугунги кунда инновацияларни ихтиро қилиш ҳамда бу янгиликларни ҳаётга тадбиқ этиш айни муҳим вазифаларни касб этмоқда. Инновациция сўзи (инглизча иноватионас киритилган янгилик, ихтиро) техника ва технологияларни авлодларини алмаштиришни таъминлаш учун иқтисодиётга сарфланган маблағлар, илмий техника ютуқлари ва илғор тажрибаларга асосланган техника, технология бошқариш ва меҳнатини ташкил этиш каби соҳалардаги янгиликлар, шунингдек, уларнинг турли соҳалар ва фаолият доираларида қўлланилишидир.

Бу борада Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.Мирзиёевнинг “Инновация бўлмас экан, ҳеч бир соҳада рақобат ривожланиш бўлмайди” деган фикрлари нечоғ муҳим эканлиги барчамизга маълум.

Ўсиб келаётган ёш авлод қалби ва онгида дунёқарашимизда инновацион муҳитни яратиш замон талабларининг эътиборли масъулиятли жиҳатидир. Инновация тушунчасининг моҳияти тобора ўзининг аҳамиятини кўрсатиб бормоқда. Инновацион сўзининг кенг жабҳада қўлланилиши ҳар қайси соҳада ҳам ўзининг долзарблигини кўрсатиб келмоқда. Энг асосийси таълим соҳасига ўзининг ижобий таъсирини кўрсатиб келмоқда.

Инновацион ғояларни тарғиб этиш ҳамда уни мақсадли ташкил этишда айрим ўзининг долзарблигини муаммолар сифатида қуйидагиларни келтириш мумкин.

1.Туризм соҳасига инновацияларни жорий этиш.

* мамлакатимизда туризм соҳасини жадал ривожлантиришда шу соҳа учун етук малакали кадрларни тайёлаб бориш.

*миллийлигимизни намоён этувчи кўргазмаларни кўпроқ ривожлантириш ҳамда уни юқори даражада оммага, сайёҳларга унумли фойдаланишни аҳамиятини кўзда тутиш.

* етук мутахассис кадрларни етиштиришда (инглиз, француз, немис) тилидаги фанларни чуқурлаштириб ўтилишини ташкил этиш.

*кичик ҳудудларни яхшилаш ва уларни дам олиш масканларига айлантириш.

2.Иқтисодиёт тармоқларига инновацияларни жорий этишда қуйидагиларни амалга ошириш бўйича:

* хизматлар соҳасини тубдан такомиллаштириш

* йўналиш бўйича рақобатбардош кадрларни шакллантиришга янгича техноогияларни жамиятга тадбиқ этиш.

* туманлар миқёсидаги хизмат кўрсатиш сифатини янада ошириш.

3.Таълим соҳасида инновацияларни такомиллаштириш.

* дарс жараёнларида янгича пед технологиялар орқали рақобатбардош кадрларни етиштириб бориш.

*таълим жараёнига илғор технологияларни тадбиқ этиш

*ҳар бир соҳадаги талабаларни сифатли таълим олишга йўналтириб бориш ҳамда уларни ғояларини қўллаб-қувватлаш

Қишлоқ хўжалигига инновацияларни жорий этиш:

Қишлоқ хўжалиги бўйича таклифлар киритиш

Ҳосилдорликни жиддий ошириш

Озиқ-овқат маҳсулотларини такомиллаштириш

Қишлоқ хўжалиги бўйича рақобатюардош кадрларни етиштириш

Олий таълим муассасаларида ёш кадрларни етиштиришда айниқса, хорижий тажриба талабларига жавоб бера оладиган даражада етук, салоҳиятли кадрларни таълим сифатига мос равишда ҳар бир педагог ўргатмоғи лозим.Айниқса, туман ҳудудларида бевосита кадрлар бандлигини таъминлаб бориш, хизматлар соҳасини тубдан такомиллаштириш.

Иқтидорли талабалар ўртасида “Менинг инновацион ғоям” мавзусидаги лойиҳа, кўргазмали кўрик –танловларини ўтказишни йўлга қўйиш. Танловлар билан бир қаторда гуруҳлар кесимида иншолар кўрик танловларини ташкил

этиш. Танловда янгича ғоялар, янгича фикрлар билан баҳслашишни ташкиллаштириш ва шу орқали уларни келажакда эгаллаши лозим бўлган касбларига бўлган масъулиятни, билимдонликни ошириб бориш.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1.O’zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi.-T.: O’zbekiston , 2003 .-36 b.
2.O’zbekiston Respublikasining “Turizm to’g’risida”gi qonuni. // O’zbekistonning yangi qonunlari.-T.: Adolat, 2000.-b.131-140.
3.Тухлиев.И.С. Туризмда стратегик маркетинг. Ўқув қўлланма.-Самарқанд: СамИСИб 2010.
4.Тухлиев И.С ва бошқалар. Туризмни режалаштириш.Дарслик.-Т.:Итқтисод-молия , 2010.

