

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ОЛИЙ ВА ЎРТА  
МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ**

**САМАРҚАНД ИҚТИСОДИЁТ ВА СЕРВИС ИНСТИТУТИ**

**«ИҚТИСОДИЁТ ВА МЕНЕЖМЕНТ» ФАКУЛТЕТИ**

**«МЕНЕЖМЕНТ ВА СТАТИСТИКА» КАФЕДРАСИ**

**«ХИМОЯГА ТАВСИЯ ЭТИЛДИ»**

**«Менежмент ва статистика»**

**кафедраси мудири**

\_\_\_\_\_ доц.Х.И.Турдибеков  
Баённома № 10, 2017 йил 19 май

**5230200-«Менежмент (туризм)» таълим йўналиши**

**МН-313 гуруҳи талабаси Артиков Бекзод Шухрат ўғлининг**

**“Самарқанд шахрига хорижий туристларни жалб этиш  
жараёнларини бошқариш (Самарқанд шахридаги “CREATIVE  
TOURS” МЧЖ мисолида)” мавзусидаги**

**БИТИРУВ МАЛАКАВИЙ ИШИ**

**Илмий раҳбар:**

**Доц. Х.И.Турдибеков**

**САМАРҚАНД – 2017**

Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти 5230200-Менежмент (туризм) таълим йўналиши, МН-313 гуруҳи талабаси Артиков Бекзод Шухрат ўғлининг “Самарқанд шахрига хорижий туристларни жалб этиш жараёнларини бошқариш (Самарқанд шахридаги “CREATIVE TOURS” МЧЖ мисолида)” мавзусидаги битирув малакавий

ишга  
ТАҚРИЗ

Давлатимиз раҳбари мамлакатимизни 2016 йилда ижтимоий-иқтисодий ривожлантиришнинг асосий яқунлари ва 2017 йилга мўлжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган Вазирлар Маҳкамасининг кенгайтирилган мажлисида бу ҳақда тўхталар экан, туризмдек сердаромад соҳа ривожи эътибордан четда қолиб келаётгани, унинг Ўзбекистон иқтисодиёти тараққиётига қўшадиган ҳиссасини ошириш, тарихий ва маданий қадриятларимизни тарғиб қилиш, шунингдек, валюта захираларини тўлдириш бўйича аниқ чора-тадбирлар кўрилиши зарурлигини алоҳида таъкидлади. Жаҳон иқтисодиётида туризм соҳасини ривожлантириш муҳим аҳамиятга эга бўлиб, ҳозирги вақтда дунё туризмнинг жаҳон ялпи ички маҳсулотидаги улуши 10 фоиз, хизматлар экспортида 30 фоиз, савдо ҳажмида 6 фоизга етгани, меҳнатга лаёқатли аҳолининг 8 фоизи шу жабҳада меҳнат қилаётгани бунинг яққол далилидир. Ўзбекистон бўйича Давлат статистика қўмитаси маълумотларида келтирилишича, айти пайтда туризмнинг мамлакат ялпи ички маҳсулотидаги улуши жуда паст — атиги 2 фоиз атрофида. Туризм фаолиятини амалга оширган фирма ва ташкилотларнинг сони эса қарийб 400 та бўлиб, уларнинг асосий қисми Тошкент шахри (73,4 фоиз), Самарқанд (13,1 фоиз), Бухоро (4,5 фоиз) ва Хоразм (1 фоиз) вилоятлари ҳиссасига тўғри келади. Бошқача айтганда, Ўзбекистондаги сайёҳлик хизматлари кўрсатишга ихтисослаштирилган фирма ва ташкилотларнинг 92 фоизи, сайёҳларнинг 93,1 фоизи ушбу 4 та худудга тўғри келади. Шу жумладан, ички туризмнинг ривожланиши ҳам мамлакат иқтисодиётининг ривожланишида муҳим аҳамиятга эга.

Талаба Б.Артиков томонидан бажарилган ушбу битирув малакавий хорижий туристларни жалб этишни бошқаришни таокмиллаштиришга бағишланган бўлиб, кириш, учта боб, хулоса ва таклифлар ҳамда фойдаланилган адабиётлар руйхатидан иборат. Шунингдек, битирув малакавий ишида Самарқанд шахрида жойлашган “CREATIVE TOURS” МЧЖ туристик фирмасининг кейинги уч йилдаги маълумотларини таҳлил қилиш асосида ташкилотнинг хорижий туристларга хизмат кўрсатишни ривожлантириш ва бошқарув самарадорлигини ошириш имкониятлари аниқланган. Мазкур битирув малакавий ишида “CREATIVE TOURS” МЧЖ туристик фирмасида туризм бўйича фаолиятни такомиллаштириш имкониятлари юзасидан тадқиқотлар олиб борилган.

Шунингдек модернизациялаш шароитида бошқарув тизимини такомиллаштиришнинг асосий йўналишлари белгилаб берилиши битирув малакавий ишининг аҳамиятини янада оширган.

Умуман, талаба Б.Артиков томонидан ёзилган мазкур битирув малакавий иши олий таълим талаблари асосида бажарилган бўлиб, унинг муаллифини “Менежмент (туризм)” йўналиши бўйича бакалавр даражасини олишга лойиқ деб ҳисоблайман ва ишни ҳимояга тавсия этаман.

СамДУ “Иқтисодиёт”  
кафедраси доценти, и.ф.н. О.У.



Б.У.Бозоров

Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти "Менежмент (туризм)" таълим йўналиши МН-313 гуруҳи талабаси Артиков Бекзоднинг Самарқанд шаҳрига хорижий туристларни жалб этиш жараёнларини бошқариш (Самарқанд шаҳридаги "CREATIVE TOURS" МЧЖ мисолида) мавзусидаги битирув - малакавий ишга илмий раҳбар

## МУЛОҲАЗАСИ

Ўзбекистон Республикаси иқтисодиётида туризм соҳасини ривожлантириш муҳим аҳамиятга эга. Айниқса, бугунги глобаллашув даврида туризмни бошқаришни такомиллаштириш муҳим вазифалардан ҳисобланади. Бу эса мазкур танланган мавзу долзарб эканлигидан далолат беради.

Талаба Б.Артиков томонидан бажарилган ушбу битирув малакавий иши кириш, учта боб, хулоса ва таклифлар ҳамда фойдаланилган адабиётлар руйхатидан иборат. Шунингдек, битирув малакавий ишида Самарқанд шаҳрида жойлашган "CREATIVE TOURS" МЧЖнинг кейинги уч йилдаги маълумотларини таҳлил қилиш асосида ташкилотни ривожлантириш ва бошқарув самарадорлигини ошириш имкониятлари аниқланган. Мазкур битирув малакавий ишида Самарқанд шаҳрига хорижий туристларни жалб этиш жараёнларини бошқаришни такомиллаштириш имкониятлари юзасидан тадқиқотлар олиб борилган.

Шунингдек глобаллашув даврида бошқарув тизимини такомиллаштиришнинг асосий йўналишлари белгилаб берилиши битирув малакавий ишининг аҳамиятини янада оширган.

Умуман, талаба Б.Артиков томонидан ёзилган мазкур битирув малакавий иши олий таълим талаби асосида бажарилган бўлиб, унинг муаллифини "Менежмент (туризм)" йўналиши бўйича бакалавр даражасини олишга лойиқ деб ҳисоблайман ва ишни ҳимояга тавсия этаман.

Илмий раҳбар



Ҳ.И.Турдибеков

## М У Н Д А Р И Ж А

	Кириш.....	
I-боб.	I-БОБ. ХОРИЖИЙ ТУРИСТЛАРНИ ТУРИСТИК МАСКАНЛАРГА ЖАЛБ ЭТИШНИ БОШҚАРИШНИНГ ИЛМИЙ-НАЗАРИЙ ЖИҲАТЛАРИ.....	
1.1.	Глобаллашув шаротитида халқаро туризмни бошқаришнинг назарий масалалари .....	
1.2.	Ўзбекистонда хорижий туристларни жалб этишни бошқаришда туризм инфратузилмасининг аҳамияти.....	
1.3.	Туризм соҳасида жалб этиш воситаларидан фойдаланишда хорижий тажрибалар.....	
II-боб.	САМАРҚАНД ШАҲРИГА ХОРИЖИЙ ТУРИСТЛАРНИ ЖАЛБ ЭТИШ ЖАРАЁНЛАРИНИ БОШҚАРИШ ТАҲЛИЛИ.....	
2.1.	Самарқанд вилоятининг туристик салоҳияти, йўналишлари ва хорижий туристларни жалб этиш воситаларини қўллаш имкониятлари.....	
2.2.	“CREATIVE TOURS” туристик фирмасининг бошқарув тизими тузилиши.....	
2.3.	«CREATIVE TOURS» туристик фирмасининг хорижий туристларни жалб этиш бўйича ишлаб чиқилган маршрутларининг таҳлили .....	
III-боб.	ЎЗБЕКИСТОНДА ХОРИЖИЙ ТУРИСТЛАРНИ ЖАЛБ ЭТИШ ЖАРАЁНЛАРИНИ БОШҚАРИШНИНГ САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШ ИСТИҚБОЛЛАРИ.....	
3.1.	Ўзбекистонда хорижий туристларни жалб этишни ташкил этишда халқаро тажрибадан фойдаланиш йўллари .....	
3.2.	Хорижий туристларни жалб этишда туристик брендингни ривожлантириш йўналишлари.....	
3.3.	Туристик фирмаларда ҳаёт фаолияти хавфсизлиги чораларининг ташкил этилиши ва уни такомиллаштириш йўллари.....	
	Хулоса ва таклифлар .....	
	Фойдаланилган адабиётлар рўйхати.....	

## КИРИШ

**Мавзунинг долзарблиги.** Сўнгги йилларда туризм жаҳон иқтисодиётининг юқори суръатларда ривожланаётган сектори ва йирик экспорт саноатига айланиб бормоқда. Туризмнинг миллий иқтисодиёт ривожланишида тутган ўрни нафақат унинг юқори даромад келтириши, балки меҳнатталаб саноат иш ўринларини яратиш орқали бандлик муаммосини ҳал этишга ижобий таъсир кўрсатиши, табиий ва маданий муҳитни асраши орқали барқарор ривожланишни таъминлашда асосий роль ўйнаши ҳамда халқлар ва миллатлараро тотувликни таъминлашга сезиларли ҳисса қўшиши билан ҳам белгиланади.

Туризмнинг миллий иқтисодиёт учун аҳамиятини оширувчи яна бир жиҳат шундан иборатки, у йирик миқдорда молиявий ресурсларни жалб этади, мазкур ресурсларнинг айланиш тезлигини оширади, инвестиция фаоллигини яхшилайти, шунингдек, транспорт, савдо, саноат каби иқтисодиётнинг бошқа тармоқлари ривожланишига рағбатлантирувчи таъсир кўрсатади.

Жаҳонда ва жаҳоннинг кўплаб мамлакатларида туризмнинг ижтимоий-иқтисодий ривожланишда тутган роли ўсиб бораётган бир пайтда Ўзбекистон ва мамлакатимиз минтақаларида туризм ривожланишининг ҳозирги ҳолати қатор зиддиятлар билан тавсифланади. Бир томондан, Ўзбекистон бой табиий-географик ва тарихий-маданий ресурсларга эга, мамлакатда кўп укладли туристик-рекреацион тармоқ шаклланган ва фаолият кўрсатаёпти, туристик корхоналар сони ўсиб бораёпти, иккинчи томондан, туристик ресурслар мамлакат минтақалари бўйлаб текис тақсимланмаган, улардан фойдаланиш даражаси анча паст ва туризм соҳасининг жами хизматлардаги улуши атиги 5 фоизни, ялпи ички маҳсулотдаги улуши 2,0 фоизни ташкил этади, холос<sup>1</sup>.

Шу нуқтаи назардан Ўзбекистонга хорижий туристларни жалб этиш жараёнларини бошқаришнинг асосий йўналишларини асослаш юзасидан таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқиш бугунги кунда долзарб аҳамият касб этади. Хорижий туристларни Ўзбекистонга жалб этиш масалалари Самарқанд шаҳридаги

---

<sup>1</sup> Статистическое обозрение Узбекистана 2015. Т.: Государственный комитет Республики Узбекистан по статистике. 2016. – с.35

туристик фирмалар, хусусан “CREATIVE TOURS” МЧЖ туристик фирмаси мисолида кўриб чиқилди.

**Мавзунинг ўрганилганлик даражаси.** Туризм ривожланишини бошқаришнинг назарий-услубий асослари, жаҳон туризм бозори ва ундаги таркибий ўзгаришлар, туризм соҳасининг миллий иқтисодиёт ривожланишида тутган ўрни ва роли, халқаро ва миллий туризм ривожланишининг ўзига хос хусусиятлари, туризм соҳасини давлат томонидан тартибга солиш масалалари кўплаб хорижий ва мамлакатимиз иқтисодчи-олимлари тадқиқотларида батафсил ўрганилган.

Туризм соҳаси ривожланишининг ўзига хос хусусиятлари, халқаро туризмнинг миллий хўжаликлар ривожланишига таъсири, туризмда маркетинг концепциясини қўллаш каби масалалар бўйича хорижлик иқтисодчи-олимлар, жумладан, Котлер Ф., Боуэн Дж., Кастер В., Мейкенз Дж., Фостер Д. ва бошқалар илмий тадқиқотлар олиб борганлар.

Ўзбекистонда туризм соҳаси ривожланишининг асосий йўналишлари, унинг назарий-услубий жиҳатлари, миллий туристик маҳсулот шакллантиришнинг ўзига хос хусусиятлари, туризмни ривожлантиришда маркетингнинг роли, туризм соҳасини давлат томонидан қўллаб-қувватлаш механизми ва уни такомиллаштириш масалалари ўзбекистонлик иқтисодчи-олимлар – Пардаев М.Қ., Тўхлиев И.С., Камилова Ф., Норчаев А., Тўраев Б., Тўхлиев Н., Ҳамидов О., Холикулов А. ва бошқалар томонидан ўрганилган.

Юқорида номлари келтирилган иқтисодчи-олимларнинг мазкур соҳани ўрганишга қўшган ҳиссаларини эътироф этган ҳолда шунини таъкидлаш лозимки, туризм ривожланишида хорижий туристларни жалб этиш жараёнларини бошқаришнинг ўзига хос хусусиятлари мамлакатимиз иқтисодий адабиётида етарли даражада ўрганилмаган. Бу эса ушбу тадқиқот иши мавзусининг танланишига асос бўлди.

**Битирув малакавий иш мавзусининг мақсади** глобаллашув шароитида Ўзбекистонга, хусусан Самарқанд шаҳрига хорижий туристларни жалб этиш жараёнларини бошқаришнинг ўзига хос хусусиятларини аниқлаш ва бошқарув самарадорлигини ошириш бўйича таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқишдан иборат.

Битирув малакавий иш мавзусининг вазифалари қуйидагилардан иборат:

- Глобаллашув шаротитида халқаро туризмни бошқаришнинг назарий масалаларини ўрганиш;

- Ўзбекистонда хорижий туристларни жалб этишни бошқаришда туризм инфратузилмасининг аҳамиятини кўрсатиб бериш;

- Ўзбекистонда туризм соҳасининг халқаро даражада ривожланиш хусусиятларини ёритиш;

- Самарқанд вилоятининг туристик салоҳияти, йўналишлари ва хорижий туристларни жалб этиш воситаларини қўллаш имкониятларини аниқлаш;

- “CREATIVE TOURS” туристик фирмасининг бошқарув тизими тузилишини таҳлил қилиш;

- «CREATIVE TOURS» туристик фирмасининг хорижий туристларни жалб этиш бўйича ишлаб чиқилган маршрутларининг таҳлилин аналга ошириш;

- Ўзбекистонда хорижий туристларни жалб этишни ташкил этишда халқаро тажрибадан фойдаланиш йўллари аниқлаш;

- Хорижий туристларни жалб этишда туристик брендингни ривожлантириш йўналишларини асослаб бериш.

- Туристик фирмаларда ҳаёт фаолияти хавфсизлиги чораларининг ташкил этилиши ва уни такомиллаштириш йўллари аниқлаш.

**Битирув малакавий ишнинг объекти** – Самарқанд шаҳридаги “CREATIVE TOURS” МЧЖ шаклидаги туристик фирмаси ҳисобланади.

**Битирув малакавий ишнинг предмети** – хорижий туристларни туристик масканларга жалб этиш жараёнида юзага келадиган ташкилий-иқтисодий муносабатлардан иборат.

**Битирув малакавий ишининг ахборот базаси.** Хорижий туристларни жалб этиш жараёнларини бошқариш хусусиятларини таҳлил қилишда асосан Ўзбекистон Республикаси Президенти И.А.Каримовнинг асарлари, Ўзбекистон Республикаси “Туризм ҳақида”ги Қонун, маҳаллий ва хориж адабиётлар, Бутунжаҳон туризм ташкилотининг мақолалари, интернет тизимидаги мавжуд ахборотлар ҳамда турли статистик манбалардан фойдаланилган.

**Битирув малакавий ишнинг таркибий тузилиши.** Бакалавр иши кириш, Учта боб, хулоса ҳамда фойдаланилган адабиётлар рўйхатидан иборат.

Кириш қисмида мавзунинг долзарблиги, битирув малакавий иш мавзусининг ўрганилганлик даражаси, ишнинг мақсад ва вазифалари ўз аксини топган.

Ишнинг биринчи боби “Хорижий туристларни туристик масканларга жалб этишни бошқаришнинг илмий-назарий жиҳатлари” дея номланган бўлиб, унда туризмнинг ривожланиш назариялари, ички ва халқаро туризм тушунчалари, туризм ва хорижий турист таснифи, халқаро туризм ривожланишида муҳим ўрин эгаллаган мамлакатлар тажрибаси батафсил ёритилган.

Ишнинг иккинчи боби бевосита “Самарқанд шаҳрига хорижий туристларни жалб этиш жараёнларини бошқариш таҳлили” деб номланиб, ушбу бобда Самарқанд шаҳрининг туристик салоҳияти, йўналишлари ва хорижий туристларни жалб этиш воситаларини қўллаш имкониятлари, «CREATIVE TOURS» туристик фирмасининг хорижий туристларни жалб этиш бўйича тадбирлари таҳлили чуқур таҳлил этилган.

Ишнинг хулоса қисмида битирув малакавий ишининг асосий натижалари, амалий тавсия ва таклифлар умумлаштирилган.

# **I-БОБ. ХОРИЖИЙ ТУРИСТЛАРНИ ТУРИСТИК МАСКАНЛАРГА ЖАЛБ ЭТИШНИ БОШҚАРИШНИНГ ИЛМИЙ-НАЗАРИЙ ЖИҲАТЛАРИ**

## **1.1. Глобаллашув шаротитида халқаро туризмни бошқаришнинг назарий масалалари**

XIX асрга келиб илм-фан ва техника ривожланиши, оламшумул ихтиролар инсонларни олам ва унинг тузилиши ҳақидаги фикрларини тубдан ўзгартириб юборди. Янги техника ва технологик воситаларнинг кашф этилиши ва уларнинг илмий нуқтаи назардан исботланиши билан бир қаторда хизмат кўрсатиш соҳаларининг энг муҳим тармоқларидан бири бўлмиш туризм миллий иқтисодиётда стратегик аҳамиятга эга бўлган соҳалардан бирига айланди.

Туризм ривожланишининг замонавий босқичларининг ўзига хос хусусиятларини изоҳлаш мақсадида соҳа тарихининг умумий илмий-назарий жиҳатларини кўриб чиқиш жоиз. Халқаро туризм бир томондан иккинчи жаҳон урушидан сўнг ривожланганлиги сабабли ёш соҳа ҳисобланса, иккинчи томондан у чуқур тарихий илдизларга ҳам эга, зеро саёҳат қилиш инсоният учун қадим замонлардан бери ҳосдир.

Туризмга турли даврларда турлича ёндашилган. Бу борада бир қатор тушунчалар келтиришни мақсадга мувофиқ деб биламиз. “Туризм” сўзининг негизи ҳисобланган “Tour” лотинча “Tornare” сўзидан келиб чиққан бўлиб, доиравий шакл маъносини англатади. Бу сўз ўз маъносини ўзгартирмасдан бошқа ғарб тилларига ҳам кириб келган. Масалан, французчада “айланиш” маъносига тўғри келувчи “tourner” ва “tour” сўзлари ҳозирги кунда ҳам ишлатилмоқда. Инглизчада эса туризм сўзи турист сўзидан олиниб, 1811 йилларда юзага келган. Немисчада эса фақатгина “auslander” (ажнабий ёки хорижий) сўзи ишлатилар эди. 1958 йилда немис тилида алоҳида эътиборга олиниб туризмнинг эквиваленти бўлмиш “fremdenverkehr” ёки “tourismus”, турист сўзининг эквиваленти эса “turist” тарзида қўлланила бошланди»<sup>2</sup>.

Халқаро Вебстер луғатида тур(tour)нинг маъноси қуйидагича ифодаланган: «Иш, завқ олиш ўқиш учун қилинадиган саёҳат ва бу саёҳатлар мобайнида турли

<sup>2</sup> Walter Hunziker, Le Tourisme, Editions Gurten, Berne. 1972, p.1.

хил жойларни зиёрат қилишдан ва режалаштирилган саёҳат дастуридан юзага келадиган жараён тур деб аталади»<sup>3</sup>. Турист маълум муддатдан сўнг ўз юртига қайтади.

Тадқиқот ва таҳлил қилишда, статистик маълумотларни тўплашда, қонуний ва маъмурий норматив ҳужжатларни ишлаб чиқишда, шунингдек, улар билан ишлашда, туризмнинг иқтисодий-ижтимоий механизмини белгилашда туризм сўзини аниқ таърифлаш мақсадга мувофиқдир. Чунки туризмга тегишли бўлган маълумотларнинг нотўғри берилиши туфайли, юқорида санаб ўтилган иш жараёнларида муаммоли вазият вужудга келиши мумкин. Шунинг учун туризм сўзини аниқ таърифлашга ҳаракат қилинган.

Булардан ташқари, туризмни айрим соҳаларга мансуб олимлар ҳам таърифлаганлар. Булардан энг машҳурлари Матхиот, Глуксманн ва Крапфлардир. Бу олимларнинг таърифларига кўра, истеъмол функциясига вақтинча истиқомат қилиш, саёҳат ва тунаш жойлари ҳам киради. Олимларнинг ичида туризмни содагина тарзда ифодалаб, бу соҳанинг илмий пойдеворига айланган таърифлар ҳам йўқ эмас. Туризм - ажнабийларнинг бир жойга қилган саёҳатларидан таркиб топган ва давомли истиқомат қилиш, пул ишлашни мақсад қилмасдан, вақтинча тунаб қолишларидан юзага келадиган муносабатлар мажмуи<sup>4</sup>. Аммо, бу таъриф ҳам унчалик тўлиқ эмаслигини айтиб ўтиш ўринлидир.

1954 йилда Италиянинг Палермо шаҳрида бўлиб ўтган AIEST конгрессида мазкур олимлар туризмга шундай таъриф беришган эди:

Туризм - хорижийларнинг саёҳати ва бир жойда вақтинча истиқомат қилишларидан юзага келадиган воқеа ва ҳодисалар мажмуи. Бу жараёнда бутунлай истиқомат қилишга ва даромад олишни мақсад қилишга рухсат этилмайди<sup>5</sup>.

1976 йилда Британия Институтини (ҳозирги туризм ташкилоти) бу тушунчага қуйидагича ойдинлик киритган. Туризм - инсонларнинг кундалик истиқомат қиладиган ва ишлайдиган жойларидан ташқари, чиройли ва кўркем туризм марказларини зиёрат қилишлари ва у ердаги фаолиятни ҳам ўз ичига олган қисқа

---

<sup>3</sup> Alister Marhieson and Geoferry Wall., Tourism: Economic, Phisial and Social Impacts. Longman Group Ltd. New York, 1986, p.10.

<sup>4</sup> Walter Hunziker, Un Siecle de Tourisme en Suisse, Berne, 1947, p.11.

<sup>5</sup> J.Christopher Holloway., The Business of Tourism, Third edition, Pitmen Publishing Ltd, London, 1989, p.9.

муддатли ҳаракат. Айни вақтда ҳар хил бир кунлик маршрутли экскурсияларни ҳам ўз ичига олади <sup>6</sup>.

Ўзбекистон Республикаси «Туризм ҳақидаги» Қонунда туризмга қуйидагича таъриф бериб ўтилган: Туризм бу - жисмоний шахснинг доимий истиқомат жойидан соғломлаштириш, маърифий, касбий-амалий ёки бошқа мақсадларда борилган жойда (мамлакатда) ҳақ тўланадиган фаолият билан шуғулланмаган ҳолда узоғи билан бир йил муддатга жўнаб кетиши (саёҳат қилиши). Шу ўринда турист ва сайёҳ тушунчалари бўйича М.Қ.Пардаев ва И.С.Тўхлиевлар терган таърифни кўриб чиқиш мақсадга мувофиқ (1.1-жадвал)

1.1.-жадвал

### Туризмни сайёҳатдан ажратиб турувчи асосий хусусиятлар

№	Фарқ қилувчи хусусиятлар	Туризм (турист)	Саёҳат (саёҳатчи)
1	Мамлакат иқтисодиётига таъсири бўйича	Туризм кучли жаҳон миқёсидаги иқтисодиёт тармоғи бўлиб, унинг жаҳон ялпи ички маҳсулотига улуши мавжуд. Бу йирик бизнес, катта пул ва глобал миқёсдаги жиддий сиёсатдир.	Саёҳатларнинг иқтисодиётига бевосита таъсири йўқ
2	Қўйилган мақсадлар бўйича	Йўлланмада кўрсатилган аниқ қўйилган мақсадлар билан чегараланган	Аниқ қўйилган мақсадлар билан чегараланмаган
3	Муддат мабойнида	Йўлланма билан чегараланган бўлиб, 1-2 кунлик (дам олиш кунлари); 3-7 кунлик; 8-28 кунлик; 29-91 кунлик бўлиши мумкин	Муддати чегараланмаган
4	Маълум маконда	Бўладиган жойи йўлланма билан чегараланган	Макони ёки бўладиган жойи чегараланмаган
5	Бўш вақтнинг мавжудлиги	Асосан бўш вақт мабойнида амалга оширилади	Бўш вақт бўлиши шарт эмас. Саёҳат қилиш ҳаёт тарзи ҳисобланади
6	Борган жойида ҳақ тўланадиган фаолият билан шуғулланиши	Борган жойида турист учун ҳақ тўланадиган фаолият билан шуғулланиш мумкин эмас	Борган жойида саёҳатчи учун ҳақ тўланадиган фаолият билан шуғулланиш мумкин
7	Маблағ билан таъминлаш	Туристнинг шахсий маблағидан ва ижтимоий фондлардан -	Ҳомий ташкилотлар, давлат ва хусусий жамғармалар томонидан молиялаштирилади

<sup>6</sup> J.Christopher Holloway., The Business of Tourism, Third edition, Pitmen Publishing Ltd, London, 1989, p.9-10.

8	Ташкил қилиш ва хизмат кўрсатиш	Бу фаолият турли хил туристлик корхоналар ва хизмат кўрсатиш соҳалари билан боғлиқ тармоқлар томонидан амалга оширилади.	Ташкил қилиш ҳомий ташкилотлар, давлат ва хусусий жамғармалар томонидан амалга оширилади, саёҳларга хизмат кўрсатиш эса бевосита ўзи томонидан амалга оширилади.
9	Яшаш фаолиятига таъсири	Туристнинг саёҳатга бориб келиши яшаш фаолиятига бевосита таъсир қилмайди.	Сайёҳат саёҳатчи учун касби ёки кун кўриш манбаи, турмуш тарзи бўлиб хизмат қилади.

Манба: И.С.Тухлиев, М.Қ. Пардаев. Туризм бозорининг шаклланиши, ривожланиши ва ўзига хос хусусиятлари. Т.: “NOSRIRLIK YOGDUSI” нашриёти, 2010. – 74 б.

Юқорида келтирилган олимларнинг илмий қарашларини, «Туризм ҳақидаги» қонунни кўриб чиқиб, туризмни қуйидагича таърифлашимиз мумкин:

Туризм - кишиларнинг бўш вақтларида ўз доимий турар жойларидан бошқа мамлакатга даромад олишни кўзламаган ҳолда дам олиш, соғлиқни тиклаш, меҳмондорчилик, билим олиш ёки касбий маҳоратни ошириш мақсадларида саёҳат қилиш тушунилади.