Sh.A Xolmuratova – SamISI o`qituvchisi

MILLATLARARO TOTUVLIK MILLIY TARAQQIYOTNING MUSTAHKAM POYDEVORI

Mustaqillikning dastlabki yillaridan boshlab bag`rikenglik va insonparvarlik madaniyatini rivojlantirish, millatlararo va konfessiyalararo hamjihatlikni, jamiyatda fuqarolar totuvligini mustahkamlash, barcha fuqarolarga millati va diniy e’tiqodidan qat’i nazar, teng huquq va imkoniyatlar yaratish, yosh avlodni vatanparvarlik, milliy va umuminsoniy qadriyatlarga hurmat, Vatanga muhabbat va sadoqat ruhida tarbiyalash O`zbekistonda davlat siyosatining muhim ustuvor yo`nalishlaridan biri etib belgilangan.

Bugungi kunda respublikamizda faol «xalq diplomatiyasi» asosida chet eldagi vatandoshlarimiz bilan muntazam va o`zaro foydali munosabatlarni yo`lga qo`yish, xorijiy mamlakatlar bilan do`stona munosabatlarni va madaniy-ma’rifiy aloqalarni mustahkamlash orqali o`z faoliyatini O`zbekistonda yashab kelayotgan barcha millat va etnik diasporalarning tarixi, madaniyati, ma’naviy qadriyatlari, milliy an’analari va urf-odatlarini saqlash hamda har tomonlama rivojlantirish tamoyillariga asosan olib borayotgan Respublika baynalmilal madaniyat markazi, 138 ta milliy madaniy markazlar, O`zbekiston xorijiy mamlakatlar bilan do`stlik va madaniy-ma’rifiy aloqalar jamiyatlari kengashi, shuningdek, 34 ta do`stlik jamiyatlari muvafaqqiyatli faoliyat yuritib kelmoqda

Fuqarolar totuvligi barqarorligini, turli millatlar vakillari o`rtasidagi tinchlik va hamjihatlikni ta’minlashga, vatandoshlarimiz ongida ko`p millatli yagona oila tuyg`usini mustahkamlashga, milliy madaniy markazlar va do`stlik jamiyatlari faoliyatini har tomonlama qo`llab-quvvatlash va yanada rivojlantirishga, xorijiy mamlakatlar bilan madaniy-ma’rifiy aloqalarni kengaytirishga, mamlakatimizning jamiyat turli sohalaridagi yutuqlari mazmun va mohiyati targ`ibotiga, shuningdek, ushbu yo`nalishda ko’plab ishlar amalga oshirilyapti. Bundan tashqari jamiyatda millatlararo hamjihatlik va bag`rikenglikni ta’minlashga qaratilgan davlat siyosatini izchil amalga oshirish, do`stlik va ko`p millatli yagona oila tuyg`usi muhitini mustahkamlash, yoshlarni milliy va umuminsoniy qadriyatlarga hurmat ruhida

tarbiyalash, do`stona xalqaro aloqalarni yo`lga qo`yish, o`zaro manfaatli hamkorlikni rivojlantirish, xorijiy mamlakatlarning fuqarolik hamjamiyatlari, shu jumladan chet ellarda istiqomat qilayotgan vatandoshlarimiz bilan do`stlikni mustahkamlash borasidagi ishlarni samarali muvofiqlashtirish hamda mamlakatimizda Tadbirkorlar va ishbilarmonlar harakati – O`zbekiston Liberal-demokratik partiyasi Siyosiy Kengash Ijroiya qo`mitasi hamda mamlakatimizda faoliyat yuritayotgan milliy madaniy markazlar bilan hamkorlikda ko'plab davra suhbati tashkil etilmoqda. Shu qatorda Prezidentimizning «Millatlararo munosabatlar va xorijiy mamlakatlar bilan do`stlik aloqalarini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to`g`risida»gi farmoni O`zLiDeP saylovoldi dasturi bilan uzviy bog`liq ekanligini alohida e'tirof etishi taqsinga sazovordir.

Bag`rikenglik o`zbek millati mentalitetiga xos xislat. Bir misol, Ikkinchi jahon urushi yillarida o`zbek xalqi 1.5 milliondan ortiq evakuatsiya qilingan insonlarni o`z bag`riga, oilasiga qabul qilib, aynan insonparvarlik, mehmondo`stlik, xalqparvarlik, ijtimoiy kelib chiqishidan qat'iy nazar insonlarga bo`lgan hurmat-ehtiromni amalda to`liq ko`rsata bildi.