Туризм, давомли яшайдиган, ишлайдиган ва муҳим эҳтиёжларни қондирадиган жойлардан ташқарига қилинадиган саёҳатдир. Тунаш вақтинчалик зарурий бир эҳтиёждир. Саёҳатга чиққан ва тунаб қолган киши, маълум бир вақтдан сўнг ўзи яшайдиган жойга қайтади.

Саёҳатга чиққан ва вақтинча тунайдиган кишилар асосан туризм корхоналари томонидан таклиф қилинадиган маҳсулот ва хизматларни талаб қилишади. Бу фаолиятлари мобайнида турли хил воқеа ҳодисалар ва муносабатлар юзага келади.

Табиий ресурсларнинг муҳимлиги капиталнинг муҳимлик даражасидан қолишмайди, чунки туризмнинг ривожланиши инфратузилманинг ривожланиши билан боғлиқ бўлиб, у инвестициялар талаб қилади. Ишчи кучи ҳам муҳим омилдир. Ички талаб халқаро туризмга шароит яратиб берганлиги сабабли туризм ривожланишига катта таъсир кўрсатади. Бундай талаб ёрдамида қўшимча маҳсулотлар, иш жойлари барпо этилади, табиий ва маданий бойликлар ривожланади. Ички талаб киши бошига тўғри келадиган ЯИМ, яшаш жойларидаги ўринлар сони каби кўрсаткичларни қўллаш ёрдамида аниқланади.

Ҳозирги кунда истеъмолчилар ҳамма соҳалар бўйича товар ва хизматларни танлаш имкониятига эгадирлар. Бунинг таъсирини туризм соҳасида ҳам кўриш мумкин. Чунки истеъмолчиларнинг талаби доимо ўзгариб туради; улар янги таассуротларни қидиришади, мода ва кундалик ҳаётининг ўзгариши эса уларнинг фикрларини осонгина ўзгартиради, шу боис истеъмолчи қизиқишларини, нимани афзал кўришларини ва уларнинг муносабатларини билиш ниҳоятда мураккаб жараён ҳисобланади.

Туристтик маҳсулотларни истеъмол қилишнинг қийинлашиши туризм тижоратига ўз таъсирини кўрсатади. Чунки туризм талабида янги сегментлар пайдо бўла бошлади, шу жумладан, туризмнинг ҳам янги кўриниши ва шакллари таркиб топди. Жаҳон туризм индустриясидаги ихтисослашув ва диверсификация талабларининг чуқурлашиб бориши, кичик ва ўрта туристик фирмаларни бир мунча қийин аҳволга солиб қўйди. Рақобатнинг ташкилий туризм бозорида кучайишини туроператорлар сонини ўсиб бориши, чет эл рақобатчи фирмаларнинг бозорга чиқиши, туристик хизматлар кўринишидаги маҳсулотларни таклиф қилувчи бошқа субъектларнинг кўпайиши (масалан, Фарбий давлатларда авиакомпанияларнинг туризм бозорига туроператор сифатида кириб келиши) билан изоҳлаш мумкин.

Сўнгги йилларда, ички ва халқаро туризмни бир-бирига яқинлашиш тенденцияси кузатилди, бу эса туристик расмийликларни соддалаштириш билан асосланган (масалан, бирлашган Европадаги Шенген битими).

Туризм географик принципга кўра ички ва халқаро туризм шаклида таснифланади. Ички туризм - ўз давлати чегараси доирасида доимий яшовчи фуқароларнинг вақтинчалик ташриф буюрувчи жойда (тўланмайдиган фаолият) туристик мақсадларда саёхат қилишига айтилади. Ички туризм давлат чегараларини кесиб ўтиш билан ва туристик расмийлик билан боғлиқ эмас. Миллий валюта, тил, ҳужжатлар олдингидек ўзгармасдан қолади. Дунёдаги сафарларнинг 80-90 фоизи ички туризм улушига тўғри келади. Унга кетаётган харажатлар халқаро туризм харажатларидан 5-10 баробар ортиқдир. Айниқса у АҚШда оммабоп ҳисобланади.

1968 йилда Римда саёҳатлар ва туризм бўйича БМТнинг биринчи конференциясида халқаро туризмга қўйидаги таъриф берилди.

Халқаро туризм – вақтинчалик келган жойида фаолияти тўланмайдиган, доимий яшайдиган мамлакат чегарасидан ташқарига туристик мақсадларда сафар қилиш тушунилади. Халқаро туризмнинг ривожланиш масалаларига бағишланган асосий ҳужжатларда туризм, кўпгина мамлакатларнинг миллий иқтисодиётида энг муҳим тараққиёт кўрсаткичи эканлиги, унинг хўжалик фаолиятидаги, халқаро алоқалар ва ташқи савдо баланси мувозанатини таъминлашдаги ўрни эса, бу тармоқни жаҳон иқтисодиётининг асосий соҳаларидан бирига айлантириш мумкинлиги тўғрисида қайд этиб ўтилган.

Халқаро ёки хорижий турист – бу вақтинчалик ташриф буюрувчи, яъни исталган шахс, ташриф буюраётган давлатида малакавий фаолияти тўланмайдиган исталган мақсадларда доимий яшаётган давлатидан ташқарига бошқа давлатга ташриф буюриши.

Халқаро ёки хорижий туристларга мазкур давлатга 24 соат муддатдан кам бўлмаган муддатга вақтинчалик ташриф буюрган шахсларнинг барчаси киради. Шунини қайд қилиш керакки, баъзи давлатларда БМТ статистик комиссиясининг тавсияларидан четланишга рухсат берилади. Масалан, баъзи давлатларда 3 кун муддатдан кам бўлмаган муддатга ташриф буюрганлар халқаро туристлар ҳисобланса, баъзиларида 2 ҳафта, учинчиларида эса бу муддат 1 ойдан кам бўлмаган муддатда ташриф буюрганлар халқаро туристлар ҳисобланади.

Барча халқаро туристик саёҳатларнинг ўртача 52 фоизи Европага, тахминан 16 фоизи Америкага ва тахминан 32 фоизи қолган минтақаларга тўғри келади.

Туристларни нисбатан кўпроқ қабул қилувчи давлатларда халқаро туризмни ривожлантириш - чет эл валютаси оқимини кўпайтириш ва янги иш ўринларини ташкил этиш билан изоҳланади. Кўпгина давлатлар халқаро туризм воситаси орқали тўлов баланси муаммоларини ҳал қилишга уринадилар.

Ташриф буюрувчи халқаро туристлар товар ва хизматларни тўлай туриб, қабул қилаётган давлат бюджетига валюта тушумини таъминлайди. Шу билан

бирга унинг тўлов балансини фаоллаштиради. Шу сабабли халқаро ёки хорижий туристларнинг келиши «актив туризм» номини олди.

Туристларнинг чиқиб кетиши эса миллий валютанинг оқиб кетиши билан боғлиқ бўлади. Бундай турдаги туристик операциялар халқаро тўловларда мамлакат туристлар экспорти тўлов балансининг пассивида қайд қилинади, туризмни ўзи эса “пассив” деб номланади.

Айтиб ўтиш жоизки, халқаро туризмнинг илмий-назарий масалаларини ўрганиш муҳим аҳамият касб этади. Зеро, жаҳонда халқаро туризмнинг аҳамияти ортиб бормоқда. Бу эса ўз навбатида халқаро туризмнинг мамлакатлар иқтисодиётига таъсирининг ортиб бориши билан изоҳланмоқда. Мамлакат иқтисодиётида халқаро туризмнинг қатор муҳим вазифаларини санаб ўтиш йўли билан ушбу таъсирни яққол кўришимиз мумкин.

- Халқаро туризм - мамлакат учун валюта тушумларининг ва бандликни таъминлашнинг бир манбаи ҳисобланади.

- Халқаро туризм - тўлов баланси ва мамлакат ЯИМига йўналтирилган капитал кўйилмаларни кенгайтиради.

- Халқаро туризм - туризм соҳасига хизмат кўрсатувчи тармоқларни яратган ҳолда иқтисодиётни диверсификация қилишга ўз ҳиссасини қўшади.

- Туризм соҳасидаги бандликнинг ўсиши билан аҳолининг ҳам даромадлари ўсади ва шу билан бирга миллатнинг фаровонлик даражаси ҳам ошади.

Ҳозирги кунга келиб туризм соҳасида эришилган ютуқлар унинг алоҳида бир индустрияга айланишига олиб келди. БТТ (Бутун жаҳон туризм ташкилоти) маълумотларга қараганда, 2012 йил январь ойидан августга қадар жаҳон туристик ташрифлар 2011 йилга нисбатан 4% га ошди.

2015 йил январь ойидан август ойига қадар халқаро туристлар сони 2014 йилнинг ушбу саккиз ойлигига нисбатан 4% га ўсди (яна 28 миллионга). БТТ маълумотларига кўра, 2012 йилда илк марта халқаро, яъни хорижий туристлар сони бир миллиардлик чегарани забт этган.

## **1.2 Ўзбекистонда хорижий туристларни жалб этишни бошқаришда туризм инфратузилмасининг аҳамияти**

Туризм соҳасининг ривожланишини туризм инфратузилмасисиз тасаввур қилиб бўлмайди. Туризм инфратузилмаси XIX аср охирларида ҳозирги мамлакатлар иқтисодиётида эндигина шаклланаётган эди. Бу кунга келиб ушбу инфратузилма дунёнинг учинчи кўп даромад келтираётган соҳасига айланганлиги ҳеч кимга сир эмас. Бу соҳани ўрганиш давр тақозоси десак бўлади. Бугунги кунда туризм индустрияси динамик равишда ривожланаётган хизматлар халқаро савдоси тури бўлиб келмоқда.

“Туризм инфратузилмаси”га туризм ташкилотлари, туристларга кўрсатиладиган жойлар, меҳмонхоналар, овқатланиш тармоқлари, транспортлар, йўллар ва туризм бўйича мутахассислар киради. Ҳозирги кунда республикада туризм инфратузилмасини жаҳон андозаларига жавоб берадиган қилиб тартибга келтириш учун анча маблағ ажратиш керак. Туризм инфратузилмаси иқтисодий ёки сиёсий умумий тузилишни таркибий қисмларга бўлиб, ёрдамчи, бўйсунувчи характерга эга ва умумий тузилманинг бир текис ишлашини таъминлашга хизмат қилади.

Етарли инфратузилма турларининг асосий нуқталарини қуйидагича гуруҳлашимиз мумкин: ҳудудий қўл меҳнати ва керакли восита; тунаш комплекслари (отель, мотель, кемпинг); сувнинг, асосан ичиладиган сувнинг таъминланиши; канализация, телекоммуникация; етарли миқдорда озиқ-овқат маҳсулотларининг таъминланиши; соғлиқни сақлаш тизимининг бўлиши; хавфсизлик жиҳатидан керакли манбаларни таъминлайдиган транспортлар; портлар, ишончли темир йўл; тарихий ёдгорликлар ва анъаналарни ҳимоя қиладиган дастурларнинг чиқарилиши; шу билан бирга атроф-муҳитни ҳимоя қилиш; маданий кўрсатувлар тартиби ва ўқиш жойлари, кутубхона, музей, театр, хусусий ва давлатга тегишли маданий марказларни қуриш; пиёдаларнинг шовқинга, чангга, туманга қарши тадбирларини ишлаб чиқиш, яшил жойлар ва чиройли боғларнинг барпо қилиниши; пиёдаларга ва велосипедчиларга мўлжалланган йўлларни, иморатларни, скамейкаларни ва дам олиш жойларини,

ахлат ташлаш жойларини тартибга келтириш; туризмни касб қилган инсонларни ўқитиш ва ўз-ўзини ривожлантирувчи имкониятларнинг яратилиши; табиий офатлардан сақланиш тадбирлари, ўт ўчириш хизматлари.

Охирги 10-20 йил давомида дунё бўйича хорижий туристлар сонининг ўртача йиллик ўсиш суръати 4,5, валюта тушумларининг ўртача йиллик ўсиш суръати 3,6 % ни ташкил этди. Умумжаҳон туристик ташкилоти маълумотларига кўра 2014 йил дунёда 1,134 млн<sup>7</sup>. турист қайд этилган, 2015 йилда эса бу кўрсаткич 4,4% ўсишни қайд этган ҳолда 1,184<sup>8</sup> млн кишини ташкил этган. Халқаро туризмдан тушган даромадлар 2015 йилда 1,232 трлн<sup>9</sup>. АҚШ долл.ни ташкил этди (халқаро транспорт хизматларини ҳисобга олмаган ҳолда). Умуман 1950 йилдан 2015 йилга қадар халқаро туризмдан тушган йиллик валюта ҳажми 145 марта ўсгани қайд этилди.

Мутахассислар хулосасига кўра, туризмнинг ривожланиши бундан кейин ҳам давом этади. Ҳар хил ҳисобларга таянган ҳолда 2030 йилда туризм соҳаси йирик экспорт соҳасига айланиши кутилмоқда. Агар туризм ҳозирги ўсиш суръатида давом этса, 2030 йилда халқаро туристлар сони 1,8 млрд кишини<sup>10</sup> ташкил қилади. Олимларнинг ҳисоб-китобларига кўра халқаро туризм ривожланиши асосида қуйидаги омиллар ётади:<sup>11</sup>

- иқтисодий ўсиш ва ижтимоий жараён;
- транспорт воситаларининг ривожланиши;
- ривожланган давлатларда ишчи ва хизматчилар сонининг кўпайиши ва улар моддий ва маданий савиясининг ошиши;
- меҳнат интенсификацияси ва меҳнаткашлар таътилининг узайиши;
- давлатлараро муносабатлар ва маданий алоқалар ривожланиши шахслараро алоқаларнинг минтақа ва минтақалараро миқёсида кенгайиши;
- хизматлар соҳасининг ривожланиши;
- технология ривожланиши (алоқа ва ҳ.к.);

---

7 <http://media.unwto.org/press-release/2016-05-03/exports-international-tourism>

8 <http://media.unwto.org/press-release/2016-01-18/international-tourist-arrivals>

9 [unwto.org/sites/all/files/](http://unwto.org/sites/all/files/)

10 <http://mkt.unwto.org/barometer>

11 UNWTO Tourism Highlights, 2015 Edition.

- чегара тўсиқлари, валюта алмашуви ва четга чиқариш тўсиқларининг камайиши, коғозбозликнинг қисқариши.

Дунё бўйича туризмнинг аҳамияти доимий равишда ўсиб келмоқда. Бу туризмнинг иқтисодиётга бўлган бевосита таъсири натижасидир. Туризм инфратузилмаси айрим давлатлар иқтисодиётида муҳим вазифаларни бажариб келмоқда:

1. Валюта манбаи, бандликни таъминлаш воситаси ва тўлов баланси муаммосини ечишда хизмат қилмоқда.

2. Ялпи ички маҳсулот (ЯИМ) кўрсаткичи кўтарилмоқда.

3. Иқтисодиёт диверсификацияси ҳамда туризмга хизмат кўрсатувчи янги соҳалар пайдо бўлишига таъсир кўрсатмоқда.

4. Туризм соҳасида бандлик ўсиши билан, аҳоли даромадлари ва миллатнинг бойлиги ортмоқда.

Бугунги кунга келиб туризм Мустақил Ҳамдўстлик давлатларида ривожланаётган соҳага айланди. Туристлик фаолиятнинг ҳамма соҳалар, давлат тармоқлари савияси, турбизнес пайдо бўлиши, янги ишлаш таклифининг кенгайиши ва махсулашувни чуқурлаштириш бўйича изланишлар давом этмоқда.

Фойда мақсадини кўзлаган туризм ташкилотлари, маркетинг хизматлари, меҳмонхона, транспорт хизматлари, озиқ-овқат хизматлари, чакана савдо дўконлари ва бошқа турли воситалар каби бир-биридан фарқли хизматлар туризм инфратузилмасининг бир бўлаги ҳисобланади, фойдасининг қанчасини туристлардан, қанчасини ҳамкорлик асосида олинганлигига боғлиқдир. Туризм инфратузилмаси, иқтисодиётнинг агросаноат каби бошқа индустрияларига фойда келтирувчи бир тармоқдир. Ушбу хусусияти билан туризм инфратузилмаси сармоя ва фойда келтирадиган тармоқ ҳисобланади. Туризм инфратузилмасининг бошқа соҳалар билан хизмат қилиш алоқаси мавжуд, яъни:

- туризм инфратузилмаси - ривожланаётган давлатлар иқтисодиётига жуда катта фойда келтирувчи соҳа бўлмоқда;

- туризм инфратузилмаси иш имкониятлари етарли ривожланмаган давлатлар учун иш жойларини яратиш, ишсизликнинг ўсиб боришига катта тўсиқ бўлаётган секторга айланмоқда;

- туризм инфратузилмаси давлатлар ва минтақалар ўртасида, экологик ва маданий мулоқот орасида воситачилик қилган хизмат меҳмондўстлик индустриясидир;

- туризм инфратузилмаси ўз яратувчи манбаларини буза оладиган индустрия характерини ўзида акс эттира олади.

Бундан асосий мақсад туризмнинг табиий ижтимоий захираларини вайрон қилиш эмас, балки бу манбаларнинг самарали сиёсатини ривожлантиришдан иборатдир.

Иқтисодиётда туризм соҳаси алоҳида индустрия ҳисобланади. Туризм инфратузилмасида жисмоний меҳнат орқали маҳсулот ишлаб чиқарилмайди, унда фақат хизмат кўрсатилади. Туризм инфратузилмаси 4 асосий омиллардан ташкил топади<sup>12</sup>. Булар: транспорт; меҳмонхона; анимация фаолиятлари (хордик чиқарувчи ва дам олдирувчи); туристик ташкилотлар.

Транспортнинг туризмдаги аҳамияти. Жой ва макон ўзгартириш, туризмнинг асосий хусусиятларидан биридир. Чунки, саёҳат бўлмаса туризм ҳақида сўз юритиш мумкин эмас. Шу сабабли, транспорт жой ўзгартириш ҳаракатининг рўёбга чиқишига имкон яратиб, туризм индустриясининг пайдо бўлиши ва ривожланишида асосий омил ҳисобланади.

XVIII асрдаги индустрия инқилобидан кейин транспорт воситаларидаги жадал ривожланиш замонавий туризмнинг туғилишига, узоқ масофада жойлашган туристик марказларнинг очилишига имкон яратди. Туризм соҳасида транспортнинг аҳамияти қуйидагича гуруҳлантирилади:

1. Транспорт, бирор давлатда жойлашган туристик марказларнинг қулай зиёрат қилинишига имконият яратади, чунки мазкур минтақа туристик ресурсларга эга бўлса ҳам уларни осонликча зиёрат қилиш имконини берадиган восита бўлмаса, уларни томоша қилиш, кўриш ва улардан фойдаланиш мумкин бўлмайди. Шу сабабли, туризм инфратузилмаси ривожланиши биринчи навбатда

---

<sup>12</sup> Боголюбов В.С и др. Экономика туризма: Учебное пособие. - М.: Академия, 2005, - 112 с.

транспорт воситаларининг ривожланишига боғлиқ. Бошқа томондан, туризм ривожланиши транспорт воситаларига ҳам таъсир кўрсатади. Чунки, туризм инфратузилмаси ривожланган сари мавжуд эҳтиёжларни қондириш учун транспорт воситалари ҳам ривожланади. Шу сабабли туризм ва транспорт орасида узвий алоқа мавжуд.

2. Транспорт воситаси ташқи туризмдан мамлакат хазинасига валюта олиб келувчи манба ҳисобланади.

3. Транспорт воситалари ривожланиши натижасида тезкор жамоат транспортига имкон берадиган воситаларнинг қўлланилиши, вақти ва молиявий аҳволи ўртача бўлган инсонларнинг ҳам туризм ҳаракатларига қатнашишини яратади. Шундай қилиб, транспорт воситалари ривожланган сайин туристик ҳаракатлар миқдор ва сифат жиҳатдан яхшиланади, натижада ўрта табақада яшовчи халқ учун ҳам саёҳат қилиш имконияти яратилади. Транспорт турлари 4 та гуруҳда таснифланади: темир йўл, сув йўли, ҳаво йўли ва автомобил транспортлари.

### **1.3. Туризм соҳасида жалб этиш воситаларидан фойдаланишда хорижий тажрибалар**

Сайёҳларни жалб қилишлар бу муҳим “тортиш” факторлари бўлиб, турли хил шундай ресурслардан фойдаланганда даромад келтирадиган жойлардир. Жалб қилиш усулларини рўйхатга олишда жойларнинг туризм имкониятларига тўлақонли жавоб беришини таъминлашга қаратилган бўлиши тушунилади. Ҳозирги кунда туризм соҳасининг етакчи вакиллари орасида умумий қўлланиладиган жалб қилишларнинг таснифий тизими жорий этилмаган. Шунга қарамадан, асосан “табиий ва маданий” тизимлари ўртасидаги фарқ умумий тарзда яратилган. Шу тарзда жалб қилишнинг 4 категорияси келиб чиқади: табиий жойлар, табиий ҳодисалар, маъданий жойлар, маъданий ҳодисалар. Масалан, миллий боғлар ва парклар ўз ичига топографик, маданий, гулзорли, фаунали, (хайвонот дунёси) элементларини мужассамлаштирган бўлиши мумкин.

Қуйида 4 та категория сайёҳларни жалб қилишлар ва бирлашган фаолиятлар юқорида кўрсатилган усул хусусида муҳокама қилинади (1.1-расм).

**1. Табиий объектлар. Табиий ходисалар.** Табиий жалб қилиш тизимлари, ўз номи билан кўриниб турибди-ки, улар маъданий муҳитдан кўра кўпроқ табиий муҳит билан боғлиқ. Табиий ҳудуд аттракционлари топография, иқлим, сув, ёввойи ҳаёт, ўсимлик дунёси ва жойлашув каби кичик бўлимларга бўлинади. Саноксиз сайёҳлар денгиз бўйи соҳиллари, ботаник боғлари, ҳайвонот боғлари ва миллий парклари борлиги туфайли Австралияга ташриф буюришга жуда иштиёқмандирлар (1.2-жадвал).

Шу тарзда туристик бозор нотўғри талқин етилади, шу сабабдан туризм етиборни тортмайдиган табиий ҳудудлар туризм ресурсига айлантирилади.

**Топография.** Топография манзаранинг геологик хусусиятлари билан боғлиқ бўлиб, булар, тоғлар, водийлар, ясси тоғли тепаликлар, ороллар, чуқур даралар, дельталар, қумтепалар, соҳиллар, вулкон ва ғорлар. Қимматбаҳо тошлар ва тош ҳайкал қолдиқлари топографик ўзига хосликнинг алоҳида махсус тури бўлиб, жанубий Австралиядаги Губи Педи, Куинзленд (қиролича ери)даги Бриенз Грик ва Янги Жанубий Уеллс регионидаги Янги Англия каби манзиллар Австралиянинг муҳим ҳудудлари ҳисобланади.

Лоус ва Скотт Куинзленднинг олис томонларидаги динозаврлар тошқотган ҳайкаллари бор ўрмони туризм саноатига емиқдош манзил деб ҳисоблашган.

**Тоғлар.** Тоғлар туризм соҳасининг ўзгарувчан табиатини безайди. 1800-йилларнинг бошларида европалик Романтислар даври мобайнида жинойтчилар ва кўрқинчли ҳайвонларга бошпана бўлган узун кўрқинчли ва жирканч равишда тасвирланган баланд тоғлар атроф – муҳити ҳимояланган. Натижада Европа Алплари ва Шимолий Америка чўққилари каби драматик тоғли ҳудудлар сайёҳлар фаолиятини ўтказиш учун йиғиладиган севимли масканга айланди.

Категория	Худуд	Ҳодиса	
<b>ТАБИЙ</b>	<p><b>ТОПОГРАФИЯ</b>, мисол учун тоғлар, каньонлар соҳиллар, вўлқон отилишлари, ғорлар, тош қатламлари</p> <p><b>Иқлим</b>, мисол учун ҳарорат, қуёш нури, ёмғирлар, осмон</p> <p><b>Гидрологиқ</b>, мисол учун қўллар, сув сатҳининг ўзгариб туриши, дарёлар, шаршаралар, иссиқ бўлоқлар</p> <p><b>Ёввойи ҳаёт</b>, мисол учун сўт эмизувчилар, қушлар, ҳашоратлар, балиқлар, рептилиялар</p> <p><b>Ўсимликлар</b>, мисол учун ўрмонлар, ёввойи гуллар</p>	<p>Мўҳофазаланадиган жойлар, пиёдалар йўлкаси</p> <p>Ландшафт жозибадорлиги, кўрортлар</p> <p>Ёввойи табиий ҳайвонот боғлари, ботаник боғлар</p>	<p>Вўлқон отилиши</p> <p>Қуёш чиқиши, ботиши</p> <p>Оқимлар, гейзерлар</p> <p>Қушлар фестивали, қушлар миграцияси(м-н: ғозлар)</p> <p>Кўзги барглари ранги, баҳорги гуллар</p>
<b>МАДАНИЙ</b>	<p><b>ИБТИДОИЙ</b>, мисол учун қадимги одамлар манзиллари</p> <p><b>ТАРИХИЙ</b>, мисол учун жанггоҳлар, қадимий бинолар, музейлар, антик ҳайкаллар, қабристонлар, ёдгорликлар</p> <p><b>ЗАМОНАВИЙ МАДАНИЯТ</b>, масалан: архитектура, этник муҳит, замонавий технологиялар, тасвирий санъат, таомлар ва ичимликлар</p> <p><b>ИҚТИСОДИЙ</b>, масалан: фермалар, шахталар, фабрикалар</p> <p><b>РЕКРАЦИОН</b>, масалан кўрортлар, голф майдонлари, чанги тепаликлари, мавзўли парклари, казинолар</p> <p><b>ЧАКАНА ХАРИД</b>, масалан мега-маркетлар, бозорлар, савдо ҳудудлари</p>	<p>Хотирлашлар</p> <p>Фестиваллар, халқаро ярмаркалар, концертлар, санъат кўргазмалари</p> <p>Спорт мўسابақалари, олимпиадалар</p> <p>Бозорлар</p>	

## 1.2-жадвал. Туристларни жалб қилувчи жиҳатлар таснифи

Худди шундай жараён Осиёнинг Ҳимолай тоғлари, Жанубий Американинг Анд тоғлари, Янги Зеландиянинг жанубий Алп тоғлари ва Африканинг Атлас тоғларида ҳам кузатилган яъни уларнинг барчасига боришнинг иложи бўлмаганлиги туфайли туристлик марказлари бўла олмаган. Беедие ва Худсон бундай қаровсиз жойларнинг йигирманчи асрнинг ўрталарида қандай қилиб енг сара “алпинист” туристик шаклига айланганини тушунтириб беришадилар яъники, оммавий туризм саёҳати тоғ манзараларида яхшиланган кириш йўли, у ерда вақтни мулоҳазакорлик билан ўтказиш ва пул бундай ерларда бу соҳани ривожлантирди. Америка Аппалачи тоғларида, Россиянинг Урал ва Австралиянинг соҳилбўйи тоғ тизмалари бир хил пайтда енг яхши оммавий туристик маркази бўлмаган бўлсада, улардаги тоғ тизмаларининг драматиклиги жуда ҳам кам бўлганлиги сабабли улар туризм соҳаси учун жуда ҳам қулай еди.

**Соҳиллар.** Худди тоғлар сингари соҳиллар ҳам бошида туристларни жалб қилувчи ҳисобланмаган. Буларнинг машҳурлашуви 2-жаҳон урушидан кейинги

саноат инқирози ва четда дам олиш пайдо бўлиши билан боғлиқ. Бугунги кунда соҳиллар оммавий туризмнинг стереотипик шаклидир. Аммо ҳамма соҳиллар ҳам туристлар томонидан маъқулланаверилмайди. Вулқон отилиши натижасида ҳосил бўлган қора рангли соҳиллар оҳактош ва маржон тошли соҳиллар каби емас, бундай соҳиллар ўзининг қорамтир ва фируза тошли сувари билан туристлар томонидан маъқулланади. Бу юқори даражали дам олиш жойи, Кариб атрофлари, маржонли Антигуа ва Бахамалар вулқонли Доминика ва Монцерратлардан фарқ қилади. Австралия туризм тажрибасига кўра соҳилларнинг марказийлиги 5.1-тасвирда тасвирланган, унга кўра 2003-йилда туристларнинг 59 фоизи вақтларини соҳилларда ўтказишган. Соҳилга бориш 1999-йилда Австралияликлар учун жуда ҳам машхур машғулот ҳисобланган, фақатгина учдан бир фоиз аҳолигина уйларида қолишган.

## 1.2 – жадвал.

### 2011-13 йилларда Янги Зелландияга ташриф буюрувчи туристларнинг фаолият турлари бўйича энг юқори йигирматалиги (фоизларда)

<i>Фаолият турлари</i>	<i>Март 2011 йил якуни</i>	<i>Март 2012 йил якуни</i>	<i>Март 2013 йил якуни</i>
Овқатланиш	88	89	91
Дўконлар айланиш	81	78	79
Пиёда юриш/сайр	73	76	76
Диққатга сазовор жойларни томоша қилиш	44	45	46
Кузатувлар / томоша платформалари	32	33	34
Кўнгилхушликлар	26	30	28
Вулқонлар / геотермал худудлар	29	27	27
Боғлар	25	21	24
Қайиқда сузиш	27	24	23
Музейлар/галереялар	27	24	22
Миллий қадриятларни томоша қилиш	24	19	19

Маданий томошагоҳлар	15	12	13
Чўмилиш	9	8	12
Фермалар	10	10	12
Ҳайвонот боғлари / ёввойи табиат / денгиз парклари	12	11	11
Шароб корхоналари	9	9	9
Қушларни кузатиш	8	7	7
Казино	5	6	6
Дельфинларни томоша қилиш	6	5	5
Тематик ва дам олиш боғлари	6	4	5
Диққатга созовор жойларни осмондан томоша қилиш	5	4	5
Каноеда сузиш / тоғ дарёларида қайиқда сузиш / рафтинг	6	6	5
Балиқ овлаш	6	5	5
<i>Манба: New Zealand Ministry of Business, Innovation &amp; Employment 2012</i>			

**Иқлим.** Қадимги вақтлардан буён турлича иқлим шароитлари туристларни жалб қилиб келмоқда (Бонифасе & Соопер 2005). Замонавий оммавий туризм давридан олдин ноқулай ёзнинг иссиғи ва шаҳарнинг намлиги емас салқинроқ ва қуруқроқ об ҳаво қидириш иқлимнинг кенг тарқалган жалб қилиши еди. Бинобарин, ёз давомида Бирлашган Қироллик ва ҚўшмаШтатларда қирғоқбўйига борилади ва ҳалиям илиқ ҳароратдан салқин ҳароратни хуш кўришади. Британия ва Нидерландияликлар ўзларининг Осиёдаги колониялари тоғли ҳудудларида маълум мақсадлар учун дам олиш масканларини барпо этишган ва ҳали ҳам уларнинг кўпчилиги ўрта синф ва маҳаллий коллониячилар томонидан туризм мақсадларида фойдаланиб келинмоқда.

**Сув.** Сув – муайян шароит тақозоси билан туризмнинг асосий қулайлик манбайидир. Чўмилиш ва мусаффо сувдан баҳра олиш учун асосий омил – юқори сув сифати, сувнинг қулай ҳарорати ва сокин сув шароити ҳисобланади. Сўрфинг

учун сокин сув лозимдир. Бундай шароитни Австралиянинг айрим шарқий соҳиллари яратиб беришга қодир. Гавай ва Калифорния бундай кўнгил очар машғулот учун энг қулай ҳудуд ҳисобланади. Уммон ва денгизлар сайёҳларга субтропик соҳиллардан фойдаланиш имконини беради. Чунончи, океан ва денгизлар табиат билан уйғунликдаги туризмни ривожланиши учун ўта муҳим манзил ва сердаромад манбадир.

Чучук сув кўллари ҳам маълум бир маънода сайёҳларни ўзига жалб қилувчи макон ҳисобланиб, унда табиат кўйнида ташкил этиладиган кўнгилочар машғулотлар, жумладан, қайиқда сузиш, сув устидаги сузувчи уйлар ҳамда кўл ёқасида ҳашаматли виллалар барпо этиш имконини беради. Кўл бўйида барпо этилган котеж ва дам олиш уйлари Европанинг кўплаб ҳудудларида ҳамда Шимолий Америкада кенг оммалашган. Канаданинг Мускока ҳудудида барпо этилган ажойиб масканлар бунга яққол мисол бўла олади. Мазкур ҳудудда туризмнинг гуллаб яшнашига бекиёс ҳисса қўшган яна бир жиҳад бу – ушбу ҳудудда минглаб музқўлларнинг мавжудлигидадир. Бундан ташқари мазкур ҳудуд мегаполис шаҳарлардан бири ҳисобланган Торонто шаҳрига яқин жойда жойлашган. Мазкур ҳудуд қулай транспорт хизмати – темир йўл ва автомобил йўллари кесишмасида жойлашган (Свенсон 2004).

Туристларни ўзига жалб этувчи яна бир жиҳад бу дарёлар ва шаршаралардир. Айниқса шаршаралар сайёҳлар учун эстетик дам олиш масканлари ҳисобланади. Бундай манзиллар туризм оламида бирламчи омиллардан кейинги асосий ўринда туради ва одатда бундай жойларда кўплаб дам олиш масканлари барпо этилади. Бундай шаршара туризмга ёрқин мисол тариқасида Ниагара шаршараси (АҚШ ва Канада чегарасида жойлашган) ни олишимиз мумкин. Бундан ташқари Виктория (Зимбабве ва Замбия чегарасида жойлашган) ҳамда Игуачу шаршаралари (Бразилия ва Парагуай чегарасида жойлашган) шундай манзиллар сирасига киради. Кичик шаршаралардан, фарқли ўлароқ, Австралия “Олтин Соҳиллари”даги дам олиш масканларида туризмнинг энг қулай маҳсулотидир (Худсон 2004).

**Геотермал сув манбалари.** Такидлаб ўтганимиздек, булоқ суви ва бошқа иссиқ маданли сув ҳавзалари табобати ўтмиш сайёҳат оламида катта аҳмият касб

этган ва бу жиҳат ўша даврда денгизбўйи туризмини шакллантиришда бирламчи омилбўлиб хизмат қилган. Бугунги кунда ер юзидаги энг нуфузли маданли сув ва булоқларига бой ҳудудлар Исландия ҳамда Янги Зеландиядан жойлашган. Бундай геотермал ҳудуд сувлари ўзига хос шифобахш хусусиятга эга бўлиб, бу ерда сайёҳлар даволаниши ва тетиклашишлари учун қулай шароитлар яратилган. Бу каби маданли сув манбалари яна Чехия-Германия чегараси бўйлаб ҳамда АҚШнинг шарқий ҳудудида жойлашган Апалачи тоғ тизмаларида ҳам учрайди. Биргина Европа маданли сув масканлари йилига 20 миллион сайёҳни ўзига жалб қилади (Смитх & Женнер 2000). Австралияниэса маданли сув саноатида эндигина ривожланиб келаётган мамлакатлардан бирига қўшишимиз мумкин (Беннетт, Кинг & Милнер 2004).

***Ёввойи табиат.*** Ёввойи табиат туризм манбаси сифатида, туризм менежментида бир неча турда ташкил этилиши мумкин. Дастлаб, жониворлар тутқин сақланадиган ва табиатда эркин яшайдиган каби турларга ажратилиши мумкин. Бунга ёрқин мисол сифатида ҳайвонот боғини олишимиз мумкин. Бундай маскан ёввойи табиатни табиий ҳамда маданий кўринишида тақдим этиладиган кўрғазмасидир (Трибе 2004). Унинг мутлақо акси сифатида ёввойи табиатда эркин юрган ҳайвонларнинг табиий кўрғазмасини олишимиз мумкин. Бу ерда жониворларнинг ҳаракати чекланмаган, яъни сайёҳлар уларни ҳақиқий табиий шароитда яшаш тарзини кузатиш имкониятига эга бўладилар. Юқорида айтиб ўтилган иккита жиҳатнинг ҳам ўзига хос устунлик томонлари мавжуд. Масалан, ҳайвонот боғига ташриф буюрган киши тирик жониворларни бевосита ҳавфсиз равишда томоша қилиши мумкин, аммо масаланинг бошқа томони, сайёҳлар ёввойи жониворларнинг очик табиатда яшаш тарзини кузатиш ва тадқиқ қилиш имкониятига эга бўла олмайдилар. Очик табиатда ташкил этилган кўрғазма худди шундай имкониятларни яратади. Кўпчилик ҳайвонот боғлари бугунги кунда қайта лойиҳалаштирилиб янгича “Ёввойи табиат боғлари” ёки “Зоологик боғлар” номлари билан аталиб, ҳақиқий ҳайвонот-наботот олами билан ёнма-ён бўлиш ва шу билан бирга, ҳавфсизлик масаласини ҳал этилишига эришилмоқда. Бунинг натижасида, жониворнинг эркин ҳаётига даҳл қилиш ва уларга нисбаттан шавқатсизлик каби салбий оқибатларга чек қўйиш масаласи ҳам

ҳал этилмоқда (Мазур 2001). 5.2-расмда акс эттирилганидек, 2003 йилда Австралияда туризм бозорида 37 фойиз сайёҳлар ёввойи табиат қўйнида ҳамда ҳайвонот боғларига ташриф буюриши кузатилди.

**Табиий қўриқхоналар.** Табиий қўриқхоналар, жумладан, миллий истироҳат боғлари топографик, гидрологик, зоологик, вегетацион ва маданий ресурслар умумлашган ҳолда сайёҳларни ўзига жалб қиладиган қадамжоларни ташкил этади. Табиий аттракцион сифатида қатъий назорат остига олинган даҳлсиз ҳудудлар қўйидаги жиҳатлари билан ўзига жалб этади:

- Уларнинг яхши муҳофаза қилинганлиги, ҳеч бўлмаганда, даҳлсизлиги ва инсон қадамидан олисда эканлиги сайёҳлар қизиқишига сабаб бўлиши;

- Инсонларнинг назаридан панада – табиий соф ҳолатда яхши сақланганлиги ҳамда популяцион салбий тасирга учрамаганлиги туфайли сайёҳларнинг қизиқувчанлигига сабаб бўлувчи туризм ресурси сифатида намоён бўлиши;

- Ноёб турдаги ўсимлик ва ҳайвонот оламига мансублиги туфайли муҳофазаланган манзарали тоғли ҳудудлар сайёҳларни ўзига кучли оҳанрабо сингари жалб қилиши;

- Бирор бир ҳудуднинг миллий бойлик аҳамиятидаги боғ ёки Жаҳоннинг бебаҳо мероси сифатида эътироф этилган ҳудуд бўлганлиги туфайли ушбу манзилларни зиёрат қилишга қизиқиш.

Юқорида келтирилган сабабларга кўра, муҳофаза қилинадиган табиий қўриқхоналар бугунги кунда сайёҳларни ўзига жалб қилувчи энг машҳур халқаро ҳамда маҳаллий туризм аттракционни ҳисобланади (Бутлер & Бойд 2000). Айрим миллий қўриқхоналар, жумладан, Йеллоустоун, Гранд (Буюк) Каньон, Йосемит шаршараси (АҚШ), Банф (Канада) ҳамда Улуру (Австралия), сайёҳларни ўзига жалб қилувчи давлатларда жойлашган диққатга сазовор манзиллар ҳисобланади. Ўзи аслида, бундай маконлар одамлар қадами ва назаридан йироқ ва даҳлсиз равишда муҳофазада сақланиши лозим бўлган ҳудудлар сифатида рўйхатга олинган, аммо бугунги кунда ушбу манзиллар кўп сонли сайёҳларни жалб қилувчи яхши даромад келтирадиган туристик манбага айланган. Аммо ушбу бебаҳо ҳудудларни қишлоқ хўжалиги ҳудудларининг кенгайиши таъсиридан

химоя қилиш ва дарахтларни саноатда фойдаланиш учун кесишдан кўра, уларни четги тасирдан сақлаш учун ҳам туристик манзилларга айлантириш лозим эди.

**2. Табиий ҳодисалар.** Табиий ҳодисалар – муайян манзилларда инсон иштирокисиз содир бўлади ва кўпинча уларнинг магнитудаси ёки содир бўлишини олдиндан аниқлаб бўлмайди. Қушлар миграцияси бунга яққол мисол бўла олади. Канада провинциясида жойлашган Саскачеван маконида чуррақларнинг баҳорги ҳамда энг катта кузги миграциясини бевосита кузатиш мумкин, аммо уларнинг миграциясини керакли жойда ва ўз вақтида кузатиш, ўзига хос аниқликни талаб қилади. Бундай табиий ҳодисалар турли табиий факторларга боғлиқ, яъни маҳаллий об-ҳаво ва катта иқлим ўзгариши билан боғлиқ бўлиши мумкин.

Қуёш тугилиши ҳамда кометалар ўта ноёб ҳодиса ҳисобланади, аммо уларни содир бўлишини олдиндан аниқлаш мумкинлиги кўп сонли сайёҳларни жалб қилиш имкониятини беради. Чунки бу турдаги ҳодисаларни қачон ва қаердан бемалол кузатиш шароити мавжудлигини олидиндан айтиш мумкин. Бугунги кунда вулқон отилиш(мафтункорлиги ҳамда хавфлилиги туфайли кўп сонли сайёҳларни ўзига жалб этади) жойи фаол вулқон зоналарида содир бўлиши ҳаммага маълум (улар жойлашган ҳудуд ва вулқон ҳодисаси). Фақатгина қачон содир бўлишини анча олдин башорат қилиш мушкул. Ҳар ҳолда, бундай ҳудудлар атрофида жой билан таъминлаш масаласи ҳал этилиб қўйилган. Коста Рикада жойлашган Аренал вулқонининг отилишини тунда бемалол кузатиш мумкин. Тинч Океани архипелагида жойлашган Вануату давлатига қарашли Танна оролидаги Ясур тоғи вулқони бошқаларидан тубдан фарқ қилади. Уни олдиндан аниқлаш мумкин ва сайёҳлар ушбу табиий ҳодисани ўз вақтида кузатиш бахтига муяссар бўладилар. Гарчи чанғи комплекси ҳамда маҳаллий туристик атракционларга жиддий зарар етказган бўлсада, Италиядаги 2001 йилги Этна тоғида содир бўлган вулқон отилиши кўп сонли қизиққон сайёҳларга ҳаяжонли дақиқаларни ҳада этди.

Денгиз сувининг кўтарилиши ҳамда ортга чекининши – океанларга хос бўлган табиий ҳодисадир. Бундай табиий ҳодисаларни туризм ресурсига айланиши учун улар таассуротга бой ваҳаяжонга соладиган даражада улуғвор

бўлиши лозим. Ана шундай худудлардан бири Фанди Канада кўрфазидир (Нова Скотия ҳамда Нью Брунзуик провинциялари оралиғида жойлашган). У ерда идеал сув кўтарилиши ва чекиниши ҳодисасига гувоҳ бўлишингиз мумкин. У дунёдаги энг катта масштабдаги сув кўтарилиши ҳодисаси ҳисобланади. У ерда сувнинг садҳи 12 метрдан 15 метргача кўтарилади. Табиий ҳодисаларни кучли об-ҳаво ўзгаришлари вужудга келтиради. Мисол учун Жанубий Австралиядаги оддатда тез-тез қуриб қоладиган Эри Кўли ҳавзаси чўлда кичик океан эффеқтини содир этади. Унга қисқа муддатли атракцион сифатида қараш мумкин.

**3. Маданий объектлар ва анъаналар.** Маданий диққатга созовор жойларни бошқача номлар билан: “қурилган”, “барпо этилган” ёки “инсон кўли билан яратилган” маконлар дея тарифлаш мумкин. Уларни табиий туризм маконларидан анча фарқ қиладиган манзиллар қаторига қўшиш мумкин. Бундай маданий маконларга: ибтидоий, тарихий, замонавий, иқтисодий аҳамиятга эга бўлган, маданий хордиқ чиқаришга ихтисослашган ҳамда чакана савдо марказларини киритишимиз мумкин. Худди табиий маконлар сингари, бу манзиллар муайян атракционлар фонида иккинчи даражали туристик манзиллар сифатида гавдаланади.

**Ибтидоий маконлар.** Ибтидоий маконлар, жумладан: Австралия, Янги Зеландия, Канада ва АҚШ худудида яшаб ўтган туб аҳоли томонидан тошга чизилган қадимги бўёқ суратлар, тошга ўйиб чизилган суратлар, қадимги чиқинди ўринлари, қабрлар ва маҳаллий аждодларга тегишли бўлган бошқа тарихий ашёлар сайёҳларни ўзига жалб этувчи артефактлардир. Бундай диққатга созовор маконларнинг кўпчилиги ушбу кунда шу ерда истиқомат қиладиган маҳаллий аҳоли тассаруфида бўлиб, бу ерларни назорат қилиш, эгалик қилиш, экспанатлар ҳақида сайёҳларга тўғри маълумотлар бериш ва худудга қилинадиган ташриф ҳаддан зиёд ошиб кетмаслигини назорат қилиш каби тадбирлар ўша жойда истиқомат қилувчи аҳоли вакиллари томонидан йўлга қўйилган. Шунинг учун ҳам, ушбу манзилларни зиёрат қилиш жуда қулай ва сайёҳларга манзур бўлиши тўла қафолатланган.

**Тарихий ёдгорликлар.** Тарихий қадамжолар турли маданият қатламларига мансублиги жиҳатдан ибтидоий маконлардан фарқ қилади. Тарихий қадамжолар

солномалар ёзила бошлагандан кейин вужудга келган. Умумжамиятда бирор бир ашёни қачон ва қайси мезонларга асосланиб “тарихий” дея эътироф этилиш мумкинлиги тўғрисида ҳали ҳеч қандай ягона ёки умумий қонуният йўқ. Одатда бундай масалалар маҳаллий жамоат ёки олимларнинг ўзаро келишуви натижаси, ёки биргина туризм бозори тактикаси бўлиши мумкин. Тарихий қадамжолар бир нечта гуруҳларга ажратилиши мумкин. Қуйида улардан айрим оммавий кенг тарқалган турларини кўриб чиқамиз.

***Ёдгорликлар ва архитектура иншоотлари.*** Қадимий ёдгорликлар ва қурилиш иншоотлари ўзининг узоқ тарихга эгаллиги, маҳобати ҳамда буюк цивилизация маҳсули эканлиги биланкишилар диққатига созовор бўлади. Бундай турдаги тарихий ёдгорликлар ҳамда меъморий обидаларга мисол тариқасида, Миср эҳромлари, Римдаги Кализей иншооти ва Афинадаги Парфенон ибодатхонасини келтиришимиз мумкин. Яна охириги йилларда машҳурликка эришган бир нечта ёдгорликларга мисол тариқасида: Ангкор Уат (Каммбожа), Эйфел Минораси, Озодлик ҳайкали, Тож Маҳал, Кремель, Рашмор ва Лондон Минорасини олишимиз мумкин. Сидней бандаргоҳидаги улкан кўприк ҳамда Опера уйи (Опера Ҳоусе) ҳам худди шундай категорияга мансубдир. Ушбу маҳобатли иншоотлардан кейинги ўринда Европадаги кўп сонли қалъалар, Ҳиндистоннинг қадимий ибодатхоналари ҳамда Қариб денгизи ҳавзасида жойлашган колониялаштириш даврига мансуб шакар тегирмонлари туради.

***Жаҳон меъроси мақомини олган ҳудудлар ҳамда манзарали жойлар.*** Кўплаб шаҳарлар ва тарихий ҳудудлар туризм қадамжолари сифатида муҳофаза қилинади. Бундай зиёратгоҳларда сайёҳлар учун турли кўринишдаги атракционлар (масалан: қайта тамирланган тарихий иморатлар ва савдо дўконлари) ҳамда хизмат турлари (масалан: меҳмонхоналар ва ресторанлар) ташкил этилган. Девор билан мудофаланган шаҳарлар, жумладан, Роттенбург (Олмония), Йорк (Англия), Ман Этилган Шаҳар (Бейжинг), Прагадаги Эски Шаҳар ҳудуди (Чехия республикаси) ва Янги Орлеандаги Французлар бош қароргоҳи шундай шаҳарлар турига мансубдир. Австралияда ҳам шундай машҳур ва ажойиб жойлар бор. Масалан Миллерз Пойнт шаҳарчаси. Бу ерда денгиз қирғоғида барпо этилган бино ва иншоотлар, мўжаз меҳмонхоналар, гавжум

жамоат майдонлари, театр ва маъмурий бинолар қад рослаган (Waйтт & McГуирк 1996). Шаҳарнинг чекка ҳудудида жойлашган миллий меърос ҳисобланган манзарали жойлар, афсуски, унчалик машҳур эмас ва яхши муҳофаза қилинмайди. Бунга мисол тариқасида Жанубий Австралия ҳудудида жойлашган Германия маданий манзарали ҳудудларини олишимиз мумкин.

**Музейлар.** Жанг майдонларидан фарқли ўлароқ, музейлар – деярли ҳар қандай жамият томонидан ташкил этилиши мумкин бўлган маданий кўнгилочар муассаса ҳисобланиб, маҳаллий аҳамиятга эга бўлган артефактларни тўплаш ва тиклаш орқали ўз кўргазма мулкини сайёҳлар эътиборига кўргазма сифатида ҳавола қилиш учун хизмат қилади. Музейлар, Лондондаги Британия Музеи сингари таркибий қисмидан келиб чиққан ҳолда, нуфузли ҳамда бутун дунёга машҳурлардан тортиб, энг кичик обрўга эга бўлган Виктория ҳудудида жойлашган Жийлонг шаҳарчасидаги Миллий Жун маҳсулотлари музейи (Австралия) каби турларга табақалаштирилиши мумкин. Бундай турдаги музейларга яна ҳудудий шаҳарчалардаги, жумладан, Куинслэнддаги Жимпик кичик жамият музейларини ҳам киритиш мумкин. Музейлар, таркибидаги инвентарларнинг муайян бир соҳага тегишлилиги, уларнинг сон жиҳатдан кўплиги ҳамда улардаги экспонатларнинг жаҳон маданий бозорида юксак қадр-қимматга эга эканлиги билан бир-биридан фарқ қилади.

**Озиқ-овқат ва ичимлик.** Ҳар қандай туризм тажрибасида муҳим истеъмол маҳсулоти сифатида, тансиқ таом сайёҳларни юқорида айтиб ўтилган этник гуруҳ вакиллари истиқомат қилувчи ҳудудларга ва бошқа кўплаб мазилларга жалб қилувчи асосий меҳмонавозлик воситаларидан бири ҳисобланади. Сингапур каби мамлакатларда, муайян социал-сиёсий ва иқтисодий мақсадларга эришишда озиқ-овқат туризимига кенг йўл очиб берилган. Ҳар қандай сайёҳ саёҳат қилиш мақсадида бирор бир манзилни танлар экан, у аввало энг муҳим жиҳат – ўша жойнинг миллий таомлари ва ичимликларига эътиборни қаратади. Мободо маҳаллий халқ таомлари унда катта тассурот қолдирса, у ўша ерга яна келгиси келаверади.

Озиқ-овқат туризимида энг нуфузли ўринни эгаллаган туризм манзиллари бу – аъло даражадаги мусаллас тайёрлаш технологиясига эга мамлакатлар

ҳисобланади. Манзарали узумзорлар туризм фаолиятининг негизидир. Бундай сервитор узумзорлар Калифорниянинг Нейпа водийсида, Янги Жанубий Уэлснинг Хантэ водийсида ва Жанубий Австралиянинг Клэр ва Баросса водийларида мавжуд ва улар ўзлариетиштирадиган ажойиб мусалласларидан катта даромад оладилар.

**Истироҳат боғлари.** Истироҳат боғлари бу ўз ичига аттракционларни (пойга, томоша, кўргазма) камраб олган, оилавий гуруҳлар билан куни бўйи дам оладиган кенг кўламли ва кўпинча марказий ДОЖдир. Дисней билан боғлиқ жойлар (масалан: Калифорния, Анаҳемдаги Диснелант, Орландо, Флоридадаги Дисней Дунёси, ва Париждаги Эвродисней) дунёга машҳурларидандир, Австралияда энг машҳур бўлган Олтин Қирғоқ истироҳат боғлари (Дремворлд, Сеаворлд ва Мовиэворлд). Истироҳат Боғлари ташриф буйирувчилар томонидан кутиладиган ажойиб иллюстрация ва кутилмаган инженерлик иншоотлар, ҳаётда кўрмаган вазиятлар билан таъминлайди (Рожек 1993).

**Чанги курортлари.** Қор ясаиш технолигиясининг яратилиши бошқа бир яроқсиз регионларга саноатнинг такомиллашшига ёрдам беришига қарамасдан, Кўпгина СРА лар таъкидлашларига кўра, чанги курортларининг муваффақияти маълум климатик ва топографик шароитларнинг мавжудлиги билан узвий боғлиқ ҳисобланади. Чанги ҳудудларининг Америка Қўшма штатларининг сонининг 1975 ва 2000 йиллар оралиғида 745 дан 509 гача кўпайиши бўйича мустаҳкамлаш жараёни ҳозирги пайтда аниқ ва равшан ҳисобланади. Шу билан биргаликда, курортларнинг ўртача ҳажми кўпаяди ва корпоративе эгалик кенг тарқалди. Голф майдонига келсак, замонавий чанги мегакурортининг фойдалилик жиҳати бирлашган уй-жой тарққиётидан тушган даромад билан узвий боғлиқ ҳисобланиб, бундай вазиятда ҳақиқий чанги учиш қулайликлари ер олди-сотди билан шуғулланадиган инвесторларни жалб қилиш мақсадида “илмоқ” вазифасини бажаради.

**Чакана савдо.** Маълум бир шароитда, чакана савдо товарлари ва хизматлари фақатгина ҳамкор хизматлар фаолиятигина эмас балки маълум туристик аттракционлардан бири ҳисобланади.

Сингапур ва Ҳонг Конг туризмнинг асосий таркиби ҳисобланган савдо-сотиқга оид қулайликлар билан таъминловчи Жанубий-Шарқий Осиёдаги дам олиш оромгоҳларидан бири ҳисобланади. Куала Лумпур каби шаҳарларда, савдо расталар қўшма турар-жой савдо комплексини яратиш учун йирик меҳмонларда қурилган. Чакана савдо аттракционини Австралияда ҳам учратиш мумкин, қаердаким асосий бозор билан боғланган туристлар 2003 йил давомида савдо-сотиқда мамнуният билан қатнашганликларини маълум қилишди.

**Мега-савдо марказлари.** “Мага-савдо марказлари” феномени асосан Шимолий Америка билан кескин боғлиқ ҳисобланади, қаердаким Вест Эдмонтон (Канада). Америка Малли (Миннеаполис) ва бошқа комплекслар дунёдаги энг йирик савдо маркази сифатида тан олиними шубҳасиз. Йирик казинолар ва тематик боғлар каби, мега-савдо марказлари ҳам кўплаб алоҳида сибсттракционлардан иборат ва улар бу жойларда ўтказиладиган вақт миқдорини ва улар сарфлайдиган пул миқдорини максималлаштиришга кўзланган. Шуненгдек, улар характери жиҳатдан ўйлаб чиқилган Италия шаҳар манзараларини ёки Жанубий Тинч тематикаларини бирлаштиради.

**Бозор ва савдо марказлари.** Рангбаранг Кариб ва ажиб Осиё бозорлари ҳукуматга сазовор белгиланган регионларнинг умумий туризм иконлари ҳисобланади. Оддий турист учун мўлжалланган қулай ва хатарсиз муҳит яратиш билан ҳақиқийлик орасида муросамага келтириш бозор аттракционларининг менеджерига бир туртки ҳисобланади. Австралия ҳудудида Моунт Тамборине ва Эумунди (Куэенсланд) дек бирлашмалардаги давлат ва фермер бозорлари асосан мамлакат ичидаги туристлар учун йирик маҳаллий аттракционлар деб ҳисобланади.