Bugun O`zbekistonda 130 dan ortiq millat va elat vakillari bir oila bo`lib, hamjihatlikda yashayaptilar. Bugungi kunda boshqa millat vakillarining vatanimizda to`laqonli yashash va mehnat qilish uchun yaratilgan imkoniyatlarni boshqa joydan topishimiz mushkul. Ayniqsa, O`zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyev ularga qaratayotgan e'tiborini e'tirof etmaslikni iloji yo`q. Milliy markazlar uchun ajratilgan yangi bino, Do`stlik bog`i va boshqalar buning bir namunasidir.

O`zbekiston bilan Rossiya o`rtasidagi hamkorlik mustahkam huquqiy asosga ega. Davlatlarimiz uchun madaniy-gumanitar hamkorlik, ta'lim, ilm-fan, sport va turizm sohalaridagi ikki tomonlama aloqalar ham muhim ahamiyat kasb etadi. Mamlakatimiz rahbari Shavkat Mirziyoyevning shu yil 4-5 aprel kunlarida Rossiyaga qilgan davlat tashrifi ikki tomonlama munosabatlarni mutlaqo yangi darajaga olib chiqdi. Ayni paytda o`zaro hamkorlikning ifodasi sifatida yurtimizda G. Plexanov nomidagi Rossiya iqtisodiyot akademiyasi, M. Lomonosov nomidagi Moskva davlat universiteti hamda I. Gubkin nomidagi Rossiya davlat neft va gaz universitetining filiallari muvaffaqiyatli faoliyat yuritib kelayotir. Qabul qilingan mazkur farmon mamlakatimizda faoliyat ko`rsatayotgan barcha milliy madaniy markazlar faoliyatini yanada kuchaytiradi, xalqlar o`rtasidagi do`stlikni, birodarlikni mustahkamlashda butunlay yangi ruh bag`ishlaydi. O`zbek va koreys millatlari orasida azaldan hamohang an'analar, birodarlik, mehru muhabbat bor, xalqlarining madaniyati, mentaliteti o`xshash. Vatanparvarlik, mehnatsevarlik, bag`rikenglik, mehr-oqibat, kattaga hurmat, kichikka izzat, sabr-matonat kabi fazilatlar ularga birdek xosdir. Ayni chog`da taqdir taqozosi bilan bir paytlar yurtimizga kelib qolgan 200 mingga yaqin koreyslar o`zbeklar bilan do`st-birodar bo`lib yashamoqda, tinch-totuv hayot kechirmoqda. Koreys millatiga mansub vatandoshlarimiz O`zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi Qonunchilik palatasi va Senatida, mahalliy Kengashlarda, boshqaruv organlarda, iqtisodiy-ijtimoiy hayotning barcha sohalarida faoliyat yuritmoqda. Men ham ular safida ekanligimdan behad mamnunman. Bugun davlatlar orasida o`zaro

hamkorlik kuchayib borayotgan bir paytda Prezidentimiz tomonidan imzolangan mazkur farmon, mamlakatlar bilan do`stona munosabatlarni, chet eldagi hamyurtlarimiz va turdosh tashkilotlar bilan aloqalarni yanada mustahkamlashda dasturilamaldir.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Birinchi prizedent Karimov I.A. O‘zbekiston XXI asr bo‘sag‘asida: xafsizlikka tahdid, barqororlik shartlari va taraqqiyot kafolatlari. –T.: O‘zbekiston, 1997, 73-74 betlar

2. O‘zbekiston Respublikasi: Mustaqil davlatning bunyod bo‘lishi. – T. : O‘zbekiston, 1992 , 7-8, 12, betlar

3. Karimov I. A. O‘zbekiston-kelajagi buyuk dovlat -T.: O‘zbekiston, 1992,8-b

4. Millat ravnaqi-Vatan ravnaqi IIXalq so‘zi, 2002,31 oktyabr.

5. O‘zbekiston Respublikasi: mustaqil davlatning bunyod bo‘lshi. –T.: O‘zbekiston, 1992 , 4-bet.

6. O‘zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi. –T.: O‘zbekiston, 2010, 19-bet.

M.A.Xamdamova - SamISI magistranti

OILAVIY TURIZM TARAQQIYOTIDA AXBOROT VA KOMMUNIKATSIYA TEXNALOGIYALARINING O’RNI VA AHAMIYATI

Kecha zamonaviy hisoblangan texnika yoki texnologiya bugun eskirib, o‘rnini yangisiga bo‘shatib berayotgan, rivojlanish shiddatli tus olgan davrda yashayapmiz. Bu jadallik, ayniqsa, axborot-kommunikatsiya sohasida yaqqol namoyon bo‘lmoqda. Jahonning ko‘plab mamlakatlarida axborot-kommunikatsiya texnologiyalari davlat iqtisodiyotini belgilab beruvchi va rivojlantiruvchi kuchga aylangan.