**Спорт мусобақалари.** Замоनावий Олимпиада ўйилари барча спорт мусобақалари ичида нуфузлиси ҳисобланади, Фудбол бўйича Дунё Кубоги бир неча 1998 ва 2002 йиллар оралиғида муваффақиятли мусобақалар натижасида оқилона рақобат сифатида кўрилди. Дунё кубогининг ва олимпиада ўйинларининг бир йилда ўтказилмаслиги олдиндан пухта режалаштирилган. Йирик спорт мусобақалари кенг оммавий ахборот воситаларининг диққат – ёътонборини жалб қилишда алоҳида ўринга эга ва томобинлар сони жуда ошди.

Ушбу мусобоқалар бир неча томошобинларнинг кўрсатув олиб борилаётган шаҳарга ташриф буюришларига ундош ва бунинг натижасида жушқин таассурот ҳосил қилишда яна бир муҳим аҳамиятга эга.

**Фестивал ва томошалар.** Кўпгина шаҳарларда, хусусан Австралияда, кўплаб ва турли хил фестиваллар ва томошалар ўтказиб борилади. Австралияда иштирокчилар миқдори санъат билан боғлиқ қисми эвазига ошади. Юқорида айтиб ўтилганидек, саёҳат белгиланган жойларда ҳар хил турдаги фестиваллар ва томошалар ўтказилади ва бу маълум маҳаллий маданият ва саноатдан тортиб бошқа соҳаларни ҳам қамраб олди. Масалан, ҳар йили Кууэнсланднинг Суншине Коаст Хинтерланд ўтказиладиган машҳур Вудфорд халқ вестевали бошқа бир минглаб шунга ухшаш жойларда ўтказилиши ҳам мумкин. Бошқача қилиб айтганда, фестиваллар асосан маълум белгиланган жойларнинг ўзига оид хусусиятлари билан узвий боғлиқ бўлади. Жанубий Австралиядаги Бросса Вино фестивали маҳаллий вино саноатини қамраб олган фестиваллардан бири ҳисобланади.

**4. Жалб қилувчи жиҳатлар.** Аввал таъкидлаб ўтилганидек, белгиланган жой менежерлари туристик аттракционларининг рўйхатини жамлашлари туризм соҳасининг самарали бошқарувининг дастлабки замини ҳисобланиши муҳим саналади. Аммо аттракционларни фақатгина рўйхатга олиш ва категорияларга бўлиш етарли ҳисобланмайди. Менежерлар ҳам аттракционларга хос хусусиятлар тўпламига таянган ҳолда ўзларининг ҳолат кўрсатгичини баҳолашлари мумкин ва бунинг асосида мувофиқ режалар ва бошқарув қарорлари ҳақида маълумот беришади. Ва ушбу ўзгаришларнинг табиатини акс этишда ҳар ҳолатда ҳам спектрдан кенг фойдаланишади. Такдим этилишларининг кетм-кетлигига қарамасдан ушбу аттракционларнинг ҳар жиҳати ҳисобга олинади. Қуйидаги тасвир муҳокама қилинмайди, чунки бу хусусият бошқа бир саҳифаларда кўриб чиқилган.

**Мулкчилик.** Дикқатга сазовор жойларга эгалик қилиш, режалаштириш ҳамда бошқарув жараёнига муҳим таъсир қилади. Масалан, Голд Коуст соҳилидаги Ламингтон Миллий боғи давлат мулкига тегишлилиги шахсий мулкдан кўра давлатга кўпроқ фойда келтиради, чунки қарор қилишдаги аτροφ

муҳит ҳамда ижтимоий жиҳатларни ҳисобига олиш ва юқори савияли эҳтиёткорлик келажак авлод учун фойда келтиради. Давлат мулкчилиги қисқа муддатлига қарама-қарши тарзда узок муддатли атроф-муҳитни кенг тартибга солиш демакдир.

**Мўлжал.** Фойдалиликнинг белгиси бу шахсий мулкчилик секторига боғлиқ лекин айнан ўзи эмас. Йиллик фойдага эга бўлган ҳукуматлар келажак авлод фойдаси учун муҳим эътибор беради яъни, ўз назоратида бўлган диққатга сазовор жойларга ҳурмат билан қараш, бошқариш ишларини ўз навбатида олиб боради. Миллий боғда кўзланаётган вазифаларнинг асосийлари фойдаланувчилар маошлари, ташриф буюрувчилар ҳиссасини пасайтириш, шахсий ҳомийларнинг фаолияти учун юқори имконият ва ташриф буюрувчилар эҳтиёжига юқори эътибор беришдир. Шунда миллий боғ мижозлар ва ташриф буюрувчиларнинг эҳтиёжини қондирадиган ҳақиқий бизнесга айланади.

**Фазовий ҳолати.** Географик шакл ва ҳажмнинг таъсирлари чизиқли жойлар билан боғлиқ муаммолар орқали олдинроқ ёритиб ўтилди. Аксинча, юмалоқ ёки тўртбурчак ерлар (баъзи миллий боғлар) мўжаз жойлар чегарасининг узунлигини ва ёнма-ён жойлардан фойдаланишга норозилик ҳолатини камайтиради. Бу шунингдек амалий аҳамият касб этади, яъни чегаралар узунлиги тўсилиши ёки қўриқланиши керак. Ернинг классификацияси текшириш шкаласига боғлиқ. Масалан, жанубий-ғарбий қироллик ерларининг ҳудудий стратегияси ички жиҳатдан фарқланмайдиган “нуқта” ёки “жой” сифатида Дриимуолд ҳисобланарди, бироқ махсус ер режаси ички жиҳатдан фарқ қиладиган “майдон” сифатида бир хил жой ҳисобланарди.

**Ҳақиқийлиги.** Ҳолбуки, эгалик, ориентация ва фазовий конфигурация нисбатан тўғри келади, “ҳақиқийлик” ҳолати эса анчагина ноаниқ ва фарқли ҳисобланади (МакКанелл 1976). Тўлиқ муҳокама бу китоб доирасидан ҳоли, лекин шуни айтиш керакки ясама ёки сунъий бўлмаган ҳақиқий мўжаз жойни назарда тутади. Шунингдек, кейингиси керак бўлмайдиган салбий хусусиятдир. Масалан, Ласкодаги (Франция) Неолит даврига оид 40000 йиллик ғордаги расмлар туристлар учун терлаш ва нафас олиш каби муаммоларга сабаб бўлгани туфайли, узок бўлмаган жойдан томоша қилиш учун айнан шунга ўхшаш объект

барпо этилди. Сунъий объектнинг ижобий ёки салбий кўриниши уни қандай тушунтириб ва таржима қилиб берилишига боғлиқ; агар туристга унинг ясама эканлиги айтилса ва ҳақиқий объект илмий ўрганилаётганлиги сабабли сақланаётгани айтилганда ясама объект ижобий талқин қилиниши мумкин. Шунга ўхшаш Лас Вегас мега-казиноси ҳақиқий бўлмаган хизмат таклиф этади лекин мижозлар буни билгани учун муаммо туғдирмайди.

**Танқислик.** Танқисликнинг муҳим таъсири шуки, жуда камёб ёки ягона бўлган мўжаз жойлар танқислик туфайли туристлар учун ҳам жуда жозибали ҳам жуда салбий бўлиши мумкин. Спектрнинг бошқа бир тарафида қарийб ҳамма жойда қуриладиган ёки ташкил этиладиган турли манбалардир. Танқислик ёки яккалик умумбашарий миқёсда улкан кадр-қимматга эга, яъни, дунёнинг энг чуқур кўли ўз хусусияти билан туристлар учун Жанубий Австралия ёки Тасманиядаги энг чуқур кўлдан кўпроқ қизиқарлироқдир.

**Машҳурлик ҳолати.** Бирламчи ёки муқаддас саналган жойлар билан иккиламчи жойлар ўртасида сезиларли фарқ бўлади, яъни, туристлар белгиланган жойга биринчи марта ташриф буюраётган бўлсада, бирламчи мўжаз жой туфайли улар ўз тасаввурларига эга бўлади. Белгиланган жойда бирдан ортиқ машҳур, яъни, бирламчи жой бўлиши мумкин, масалан, Париждаги Эйфель минораси ва Лувр музейи, Сиднейдаги қароргоҳ ва Опера Уйи шулар жумласидандир. Машҳур жойларнинг хусусиятларидан бири улар ўша жойнинг асосий манбасидир (масалан, Роял Канадиан Маунтед Полис, Миср эҳромлари). Яна бир кучли хусусияти шуки, агар муқаддас жойлар ёнғин, табиий офат ёки бошқа нарсалар туфайли йўқ бўлса у ерга ташриф буюриш йўқолади (“йўқолган жойни тиклаш” га қаранг)

**Ёдгорликнинг йўқолиши.** 2003-йил 3-май куни АҚШда урушлар ва табиат таъсирида қари одам кўринишига кириб қолган тоғчўққиси водийга қулаб тушди. Бу чўққи Нью Хемшайэнинг туристлар зиёратгоҳи бўлиб 1945-йилдан ёдгорлик сифатида тан олинган. Бу ёдгорлик 20-аср бошларидан бери таъмирлаб келинган бўлсада тўсатдан қулаши ҳаммани ҳайратга солди. Ҳукуматнинг биринчи иши унинг қандай рўй берганини текшириш бўлди. Қоя кўриниши билан боғлиқ манзарани қуришга эътибор қаратилди. Масалан, манзаралар асосий нуқтага,

яъни, Қари Одамнинг ҳозирги кўринишига 3Д расм ёнма-ён жойлаштирилди. Тоғ ёнбағрида меъморий юриш йўлакчаси қурилди ва ёдгорликка бағишлаб қурилган мавжуд музей кенгайтирилди. Шаҳар губернатори 3-май кунини «Қария Одам тоғи кунини» деб эълон қилди ва расмий ва норасмий сувенирлар тўплами тайёрланди. Расмлар ва эсталикларни улашиш учун нашр қилинган китобларга ҳукумат парклари ташкил этилган.

Баъзи интернет маълумотларида ёдгорликнинг ва қоя бўлақларининг янги кўринишини ишлаб чиқишга (Шимолий-ғарбий қўшма штатлардаги энг баланд нуқта ва шамол тезлиги энг юқори бўлган жой, Вашингтон тоғи бўлиши мумкин) қилинаётган саъйи-ҳаракатлар келтирилган (5.6 (б) расмга қаранг). Шунингдек Қария Одам ёдгорлигини муайян жой сифатида капиталлаштириш таъкидланмоқда, яъни, йўқотилган манзаранинг афсонавийлик ва илоҳийлик ҳолатини кучайтириб, сақлаб уни тарихий ёдгорликлар гуруҳига киритган ҳолда қадрланаяпти. Шундай қилиб Қария Одам ёдгорлигининг йўқ бўлгани тўғрисидаги шов-шувлар бартараф этилиши ва яна кўп туристлар бу жойга ташриф буюриши кутилмоқда.

**Қабул қилиш ҳажми.** Доимий сифатга эга бўлмаганлиги сабабли қабул қилиш ҳажмини ўлчаш қийин. Туризм хизматлари шакллантирилмаганда миллий боғ паст қабул қилиш ҳажмига эга бўлиши мумкин, лекин чанг йўлакларга тош ётқизилса ва биологик ҳожатхоналар ўрнатилиб, туристлар эҳтиёжлари қондирилганда қабул қилиш ҳажми юқори бўлиши мумкин. Жойларни шакллантиришдаги ушбу жараёнларда қурилиш ишлари мавжуд манбалар, масалан ёввойи дунё ҳаётига ёки ўша жойга шикаст етказмасликни менежерлар қафолатлаш керак (9-11-бўлимларга қаранг). Шуниси муҳимки, менежерлар ҳар доим аттракционнинг қабул қилиш қобилияти ҳақида маълумотларга эга бўлади, шунинг учун, вазиятдан келиб чиқиб, қабул қилиш қобилиятининг ўсиши ёки пасайиши ҳисобга олинади, яъни, мавжуд қабул қилиш қобилияти ортиб кетмайди.

**Кириш ёки хизмат кўрсатиш қулайлиги.** Хизмат кўрсатиш қулайлиги вақт, имконият ва зич эмаслиги билан ўлчанади. Бир йўлак орқали жойга кириб бориш кириш назоратини енгиллаштиришга ёрдам беради, лекин сув тошқини

ёки зилзила содир бўлганда жойдан чиқишда тирбандлик салбий ҳолат ҳисобланади. Жойга кириб боришда яна бир қоида аттракционга қандай кириб бориш йўл белгилари ва йўл харитасида кўрсатилади. Кириш мумкин бўлган давр мавсумий (масалан, майдонда қор кўчиши мумкин) ёки белгиланган кун ёки ҳафталарда бўлиши мумкин (иш соатлари ёки кунларида). Қабул қилиш имконияти ташриф буюриш даражаси ва талабга қараб муҳим рол ўйнайди. Юқоридаги уч қоиданинг барчаси иш юритиш тизимининг самарали қисми сифатида аттракцион соҳаларида ҳисобга олиниши керак.

**Талаб.** Диққатга сазовор жой ва мўжаз жойларга бўлган талаб мавсум, кун вақти, нарх-наво ва бошқа омилларга қараб ўзгариб туради. Ўринли биринчи қоида шуки, аттракцион, туризм бозорига ажойиб боғ сифатида ёки бозорнинг маълум бир қисмида мижозларни жалб этувчи сифатида мурожаат қилади (6-бўлимга қаранг). Жойлар ва нарсаларнинг туристларга мўлжалланиши иккинчи қоида ҳисобланади, шунга қарамай ушбу жойлар маҳаллий аҳолини ҳам ўзига жалб қилади. Юқори ёки паст даражада аралаш мижозларнинг келиши сабабли, кенг қамровли «ташриф буюрувчиларни жалб этиш» атамаси «туристларни жалб этиш» атамасига қараганда кўпроқ ишлатилади. Туристлар ва маҳаллий аҳолини биргаликда кўп жалб этиш ижобий ва салбий хусусиятларга эга. Масалан, алоҳида туристларга мўлжалланган жой маҳаллий аҳолининг норозилигига олиб келиши мумкин, лекин туристлар ва маҳаллий аҳолини аралаштириш баъзи ҳолатларда маданий келишмовчилик эҳтимолини оширади.

**Умумий аҳвол.** Умумий аҳвол асосий жой ва нарсаларни ўраб турган замон ва макон хусусиятларини тасвирлайди ва у ташқи тизимларнинг ўзгармас ва ҳақиқий таъсирлари ҳисобланган ҳолатдир. Ташқи таъсирга мос мисол, атроф-муҳитга сезиларли таъсир қилувчи миллий боғни ўраб турадиган лойиҳалаштирилган дарахтзорлардир, яъни, улар ҳимоя зонаси сифатида хизмат қилади. Бунга зид равишда, яқинроқда жойлашган шахта боққа номутаносиб бўлиши мумкин. Дунёвий умумий аҳволнинг муносабати катта спорт мусобақаларида намоён бўлади, бошқа бир шахардаги худди шундай мусобақада қисқача кўринади, яъни, вазиятларга ижтимоий қизиқишни уйғотади ёки пасайтиради.

Ўзбекистон ҳам азал-азалдан ўзининг табиати, бой тарихи, меъморий обидалари, буюк алломалари билан жаҳоннинг энг ривожланган мамлакатлари аҳолисини ҳам ўзига жалб этиб келмоқда. Шу сабабли мамлакатимизда мустақилликка эришганимиздан сўнг, туризм соҳаси шиддатла ривожланиб бормоқда. Туризм – иқтисодиётнинг юқори даромад келтирадиган ва жадал ривожланаётган муҳим соҳаларидан бири. Туризм ривожланишининг энг асосий омилларидан бири тинчлик, барқарорлик, ўзаро меҳр-оқибат ва ҳамжиҳатликдир. Ўзбек халқида шу каби туйғулар мавжуд бўлгани учун ҳам Ўзбекистонда туризм ривожланмоқда ва туристлар сони кундан-кун ошиб бормоқда. Тошкент, Самарқанд, Бухоро, Хива каби қарийб 3 минг йиллик тарихга эга шаҳарларимиз халқаро конференцияларга, кўргазмалар ва кўплаб нуфузли мусобақаларга мезбонлик қилмоқда.

Мустақилликни аввалги йиллариданоқ мамлакатимизда туризмга алоҳида эътибор берилганлигини 1992 йил 27 июлда Президентимиз Ислом Каримов фармони билан «Ўзбектуризм» Миллий компанияси ташкил этилиши ва ўз зиммасига мамлакатимизда туризмни ривожлантириш, туристик ташкилотлар фаолиятини мувофиқлаштириш, кадрларни жаҳон стандартларига жавоб берадиган қилиб тайёрлаш каби вазифаларни олишдан кўришимиз мумкин. «Ўзбектуризм» Миллий компанияси туризм фаолиятини мувофиқлаштириш ва лицензиялаш бошқармаси бошлиғи Анвар Темирхўжаев таъкидлашича “Ўтган давр мобайнида туризм саноатини замонавийлаштириш, мамлакатнинг меҳмонхона ва транспорт инфратузилмасини яхшилаш ҳамда тармоқнинг ривожланиш пойдевори бўлган туризм соҳасидаги меъёрий ҳуқуқий базани шакллантириш бўйича кенг кўламли ишлар қилинди”<sup>13</sup>.

Ўзбекистон 7000 дан зиёд тарихий ва маданий ёдгорликлари борлиги сабабли дунёдаги 10та етакчи мамлакатлар қаторига киради. Самарқанд, Бухоро, Хива ва Шаҳрисабз шаҳарлари эса ЮНЕСКОнинг Бутунжаҳон мероси рўйхатига киритилган. Президентимиз ўз маърузаларида ҳам “Жаҳон тарихидаги энг муҳим маданий ва ижтимоий-иқтисодий аҳамиятга эга бўлган ўта ноёб ҳодиса – Буюк

---

<sup>13</sup> [www.old.uzbekistonovozi.uz/page-10004353.html](http://www.old.uzbekistonovozi.uz/page-10004353.html)

ипак йўли айнан ана шу шаҳарлар ва маданиятлар марказлари орқали ўтган”<sup>14</sup> деб Буюк ипак йўлининг туризмдаги аҳамияти тўғрисида алоҳида фикр билдирган.

2014-йилда Самарқанд дунёдаги ташриф буюриш керак бўлган 50 шаҳарнинг бири деб тан олиниши<sup>15</sup> “Форумлар мажмуаси”да 2-октябр куни БМТ Жаҳон сайёҳлик ташкилоти Ижроия кенгашининг 99-сессияси очилиши, Ўзбекистон эришган чиройли ютуқлардан биридир. Салкам 3 минг йиллик, ғоят бой тарихга эга бўлган бу азим шаҳар ўзининг улуғвор меъморий ёдгорликлари, мовий гумбазлари, бетакрор шарқона қиёфаси билан саёҳатчилар ва меҳмонлар эътиборини тортиб келади.

Мустақилликка эришганимиздан сўнг туризм соҳасидаги давлат сиёсатининг янги тамойиллари татбиқи бугунги ютуқларимизга асос бўлди. “Жаҳон туристик ташкилоти”нинг туризмни барқарор ривожлантириш концепциясига кўра: “Туризмнинг барқарор ривожланиши келажак учун имкониятларни сақлаб туриш ва яхшилаб бориш даври мобайнида ҳозирги пайтда туристлар ва уларни қабул қилувчи ҳудудлар эҳтиёжларига жавоб беради. Бу барча ресурсларни бошқаришнинг шундай йўналишики, унинг натижасида иқтисодий, ижтимоий ва эстетик эҳтиёжлар маданий қадриятларнинг, экологик жараёнларнинг, биологик хилма-хилликнинг ҳаёт фаолиятини қўллаб-қувватлаш тизимини сақлаб қолиниши билан бирга қондирилиб боради”<sup>16</sup>.

Маълумот ўрнида айтиб ўтиш керакки, Ўзбекистонда сўнгги 5-йилда умумий қиймати қарийб 3 миллиард долларлик инвестициялар ҳисобидан узунлиги 2600 километр бўлган замонавий автомобил йўллари қуриш ва реконструкция қилиш ишлари амалга оширилди, шунингдек, кемпинглар, ёнилғи қуйиш шохобчалари, овқатланиш ва маиший хизмат кўрсатиш масканларини ўз ичига олган кўплаб йўл бўйи инфратузилма объектлари барпо этилди. 2015-йилгача биргина Қашқадарё вилоятида туризмни ривожлантириш учун 102 млн АҚШ доллари ажратилди. Ўзбекистонда 11та халқаро аэропорт фаолияти у ердаги замонавий «Airbus» ва «Boing» авиалайнерлари «Talgo», «Afrosiyob» тезюрар поездлари туристларга саёҳатларини тез, қулай ва хавфсиз ташкил этиш

<sup>14</sup>[uz.uz/tourism/asi-prezidenti-islom-karimovning-bmt-ja](http://uz.uz/tourism/asi-prezidenti-islom-karimovning-bmt-ja)

<sup>15</sup>[www.huffingtonpost.com/minube/the-top-50-cities-to-see\\_b\\_5547308.html](http://www.huffingtonpost.com/minube/the-top-50-cities-to-see_b_5547308.html)

<sup>16</sup><http://www.world-tourizm.org/sustainable/doc/21-def.pdf>

имконини бермоқда. Мана шундай шароитлар сабабли ҳам мамлакатимизга 2013-йилда дунёнинг 70 дан ортиқ давлатидан сайёҳлар ташриф буюрди ва уларнинг йиллик сони 2 миллиондан ошди. 2013-йилда сайёҳлик хизматлари экспорти ҳажми 615 миллион доллардан зиёдни ташкил этди. Бугунги кунда туризм соҳасида 200 мингдан ортиқ киши меҳнат қилмоқда, бу тармоқнинг мамлакатимиз ялпи ички маҳсулотигаги улуши 2 фоиздан ошди. Бу кўрсаткичлар Ўзбекистон Республикасининг фақатгина мустақиллик йилларида туризми ривожланганлигини эмас балки, шу йўсинда давом этилса келажакда дунёнинг, туризми энг ривожланган мамлакатлар қаторида туришини ҳам кўрсатиб беради.

### **Биринчи боб бўйича хулоса**

Туризм соҳасида юқори салоҳиятга эга бўлган мамлакатимиз, ўзининг табаррук қадамжолари, гўзал табиати, буюк қадриятлари ва анъаналари билан хорижий туристларни янада ўзига жалб қилмоқда. Аксарият мамлакатларда туризм асосий даромад манбаси ҳисобланади. Бутунжаҳон туризм ташкилотларнинг далилларига кўра, бугунги кунга келиб, туризм саноатида 195 миллион ходимлар фаолият кўрсатиб, унинг йиллик ҳисоботи 900 миллиард долларни ташкил этади. Халқаро иқтисодда халқаро туризмдан келадиган фойда автомобил ва нефт-газ саноатидан кейин учинчи ўринда туради. Ўзбекистон туризм бўйича ва тарихий ёдгорликлари бўйича етакчи мамлакатларнинг ўнлигидан жой олган. Мамлакатимизда тўрт мингдан ортиқ тарихий ва маданий ёдгорликлар мавжуд. Самарқанд, Бухоро, Шаҳрисабз ЮНЕСКО нинг жаҳон дурдоналари рўйхатига киради.

Дунё бўйича туризмнинг аҳамияти доимий равишда ўсиб келмоқда. Бу туризмнинг иқтисодиётга бўлган бевосита таъсири натижасидир.

Туризм айрим давлатлар иқтисодиётида муҳим вазифаларни бажариб келмоқда:

1. Валюта манбаи, бандликни таъминлаш воситаси ва тўлов баланси муаммосини ечишда хизмат қилмоқда;
2. Ялпи ички маҳсулот (ЯИМ) кўрсаткичи кўтарилмоқда;
3. Иқтисодиёт диверсификацияси ҳамда, туризмга хизмат кўрсатувчи янги

соҳалар пайдо бўлишига таъсир кўрсатмоқда.

4. Туризм соҳасида бандлик ўсиши билан, аҳоли даромадлари ва миллатнинг бойлиги ортмоқда.

## II-БОБ. САМАРҚАНД ШАҲРИГА ХОРИЖИЙ ТУРИСТЛАРНИ ЖАЛБ ЭТИШ ЖАРАЁНЛАРИНИ БОШҚАРИШ ТАҲЛИЛИ

### 2.1. Самарқанд вилоятининг туристик салоҳияти, йўналишлари ва хорижий туристларни жалб этиш воситаларини қўллаш имкониятлари

Маълумки, ҳар бир ҳудуд иқтисодиётининг бирор-бир йўналишда ихтисослашуви ундаги мавжуд ресурсларнинг нисбий, баъзан эса абсолют устунлигидан келиб чиқиши лозим. Халқаро амалиётда қабул қилинган ушбу тамойил, ҳар бир ҳудудда ижтимоий-иқтисодий ривожланишнинг самарали параметрларига эга миллий хўжаликларни яратиш имконини берувчи ресурслар дастаги мавжудлигини эътироф этади. Фикримизча, Самарқанд вилоятида шундай кучли дастаклардан бири туризм ва мавжуд туристик ресурслар ҳисобланади.

Туризм жаҳон иқтисодиётининг барқарор ривожланиб бораётган тармоқларидан бири ҳисобланиб, ушбу соҳа мутахассислари томонидан “келажак индустрияси” сифатида эътироф этилмоқда. БТТнинг “Халқаро туризм Барометри” кўрсаткичларига асосан 2014 йилда халқаро кирувчи туристик оқимнинг ўсиш даражаси 2013 йилга нисбатан 4,3 фоизни ташкил этган. Агар ушбу тенденция сақланиб қолса, 2030 йилда дунё бўйича халқаро туристлар сони 1,8 млрд. кишига етади<sup>17</sup> [1]. Шу сабабли, туризм соҳаси жаҳон иқтисодиётининг кейинги юз йилликдаги ривожланишини белгилаб берувчи тармоқлар қаторига киритилган. Бу борада таниқли америкалик футуролог Дж. Нэйсбитнинг фикрича, ривожланишнинг кейинги босқичларида туризм ўз қўламига кўра фақатгина телекоммуникациялар ва ахборот технологиялари соҳасидан кейинги ўринни эгаллайди.

Туризм нафақат ривожланган, балки, ривожланаётган, ҳаттоки, нисбатан кам ривожланган мамлакатлар ва ҳудудлар ижтимоий-иқтисодий тараққиётининг қудратли катализатори ҳисобланади. Халқаро меҳнат ташкилотининг маълумотларига кўра, бугунги кунда халқаро туризм тизимида дунёни меҳнатга лаёқатли аҳолисининг 276845 минг кишиси банддир<sup>18</sup>. Шунингдек, бу тармоқда яратилган битта янги иш ўрни саноат тармоғига нисбатан 20 баробар арзонга тушади. Бирор-бир мамлакатга ташриф буюрувчи ҳар 30 та турист бевосита битта ёки билвосита иккита янги иш ўринларини барпо қилишга имконият яратади<sup>19</sup>. Демак, хулоса қилиш мумкинки, ҳудудий иқтисодиётининг бошқа тармоқларга нисбатан туризм соҳаси камроқ сарф- харажатлар эвазига кўпроқ иш ўринларини яратиши ва валюта тушумларини таъминлаши мумкин.

Шуни алоҳида таъкидлаш лозимки, туризмнинг ижтимоий-иқтисодий аҳамияти унинг мультипликатив самарасига асосланади. Таниқли польшалик

<sup>17</sup> UNWTO Tourism Highlights 2015 Edition, [Электрон манба]:<http://www.unwto.org>

<sup>18</sup> Travel & Tourism Economic Impact 2015 World, [Электрон манба]:<http://www.wttc.org>

<sup>19</sup> Богданов Ю.В. Развитие индустрии туризма как фактор социально-экономического роста региона (на примере Санкт-Петербурга и Ленинградской области) Автореферат дисс. ... кан. экон. н. Санкт-петербург – 2004. С.4.

олим Ирена Енджейчик таъкидлашича: «мультипликатив самара туфайли туризмда яратилган янги битта иш ўрни туризм билан боғлиқ бошқа тармоқ ва соҳаларда янги етита иш ўрнини яратади»<sup>20</sup>. Айнан ана шу куч туфайли туризм катта рекреацион имкониятларга эга бўлган мамлакат ва ҳудудларда ижтимоий-иқтисодий ривожланишнинг янги босқичини бошлаб бериши мумкин. Демак, Самарқанд вилоятида мавжуд туристик салоҳият, бой тарихий- маданий мерос, қулай табиий-иқлим шароитларидан самаралироқ фойдаланган тақдирдагина, ҳудуд иқтисодиётини янада юксалтирувчи шундай кучга эга бўлиши мумкин.