AKT sohasining iqtisodiyotdagi salohiyatiga qarab, u yoki bu davlatning rivojlanish darajasiga baho berish mumkin. Jahondagi juda ko‘plab davlatlar hukumatlari tomonidan AKT milliy iqtisodiyot, ijtimoiy-iqtisodiy sohalarning o‘sishi va rivojlanishida, shu sohadagi loyihalarni chuqurlashtirishda muhim omil bo‘lishi tan olingan.

O‘zbekistonda ham dunyoning boshqa rivojlangan mamlakatlari singari AKT sohasini rivojlantirishga jiddiy e’tibor qaratilmoqda. Respublikamizda AKT sohasining me’yoriy-huquqiy asosini shakllantirish, sohadagi boshqaruv va ijro organlari ishlarini takomillashtirish, AKTni rivojlantirish va uni iqtisodiyotning barcha sohalariga tatbiq qilish bo‘yicha katta ishlar amalga oshirildi. Bu sohadagi keng miqyosli o‘zgarishlarda, ko‘plab loyihalarning nihoyasiga yetkazilganligida o‘z aksini topmoqda. AKTni rivojlantirish uchun birinchi navbatda, ushbu sohaga yetarli miqdorda sarmoya kiritish, sohaning xizmat ko‘rsatishdan tushgan mablag‘laridan samarali foydalanish va ularni o‘zlashtirish, yangi va ustuvor loyihalarni moliyalashtirish dolzarb amallardan biridir [1].

[1] **http://uz.infocom.uz/2007/09/04/axborot-kommunikatsiya-texnologiyalarini-rivojlantirish-jamgarmasi-10-yilligi/ (ma’lumot olingan sana: 5.05.2019)**

Ma’lumki, azaldan sayyohlarni buyuk allomalar yashagan va ijod qilgan hamda ularning faoliyati natijasida bunyod etilgan qadimiy obidalarga boy bo‘lgan maskanlar ohangrabodek o‘ziga jalb qilib keladi. O‘zbekiston ham shak-shubhasiz o‘zining buyuk tarixi, me’moriy obidalari, betakror tabiati va xalqimiz urf-odatlari, an’analari bilan turistlarga o‘zini ko‘z-ko‘z qila oladi desak, mubolag‘a bo‘lmaydi.

Bugungi kunda turizm sohasi taraqqiyotini axborot va kommunikatsiya texnologiyalarisiz tasavvur etish qiyin. Sayyohlarni respublikamizga jalb etishdagi dastlabki qadamlar ularni mamlakatimizning turistik salohiyati to‘g‘risidagi axborot bilan tanishtirishdan boshlanadi, ayniqsa, keyingi yillarda ekologik turizm, ekstremal turizm, agroturizm, oilaviy turizm, yoshlar turizmi va sohaning boshqa yo‘nalishlarining rivojlanishi turistlarni to‘laqonli axborot bilan ta’minlash ehtiyojining yanada oshishiga olib kelmoqda.

Ta’kidlash lozimki, mamlakatimizda turizm sanoatini rivojlantirish, iqtisodiyotning tez o‘sishini ta’minlashda uning rolini oshirish va shu orqali yangi ish o‘rinlarini yaratish, dunyo bozorida milliy turistik mahsulot salohiyatini yuksaltirishga xizmat qiluvchi tashkiliy sharoitlar yaratilmoqda. Mazkur faoliyat shak-shubhasiz milliy turizm sohasini axborot bilan ta’minlash, turoperatorlar uchun zamonaviy axborot texnologiyalari yechimlari va kompyuter dasturlarini ishlab chiqish, axborot bozori subyektlariga uyg‘unlashgan holda ishlash, jumladan, xalqaro miqyosda mamlakatimizning haqiqiy imidjini shakllantirish bo‘yicha ommaviy axborot vositalarida zarur chora-tadbirlarni amalga oshirishni talab etadi. Bu o‘rinda, turizm sohasidagi munosabatlarni tartibga soluvchi samarali me’yoriy-huquqiy maydon, sohani yaqin va o‘rta istiqbolda rivojlantirishning strategik rejalari bo‘yicha qabul qilingan hujjatlar mazkur faoliyatning asosini tashkil etishi lozim. Milliy turizm tizimini rivojlantirishda mazkur sohada samarali axborot almashinuvini ta’minlash zarur. Bu o‘z navbatida, iste’molchilarning mamlakatimiz haqidagi axborotdan erkin foydalanishlariga, turistik xizmatlarni taqdim etish sharoitlari, xususiyatlariga hamda ularning xavfsizligini ta’minlashga xizmat qiluvchi axborotlardan iborat bo‘lmog‘i va milliy qonunchiligimizga mazkur masalalarni kompleks va tizimli huquqiy jihatdan tartibga soluvchi qoidalarning kiritilishini ta’minlash zarur.

Bugungi turizm rivojlanayotgan bir payda turoperatorlar faoliyatida turizm biznesining ishlab chiqarish jarayonlarini avtomatlashtirish va qulaylashtirishga imkon beradigan zamonaviy kompyuter dasturlarini joriy etish zarur. Turizm xizmatlarini sotish va band qilish bo‘yicha turoperatorlarning GPS-pozitsiyaga asoslangan xalqaro global axborot tizimlariga ulanishlari va lokal servislarni yaratishlarining muhimligini ta’kidlash joiz. O‘zbekistonning turistik jozibadorligi oshishiga xizmat qiluvchi dolzarb axborot resurslarini, jumladan, O‘zbekistonning noyob tarixi, o‘tgan buyuk allomalari va olimlari, diqqatga sazovor joylari, milliy taomlari, an’analari haqida hujjatli filmlar va teleko‘rsatuvlar yaratish va tarqatish soha rivojida muhim ahamiyat kasb etadi.

Bundan tashqari, turizm bozorini rivojlantirishda axborot-kommunikatsiya texnalogiyalari bilan bog‘liq bo‘lgan quyidagi ishlarni amalga oshirish:

axborot-targ‘ibot kompaniyasini o‘tkazish va turli ommaviy-axborot vositalarida O‘zbekiston turizmi haqida ijtimoiy reklamalarni tarqatish;

foto va videomateriallar bankini yaratish;

Internet tarmog‘ida mamlakatimizning turistik imkoniyatlari haqidagi markazlashtirilgan va alohida axborot resurslari hamda turistlar, turoperatorlar va turizm sohasining investorlari uchun axborot portallari sonini oshirish;

tashqi va ichki turizmni rivojlantirishni axborot orqali qo‘llab-quvvatlash bo‘yicha tizimli ishlarni amalga oshirish uchun mamlakatimiz va chet eldagi turistlar uchun axborot markazlari tarmog‘ini yaratish;

turistlarni o‘ziga jalb etish markazlarida axborot punktlari tarmog‘ini yaratish va boshqalar bugungi kunning dolzarb vazifalaridan sanaladi[1].

Shu o’rinda oilaviy turizmni amalga oshirish yil sayin ommalashib borayotganligini ta’kidlab o’tishni joiz topdik. Sababi har qanday inson biror safarga yoki sayohatga, yoxud dam olishga chiqmoqchi bo’lsa, albatta, oila davrasida bo’lishni, yangi ta’surotlarni oila bilan bahamjihat baham ko’rishni maqul deb biladi. Turist oilaviy sayohatni tanlaganidan keyin, eng ko’ngil ochar, eng mukammal, xavfsiz turni sotib olishni xohlaydi, uning xohishini qondiradigan, eng sifatli va hamyonbop turni sotib olish uchun u internet tarmog’ining qidiruv tizimlaridan foydalanadi.

Shuning uchun mamlakatimizda oilaviy turizmni amalga oshirishni xohlovchilar uchun turizmni rivojlantirish davlat qo’mitasi qoshida “Oilaviy Sayohatlar (Family travels)” deb nomlangan oilalar uchun barcha ma’lumotlarni to’liq va aniq yoritib beradigan internet portali tuzishni taklif etgan bo’lar edik. Bu tashkilot o’zining maxsus internet sahifasiga ega bo’lib, oilaviy turizmni maqsad qilib qo’ygan turistlarimiz uchun barcha yangiliklar, chegirmalar, ko’ngil ochish joylari, oilaviy turistlar uchun barcha xizmatlarni taklif eta oladigan ovqatlanish korxonalari, joylatirish vositalari va transportlar haqida ma’lumotlarni yetkazib borar edi.

Keyingi o’rinlarda barcha turistik firmalar va turagentliklar oilaviy turizmni amalga oshiradigan sayyohlarimiz uchun alohida brashuralar va turistik xaritalar ishlab chiqarishni amalga oshirishlarini taklif etgan bo’lar edik.