Аммо, бугунги кунда Самарқанд вилоятида туризм тармоғининг ривожланиши ўзининг тўлиқ имкониятлари даражасига етгани йўқ. Ҳудуд миқёсида туризм тармоғининг иқтисодиётга таъсирини аниқлаб берувчи кўрсаткичлардан бири ушбу соҳада яратилган қўшилган қийматнинг ялпи ҳудудий маҳсулотдаги улуши ҳисобланиб, 2014 йилда у 0,6 %га (туристик-экскурсион ва меҳмонхона хизматлари) яқин кўрсаткични ташкил этиб<sup>21</sup>, республика миқёсидаги мос кўрсаткичидан (ушбу даврда туристик-экскурсион ва меҳмонхона хизматларининг мамлакатимиз ЯИМдаги улуши 0,25 фоизга яқин) юқори бўлишига қарамай, туризмни ҳудуд иқтисодиётининг етакчи тармоқларидан бири сифатида ривожлантирувчи баъзи мамлакатлар ва ҳудудларга нисбатан анча пастдир (мисол учун, 2014 йилда туризм тармоғининг мамлакат ЯИМдаги улуши Мальтада –25,5 %, Кипрда –20,6 %, Юнонистонда – 16,3 %, Испанияда – 15,7 %, Португалияда 15,6 %, Туркияда 12,6 %ни ташкил этган<sup>22</sup>).

Бундан ташқари, Самарқанд вилоятида туристик хизматлар умумий ҳажмининг жами товар ва хизматлар экспорти ҳажмидаги улуши 2014 йилда 6%ни ташкил этди. Бу эса, ўз навбатида, туризм тармоғининг ҳудудий иқтисодиётнинг асосий экспорт қилувчи тармоғи сифатидаги истиқболини белгилаб беради.

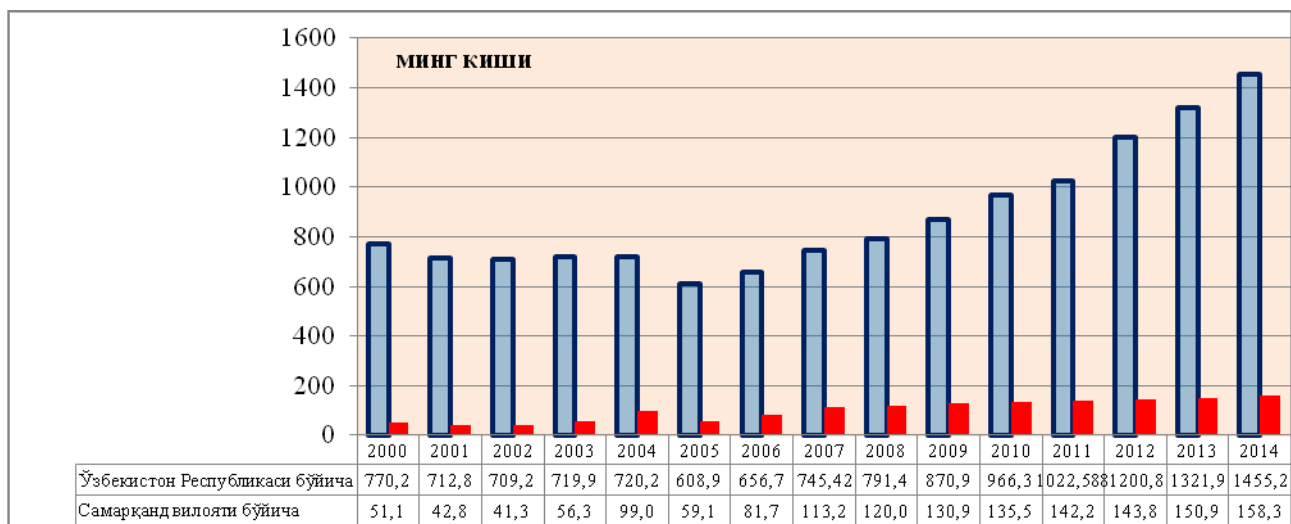
Мамлакатимиз ва унинг ҳудудларида туризмни ривожлантиришда қўлга киритилган ютуқларга назар ташлайдиган бўлсак, аввало туризм тизимида хизмат кўрсатилган ташриф буюрувчилар сонининг йилдан-йилга ўсиб бораётганлигини кузатиш мумкин (1-расм).

---

<sup>20</sup> Енджейчик И. Современный туристский бизнес. Экстратегии в управлении фирмой. Пер. с польск. М: Финансы и статистика, 2003. – 320с.,С.10.

<sup>21</sup> Ўзбекистон Республикаси Статистика қўмитаси маълумотлари асосида муаллифлар томонидан ҳисобланган

<sup>22</sup> Travel & Tourism Economic Impact 2015 World, [Электрон манба]:<http://www.wttc.org>



## 1-расм. Хизмат кўрсатилган ташриф буюрувчилар сонининг ўзгариш динамикаси (минг киши)

### Манба: “Ўзбектуризм” МКнинг оператив маълумотлари

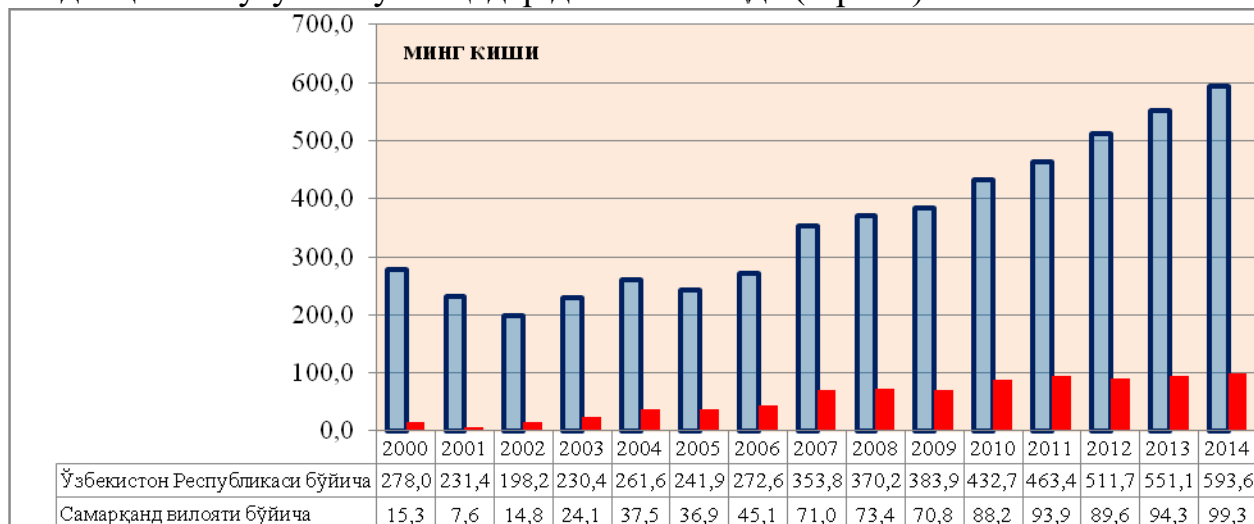
\*2013, 2014 йил маълумотлари муаллифлар томонидан охириги беш йил кўрсаткичларининг ўртача йиллик ўсиш даражасини аниқлаш орқали ҳисобланган.

Ўзбекистон Республикаси ва Самарқанд вилояти туризм бозорида хизмат кўрсатилган ташриф буюрувчилар сонини ўзгариш динамикасининг таҳлилига кўра, 2001йил (республика бўйича мазкур кўрсаткич -7,5 %га, Самарқанд вилоятида эса -16,2 %га камайиши кузатилган), 2002 йил (Ўзбекистон республикасида мазкур кўрсаткичнинг -0,5 %га камайиши, Самарқанд вилоятида эса -3,5 %га камайиши кузатилган) ва 2005 йиллар (Ўзбекистон республикасида мазкур кўрсаткичнинг -15,5 %га, Самарқанд вилоятида эса -40,3 %га камайиши кузатилган) давомида кузатилган қисқа даврли пасайишдан сўнг, 2006 йилдан бошланган ижобий ўсиш тенденцияси бугунги кунга қадар барқарор давом этмоқда. Аммо, республика бўйича туризм тизимида хизмат кўрсатилган ташриф буюрувчилар сонининг 2000-2007 давр оралиқларидаги ўртача йиллик ўсиш тенденцияси -0,1 %дан, 2007-2014 йиллар давомида 10,1 %гача ўсиши кузатилган бўлса, Самарқанд вилояти бўйича эса мазкур кўрсаткич 2000-2007 йиллар давомидаги ўртача йиллик ўсиши 18,4 %ни ташкил этиб, 2007-2014 йиллар давомида эса ўртача йиллик ўсиши 4,9 %гача пасайган.

Маълумки, ҳар қандай тармоқнинг миллий иқтисодий ривожлантиришдаги аҳамияти унинг экспорт салоҳияти билан белгиланади. Миллий туризм соҳасида эса, ушбу салоҳиятни миллий маҳсулотларнинг хорижий истеъмолчилари, яъни хизмат кўрсатилган хорижий ташриф буюрувчиларнинг умумий миқдори белгилаб беради.

Ўзбекистон Республикаси ҳамда Самарқанд вилояти туризм бозорларида хизмат кўрсатилган хорижлик ташриф буюрувчилар сонининг қиёсий

тахлилига кўра, Ўзбекистон Республикаси туризм бозорида хизмат кўрсатилган хорижий ташриф буюрувчилар сонининг ўсиши 2001йилда -16,8 %ни, 2002 йилда -14,4 %ни, 2005 йилда -7,5 %ни ташкил этган. Ушбу қисқа даврли пасайишдан кейин 2006 йилда бошланган ижобий ўсиш тенденцияси бугунги кунга қадар давом этмоқда (2-расм).



## 2-расм. Хорижий ташриф буюрувчилар сонининг ўзгариш динамикаси (минг киши) Манба: “Ўзбектуризм” МКнинг оператив маълумотлари

\*2013, 2014 йил маълумотлари муаллифлар томонидан охириги беш йил кўрсаткичларининг ўртача йиллик ўсиш даражасини аниқлаш орқали ҳисобланган

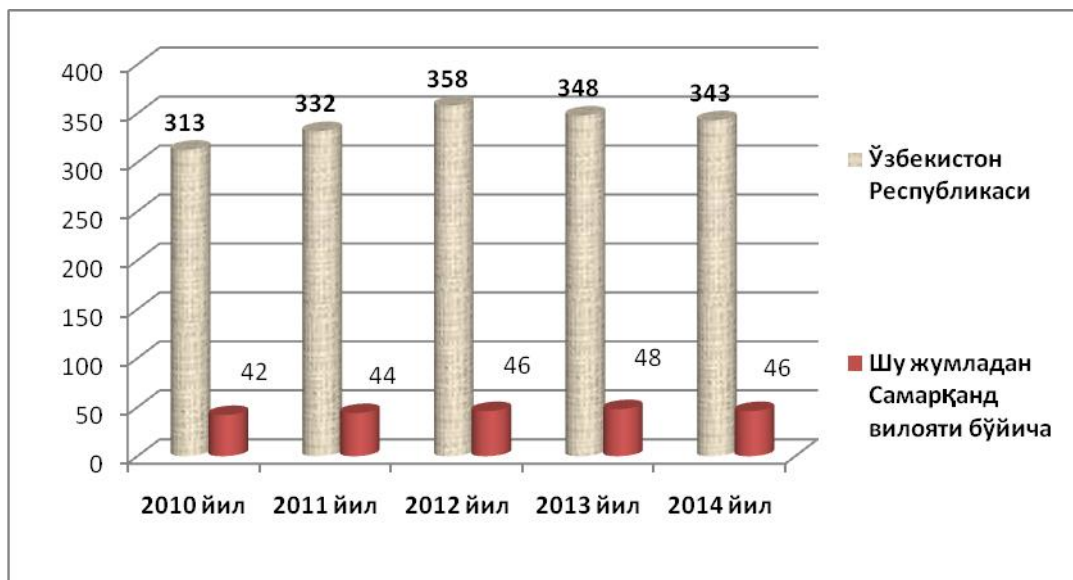
Самарқанд вилояти туризм бозорида эса ҳолат ўзгача, хизмат кўрсатилган хорижлик ташриф буюрувчилар сонининг ривожланиш динамикасида 2006 йилдан кейинги даврларда ҳам пасайиб бориш тенденцияси кузатилмоқда. Хусусан, ҳудудий туризм бозорида хизмат кўрсатилган хорижлик ташриф буюрувчилар 2009 йилда -3,5 %га, 2012йилда -4,6 %га камайган.

Олиб борилган таҳлил натижаларига кўра, Ўзбекистон Республикаси туризм бозорида хизмат кўрсатилган хорижий ташриф буюрувчилар сонининг 2000-2007 давр оралиқларидаги ўртача йиллик ўсиш тенденцияси 4,8%дан, 2007-2012 йиллар давомида 7,7 %гача ўсиши кузатилган. Самарқанд вилояти бўйича эса, 2000-2007 йиллар давомида мазкур кўрсаткичнинг ўртача йиллик ўсиши 34,4 %ни ташкил этган ҳолда, 2007-2014 йилларга келиб ўртача йиллик ўсиши 5,4 %гача пасайганлигини кузатиш мумкин.

Самарқанд вилояти қадимги давр тарихий-меъморий обидаларга бой вилоят ҳисобланади. Самарқанддаги обидалар 2001 йилда ЮНЕСКОнинг жаҳондаги инсоният қолдирган меърослари рўйхатига киритилди ва шаҳар «Самарқанд жаҳон маданият ўчоғи» номинациясини олди. Самарқанд вилояти алоҳида тарихий марказ ҳисобланиб қолмай, балки турли

маданиятлар туташган маскандир. Мисол учун Темурийлар даври маданияти. Бундай маданиятлар дунё миқёсида ҳам кўпчиликти қизиқишни уйғотади.

Бу ҳудудларда туризмни ташкил этиш ва сайёҳларни жалб этиш учун 2014 йила маълумотларига кўра 343 туристик ташкилот, шу жумладан Самарқанд вилояти бўйича 46 туристик фирма ва ташкилотлар фаолият кўрсатиб келган (2.1-расм)



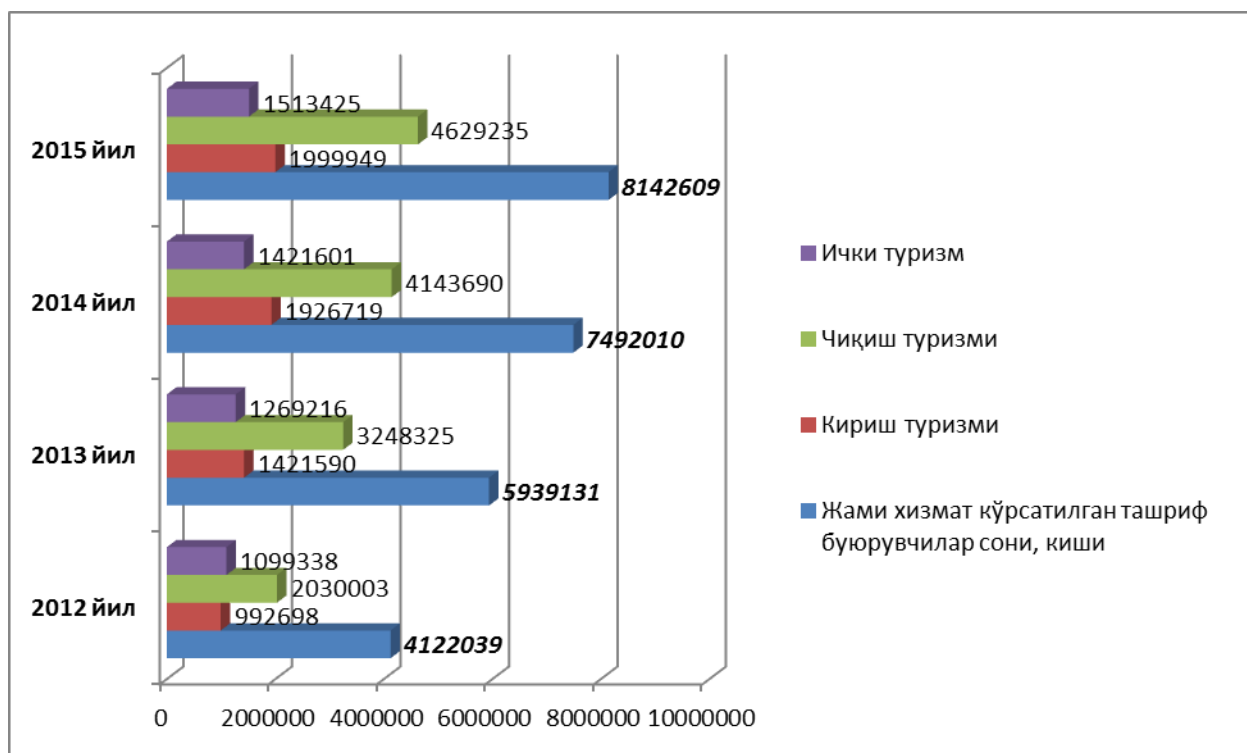
**2.1-расм. 2010-2014 йилларда Ўзбекистон Республикаси бўйича туристик фирма ва ташкилотлар сонининг ўзгариш динамикаси, бирлик**

Самарқанд вилоятидаги алоҳида аҳамияга эга иморатлар ҳозирги кунда таъмирлаш ва қайта тиклаш ишлари олиб борилмоқда. Бундай қизиқарли иншоотларни ўрганиш нафақат тарихчилар учун балки маҳаллий туристлар ва хориждан келаётган меҳмонларнинг сонини оширишга сабаб бўлмоқда. 2004 йил Самарқанд шаҳрида Бутунжаҳон Туристик ташкилотининг доимий идораси очилди. Самарқанд вилояти мамлакатдаги ягона туризм маркази ҳисобланиб, узоқ муддатли истиқболга эгадир. 2015 йилда Самарқандга келган саёҳатчилар сони 180,0 мингга яқин кишини ташкил қилди, 2020 йилга бориб эса бу кўрсаткич 500,0 минг кишига етар экан. Албатта, бундай натижаларга мажмуали туризм инфраструктурасини шакллантириш,

хизматларни, туризм моддий техника баъзасини яхшилаш каби йўллар билан эришилади.

Жумладан, 2015 йилда Самарқандга 51160 нафар хорижий туристлар ташриф буюришган. Ташриф буюрган чет эллик туристлар асосан Франциядан - 6972 нафар, Германиядан -6338 нафар, Италиядан-3764 нафар, Япониядан-3819 нафар, Испаниядан - 3992 нафар, Туркиядан 1694, Хитойдан-2048, Австриядан - 992, Англиядан - 762 нафарни ташкил қилади. Қолган туристлар бошқа чет ва МДХ давлатлари фуқароларини ташкил қилишади.

МДХ мамлакатларидан 2015 йилда 13,2 минг сайёҳ ташриф буюрган. Бу 1980-90 йилларга нисбатан 10-12 марта кам. Албатта буни сабаблари бор, чунки 80-йилларда маҳаллий аҳолига ўз ватани тарихини, унга бўлган меҳр-муҳаббатини уйғотиш масадида фақат собиқ СССР бўйлаб саёҳат қилишга ундар эдилар.



**2.2-расм. 2012-2015 йилларда Ўзбекистонда туризм саноатининг ривожланиш динамикаси**

2.2-расмдан кўриниб турибдики, мамлакатимизга келаётган жами туристлар сони ҳам ундаги хорижий меҳмонлар миқдорида ҳам 2012 йилдан 2015 йилгача ўсишга эришилган.

Энди минтақада маҳаллий туризмни ривожлантириш 1-3 кунлик ҳудуд бўйлаб маршрутлар уюштириш, вилоят тоғ олдиларида дам олиш ва спорт туризмни ривожлантириб ёшлар онгида ватанга муҳаббат ҳиссини уйғотиш жоиз. Ҳозирда «ички туризм» ни инкирозга юз тутган даври десак хато бўлмайди. Чунки бозор иқтисодиётига ўтиш даврида республикаимиз аҳолиси ўзидан ортиб гуруҳ-гуруҳ бўлиб саёҳатларни амалга оширмай қўйди.

2.2-жадвал

**2012-2015 йилларда Самарқанд вилоятига келган хорийий туристлар сони**

№	Кўрсаткичлар	2012	2013	2014	2015
1.	Туристлик хизматлар кўлами (жами минг сўм)	1921,8	3903,0	3670,0	4887,7
2.	Даромад (минг АҚШ)	1487,7	110,0	338,6	31,9
3.	Жами туристлар минг киши	119,6	109,1	92,6	90,0
	Минг киши / кунига	362,7	235,5	280,4	207,5
	Шундан:				
	Чет эллик туристлар (минг/к)	57,4	27,4	29,4	36,5
	Маҳаллий (минг/к)	62,2	81,7	63,2	53,5
4.	Ўртача давомийлиги (кунлик)	3	2	3	2
5.	Экспорт хизматлар (8)	6768,0	3750,0	3822,7	4460,9

«Ўзбектуризм»МК Самарқанд вилояти минтақавий бўлими маълумотлари асосида тузилди.

2.2-жадвалдан кўриниб турибдики, маҳаллий туризм деярли стабил ҳолда, туристик хизматлар кўлами 2012 йилга нисбатан 2015 йилда ўсган. Чет эллик туристларни келиши ҳам тенг ярим баробарга камайиб кетган. Асосий тушадиган даромад гуруҳ-гуруҳ бўлиб келган саёҳатчилардан бўлиб, бунда барча туристик объектлар билан танишиш баҳонасида кўп сувенир буюмлар харид қиладилар. Бундай гуруҳлар бутун Ўзбекистоннинг туристик объекларини кўриш учун 10-12, 6-9 кунлик саёҳатга чиқадиладар. Маршрут дастурида кўпинча Тошкент-Самарқанд-Бухоро-Хива-Тошкент бўлганлиги сабабли Самарқандга 1 ёки 2-3 кун ажратилади. XXI аср «хизматлар кўрсатиш асри» деб эълон қилинди. Бу асрда Самарқанд шаҳри ҳам алоҳида ўрин эгаллаши лозим. Туристик хизматларни сотишда маҳаллий, минтақавий ва республика ҳукуматининг туристик ташкилотларни қўллаб қувватлаб туриши зарур. Бунда вилоят аҳолининг кўп асрлик меҳмондўстлиги шаҳарга янада кўпроқ туристларни келишини таъминловчи энг асосий омилдир. Асосийси саёҳатларга яхши тайёргарлик, ходимлар ва гид таржимонларнинг кўплиги ва сифатли хизмати ҳамда шаҳар инфраструктурасини яхши ҳолатда эканлиги жаҳон туризм бозоридаги бошқа рақобатчилар билан беллашиш имконини беради. Вилоятда 184 та сайёҳлик соҳаси билан шуғулланувчи ташкилотлар, шундан 102 та меҳмонхоналар, 82 та туристик фирмалар фаолият кўрсатмоқда.

Охирги уч йил давомида янги меҳмонхоналар куриш ҳисобига меҳмонхоналардаги ўринлар сони 3500 тадан 4500 тага етиб, 13 баробарга ошган.

Утган йилда дунёнинг 80 дан ортиқ чет эл давлатларидан 110 мингдан ортиқ хорижий сайёҳлар вилоятимизга ташриф буюришди ва 33,5 млрд.сўмлик туристик хизматлар амалга оширилди.

2015 йилда дунёнинг етакчи ЕВРОНЬЮС телеканали орқали 3 маротаба, Буюк Британиянинг BBC телеканали, Россиянинг НТВ телеканали, Япониянинг етакчи оммавий ахборот воситалари “Asahi-TV”, Travel&Life, Германиянинг “Kelvinfilm GmbH”, “CDC” медиа-компанияси, АҚШнинг

“Aramco World” ҳамда бошқа чет мамлакатларининг бир қатор оммавий ахборот воситалари вакиллари Самарқанднинг сайёҳлик салоҳияти тўғрисидаги маълумотларни бутун дунё бўйлаб эфирга узатдилар.

Лекин, шунга қарамасдан ҳали вилоятда туристик хизматлар экспорти ҳажми ва ташриф буюраётган сайёҳлар оқими кўрсаткичларини бир неча баробар ошириш имкониятлари мавжуд.

Жумладан, вилоятнинг қулай географик жойлашуви хусусиятлари ва ноёб табиий иқлим шароитларига эга бўлган Ургут туманидаги Омонқўтон тоғ ён бағридаги масканлар, Самарқанд туманидаги Оҳалик ва Миронқўл қишлоқларининг сўлим гўшалари, Самарқанд туманидаги эшкак эшиш бўйича халқаро спорт мусобақалари ўтказиладиган канал, “Зарафшон” кўриқхонаси ва бошқа дам олиш ҳудудларининг мавжудлиги туризмнинг экологик ва бошқа фаол турларирини ривожлантиришга кенг имкониятлар яратади.

Ўзбекистон Республикаси Бош вазирининг 2016 йил 18 февралдаги Самарқанд вилоятида туризм инфратузилмасини ривожлантириш, ҳудудга келаётган сайёҳлар оқимини кўпайтириш, хизматлар экспорти ҳажми ва бошқа кўрсаткичларни камида икки бараварга оширишга қаратилган аниқ амалий чоралар кўриш ва ҳудудда туризм инфратузилмасининг ривожланиш ҳолатини танқидий таҳлил қилган ҳолда “Самарқанд вилоятида туризм соҳасини ривожлантириш бўйича 2016-2017 йилларга мўлжалланган аниқ амалий чора-тадбирлар” режасини тайёрлаш бўйича 02/87-2-сонли хатига кўра чора-тадбирлар режаси ишлаб чиқилган. Унга кўра туризмни тарғибот қилишнинг қуйидаги чора-тадбирлари амлага оширилиши белгилаб берилган (2.3-жадвал).