Xulosa qilib aytadigan bo’lsak, bugun hayotimizni axborot-kommunikatsiya texnologiyalarisiz tasavvur etib bo‘lmaydi. Jamiyatning barcha sohalari, qo‘yingki, taraqqiyotning zamonaviy bosqichlarida ushbu tarmoqning roli va ahamiyati tobora ortib borayotgani buning yorqin tasdig‘idir. Binobarin, mamlakatimizda Istiqlolning ilk yillaridayoq axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini har tomonlama ravnaq toptirish, uning huquqiy-tashkiliy hamda moddiy-texnik bazasini izchil takomillashtirishga alohida e’tibor qaratib kelinyapti. Ana shu tarixiy tamoyil asosida ilg‘or AKT salohiyati, yutuqlari, innovatsiyalari yurtimiz rivoji, xalqimiz turmush darajasini yanada yuksaltirish, odamlar dunyoqarashini o‘zgartirish, mamlakatimiz nufuzini jahonga yoyishga yo‘naltirilayotganini barchamiz his qilmoqdamiz. Xususan, oilaviy turizm rivojida axborot-kommunikatsiya vositalarining o’rni benihoyat kattaligini va bu soha rivojida biz mutaxxassislar oldida qo’yolgan vazifalar benihoyat mashaqqatli va sharafli ekanligini takidlab o’tmoqchimiz.

[1] **2http://uz.infocom.uz/2017/06/01/turizm-taraqqiyotida-axborot-va-kommunikatsiya-texnologiyalari/ (ma’lumot olingan sana: 01.05.2019)**

МУНДАРИЖА:

I ШЎЪБА. ТУРИЗМ СОҲАСИНИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ НАЗАРИЙ ВА АМАЛИЙ МУАММОЛАРИ		
М.Қ.Пардаев И.Р.Бердиқулова С.Халилов	Мамлакатимизда туризмни ривожлантиришнинг концептуал йўналишлари	3
Д.Х. Асланова М.Т.Алимова	Обзор научных исследований по кластерной политике в сфере туризма	6
М.Қ.Пардаев И.Р.Бердикулова А.Қ.Ғаппаров	Туризмни жадал ривожлантиришга қаратилган давлат сиёсатининг асосий йўналишлари	11
Д.Х.Асланова	Механизм формирования агроэкотуристского кластера поселка миранкуль: методы, элементы и инструменты	15
А. М.Абдувоҳидов	Туризм соҳасини ривожланишининг таҳлили ва прогнози	19
М.Қ.Пардаев И.Р.Бердикулова	Мамлакатимизда туризмни ривожлантиришга янгича ёндашувлар	24
Д.Х.Асланова	Применение кластерного подхода для развития агроэкотуризма	28
Р. Хаитбоев	Чўл минтақаларида туризмни ривожланти-ришни давлатнинг қўллаб-қувватлаши зарур-лиги	31
M.M.Djumayev	Uzbekiston’s achievements in the sphere of tourism development	37
М.Қ.Пардаев Ҳ.А.Раҳимов Н.Б.Тагирова	Туризмни ривожлантириш учун меҳмонхоналарнинг янги авлоди бунёд этилади	40
М.Қ.Пардаев А.Н.Халиқулов Ҳ.Н.Очилова	Мамлакатимизда туризмни ривожлантиришнинг истиқболли йўналишлари	42
Д.Х.Асланова	Структура агро экотуристского кластера миранкуль	47
М.Ж. Темирханова	Туристик корхоналарда молиявий натижаларни ташкил этиш принциплари	51
Ш.А. Мусаева В.Б.Бердиқулов	Туристик фирмалар бозорида рақобат холатини ўрганиш	54
Sh.A.Musayeva D.I.Usmonova S.D. Erkinova	Turistik-mexmonxona industriyasida marketing xizmatning tashkiliy shakllari	58
И.Ҳ.Ибрагимов Р.А.Аллаёров	Туристик корхонанинг рақобат устунлигини таъминловчи мезонларнинг ўзига хос хусусиятлари	61

И.Ҳ.Ибрагимов **Н.Д. Бобоев** **Ш.Х. Пардаев**	Рақобатбардошлик барқарорлигини таъминлаш - туризм соҳасини ривожлантириш сиёсатининг долзарб йўналиши	65
В.Б. Бердиқулов **И.Ҳ. Ибрагимов**	Туристик мажмуаларнинг рақобат муҳитини таҳлил этишга назарий ёндашувлар	70
А.А.Аблақулов	Туризмда минтақавий маркетингдан фойдаланиш имкониятлари	76
Z.O.Raximov **M.Mardonova**	O’zbekistonda “halol turizm”ni rivojlantirishda mavjud kamchiliklar va ularni bartaraf etish yo’llari	79
Ш.Ў. Ташматов	Туризм ижтимоий-иқтисодий соҳа сифатида	82
А.Ш.Бердимуродов	Хорижий инвестицияларни фаол жалб қилиш орқали эркин туристик ҳудудларни самарали ривожлантириш масалалари	85
А.П.Махмудова **А.Ю.Талибова**	Особенности развития этнического туризма в узбекистане	88
A.A.Karimov **Sh.Q.Omonov**	Mamlakatimizda sport turizmini turlari bo’yicha rivojlantirish imkoniyatlari	90
А.П.Махмудова	Экотуризмни ривожлантиришда қишлоқ туризмининг ўрни	93
S.Urazov **N.Xitayeva** **M.Shukurov**	Mahalliy aholini ichki turizmga jalb qilishni rivojlantirish istiqbollari	96
Khabibullayeva Sh.	Tourism potential of uzbekistan	98
Ибадов Ш.	Ёшлар маънавий дунёқарашини кенгайтиришда туризмнинг роли	102
II ШЎЪБА. ЎЗБЕКИСТОННИНГ ТУРИЗМ СОҲАСИДА АХБОРОТ КОММУНИКАЦИЯ ТЕХНОЛОГИЯЛАРИНИ ЖОРИЙ ҚИЛИШДА ДАСТУРИЙ ТАЪМИНОТ ВА ХАЛҚАРО ТАЖРИБАДАН ФОЙДАЛАНИШ МАСАЛАЛАРИ		
I.S.Tuxliev **E.M.G’ulomxasanov**	Turizm sohasini rivojlantirishda audiogid dastrularini yaratishning ahamiyati	106
Д.З. Норкулова **А.Ю. Талибова**	Роль сетикета в развитие делового общения в туризме	108
D.Z. Norqulova **M.X.Gadoyeva** **A.Sh. Suyarov**	Gastronomik turizmni rivojlantirish maqsadidagi innovatsion beguest loyihasi	111
Д.Абидова **Ж.Курбонов**	Смарт-технологии в туризме	114
Г.Толлибоева **Р.С.Амриддинова**	Франшиза в туризме – мощный брендовый потенциал	116
Eshquvvatova N.A. **Norkulova D.Z.**	Turizm sohasida ijtimoiy himoyaga muhtoj sayyohlar uchun fransiya tajribasini qo’llash	119
Р.А.Аллаёров	Туристик эркин иқтисодий зоналар ва уларнинг аҳамияти	123

Z.O.Mansurova	Challenges to train competitive personnel for tourism industry	125
Р.А.Аллаёров	Ҳудудларда туристик-рекреацион эркин иқтисодий ҳудудларни шакллантиришнинг асослари ва хусусиятлари	127
Н.Султонова	Инвестициялар туризм фоалиятини ривожлантиришнинг мухим омили	129
Ҳ.Н.Ўринов	Блокчейн технологияси тушунчаси, хусусиятлари ва унинг истиқболлари	131
Ҳ.Н.Ўринов	Рақамли иқтисодиёт, янги иқтисодий технологиялар ва уларнинг хусусиятлари	136
Ҳ.Н.Ўринов	Рақамли иқтисодиётда бизнес моделларини тузиш ва уларнинг таҳлили	140
Sh.Khabibullayeva	Problems of sales and promotion of tourist services through information and communication technologies	144
B. Sobirov	The scientific basis for the tourist zone to achieve sustainable competitiveness	147
M. F. Shukurov **M. X.Gadoyeva** **S.O'rozov**	Kichik mehmonxonalar faoliyatini optimallashtirish muammolari	150
III ШЎЪБА. ЎЗБЕКИСТОННИНГ ТУРИЗМ СОҲАСИДА ГЕОАХБОРОТ ТИЗИМИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ МУАММОЛАРИ		
М.Э.Пўлатов **И.С.Тухлиев**	Ўзбекистонда ягона туристик геоахборот тизимини ишлаб чиқиш хусусиятлари	152
I.S.Tuxliev **A.N.Muhamadiyev**	Geoaxborot tizimini turizm amaliyotida qo'llash masalalari	156
И.С.Тухлиев **С.А.Абдухамидов**	Минтақавий туризмда геоахборот тизимидан фойдаланишнинг назарий асослари	158
I.S.Tuxliev **J.A.Maxmudov**	Axborot-kommunikatsion va geoaxborot texnologiyalarning ekstremal turizmdagi o'rni va ahamiyati	161
М.Т.Алимова	Туристик кластерларнинг таснифланиши: белгилари, мезонлари, турлари	164
М.Т.Алимова	Специфические аспекты создания туристской свободной экономической зоны	169
М.Т.Алимова	Институциональные основы создания и функционирования туристских свободных экономических зон в узбекистане	173
З.И.Усманова	Туристик-рекреацион салоҳиятни баҳолаш жараёни	179
И.С. Тухлиев **З.И.Усманова**	Ўзбекистонда туристик-рекреацион салоҳиятни ривожлантиришнинг минтақавий геоахборот тизимини шакллантириш хусусиятлари	182