**2016-2017 йилларда Самарқанд вилоятида туризмни янада  
ривожлантириш, туристик хизматлар кўрсатиш турларини  
кенгайтириш ва сифатини ошириш ҳамда экспорт ҳажмини кескин  
оширишда брендни бошқариш имкониятлари**

№	Тадбирлар номи	Бажариш ш муддат и	Бажариш учун масъуллар
	<b>I. Сайёҳлик дастурларининг қизиқарлилигини таъминлаш</b>		
1.	Иловага кўра тасдиқланган тақвим асосида тадбирларни доимий ўтказилишини таъминлаш ва уларга хорнжий сайёҳларнинг ташриф буюришини йўлга қўйиш ҳамда уларни олдиндан сайёҳлик компаниялари ва бошка барча мавжуд воситалар орқали сайёҳлар эътиборига ҳавола этиш ва бошкалар.	тақвимд а белгала нган муддатл арга кўра	Шаҳар ва туманлар хокимликлари, вилоят маданият ва спорт ишлари бошқармаси, “Ҳунармандлар” уюшмаси ва “Усто” бирлашмаси, “Ўзбектуризм” МК вилоят минтақавий бўлими
2.	Сайёҳлик дастурларига кириталмаган маданий мерос объектлари ва табиий муҳофаза этиладиган ҳудудлар (кўрикхоналар, миллий боғлар, заказниклар ва бошкалар) руйхатини шакллантириш ва улар ҳақидаги тарихий фактларга асосланган, кези келганда афсоналарга таянган қизиқарли маълумотларни тайёрлаган ҳолда туроператорларга сайёҳлик дастурларга киритиш учун тақдим этиш.	Ҳар ойда 2016- 2017 йиллар	Самарқанд иқтисодий ва сервис институти, Самарқанд давлат университети, Музейлар бошқармаси; Археология институти, “Ўзбектур изм” МК вилоят минтақавий бўлими
3.	Сайёҳлар учун Ҳамид Олимжон театрида халқимизнинг миллий кадрнютлари, анъана ва урф-одатлари, байрам ва туй маросимларини ўзида акс этган фольклор-этнографик томошани саҳналаштириш.	2017 йил апрелда н	Вилоят ҳокимлиги молия бошқармаси, Ҳамид Олимжон номидаги драма ва мусиқа театри

	<b>II. Вилоятнинг туристик салоҳиятини тарғибот қилиш</b>		
4.	Самарқанд халқаро аэропорти ва темир йўл вокзалида реклама материаллари акс этган “Ахборот маркази”ни ташкил этиш.	2016 йил июнгача	Самарқанд шаҳар ҳокимлиги, Темирйўл, Самарқанд халқаро аэропорти, “Ўзбектуризм” МК минтақавий бўлими
5.	“Ипак йўлида туризм”, “Дам олиш дунёси” номли Тошкент халқаро сайёҳлик кўргазмаларида вилоятда фаолият юритаётган сайёҳлик ташкилотлари, фольклор гуруҳлари, хунармандлар, маданий мерос объектлари, вилоятнинг сайёҳлик индустрияси билан боғлиқ ташкилотлар вакиллари иштирокида вилоят ягона стендини ташкил этиш.	Ҳар йили, апрел октябр	Шаҳар ва туманлар ҳокимликлари, “Ўзбектуризм” МК минтақавий бўлими, Маданият ва спорт ишлари, Музейлар бошқармалари, сайёҳлик соҳа субъектлари
6.	Дунёнинг турли мамлакатларида ўтказиладиган халқаро сайёҳлик кўргазмаларида (Лондон (World Travel Market), Берлин (ITB), Мадрид (FITUR), Токио (JATA), Пекин (China Outbound and Tourism Market), Сеул (KOTFA), Москва (MITT) ва бошқалар) вилоятимиз ва Республикамиз сайёҳлик салоҳиятини кенг тарғиботини амалга ошириш мақсадида Ўзбекистон тендида муносиб қатнашишни йўлга қўйиш.	Ҳар йили, режа асосида	Самарқанд вилояти ва шаҳар ҳокимлиги, “Ўзбектуризм” МК минтақавий бўлими, сайёҳлик соҳа субъектлари ва тегишли ташкилотлар
7.	Вилоятнинг сайёҳлик имкониятлари, маданий-маънавий ёдгорликлари, миллий урф-одатлари, фольклор ва этнографияси, хунармандчилиги ва сайёҳлик маршрутлари ҳақида турли тилларда фильмлар яратиш, фотоальбом, китоб, слайд ва бошқа турдаги ахборот манбаларини тайёрлаш ҳамда уларни кўпайтириб, чет давлатларга тарқатиш.	Доимий	“Ўзбектуризм” МК вилоят минтақавий бўлими, “Самарқандтелерадио” компанияси, “Хунармандлар” уюшмаси вилоят бўлими, Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти

8.	Ички туризмни ривожлантириш, айниқса, сайёҳлик мавсуми паст бўлган даврда, жумладан, мактаб ўқувчилари, олий ва ўрта махсус таълим муассасалари талабалари учун таништирув турларини, Қорақалпоғистон Республикаси, Фарғона водийси, Тошкент шаҳри, Тошкент ва бошқа вилоятлардан Самарқанд вилоятига дам олиш кунлари турларни уюштириш.	Қишки ва ёзги таътил мавсумида	“Камолот” ЁИХ вилоят Кенгаши, олий ўқув юртлари, вилоят халқ таълими ва ўрта махсус таълими бошқармалари, “Ўзбектуризм” МК вилоят минтақавий бўлими, туризм соҳаси субъектлари
9.	Мамлакатимизнинг қадимий ва бой тарихини ўрганиш ҳамда ёшлар орасида кенг тарғиб этиш, уларда миллий ғурур ва ифтихор туйғусини мустаҳкамлаш мақсадида юртимиздаги тарихий обидалар, буюк аجدодларимиз номлари билан боғлиқ муқаддас зиёратгоҳларга экскурсиялар уюштириш, таълим муассасалари ўқувчи ва талабаларининг вилоят ва Республика бўйлаб экскурсияларини ташкил этиш билан боғлиқ ташаббус билан чиққан корхона ва ташкилотларга имтиёзли нархларда автотранспорт воситалари (автобус) ва йўл патруль хизмати кузатувини ташкил	Режа асосида	Шаҳар ва туманлар ҳокимликлари, Музейлар, Олий ўқув юртлари,, “Камолот” ЁИХ вилоят Кенгаши, “Ўзбектуризм” МК вилоят минтақавий бўлими, сайёҳлик соҳа субъектлари
10.	<p>Худуднинг экотуризм (туризмнинг табиат кўйида, табиатга зарар етказишни кўзда тутмайдиган барча турлари) имкониятларини туманлар кесимида таҳлил қилиш ва мавжуд имкониятларни мутахассисларни жалб қилган ҳолда ўрганиш асосида:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-худуддаги экотуризм салоҳияти мавжуд масканлар рўйхатини шакллантириш, уларнинг сайёҳлар учун тақдим қилиши мумкин бўлган хизматлар турларини белгилаш;</li> <li>-экотуризм масканларининг инфратузилмасини сайёҳларга қулайлиги жиҳатидан мослаштириш чораларини кўриш;</li> <li>-экотуризм масканларнинг сайёҳлик йўналишларига киритилишини таъминлаш учун туроператорларни худудга жалб этган ҳолда тақдимот маросимини ташкил этиш;</li> <li>-тадбиркорлик субъектларига экотуризм йўналишидаги лойиҳаларни амалга ошириш билан боғлиқ ташкилий масалаларни ҳал этишда кўмаклашиш, экотуризм лойиҳалари амалга оширилаётган худуд аҳолисининг (сайёҳларни кутиб олиш, экскурсияларни тайёрлаш, уларни ўтказиш, чет тилида сўзлашиш) билим ва кўникмаларини ошириш.</li> </ul>	2016 йил май 2016 йил 1 августга ча 2016 йил 1 августга ча мунтазам равишда	Самарқанд иқтисодий ва сервис институти, Табиатни муҳофаза қилиш давлат кўмитаси вилоят бошқармаси, тадбиркорлик субъектлари вилоят халқ таълими, вилоят ўрта махсус, касб-хунар таълими бошқармалари

Минтақа туризмида транспорт инфраструктурасининг ўрни ниҳоятда катта аҳамиятга эга. Вилоят умумий автомобиль йўлларининг узунлиги 12510 км бўлиб, шундан қаттиқ қопламли йўллар 4072 км.ни ташкил этади. Халқаро ва маҳаллий аҳамиятга молик автомобил йўллар вилоятнинг аксарият туманларини кесиб ўтади. Айти пайтда Самарқанд шаҳрининг географик жойлашувида автомобил йўлларининг ҳалқаси туманлари бири бири билан боғлайди. Шунини алоҳида таъкидлаш жоизки, вилоятдаги аксарият туристик объектларнинг автомобил йўлларига яқин жойлашганлиги ҳам ўз ўрнида туризмни ривожлантиришда қулай шароит туғдиради.

2013 йилда сайёҳлик хизматлари экспорти ҳажми 615 миллион доллардан зиёдни ташкил этди. Бугунги кунда туризм соҳасида 200 мингдан ортиқ киши меҳнат қилмоқда, бу тармоқнинг мамлакатимиз ялпи ички маҳсулотидаги улуши 2 фоиздан ошди. Ўзбекистонда 550 та сайёҳлик компанияси – туроператорлари фаолият юритмоқда, мамлакатимиздаги тарихий объектлар, архитектура ва шаҳарсозлик обидаларининг аксариятини қамраб олган 110 та халқаро сайёҳлик йўналиши бўйича хизмат кўрсатилмоқда. Бу йўналишларнинг 65 таси тарихий-маданий мерос объектлари, 30 таси табиий-рекреацион, 15 таси соғломлаштириш туризми элементларини ўз ичига олган экологик йўналишлардир. Ҳозирги пайтда юртимизда 50 мингдан зиёд ўринга эга бўлган 500 дан ортиқ меҳмонхона, мотель ва кемпинглар сайёҳларга халқаро стандартлар бўйича хизмат кўрсатмоқда. Ўтган даврда Тошкент, Самарқанд, Бухоро, Урганч, Фарғона ва Навоий шаҳарлари аэропортлари модернизация қилинди ва бугунги кунда Ўзбекистонда 11 та халқаро аэропорт фаолият юритмоқда. Миллий авиакомпаниямиз замонавий «Эйрбас» ва «Боинг» авиалайнерлари билан таъминланган. Ушбу самолётлар Европа, Осиё, Яқин Шарқ ва Шимолий Американинг 50 дан ортиқ шаҳарларига мунтазам парвозларни амалга оширмоқда. Тошкент-Самарқанд-Тошкент йўналиши бўйлаб Испаниянинг «Талго» компаниясида ишлаб чиқарилган, юқори тезликда ҳаракатланадиган замонавий электр поездларининг ҳар кунги қатнови йўлга

кўйилган. Фақатгина жорий йилнинг ўзида халқаро туризмнинг асосий тузилмасини ривожлантириш учун жами инвестицияларнинг 580 миллион доллардан ортиғи йўналтирилди ва бу борадаги ўсиш ўтган йилга нисбатан 19 фоиздан зиёдни ташкил этди<sup>23</sup>.

Вилоят туризм инфраструктурасини ривожлантириш меҳмонхоналар, умумий овқатланиш корхоналарининг хизмати, транспорт хизматлари, спорт соғломлантириш, соғлиқни сақлаш ташкилотлари, туристик фирма ва ташкилотлар хизматларини жаҳон андозалари даражасига етказиш вилоятга келувчи туристлар сонини ошишига Самарқанд вилоятини келажакда асосий туристик марказга айланишига асос бўлиб хизмат қилади. Бунда туристик фирмаларда брендларни бошқаришдаги мавжуд муаммоларни ҳал этиш туризм фаолиятини мувофиқлаштиришда асосий омил ҳисобланади.

Ўтказилган маркетинг тадқиқотлари вужудга келган туристик йўналишлар ва хизматларни янада такомиллаштириш, тарихий ҳудудларда янги объектларни туристик муомала соҳасига киритиш ҳисобига янги йўналишларни шакллантириш бўйича бир қанча умумий хулосалар ва амалий тавсиялар ишлаб чиқиш имконини беради. Мазкур маълумотларга кўра, 2015 йилга қадар бўлган давргача туристик оқимларнинг асосий қисми республиканинг туристик талаб катта бўлган ҳудудлари ва туристик марказлари – Тошкент, Самарқанд, Бухоро, Хоразм ва Фарғона водийсига тўғри келади. Европанинг айрим мамлакатларида оммавий бўлган қишлоқ йўналишларини ҳам республикамизда ривожлантириш мумкин. Мазкур йўналиш тури қишлоқларда ёки алоҳида уйларда жойлаштириш, туристларни овқатлантиришни ташкил этиш билан боғлиқ. Шу билан бирга, туристларга қишлоқ хўжалик ишларини кузатиш ёки уларда бевосита иштирок этиш имконияти берилади. Қишлоқ ёки шаҳарчадан база сифатида фойдаланиб, туристлар мазкур ҳудуд бўйлаб сафарларга чиқишлари мумкин. Балиқчилар яшайдиган қишлоқлар ва шаҳарчаларда маҳаллий аҳоли ҳам туристларни ўз

---

<sup>23</sup> Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислоҳ Каримовнинг Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислоҳ Каримовнинг БМТ Жаҳон сайёҳлик ташкилоти Ижроия кенгаши 99-сессиясининг очилиш маросимидаги нутқи. <http://press-service.uz>. 2014 йил 02 октябр.

уйига жойлаштириши ва уларга балиқ овида иштирок этиш имконини бериши мумкин. Туризмнинг мазкур турини ташкил этиш учун техник ёрдам талаб этилиши мумкин. Бундан ташқари, туризм ривожланаётган ҳудудларда хизматларни бронлаштириш марказлаштирилган тизимини ташкил этишга зарурият туғилади.

Экологик йўналишлар миллий туристик маҳсулотнинг жадал суръатларда ривожланаётган турларидан бири ҳисобланади. Экологик туризм атроф муҳитни сақлаш муаммоларидан ташвишда бўлган, маҳаллий экология ва маданиятнинг ҳолати ҳақида кўпроқ билишни хоҳлаган одамлар орасида айниқса машҳур. Бу ерда кенг миқёсда иш олиб бориш талаб этилмайди. Гарчи туризмнинг мазкур тури катта капитал қўйилмаларга муҳтож бўлмасда, уни ривожлантиришда пухта назорат олиб бориш, ушбу фаолиятни экологик талабларга уйғун тарзда боғлаш зарур. Малакали гидларнинг мавжудлиги, шунингдек сафар жойларида табиатни қўриқлаш чоратадбирларини қатъий амалга ошириш катта аҳамиятга эга.

Стационар туризм, агар меҳнат таътилига чиққанлар ва пенсионерлар ўз маблағларини шу ерда сарфлашини ҳисобга олсак, маҳаллий аҳолига катта фойда келтириши мумкин. Бироқ, шу билан бирга, туризмнинг мазкур тури муайян муаммоларни туғдириши, хусусан, янги қурилиш муносабати билан маҳаллий инфратузилма зўриқишига, маҳаллий ўзига хосликнинг йўқолишига, қурилишнинг нооқилона (экологик муаммоларни келтириб чиқарадиган) усуллари қўлланилишига олиб келиши мумкин. Шу сабабли миллий туристик маҳсулотни ва стационар туризмни муваффақиятли ривожлантириш учун маҳаллий аҳоли учун мақбул бўлган тегишли қурилиш ҳажмларини сақлаш, янги турар жой зоналарини пухта режалаштириш ва лойиҳалаштириш, шунингдек мазкур янги қурилишлар учун етарли инфратузилмани вужудга келтириш зарур.

Этник ва ностальгик йўналишлар ҳам миллий туристик маҳсулотни ривожлантириш йўлларида бири ҳисобланади. Мазкур туристик маҳсулотлар номининг ўзидаёқ сафарга туртки берувчи омиллар зоҳир.

Туризмнинг ушбу турлари кўп жойларда ажойиб салоҳиятга эга. Бундай сафарларга отланган туристлар, қоида тариқасида, анъанавий туристик объектлар ва хизматлардан фойдаланади. Шунга қарамай, айрим ҳолларда махсус гидлар хизматини ташкил этиш ва янги ўзига хос йўналишлар ишлаб чиқиш талаб этилади.

Диний туристик йўналишлар республикамизда миллий туристик маҳсулотни ривожлантиришда жуда муҳим аҳамиятга эга. Диний зиёратчиларни жойлаштириш ва уларни бошқа объектлар билан таъминлаш одатда ўзига хос хусусиятга эга бўлади. Бироқ, туристик фаолият субъектлари сифатида, зиёратчилар ҳам маҳаллий аҳоли учун қўшимча даромад манбаи ҳисобланади.

Юқорида санаб ўтилган йўналишларни ишлаб чиқишда нафақат миллий туристик маҳсулотнинг ривожланиши, балки намоёиш этиш учун қизиқарли объектларнинг мавжудлиги, табиий - иқлимий шарт - шароитлар, республиканинг муайян ҳудудлари туристик йўналишлар билан ўзлаштирилганлиги, шунингдек муайян шаҳарлар ва аҳоли яшайдиган пунктларнинг ижтимоий-иқтисодий ривожланиш даражаси, шу жумладан ободончилик, муҳандислик таъминоти даражаси, ташқи ва ички транспорт алоқалари, мазкур омилларнинг ривожланиш истиқболи ҳам ҳисобга олиними лозим.

Йўналишларнинг сценарий режаси миллий туристик маҳсулотни ривожлантириш истиқболлари ва республика бўйлаб қизиқарли саёҳатлар ташкил этиш истиқболлари тарзида, туристлар фаолиятининг барча турлари: маърифий экскурсиялар, дам олиш, бўш вақтни мазмунли ўтказиш ва ҳ.к.ни ҳисобга олган ҳолда ишлаб чиқилади.

Миллий туристик маҳсулот ва туристик саёҳатларни ривожлантириш сценарий режалари ишлаб чиқилиши билан бевосита боғлиқ ҳолда, республика “Мерос” миллий дастури ҳам ишлаб чиқилган бўлиб, у Ўзбекистондаги барча (қадимги даврдан то ҳозирги кунгача бўлган) маданий

мерос ёдгорликларини сақлаш, ўрганиш, тиклаш ва тарғиб қилиш тадбирларини ўз ичига олади.

Ўзбекистонда тоғлар, дарёлар, кўллар, саҳролар, ўрмонлар ва ов учун мўлжалланган махсус минтақалар жуда кўп. Ҳаммаси бўлиб ҳар хил туристик йўналишларнинг 100 дан ортиқ турларини ташкил этиш мумкин. Ҳозирда фақат республика ташкилотларининг ўзи махсус туристик йўналишларнинг 34 турини ташкил қилган.

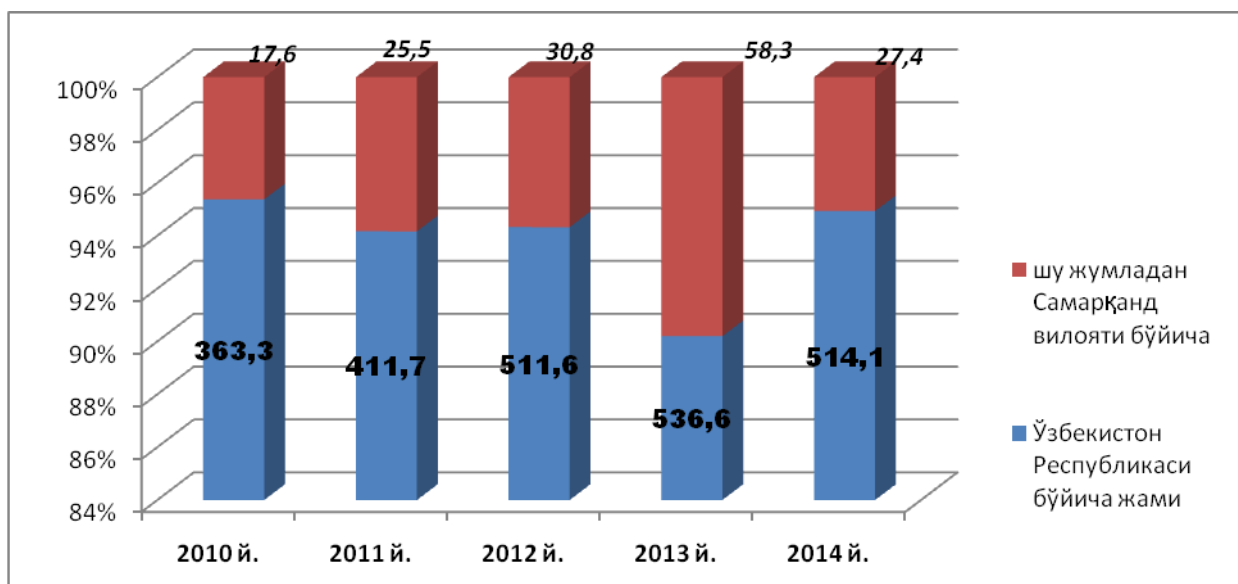
Мамлакат ҳудудида жуда кўп миллий парклар ва кўриқхоналар бор. Фаол дам олиш, саргузаштлар ва саёҳатлар ишқибозлари учун бу ерда жуда кўп имкониятлар мавжуд. Орнитология, қум барханлари ва туяда сайр қилиш ишқибозлари учун чексиз қизилқум саҳросида туристик йўналишлар ташкил этиш мумкин. Тоғда сайр қилиш ва альпинизм ишқибозлари учун биз гўзал Тянь-Шан ва Ҳисор тизма тоғларини таклиф қилишимиз мумкин. Спелеологларни бу ерда Бойсун платосидаги сон-саноксиз сирли ғорларнинг лабиринтлари жалб қилади.

Сувда дам олиш ишқибозларига Ўрта Осиёнинг Чотқол, Оқбулоқ, Оҳангарон, Зарафшон, Сирдарё ва Амударё каби ажойиб дарёлари бўйлаб мураккаблик даражаси ҳар хил бўлган йўналишлар таклиф қилинади.

Республикада меъморчилик ёдгорликларини томоша қилиш ва Ўрта Осиё халқларининг кўп асрлик тарихи билан танишишни ўз ичига олувчи аралаш йўналиш энг оммабоп йўналишлардан биридир. Бу Бухоро, Самарқанд, Шаҳрисабз каби қадимги шаҳарлар бўйлаб экскурсияларни ўз ичига олади. Йўналишнинг трек қисми Ҳисор тоғларига беш кунлик сафарни назарда тутди. Бунда машҳур Амир Темур ғорига экскурсия уюштирилади, қадимги ҳайвонларнинг тошда қотиб қолган излари бориб кўрилади, Ҳисор тоғ тизмаларидан ўтилади ва қизилқум саҳроси бўйлаб туяларда икки кунлик сафар уюштирилади. Бундан ташқари, уч, тўрт ва ҳатто беш йўналишдан иборат ҳар хил аралаш экологик турлар ташкил этиш имкониятлари ҳам жуда кўп. Бунга Ўзбекистоннинг ҳар хил табиий ва тарихий объектлари бири-бирига яқин жойлашгани кенг имконият яратади.

Ўзбекистон Фан тоғлари, Оқсув ва Каравшин ҳудудлари, Туркистон тизма тоғлари, Саричелак кўли каби машхур табиий ёдгорликлар яқинида жойлашгани ҳам махсус туристик йўналишларни ривожлантириш учун жуда қулайдир.

2010-2015 йилларда Ўзбекистон бўйича хизмат кўрсатилган ташриф буюрувчилар сони ошиб борган бўлиб, 2010 йилда бу кўрсаткич 363,3 минг кишини ташкил этган бўлса, 2015 йилда 514,1 минг кишини ташкил этган (2.3-расм)



**2.3-расм. 2010-2014 йилларда Ўзбекистон бўйича хизмат кўрсатилган ташриф буюрувчилар сони, минг киши**

Кўпгина махсус турлар нархи чет мамлакатлардаги шундай турларнинг нархларидан 10-20 баравар арзон. Шу сабабли улар кўпгина хорижий мутахассисларни ва бундай турларга қизиқувчиларни жалб қилмоқда. Ҳатто республика ичида ҳам бир хил турларга ҳар хил нархлар белгиланган бўлиб, бу махсус туристик йўналишлар билан шуғулланувчи туристик ташкилотлар турли идораларга бўйсунishi билан изоҳланади.

Республикага кировчи туристларни ҳисобга олиш фақат Тошкент аэропорти бўйича амалга оширилади. Бироқ, божхона ва чегара хизмати бошқа аэропортларда ҳам мавжуд. Улар бошқа давлатлардан чартерли

рейсларни қабул қилади. Аммо консуллик хизмати низомига биноан чет эллик турист визага эга бўлган ҳолда чегарадан автобус, автомобиль ва темир йўл йўналишлари бўйлаб ўтиши мумкин.

Туристлар ўтадиган асосий пунктларга қуйидагилар киради: Қирғизистондан Красногорск, Қозоғистондан Саригоч, Тожикистондан Панжикент, Туркменистондан Тошовуз ва б. Бундан ташқари, Ўзбекистонга чет эллик туристлар келиши мумкин бўлган автомобиль йўллари ҳам мавжуд. Ўзбекистонга келувчи норезидентлар резидентларга қараганда шу қадар кўпки, республикага барча мамлакатлардан ташриф буюрувчилар ҳисоби юритилмайди. Қозоғистон, Россия, Қирғизистон, Тожикистон ва Туркменистондан ҳар йили тахминан 5 млн. норезидентлар ташриф буюради.

Қўшни мамлакатлардан барча йўналишлар бўйича келадиган норезидентлар 2,5 млн. кишини ташкил этади. Улар тижоратчилар, қариндошлариникига келган меҳмонлар, қўшма корхоналарнинг ходимлари бўлиши мумкин. Йўловчи ташиш маълумотларида шахсий машинасида ташриф буюрувчилар ҳисобга олинмаган. Ваҳоланки, улар ташилган жами йўловчиларнинг камида 20% ни ташкил этади. Бир кун ичида чиқиб кетишни ҳам ҳисобга олганда, Ўзбекистонга ташриф буюрувчилар сони бир йилда 5,0 млн. кишидан ошмайди.

Мамлакатлар бўйича норезидентларнинг таҳлилини, чет эллик туристларни ҳисобга қўшмаганда, қуйидагича баҳолаш мумкин: Қозоғистондан – 50-60%, Тожикистондан – 20-25%, Россиядан – 10-15%. Қозоғистондан келувчи норезидентлар улушининг катталиги Ўзбекистон ҳудудининг ўзига хос хусусиятлари ва жуда кўп йўллар Ўзбекистон орқали ўтиши билан изоҳланади.

Кейинги йилларда Ўзбекистонга хорижий мамлакатлардан келатган туристик оқимнинг асосий қисмига кичик бизнес билан шуғулланувчи тадбиркорлар хизмат кўрсатишмоқда. Улар томонидан кўрсатилаётган хизматлар ҳажми йилдан-йилга ортиб бормоқда. Бу ўзгаришларни қуйидаги 2.4-жадвалдан кўришимиз мумкин.

**Хорижий мамлакатлардан келаётган туристлар оқимининг  
ўзгариши (минг киши хис.да)**

№	Мамлакат номи	2004 йил	2008 йил	2012 йил	2014 йил
1.	Япония	8,481	9,579	11,209	3,761
2.	Голландия	1,019	2,712	2,866	98
3.	Англия	4,983	5,107	5,610	6,069
4.	Германия	13,681	14,731	15,476	15,930
5.	АҚШ	11,731	12,084	10,340	10,478
6.	Италия	3,897	5,782	6,148	7,280
7.	Франция	12,871	14,869	16,155	9,213

Манба: Основные показатели туризма и отдыха в Республике Узбекистан в 2014 году. Т., Гос. Комитет статистики. 2015 г.

Бундан кўринадики, жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози шароитида мамлакатимизда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни жадал ривожлантириш иқтисодий ўсишни таъминлаш, янги иш ўринларини ташкил қилиш, аҳолининг даромадлари ва фаровонлигини оширишнинг муҳим омили сифатида амал қилмоқда.

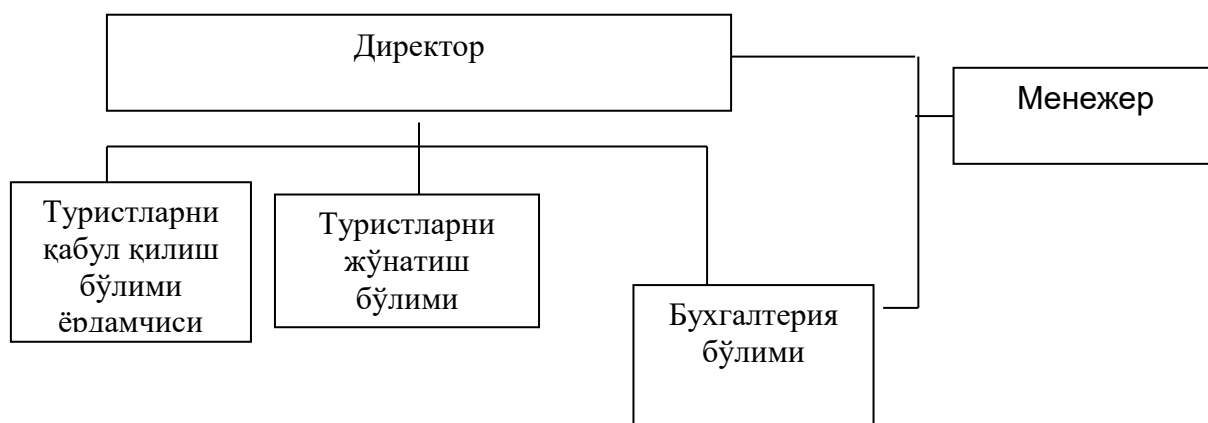
Статистик маълумотлардан кўриниб турибдики, хорижий туристларнинг асосий қисми Япония, Франция, АҚШ ва Германияга тўғри келади. 2014-йил “Ўзбектуризм” МК томонидан ишлаб чиқилган ва таклиф этилган туристик маршрутлар шуни кўрсатадики, хорижий туристлар юқорида келтирилган йўналишлар бўйича кўпроқ саёҳат қилмоқдалар ва хорижий туроператорлар ҳам ушбу маршрутларга талабгор бўлмоқдалар.

**2.2. “CREATIVE TOURS” туристик фирмасининг бошқарув тизими  
тузилиши**

«CREATIVE TOURS» Маъсуляти Чекланган Жамияти 2014 йилдан йилдан буён туризм бозорида фаолият юритади. Ташкилот Самарқанд шаҳар, Университет ҳиёбони 13 уй 20-хонадонда жойлашган. «CREATIVE TOURS» МЧЖ юридик шахс сифатида Ўзбекистон Республикаси амалдаги қонунларига ва жамиятнинг Низомига асосан фаолият кўрсатади.

Мазкур Низом Ўзбекистон Республикасининг Конституцияси, Ўзбекистон Республикасининг «Фуқаролик кодекси», Ўзбекистон Республикасининг «Маъсуляти чекланган ҳамда қўшимча маъсулиятли жамиятлар тўғрисида» ги Қонунлари асосида ишлаб чиқилган.

«CREATIVE TOURS» МЧЖ асосан туристик фаолият билан шуғулланади, лекин шу билан бир қаторда турдош фаолиятларни ҳам амалга оширади. «CREATIVE TOURS» МЧЖни директор бошқаради. Унинг иш юритувчиси ва ходимлар штат бирлигида фаолият олиб боради (2.4-расм).



#### **2.4-расм. «CREATIVE TOURS» МЧЖнинг ташкилий тузилиши**

Жамият Ўзбекистон Республикаси қонунларига мувофиқ юридик мақомга эга бўлиб, юридик шахс ҳисобланади. Жамият ўзини-ўзи молиявий таъминлаш асосида амалга оширади, алоҳида мол-мулкка ва мустақил балансга эга. Унга юклатилган мажбуриятларни бажаради ва фаолияти билан боғлиқ бўлган ҳуқуқлардан фойдаланади, мулкий ва шахсий номулкий ҳуқуқларга эга бўлиш ва мажбуриятларни бажариш, судда ва хўжалик судида жавобгар ва даъвогар бўлиши мумкин. Жамият шўъба корхоналарни, филиалларни ва ваколатхоналарни очиш, қонунчиликка мувофиқ хорижий

инвестицияли корхоналарни тузишга ҳақли. Жамият ўз мулкига эга бўлиш, фойдаланиш ва бошқаришга эга. Мулкдор бўлиб, Жамият ўз мулкини ўз хоҳиши билан ташаббускор ёки бошқа бу билан боғлиқ фаолият учун ишлатиши мумкин. Жамият ўз мулки билан Ўзбекистон Республикасининг қонунларига зид бўлмаган ва ҳамма қатнашчиларнинг манфаатларига мос бўлган барча ҳаракатларга эга. Жамият, Ўзбекистон Республикасидаги ҳаракатдаги қонунчиликка мувофиқ ташқи иқтисодий фаолиятни мустақил амалга оширади.

«CREATIVE TOURS» Маъсулияти Чекланган Жамияти таъсисчилари 2 кишидан иборат бўлиб, хусусий мулкчилик шаклидаги юридик шахсларга тегишлидир. «CREATIVE TOURS» МЧЖ таркибида бино, енгил автомобиллар, 2 та компьютер, мебель жихозлари тўплами ва капитал фонддан таркиб топган.

Жамият хўжалик фалоиятини режалаштиришни мустақил равишда амалга оширади, маҳсулот ва хизматларга реал бозор талабидан келиб чиқиб, мустақил равишда ўз маҳсулот ва хизматларига тижорат асосида нархлар белгилайди.

Жамият мустақил равишда бухгалтерия ҳисобини, молиявий ва статистик ҳисоботини, амалдаги қонунчилик билан белгиланган тартибда ва муддатларда корхонанинг хусусиятларини ҳисобга олган ҳолда маъсулияти чекланган жамият ҳуқуқларида амалга оширади ва унинг фаолияти учун жавобгар бўлади.

Моддий-техник базасини асосий ва айланма маблағлар, шунингдек, ўзга моддий бойликлар ҳамда молиявий захиралар ташкил этади. Жамиятнинг барча хусусий маблағлари унинг тўлиқ тасарруфида бўлади ва олинишга тааллуқли эмас. Жамият мустақил равишда штатлар жадвалини, ходимларнинг профессионал ва малака таркибини тасдиқлайди. Мустақил равишда меҳнатни тартибга солиш усулларини белгилайди. Белгиланган муддатларда молиявий, солиқ, статистик органларга қонунчиликда

белгиланган тартибда олинган даромадлар тўғрисида ҳисоботлар тақдим этади.

“CREATIVE TOURS” МЧЖ ягона солиқ тўлови асосида фаолият олиб боради. Фирманинг иқтисодиёт масалалари билан шуғулланувчи ходими бевосита солиқ кўмитасига ва маҳаллий статистика бўлимига ҳисоботларни тайёрлаб топширишга маъсулдир. Ҳисоботлар ҳар кварталда бир марта, йилига 4 марта ва йиллик фаолият бўйича бир марта йилнинг охирида директорга ва таъсисчиларга ҳисобот берилади ва кейинги йилнинг молиявий симетаси ишлаб чиқилади.

Жамиятнинг даромадлар ва харажатлар ажратмаларини тўғрилигини назорат қилиш Ўзбекистон Республикаси қонунчилиги бўйича амалга оширилади.

“CREATIVE TOURS” МЧЖнинг 2015-2016 йиллардаги хўжалик фаолияти таҳлили кўрсатишича, корхонанинг ўтган давр мобайнида молиявий кўрсаткичлари ижобий бўлган (2.5-жадвал). Жумладан, маҳсулот реализациясидан соф тушум 2015 йилга нисбатан 137,5 %га ўсган ёки 5572,81 минг сўмни ташкил этган. Ташкилотнинг соф фойдаси эса 139,94%га ошган ёки мос равишда 7991,39 минг сўмни ташкил қилган

2.5-жадвал

**CREATIVE TOURS туристик фирмасининг 2015-2016 йиллардаги молиявий фаолияти таҳлили**

№	Кўрсаткичлар	2015 йил		2016 йил		Ўзгариш динамикаси, %
		(Даромад) фойда	Харажатлар (зарар)	(Даромад) фойда	Харажатлар (зарар)	
1	1.Маҳсулот реализациясидан соф тушум	4 052,81	х	5 572,81	Х	137,50
2	2.Реализация қилинган маҳсулот (хизмат) таннари	Х	3 951,90	Х	5 201,90	131,63
3	3. Маҳсулот (хизматлар) ни реализация қилишлан ялпи фойда (зарар)	100,91	0	370,91	0	267,56
4	Давр харажатлари, жами,	Х	6 025,24	Х	8 083,66	134,16

	шу жумладан:					
6	Маъмурий харажатлар	X	5 996,12	X	8050	134,25
7	Бошқа операцион харажатлар	X	29,12	X	33,66	115,59
10	Асосий фаолиятдан фойда (зарар)	0	5 924,33	0	7 712,75	130,18
11	Умумий хўжалик фаолиятдан олинган фойда (зарар)	0	5 924,33	0	7 712,75	130,18
12	Фойда солиғи тўлангунча фойда (зарар)	0	5 924,33	0	7 712,75	130,18
13	Фойда солиғи	X	214,03	X	278,64	130,18
14	Хисобот даврининг соф фойдаси (зарари)	0	5 710,30	0	7 991,39	139,94

Манба: “CREATIVE TOURS” МЧЖнинг 2015-2016 йиллардаги статистик маълумотлари асосида муаллиф ишланмаси

CREATIVE TOURS фирмаси 2014 йилда ўз фаолиятини бошлаган. Мазкур фирма турагентлик фаолияти билан шуғулланиб келмоқда. Шу қисқа вақт ичида кўпгина мамлакат туристларига турмаҳсулот сотмоқда ва туристларга хазмат кўрсатмоқда, шунингдек республика иқтисодиётида туризмнинг ривожига ўз хиссасини қўшмоқда. Ушбу туристик фирмада 5та ходим фаолият кўрсатади. Булар директор, бош ҳисобчи, менежер ва турагент, секретар референт.

Туристтик корхона туристларга хизмат кўрсатишда уларнинг талабини мунтазам равишда ўрганиб келмоқда. Турмаҳсулот яратишда, турист нимани сотиб олади? - деган саволнинг аниқ жавобига эга бўлишимиз лозим. Ахир турист фақат меҳмонхонада жойлашгани учун эмас, балки қулайлик, яхши муомала учун пул тўлайди. Шунинг учун ҳам турмаҳсулот яратиш истеъмолчи сифати ва хусусиятларини ўрганиш, туристлар учун нисбатан қизиқарлироқ томонларни аниқлашдан бошланиши лозим. Айнан шу турмаҳсулот ишлаб чиқишда ва уни сотишда ёрдам берадиган омил ҳисобланади.

Хорижий туристларга қуйидаги эътибор белгиларини кўрсатиш мазкур фирма амалиётига киритилган:

\* кутиб олиш сувенири – ҳар бир туристга ҳатто, сувенир сифатида бир дона конфет ҳам бўлиши мумкин. Меҳмонхона хизмат кўрсатишидан фарқли

равишда турларда сувенирларнинг предметлилиги талаб этилади (тур типи ва саёҳат мақсадига боғлиқ равишда). Масалан, иш турларида иш проспектлари, кизиқтирадиган маҳсулотларнинг сувенир намуналари, махсус буюмлар; фольклор турлар учун - миллий характердаги майда сувенирлар;

\* туристларга тур тугаганидан кейин ўтилган йўналиш ҳақида махсус тайёрланган дипломлар, ёрликлар, нишонлар бериш;

\* дам олиш жойи тўғрисидаги реклама варақалари, буклетлар, йўл кўрсаткичи ва маълумотномаларни туристлар бепул олиш имконияти мавжуд бўлиши лозим;

\* дам олишнинг (саёҳатнинг) биринчи кунидан туристларга режалаштирилган ва қўшимча хизматлар ҳақида маълумот бериш ва уларни ойдинлаштириш учун гид билан учрашув ўтказилади. Бу учрашувда видео маълумот берилади ва туристлар маҳаллий ичимликлар билан меҳмон қилинади.

### **2.3. «CREATIVE TOURS» туристик фирмасининг хорижий туристларни жалб этиш бўйича ишлаб чиқилган маршрутларининг таҳлили**

"CREATIVE TOURS" туристик фирмаси Ўзбекистон бўйича экскурсион маршрут тавсия қилади. Экскурсия дастурига қуйидаги шаҳарлар киради: Тошкент, Ургенч, Хива Бухара, Шахрисабз, Самарканд – 8 кун/7 тун. Туристлик фирма экскурсияни ташкил этиш учун «Мерседес» автобусини ижарага олган, шунингдек, Ташкент – Ургенч авиарейсларини бонлаштиради. Автобуснинг аренда нархи бир суткасига 200 мингни ташкил этади. Пассажирлар ўтирадиган ўриндиқлар сони – 40 та. Хайдовчилар сони – 2 та. Гидлар сони – 2. Ёқилғи сарфи БЕ-95 – 33 литр 100 км га. Ёқилғи нархи – 3000 сум 1 литрга. Самолёт нархи 1 киши учун 120000 минг сўм.

Гиднинг иш ҳақи бир ойига – 400 мингни ташкил этади. Автобус хайдовчилари туристик фирманинг ишчилари бўлмаганлиги сабабли

уларнинг иш хақи ижара хақининг ичига киритилган. Автобусда туристлар бандлиги коэффиценти – 0,9, яъни 35 та турист, 2 та гид. Устама харажатлари – 500 000 сум.

### **Тур бўйича ахборот.**

Маршрут: *Ташкент - Ургенч - Хива - Бухара - Шахрисабз - Самарканд - Ташкент*

1-кун: "Тошкент" аэропортига ташриф. Аэропортда кутид олиш ва меҳмонхонага олиб бориш. Меҳмонхонага жойлаштириш. Бўш вақт. Кечки овқат – миллий ўзбек хонадонида. Ташкентда тунаш.

2-кун: меҳмонхонада нонушта. Тошкент аэропортига Ургенч шаҳри маҳалий авиалиниясининг эрталабки рейсига олиб бориш. Хивага етиб келиш (30 км.). Меҳмонхонага жойлаштириш. Тушлик. Шаҳар бўйича экскурсия - "Ичан-Кала" архитектура комплексига (12-19 асрлар.), охири хоннинг резиденциясига ташриф, шунингдек "Исмаил Ходжа" мазолейи, "Мухаммад Амин Хан" мадрасаси, "Куня-Арк" (16-17 вв.) қаъласига, "Кальта Минор" Минорасига, "Таш-Ховли" (19 в.) саройига, "Пахлаван Махмуд" (14-18 вв.) мавзолейига, "Джума" (10 в.) масжидига ташриф. Кечки овқат. Хивада тунаш.

3-кун: меҳмонхонада нонушта. Қизил-Қум саҳроси орқали карвон йўли бўйлаб Бухоро шаҳрига ташриф, (490 км., 6-7 с.). Бухарога етиб келиш. Меҳмонхонага жойлаштириш. Шаҳар бўйлаб экскурсия: "Нодир Диван Беги" мадрасаси, "Калян" (12-14 асрлар.) минораси, "Калян" (15 аср.) масжиди, "Мир Араб" (16 аср.) мадрасаси. Кечки овқатланиш. Бухарода тунаш.

4-кун: меҳмонхонада нонушта. Шаҳар экскурсия дастурини давом эттириш: крепость "Арк", Саманийлар Мавзолейи(9-10 вв.), "Чашма Аюб", "Боло-Хауз" ( 20 аср бошлари.) масжиди, "Кумпол" бозори. Шаҳар ташқарисига саёҳат: "Ситораи Мохи-Хоса" (19 в.) амирнинг ёзги резиденцияси, "Чор-Бакр" (10 аср.) қадимги ёдгорлиги, Бахоутдин Накшбандий (16-19 аср.) мавзолейига зиёрат, унинг онаси ва издошлари (14 аср.). Кечки овқат – миллий ўзбек хонадонида. Бухарода тунаш.

5-кун: меҳмонхонада нонушта. Шаҳрисабз шаҳрига ташриф (295 км, 5 ч.). Шаҳар бўйлаб экскурсия: "Ак-Сарай" (14-15 асрлар.) саройи, комплекс "Хазрати Имам", "Дор-ут Тиллават" (15-16 асрлар.), "Гумбази-Сейдан Макбарат Улуғбек", "Кок Гумбаз" масжиди (15 аср.), "Гумбази Сейдон", мавзолей "Джахонгир". Самарканд шаҳрига бориш. Меҳмонхонага жойлаштириш. Кечки овқат. Самаркандда тунаш.

6-кун: меҳмонхонада нонушта. Шаҳар бўйлаб экскурсия: қазилмалар ва қадимги шаҳар "Афросиаб" музей, архитектура комплекси "Шахи-Зинда" (11-15 асрлар.), "Улуғбек" обсерваторияси, "Регистон" майдони, Улуғбек мадрасаси (15 аср), "Шер-Дор" мадрасаси(17 аср.), "Тилла-Кори" мадрасаси (17 аср.), "Гўри Эмир" мақбараси– Амир Темур қабри (14-15 асрлар.), "Биби-Хонум" масжиди, бозор. Кечки овқат, фольклор концерт билан биргаликда. Самарқандда тунаш.

7-кун: меҳмонхонада нонушта. Ташкентга автобусда келиш (315 км., 4 ч.). Меҳмонхонага жойлаштириш. Шаҳар бўйлаб экскурсия: "Барак-Хан" мадрасаси, "Каффал-Шаши" мавзолейи (15 аср.), "Кукалдаш" мадрасаси (16 аср.), "Жума" масжиди (9 аср.). Алишер Навоий номидаги балет ва опера театрига ташриф. Меҳмонхонада хайрлашишга бағишланган кечки зиёфат. Ташкентда тунаш.

День 8: Ташкентдан жўнаб кетиш.

### **Маршрутнинг карта –схемаси.**

Ушбу маршрутни ишлаб чиқишда барча шаҳарларга ташриф буюришнинг қисқа йўлини аниқлаш лозим. Шунинг учун туристик фирма томонидан қуйидаги жадвал ишлаб чиқилган ва бу ерда шаҳарлар орасидаги масофа берилган.

1.1-жадвал

**Ўзбекистан бўйича йирик шаҳарлар ўртасидаги масофа. (км)**

	Тошкент	Бухоро	Шахрисабз	Самарқанд	Хива	Урганч
Тошкент	-	616	305	354	1149	1119
Бухоро	616	-	240	268	523	503
Шахрисабз	305	240	-	75	600	580
Самарқанд	354	268	75	-	785	765
Хива	1149	523	600	785	-	20
Урганч	1119	503	580	765	20	-

Маршрут: *Тошкент - Урганч - Хива - Бухара - Шахрисабз - Самарқанд - Тошкент*

Энг қисқа йўл компьютер орқали QSB-1 стандарт программаси ёрдамида танланади. Ушбу маршрутнинг давомийлиги – 1222 километри ташкил этади. Аксарият холларда турнинг бошланиши хар душанбага режалаштирилади, чунки кўплаб халқаро рейсларнинг Тошкентга келиши ва Тошкентдан жўнаб кетиши душанба кунлари амалга оширилади. Тошкентдан Урганчгача туристларни ташиш авиатранспорт орқали амалга оширилади. Тошкент-Урганч авиамаршрути умумий масофа узунлигига киритилмайди (2.6-жадвал).

2.6-жадвал

#### Турнинг технологик картаси

№ п/п кун, Вақт	Моҳияти	Сумма, Сум/1 чел
<b>1- кун</b> 9.00-13.00	"Тошкент" аэропортига етиб келиш. Аэропортда кутиб олиш ва меҳмонхонага транспортировка. Меҳмонхонага жойлаштириш. Бўш вақт	<b>32 500</b>
13.00	Тушлик	<b>3 000</b>
14.00-16.00	Бўш вақт	

16.00-19.00	Драма театрига ташриф	<b>800</b>
19.00	Кечки овқат - миллий ўзбек хонодониди.	<b>3 000</b>
21.00	Бўш вақт Тошкентда тунаш.	
<b>жами</b>		<b>39 300</b>
<b>2-кун</b> 8.00	Меҳмонхонада нонушта	<b>1 500</b>
9.00- 11.00	Тошкент аэропортига Ургенч шаҳри маҳаллий авиалиниясининг эрталабки рейсига олиб бориш. Хивага етиб келиш	
11.30-12.30	Меҳмонхонага жойлаштириш.	<b>32 500</b>
13.00	Тушлик.	<b>3 000</b>
14.00-17.00	Шаҳар бўйича экскурсия	<b>2 000</b>
17.00-18.00	Бўш вақт	
19.00	Кечки овқат. Хивада тунаш.	<b>2 000</b>
<b>Жами</b>		<b>41 000</b>
<b>3 – кун</b> 8.00	Меҳмонхонада нонушта	<b>1 500</b>
9.00-15.00	Қизил-Қум саҳроси орқали карвон йўли бўйлаб Бухоро шаҳрига ташриф, (490 км., 6-7 с.). Мотелда тушлик	<b>3 000</b>
15.00-16.00	Бухарога етиб келиш. Меҳмонхонага жойлаштириш.	<b>32 500</b>
16.00-17.00	Бўш вақт	
17.00-19.00	Шаҳар бўйлаб экскурсия.	
19.00	Кечки овқат Бухарода тушлик.	<b>2 000</b>
<b>Жами</b>		<b>39 000</b>
<b>4-кун</b> 8.00	Меҳмонхонада нонушта	<b>32 500</b> <b>1 500</b>
9.00-12.00	Шаҳар бўйлаб экскурсия дастурини давоми	<b>5 000</b>
13.00	Тушлик	<b>3 000</b>
14.00-15.00	Бўш вақт	
15.00-19.00	Экскурсия: шаҳар ташқарисига чиқиш	<b>5 000</b>
19.00	Миллий ўзбек уйида - Кечки овқат Бухарода тунаш.	<b>3 000</b>

<b>Всего</b>		<b>50 000</b>
<b>5-кун</b>		
8.00	Меҳмонхонада нонушта	<b>1 500</b>
9.00	Шаҳрисабз шаҳрига бориш (295 км, 4 ч.).	
13.00	Нонушта	<b>3 000</b>
14.00-16.00	Шаҳар бўйлаб экскурсия	<b>5 000</b>
16.00-19.00	Самарканд шаҳрига бориш Меҳмонхонага жойлаштириш	<b>32 500</b>
19.00	Кечки овқат Самаркандда тунаш.	<b>3 000</b>
<b>Жами</b>		<b>45 000</b>
<b>6-кун</b>		
8.00	Меҳмонхонада нонушта	<b>1 500</b>
9.00	Шаҳар бўйлаб экскурсия	<b>5 000</b>
13.00	Нонушта	<b>3 000</b>
14.00	Шаҳар бўйлаб экскурсия	<b>5 000</b>
19.00	Кечки овқат, фольклор концерт билан биргаликда. Самаркандда тунаш.	<b>3 000</b>
<b>Жами</b>		<b>50 000</b>
<b>7-кун</b>		
8.00	Меҳмонхонада нонушта	<b>1 500</b>
9.00-13.00	Ташкентга бориш (315 км., 4 ч.). Меҳмонхонада жойлашиш.	<b>32 500</b>
13.00	Тушлик	<b>3 000</b>
14.00-16.00	Шаҳар бўйлаб экскурсия	<b>5 000</b>
17.00-19.00	Алишер Навои номидаги балет ва опера театрига ташриф.	<b>2 000</b>
19.00	Меҳмонхонада хайрлашиш кечки овқати Ташкентда тунаш.	<b>3 000</b>
<b>Жами</b>		<b>47 500</b>
<b>8-кун</b>		
8.00	Меҳмонхонада нонушта	<b>1 500</b>
	Ташкентдан жўнаб кетиш.	
<b>жами</b>		<b>1500</b>
<b>хаммаси</b>		<b>313 300</b>

### **Путёвка нархи ва харажатлар калькуляциясини аниқлаш.**

Қуйида харажатларни ҳисоблаш тартиби келтирилган:

Овқатланиш (3 марта, кунига):

- ресторан – 5 000 -10 000/1 киши.
- кафе – 3 000-5 000/1 киши.

- столовая –3 000/1 киши.
- fast food (тез овқатланиш) – 3 000 /1 киши.

### **Яшаш:**

- Меҳмонхона (номер-люкс – 75 000.; бир кишилик номер 1-категория – 40 000; икки кишилик номер 1-категория – 65 000.)
- пансионат – 10 000-15 000/1 киши.;

### **экскурсии:**

- умумий экскурсия – 30 000 сум 40 киши;
- музей, ботаника боғи ва бошқалар. – 2 000 – 4 000 сум/1 киши.

### **Харажатлар калькуляцияси** маршрут бўйича (сум):

- автобус ижараси = кунлар сони x автобус ижараси нархи 1 суткда:  $8 \times 180\,000 = 1\,440\,000$  сум;
- ёқилғи харажатлари = умумий километраж x ёқилғи харажатлари x 1 литр ёқилғи нархи:  $((1222 \times 33)/100) \times 1600 = 645\,216$  сум.;
- 1 турга автобуснинг умумий харажати:  $1\,440\,000 + 368\,983 = 1\,808\,983$  сум.;
- 1 киши учун автобуснинг харажати:  $1808983/35 = 51685,2$  сум;
- Бир кишига умумий харажат = бир кишига яшаш ва овқатланиш харажатлари + 1 киши учун автобуснинг харажати:  $297500 + 51685,2 = 349185,2$  сум;
- Бир кишига накладной харажатлар = накладной харажатлар / пассажирлар сони:  $300\,000/35 = 8572$  сум;
- Путевка таннархи = бир киши учун умумий харажатлар + накладной харажатлар, бир кишига:  $349185,2 + 8572 = 357757,2$  сум
- самарадорлик 10% -  $35\,775,7$  сум;
- НДС:  $357757,2 + 35\,775,7 = 393532,9 \times 20\% = 78\,706,6$  сум;
- Путевка нархи =  $393532,9 + 78\,706,6 = 472\,239,5$  сум;
- 1 ойлик ялпи даромад (3 экскурсия):  $472\,239,5 \times 35 \times 3 = 49\,585\,147$  сум;

- Сотиш (реализация) = ялпи даромад – НДС:  $49\,585\,147 - 9\,917\,029,4 = 39\,678\,118$  сум;
- инновацион фондга ажратма (1% от реализации):  $39\,678\,118 \times 0,01 = 396\,781,2$  сум;
- сотишдан джаромад = сотиш – бюджетга ажратма:  $39\,678\,118 - 396\,781,2 = 39\,281\,337$  сум;
- даромад солиғи = (сотишдан тушган даромад – турнинг таннари)  $\times 30\%$ ;  
 $39\,281\,337 - 37\,564\,506 = 1\,716\,831 \times 30\% = 515\,049,3$ ;
- соф фойда =  $1\,716\,831 - 515\,049,3 = 1\,201\,781,7$ .

Ушбу экскурсияни амалга оширилиши натижасида турфирма 1,2 миллион фойда олиши кўзда тутилган.

### **ҚИСҚАЧА ХУЛОСА**

## **III-БОБ. ЎЗБЕКИСТОНДА ХОРИЖИЙ ТУРИСТЛАРНИ ЖАЛБ ЭТИШ ЖАРАЁНЛАРИНИ БОШҚАРИШНИНГ САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШ ИСТИҚБОЛЛАРИ**

### **3.1. Ўзбекистонда хорижий туристларни жалб этишни ташкил этишда халқаро тажрибадан фойдаланиш йўллари**

Ўзбекистонда ички ва халқаро туризмни ривожлантириш учун республика раҳбарияти ва ҳукумати бир қатор чора-тадбирларни ишлаб чиқмоқда. Жумладан, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2 июнь 1995 йилдаги “Ўзбекистон Республикасининг Буюк ипак йўлини тиклашда қатнашувини фаоллаштириш ва Ўзбекистонда халқаро туризмни ривожлантириш тўғрисида”ги фармони, Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 3 июнь 1995 йилдаги № 210 сонли “Ўзбекистон Республикасида халқаро туризмнинг замонавий ифратузилмасини ташкил қилиш тўғрисида”ги қарори ва бошқалар.

Ҳукуматнинг асосий роли, Ўзбекистонда туризмни ривожлантириш учун қулай шарт - шароит яратишда намоён бўлмоқда. Ҳукумат томонидан талаб доирасидаги қонун ва қарорлар қабул қилинмоқда, ривожланишнинг ҳуқуқий асослари яратилмоқда.

Ўзбекистон Республикаси Президенти И.А. Каримовнинг 1992 йил “Туризм инфратузилмасини ривожлантириш ва жаҳон бозорининг индустриясига кириш тўғрисида”ги фармони ушбу тармоқда ўзгартириш киритишга тўртки берди. Туризмни ривожлантириш дастурига биноан, давлат томонидан туризм миллий маданиятни, иқтисодиётни ривожлантиришнинг асосий шarti сифатида қаралмоқда.

Ўзбекистонда халқаро туризмни янада жонлантириш мақсадида 1995 йилнинг октябрь ойида Тошкент шаҳрида “Буюк Ипак Йўли бўйлаб туризм” деб номланган биринчи халқаро туристик ярмарка ўтказилди. Ярмарка шундан буён ҳар йили мамлакатимизда ўтказиб келинмоқда. Бу ярмаркаларда тузилган шартнома ва контрактлар халқаро туризмни янада ривожлантириш республиканинг туризмга оид имкониятларини самара билан ишга солиш ва Буюк Ипак Йўлига хос бўлган қадимги анъаналарини тиклаш борасида кенг йўл очиб беради<sup>24</sup>.

Ўзбекистонда халқаро туризмни ривожлантиришда “Буюк Ипак Йўли”нинг аҳамияти чексизлигини ҳисобга олган ҳолда ҳукумат томонидан қабул қилинган “Буюк Ипак Йўлининг тикланишида Ўзбекистон Республикасининг иштирокини фаоллаштириш ва республикада халқаро туризмни ривожлантириш тўғрисида”ги фармони кутилган натижаларни бермоқда. Жанубий Шарқий Осиёдан Ўрта ер денгизи мамлакатларигача чўзилган “Буюк Ипак Йўли” деб ном олган савдо-сотиқ йўли бир неча асрлар давомида заминнинг Фарб ва Шарқида истиқомат қилган халқларни боғлаб турар эди. Ўзбекистонда кейинги йилларда ажойиб иншоотлар, маданий дам олиш масканлари, зиёратгоҳлар вужудга келди. Сўнгги йилларда

---

<sup>24</sup> Ўзбекистон Республикаси Президентининг 1995 йил 2 июндаги 1162 рақамли Фармони. //Халқ сўзи, 1995.3- июнь.