З.И.Усманова **Б.Муродов**	Ўзбекистон туристик-рекреацион салоҳиятини аниқлашда электрон хаританинг аҳамияти	186
А.А.Аблақулов	Туризм соҳасининг рақобатбардошлигини баҳолаш муаммолари	190
Г.П.Эркаева	Минтақаларда геоахборот тизимини ривожлантириш имкониятлари	197
A.N.Muhamadiyev	Turistik geoaxborot partali tizimining umumiy arxitekturasi	200
A.N.Muxamadiyev	Geoaxborot tizimlarida aqlli-turizmning tutgan o'rni	203
G.Rustamova	Tourism in uzbekistan: problems, modern view and solutions	206
IV ШЎЪБА. ТУРИСТИК ХИЗМАТЛАРНИ АХБОРОТ КОММУНИКАЦИЯ ТЕХНОЛОГИЯЛАРИ ЁРДАМИДА РЕАЛИЗАЦИЯ ВА КЕНГ ТАРҒИБ ҚИЛИШ МУАММОЛАРИ		
Д.И. Абидова	Информационно-коммуникационные технологии как важнейший фактор развития сферы туризма в узбекистане	209
I.S. Tuxliyev **A.Sh. Suyarov** **M.X. Gadoyeva**	Turizm sohasidagi xalqaro startaplar va ularni mamlakatimizda qo'llash muammolari	213
Д.З. Норкулова **Р.Ғ. Суюнов**	Меҳмонхона инновацион фаолиятида инвестицион ресурсларнинг ички манбалари	216
З.Н. Қурбонов **О.Очилов**	Инвестициялар аудитининг баъзи масалалари	219
Р.Хаитбоев **М.Х. Хамитов**	Меҳмонхоналарнинг шаклланиши тарихи ва кулина билан гигиена	221
Р.С.Амриддинова **П.А.Муртазакулова**	Туризм маршрутларида реклама ахборотларини яратиш	226
А.К.Алымов **Г.Х.Кайыпназарова**	Роль информационных технологий в туризме	232
M.X.Xamitov	Mehmonxona xo'jaligida servis faoliyatini tashkil etish xususiyatlari	235
У.Э.Бойназаров **А.А.Каримов**	Самарқанд шаҳаридаги меҳмонхоналарнинг сиғими, номерлар фонди, шинамлик даражаси ва бошқа мезонлари билан туркумланиши	238
A.A.Abduvaliyev	Axborot-kommunikatsiya texnologiyalari yordamida turistik xizmatlarni rivojlantirish	240
J.N.Saidov **A.A. Abduvaliyev**	turizm sohasida axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini joriy qilishning nazariy asoslari	243
Г.Р.Турсунова **А.Абдулина**	Оилавий меҳмон уйларини ташкил этиш масалалари	245

V-ТУРИЗМ СОҲАСИ УЧУН РАҚОБАТБАРДОШ КАДРЛАРНИ ТАЙЁРЛАШ МУАММОЛАРИ		
А.М.Абдувахидов Д.С.Умирова Э.Т.Маннопова	Управление высшим учебным заведением на основе интеллектуальной информационной системы	248
A.A. Karimov U.E. Boynazarov	O'zbekistonda sport turizmini rivojlantirish va uning mamlakat iqtisodiyotidagi o'rni	252
A.A.Karimov N.Ulashov	Mamlakatimizda turizmni samarali rivojlantirishda marketing segmentatsiyasidan foydalanish	256
З.Ашурова	Туризм соҳаси учун рақобатбардош кадрларни тайёрлаш	259
А.Багиров	Туризмни ривожлантиришда рақобатбардош кадрларни тайёрлаш муаммолари	260
А.А.Аблаизов	Экологиктуризмгакадрлартайёрлашдагимуаммолар	262
Л.Мардонова	Туризм соҳасида рақобатбардош кадрларни етиштиришда инновацион ғоя ва технологияларнинг долзарб муаммолари	266
Sh.A Xolmuratova	Millatlararo totuvlik milliy taraqqiyotning mustahkam poydevori	268
M.A.Xamdamova	Oilaviy turizm taraqqiyotida axborot va kommunikatsiya texnalogiyalarining o'rni va ahamiyati	270

ҚАЙДЛАР УЧУН

2019 йил. Қоғоз бичими А5,
Офсет қоғози. Times New Roman” гарнитураси
Босма табоғи 17,5
Буюртма № 18, Адади 100 нусха

Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти
Босмахонасида чоп этилди
Манзил: А. Темур кўчаси, 9-уй