республикамизда бокс, ўзбек миллий кураши, теннис бўйича жаҳон миқёсида ўлкан чемпионатлар ўтказилмоқда, бу тадбирлар эса кўпгина хорижий мамлакатлардан туристлар келишига олиб келмоқда. Халқаро туризмни ривожлантиришда бу омилларни ҳам назардан четда қолдирмаслик лозим.

БТТнинг фикрича, бугунги кунда Ўзбекистонда туризмни ривожлантиришнинг 8 асосий афзалликлари мавжуд:

1. Қулай географик жойланиш (Буюк Ипак Йўли чораҳасида);
2. Ранг-баранг ландшафтлар;
3. Асосан буюк Ипак Йўлида жойлашган бой маданий мерос;
4. Барҳаёт бой анъана ва урф-одатлар;
5. Самимий меҳмондўстлик;
6. Турли хил ажойиб таомлари;
7. Бошланғич инфраструктура;
8. Меҳнат ресурсларининг нисбатан арзонлиги.

БТТнинг фикрига кўра юқоридаги жиҳатлар билан бирга Ўзбекистонда туризмни устуворлигини оширишда қуйидаги вазифаларни ҳал этиш керак;

- Ташкилотлараро координация;
- Ҳавфсизликни янада яхшилаш;
- Инфраструктура ва транспорт алоқаларини ривожлантириш
- Расмийликни яна соддалаштириш;
- Имидж ва маркетинг
- Маҳсулот ва хизматларни жаҳон бозорига олиб чиқиш (хорижий тилларда ҳам);
- Янги технологиялардан кенг фойдаланиш (жумладан Интернет).

Юқоридаги ҳал қилиниши керак бўлган масалалар ичида менинг назаримда имидж ва маркетинг масаласи галдаги муҳими саналади.

Туризм ўзи бу – улкан дунё бозоридир. Ўз имкониятларини яхши билган ва уни ишга сола билган давлат учун иқтисодий ривожланиш воситасидир. Шунинг учун ҳам хорижий туристларни жалб қилиш учун

дунёда шиддатли рақобат юзага келмоқда. Ютукнинг асосий омили эса бу миллий маҳсулотни етказиб бериш санъатидир. Илгари алоҳида курортлар рекламаси кетган бўлса, ҳозир бутун бир давлатнинг туристик бренди асосий рол ўйнамоқда. Бу ўзини тўлиқ оқалмоқда. Чунки бу нафақат туристларни жалб қилиш балки чет эл инвесторларини ҳам олиб кириш воситаси деб қаралмоқда.

Худди шундай тадбирга биринчилардан бўлиб қўл урган бу Испания бўлди. Унинг ортидан Сингапур, Туркия, Малайзия, Греция, Руминия кетишди, Испаниянинг ўзининг расмий логотипи мавжуд. У бутун давлатнинг юзи ҳисобланади. Оч қизил қуёш рангидаги ҳафрлар билан **ESPAÑA** деган ёзув билан берилади<sup>25</sup>. Руминия логотипи бироз оригинал кўринишда бўлиб, нимаси бўлса шу билан келтирилган яъни тоғ, денгиз ва қуёш. Шунга ўхшаш логотипларни яратишда профессионаллар иштирок этишади. Булар асосан Интернет сайтларида кўриниб ўзига хос «ташриф қоғози» вазифасини ўтайди. Бу эса юқори сифатли маркетинг хизматидан далолат беради. Ҳозирги пайт дунёни маркетинг бошқариб келмоқда. Шунинг учун ҳам давлат табиий, тарихий, маданий туристик ресурслари ва салоҳияти улкан бўлишига қарамай етарли бу соҳада билими бўлмаса бозорни эгаллай олмайди.

Брендлар фақат бор ва мавжуд нарсалардан иборат бўлиши керак. Акс ҳолда у ёлғонни кўтармайди. Бу туризми келажагига ҳавф солиши мумкин. Биринчи галда давлатнинг ўзи ўзи ҳақида қандай ўйлайди ва нима деб ўйлайди. Мисол учун Франция, Миянгизга даров ресторанлар Рено автомобили, Пежо автомобили, Эйфел минораси ва Напалеон келади.

Биз ҳам шундан кейин унинг спорти, маданияти, ошхонаси, тарихини билиб сўнг унинг бошқа давлатлардан нимаси билан фарқ қилишини маҳаллий аҳолиси сингари хис эта бошлаймиз. Шундан сўнг шу давлат тўғрисида асосий ғоя ёки фикр (CORE/COA) юритамиз. Масалан: Испания тўғрисида биргина эхтирос, энергия ва ҳаётга чанқоқликни биламиз. Улар

---

<sup>25</sup> Пардаев А, Норчаев А. Халқаро туризм. Дарслик. - Т.: ТДИУ, 2010, - 320 б.

хатто ўз фильмларида ҳам шу уч унсурни четлаб ўтишмайди. Бу ҳам ўзига хос логотик ҳисобланади.

Дунё аҳолиси ва халқаро туристлар бугунги кунда манзарали шаҳарлар, овқин-сурон кўчалар, бар, дискотека ва кўнгилочар ўйинлардан кўра тинч, осуда экологик тоза қишлоқ жойлари манзараси билан уйғунлашиб кетган қишлоқ туризмни афзал кўришмоқда. Бугунги кунда Испания туризми энг илғор давлат сифатида бу борада ҳам олдинга чиқиб олди. Бу борада қишлоқ уйларида туристларни қабул қилиш олий даражада йўлга қўйилган.

Демак, Испания қишлоқ уйларидаги туристлар қабул қилиш шароитларини кўриб чиқамиз.

Испания қишлоқ уй эгалари (операторларга қўйиладиган талаблар).-

туристик жойлаштириш воситаси сифатида рўйхатдан ўтиш

-фуқаролар учун масъулият. Суғурталаш 150 000 еврадан кам бўлмаган ҳолатда.

-расмий ҳисобларни расмийлаштириш

-алоқадаги шахсга турар жой тўғрисидаги ва жадвал маълумотларини етказиб бериш.

-кеча ва кундуз сткалик хизмат кўрсатишни яратилиши

-ҳавфсизлик (врачлар ва бошқалар) ва туризм тўғрисидаги ахборотларни 2 тилда ишлаб чиқилиш

-меҳмонларни рўйхатдан ўтказиш

-меҳмонларга телефон кеарк бўлган вақтда таъминлаш

-материаллар: ўша жойнинг характериға тўғри келувчи

-бинолар ўша жойнинг ландшафтиға мос қурилиши керак.

-жойлашув: 16 номердан кўп бўлмаслиги ва 4 кишилар номердан ошиб кетмаслиги керак.

-ўлчови 15 кв метр ҳар бир меҳмонға.

### **3.1-жадвал**

#### **Меҳмонхона номерларининг имкониятлари.**

Номер	Минимал майдон (квм)
Бир кишилик	9
Икки кишилик	12
Уч кишилик	15
Тўрт кишилик	18

Манбаа: Пардаев А, Норчаев А. Халқаро туризм. Дарслик. - Т.: ТДИУ, 2010.

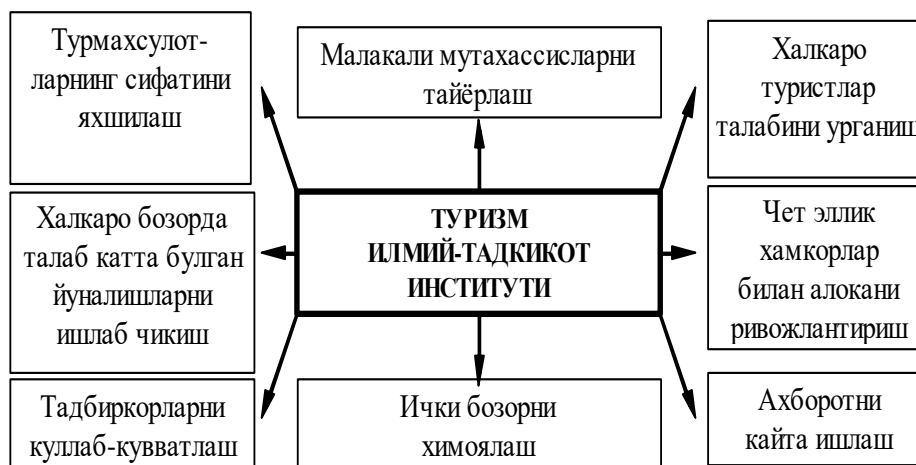
Хожатхона-душ: хонанинг 50% дан ҳар бир 4 меҳмонга 1 тадан.

Иссиқ сув: 45<sup>0</sup> дан кам бўлмаган ҳолда.

Тўшак: 90/180; 135/180.

Тўлик чойшаблар билан таъминлаш.

Испания ҳукумати туризмдаги барча секторлар ривожланишни бирдек олиб бориш ва илмий тадқиқотларни амалга оширишни яхшилаш мақсадида Европанинг туризми энг ривожланган давлатига айланди. Испания туризмнинг энг катта ютуқларидан бири ижтимоий сўровлар ва туризм илмий-тадқиқот институтларини ташкил қилди (3.1-расм).



### 3.1-расм. Туризм илмий-тадқиқот институтининг фаолияти

Манба: Туризм илмий-тадқиқот институти маълумотлари асосида тузилган.

Испанияда бу институтлар фаолият кўрсатиш билан бирга ўз олдига қуйидаги мажбуриятларни олади;

- турмахсулотнинг чет эл бозорларидаги мавқейини аниқлаш, режалар тузиш, ахборотларни қайта ишлашни, туристик йўналишларга бўлган талабни ўрганишни;

- турмахсулотнинг чет эл бозоридаги сотувини қўллаб-қувватлаш;
- туристик маҳсулотларнинг рақобатбардошлигини оширишда автоном ҳамкор жамиятлар, маҳаллий маъмуриятлар ва хусусий секторлар билан ҳамкорликда иш олиб бориш.

Бизнинг республикамизда Испания тажрибасини қўллаган ҳолда туризм илмий-тадқиқот институтини ташкил қилиш ва туристик фаолиятни тартибга солишда илмий-амалий тажрибалар билан кўрсатма берадиган ва аниқ манбаларга таяниб иш кўрадиган марказни очиш мақсадга мувофиқдир.

Бу туризм институти Испаниядаги каби республикамиз туризми ривожланишида қуйидаги долзарб ишларни амалга оширишда етакчи ҳисобланиши керак<sup>26</sup>.

1. Туристик йўналишларни тез-тез янгилаб туриш ва мавжудларининг сифатини ошириш;

Бунда ҳар томонлама изланиш олиб бориб энг биринчи навбатда атроф-муҳит ва миллий қадриятларни ёддан чиқармаслик ва қуйидаги дастурларни ишлаб чиқиш керак:

- туристик йўналишларнинг ягона норма ва нормативларини ишлаб чиқиш;

- саёҳат қилиш режасини пухта ишлаб чиқиш ва олдинги маълум йўналишларни мустаҳкамлаб бориш;

- янги ишлаб чиқилган йўналишлар билан туристларни таништириш, иқтисодий ва инфармацион қўллаб-қувватлаш.

2. Миллий туристик маҳсулотнинг сифатини ошириш. Бунда асосан халқаро бозорда туристларга хизматлар таклиф қилиш, янгидан таклиф этилаётган туристик маҳсулотларни ишлаб чиқаришни ва хужжатлаштириш

---

<sup>26</sup> Норчаев.А.Н. Халқаро туризм ривожлантиришнинг иқтисодий ўсишга таъсири. и.ф.н. дисс. – ТДИУ, 2004. б. -97.

устида ишлаш каби амалларни бажариш керак бўлади. Республикадаги ички имкониятни ҳисобга олган ҳолда миллий турмахсулотнинг рақобатбардошлигини оширишда маданий туризмни имкониятларидан фойдаланиш мақсадга мувофиқдир. Бунинг замирида инсониятнинг бойлиги бўлган тарихий шаҳарлар, ўзбек миллатига ҳос бўлган урф-одатлар, миллий таомлар, халқ ҳунармандчилиги, меҳмондустлиги каби ва бошқа шу каби ижтимоий-иқтисодий манфаатларни олдинга суриш лозим.

3. Туристик фаолият билан банд бўлган ишбилармон ва тадбиркорларнинг сифатини, маълумотларини ошириш, қайта тайёрлаш. Бундан кўзланган асосий мақсад ишбилармонлик, тадбиркорлар секторини ривожлантиришни бошқариш ва дунё тан олган ягона сифат нормасига келтириш каби ишларни амалга ошириш лозим. Тадбиркорлик секторидаги сифат системасини кўйидаги характеристикаларга мос келишга эришиш зарур ҳисобланади:

- тадбиркорларнинг билим даражасини оширишига ўз ҳоши билан иштирок этишга эришиш;
- тадбиркорларни ўзини-ўзи бошқариш ва зарурий ҳолатларда тез мослашишига тайёрлаш;
- туризм соҳасига янгидан кириб келаётган тадбиркорларни ҳар томонлама қўллаб-қувватлаш ва кўрсатмалар беришни;
- кўрсатилаётган хизматларни сифатини ўз назорати остида ушлаб туриш.

Булардан ташқари туризм институти турли кўринишдаги ўзбек миллий туристик маҳсулотларни бирлаштирувчи, ҳамма туристик секторлар учун ягона сифат маркасини ташкил этиш лозим. Бу ягона сифат маркасини нафақат ички туристлар, балки халқаро йўналишдаги туристлар, ва чет эл истеъмол бозори ҳам тан олишга эришиш керак. Ягона сифат маркаси вужудга келиши билан бирга, у институт қошида сифат бўйича бўлим очилишига олиб келади. Бу бўлим хусусий сектордаги корхоналарнинг фаолиятини назорат қилиб бориш билан бирга, иш жараёнини юқори сифатда ташкил этишда назарий ва амалий ёрдам бериб бориш лозим.

Бундан ташқари испаниядаги 30 дан ортиқ тилни ўргатиш марказида йилига минглаб гид-таржимонлари ўз малакасини оширади. Ўзбекистоннинг ҳам бундай халқаро марказларига аъзо бўлишини таъминлашни тезлаштириш керак. Бундан ташқари, туризм ривожланишида турли хилдаги ярмаркалар ҳам асосий роль ўйнайди. Европадаги энг ката туристик ярмарка ҳам айнан Испанияда ўтказилади. Бу ярмарка ишини Испания қиролининг шаҳсан ўзи очи беради. Бундан ташқари бир йилда бир неча марта жуда катта миқёсдаги FITUR (савдо ва туризм кўргазмаси) ярмаркаси ўтказилади. 2006 йилдаги ярмаркада 37 давлатдан 1,5 минг компания ва 3 мингга яқин тадбиркорлар қатнашди. FITUR ҳозир Европадаги энг замонавий технология билан жихозланган бўлиб ҳар қандай форумларни ўтказа олиш қобилиятига эгадир. Ўзбекистонлик туроператорларни бундай ярмаркаларда мунтазам равишда қатнашишини таъминлаш асосий мақсадлардан бири бўлиши керак<sup>27</sup>. Чунки бу ярмаркага дунёдаги энг йирик туроператорлар йиғилади.

Кўриниб турибдики Испания бу борада ҳам кўпгина ривожланган давлатлар қатори илғор ўринларда. Ривожланаётган давлатлар учун эса ўзига хос мактаб ва қўлланма сифатида кўришимиз мумкин. Тўғри Ўзбекистонда ҳали бу даражага чиқиш учун вақт бор, лекин аҳолисининг деярли 60% и қишлоқда яшовчи ва ўша ерда меҳнат қилувчи ва маҳаллий ерларни яхши билувчи Ўзбекистон аҳолиси шароит яратиб берилса албатта улкан марраларга эришади. Сўнгги йилларда айниқса шунга ўхшаш тажрибани Тошкент вилояти тоғли қишлоқларида эксперимент сифатида ўтказиб кўриш зарур. Ахир Чорвоқ зонаси энг қулай вариантку. Қолаверса, бошланғич инфраструктураси ҳам бор. Масалан, Узоқ шарқ ёки ғарбий Европа туристлари бўлмаса ҳам бошланишига МДХ давлатлари туристларини «чорвоқ оромгоҳига» жойлаштириб, сўнг у ердан эксперимент сифатида Бирон бир яқин қишлоқда барпо қилинган меҳмонхонага максимум 2 кунлик саёҳат уюштирилса, шу баҳонада секин аста ишлар юришиб кетган бўларди.

---

<sup>27</sup> Норчаев А.Н. Халқаро туризмнинг Испания иқтисодиётидаги аҳамияти. //Ж.Ўзбекистон иқтисодий ахборотномаси. 2003. №7-8. б. 52.

### **3.2. Хорижий туристларни жалб этишда туристик брендингни ривожлантириш йўналишлари**

Мамлакатимизда туризмни янада ривожлантириш, туристик хизмат кўрсатиш сифатини ошириш ва йўналишларини кенгайтиришга қаратилган дастур асосида иш олиб борилмоқда. 2015 йил якунларига кўра, 89 минг 600 нафар туристлар дунёдаги машҳур Самарқанднинг бетакрор тарихий обидалари, гўзал табиатидан баҳраманд бўлди. Сайёҳлар оқимини янада кўпайтириш, уларга халқимизнинг ўзига хос анъана ва қадриятларини кўрсатиш мақсадида кейинги йилларда “Самарқанд нонлари”, “Шарқ ширинликлари”, “Миллий ҳунармандчилик маҳсулотлари” каби кўرғазмалар ташкил этилди. Самарқанд шаҳрида сайёҳлар учун кенг имкониятлар яратилиб, темирйўл вокзали ва аэропортда шаҳар туристик харитаси ўрнатилди. Кўчаларда ўзбек ва инглиз тилларида махсус йўл кўрсаткичлар жойлаштирилди. Шаҳардаги 140 та туристик фирма ва ташкилотлар, қарийб тўрт минг ўринли 78 та меҳмонхона сайёҳларга юқори сифатли хизмат кўрсатиб келаётир. Рақобатнинг глобаллашуви шароитида бу туристик фирма ва ташкилотлар, меҳмонхоналар ўз брендига эга бўлишлари ғоятда муҳимдир.

Бренд туризм соҳасида жуда аҳамиятли бўлиб, туристларнинг бронлаш жараёнида тўқнаш келадиган жуда кўп туристик хизмат турлари ва уларни бир-биридан фарқлашда яққол намоён бўлади. Аксарият туристларнинг туристик хизматларни бирма-бир таққослаш, уларнинг ассортиментини таҳлил қилиш, афзаллик ва камчиликларини ажратиш имконияти деярли йўқ. Бунинг учун кўп вақт ва катта жисмоний меҳнат талаб қилинади. Бундай вазиятда туристик брендинг улар учун осон ўқиладиган ва тез

ўзлаштириладиган махсус ёрликлар орқали “беминнат ёрдамчи” вазифасини ўтайди.

Туризм соҳасида бренд турфирмаларнинг ҳуқуқий белгиси бўлсада, у энг аввало иқтисодий нафлиликка қаратилган.

Туристтик брендни ишлаб чиқиш мураккаб жараён. Туристтик брендни ишлаб чиқишда жуда кўп визуал белгилар таҳлил қилинади, туристик дестинацияларнинг номи, жойи, туристик ресурслар ва мамлакат нуфузи имкон қадар брендда акс эттирилишига эътибор берилади. Шунингдек, туристик бренд номоддий характерга эга бўлган туристик хизматларни истеъмолчиларга танилиши учун қатор маданий ва миллий қадриятларни ҳам ўзида акс эттирадики, бу ўз навбатида брендинг жараёнига малакали мутахассисларни жалб этиш заруратини келтириб чиқаради.

Минтақа ёки мамлакатнинг муайян ҳудудларида жойлашган туристик ресурслардан фойдаланишда жуда кўплаб турфирмалар иштирок этади. Туристтик бренднинг асосий вазифаси туристик ресурслардан фойдаланиш чоғида рақобат устунлигини намоён қилиш ва хизматлар нархини юқорироқ белгилашни таъминлашидир. Буларнинг барчаси туристларнинг фирма брендига мойиллигини яратиш билан амалга ошади. Чунки туристик хизмат истеъмолчиларининг гедонистик хулқ-атвори энг аввало энг сифатли, энг қулай, энг жозибадор туристик хизматлардан баҳраманд бўлишни талаб этади.

Аксарият туристик хизматлар бошқа фирмалар томонидан кўрсатиладиган хизматларга шу қадар ўхшашки, туристлар учун кимдан харид қилишнинг умуман фарқи йўқ. Масалан, суғурталаш хизматлари турпакет таркибига кириш ёки кирмаслигидан қатъий назар, барча турфирмаларда бир хил амалга оширилади. Бир қарашда мамлакатимиз туристик шаҳарлари бўйлаб уюштирилаётган туристик маршрутларни таҳлил қиладиган бўлсак, уларда ҳам хизматларнинг айнан ўхшашлигини кузатамиз. Бироқ, ҳар қандай турфирманинг бошқа турфирмалардан фарқлаш имконини

берадиган ўз локомотив хизмати мавжуд бўлиб, бу хизматлар унинг бренди орқали намоён бўлади.

Туристтик брендинг турмаҳсулотга қўшимча қиймат яратади, бир вақтда уни реклама қилади ва сотишни рағбатлантиради. Бундан ташқари туристик бренд ҳудуд, таниқли шахслар, диққатга сазовор жойлар тўғрисида ҳам ахборот берувчи манба ҳамдир.

Туристтик брендни ишлаб чиқиш жараёнида энг асосийси, бу фирма номидир. Фирма номи турфирма ва унинг маҳсулотларини бошқа фирмалар ва уларнинг маҳсулотидан фарқлашни таъминлайди. Фирма номининг муҳим хусусиятлари унда маркетинг мақсадларининг мавжудлигидир. Фирма номи унинг маркетинг мақсадларини ўзида намоён этиши зарур. Масалан, фирма ёшлар туризмига хос йўналишга эга бўлса, унинг номи ҳам ёшлар томонидан ижобий қабул қилиниши керак.

Туристтик бренднинг қуйидаги ижобий жиҳатлари бўлиши лозим:

- харидорлар эътиборини жалб қила олиши керак;
- тезда эсда қолиши ва аллитерациялашув(махсус қисқартмалар, урғу бериб ўқиладиган синоним ва бошқалар)и керак;
- туристик маҳсулотнинг мавқеини қўрсата олиши ва истеъмолчи ва турфирмалар томонидан бир-бирларини англаш ва шу асосда ўзаро муносабат ўрнатишни таъминлаши керак;
- визуал имижига боғлиқ бўлиши керак;
- туристик маҳсулот тўғрисида маълумотни ўзида акс эттириши ёки у тўғрисида маълумот бришга яроқли бўлиши керак;
- келгусида истеъмолчилар брендга тахаллус топа олишларини эътиборга олиши керак. Масалан, “Ердаги Марс”– Аризона штати ва Колорадо дарёсидаги каньонлар;
- брендни телефон орқали ёки маълумотнома орқали топиш қулай бўлиши керак.

Афсонавий хабарлар– бренддаги тарихий ва эртак қахрамонлари бўлиб, бевосита ҳудуд билан боғлиқ бўлади. Масалан, Афина шаҳрига оид брендлар Қадимги Юнон қахрамонлари ва худолари тўғрисида, Миср қадимги фиравнлар тўғрисида, Сурхондарё Алпомиш тўғрисидаги афсоналарни тарғиб қилса, Самарқанд шаҳри Темур ва Темурийлар номи билан машҳур.

Афсоналар туристик бренднинг негизини ташкил қилади десак муболаға бўлмайди. Айнан афсоналар орқали кучли брендлар яратилади.

Туристтик брендни яратиш нафақат туристлар, турфирмалар учун, балки маҳаллий аҳоли учун ҳам муҳимдир. Маҳаллий аҳоли бир вақтнинг ўзида туристик ресурсларнинг асосий истеъмолчилари ҳисоблансалар, бир томондан минтақа(ҳудуд)нинг туристик ресурси ҳамдир.

Шунинг учун туристик брендни яратиш жараёнида туристик дестинацияларнинг яшаш учун жозибадорлигини ҳам эътиборга олиш зарур.

Туристтик брендни яратишда ҳудудий ёндашишнинг бир қатор муҳим жиҳатлари мавжуд бўлиб, улар ҳудудларнинг ижтимоий-иқтисодий ривожланишини ҳам эътиборга олганлигидир:

– туристик брендни яратишда ҳудудий ёндашиш ҳудудларнинг комплекс ривожланишини таъминлайди. Бунда туризмни фақатгина диққатга сазовор жойлар, экотуристтик ресурслар, тарихий дгорликлар базасида эмас, балки этнографик, аксиологик, замонавий шаҳарсозлик, турмуш тарзи ва шу каби йўналишларни қамраб олишни таъминлайди. Шунингдек, туристик бренд барча тоифадаги ва ёшдаги аҳолининг фаровон яшаш шароитини ҳам таъминлашга қаратилиши керак;

– туристик брендни яратишда ҳудудий ёндашув туристларнинг хавфсиз яшаш ва дам олишлари шароитини яратиб беришни ҳам таъминлайди.

Туристтик бренд бадий жиҳатдан шундай тасвирланиши керакки, туристлар уни “қайта безаш”га ҳаракат қилишлари, брендда яширинган ҳиссиёт, рамз ва миллий ғояни тезда англаниши, келгусида туристларнинг ҳудудни ўз ишбилармонлик ва туристик эҳтиёжларини қондириши мумкин бўлган жой сифатида баҳо беришига хизмат қилиши керак.

Туристтик брендинг қуйидаги воситалар орқали амалга оширилади:

– **Стратегик воситалар** – туристик ресурслар ёки турфирмаларнинг асосий хусусиятларини эътиборга олган ҳолда сиёсий вазият, географик жойлашув, ижтимоий-иқтисодий, маданий-илмий салоҳиятни қамраб олувчи устувор йўналишларни белгилаш асосида ривожланиш стратегиясини ишлаб чиқиш; ҳудуд ёки турфирманинг миссиясини аниқлаш, фаолият мақсади ва моҳиятидан келиб чиқиб номини шакллантириш.

– **Рамзий воситалар** – бренд истеъмолчиларига таъсир кўрсатувчи визуал усул ва услублар мажмуини яратиш, туристик дестинация ёки турфирманинг асосий хусусиятлари(байроқ, герб ва бошқа аҳамиятли белгилари)ни ишлаб чиқиш ва ягона услубини яратиш ва улар асосида реклама-ахборот ва совға хусусиятига эга маҳсулотлар ишлаб чиқариш; туристик дестинация ёки турфирманинг икки тилда маълумот берувчи расмий сайтини яратиш.

– **Рекламага оид воситалари:** туристик дестинация ёки турфирма ўзи ҳақидаги ва дестинацияда жойлашган туристик ресурслар тўғрисидаги маълумотларни бевосита реклама, реклама мурожаати орқали тарқатади.

Бунинг учун:

- матбуот рекламаси(газета, журнал, брошюра ва шу кабилар.);
- интернет рекламаси (дестинация, турфирма, туроператорларнинг расмий сайти, бошқа турли ахборот порталлари);
- телевизион реклама (теледастурлар, қисқа метражли фильм, видеороликлар);

**4. PR-воситалар** – туристик брндни силжитишга йўналтирилган комплекс тадбирлар бўлиб, турфирма, туроператор ёки туристик дестинация имижини шакллантириш мақсадида маҳаллий бошқарув органларини жалб этиш, ушбу ҳудуддаги тарихий шахслар, турли соҳаларнинг етакчи ва таниқли шахсларини жалб этиш, дестинацияларда турли воқеалар арафасида тадбирлар ташкил қилиш ёки махсус тадбирлар уюштириш ва ҳамкорликда

минтақавий туристик лойиҳаларни амалга ошириш кабиларни киритиш мумкин.

Юқоридаги даврийликдан кўриниб турибдики, айнан бўш ерни аниқлаб топиш ва муаммони ечиш, чунки биз бўш деб ўйлаган тараф бизнинг кучли тарафимизга айланади. Бренд-менежментнинг тўғри олиб борилиши унинг келажақда катта ютуқларга эришишига олиб келади.

Шундай экан Ўзбекистонда мавжуд муаммоларни кўриб чиқсак, уларни шартли равишда 2 гуруҳга ажратиш мумкин.

1. Янги чиқаётган ёки умуман мавжуд ташкилотлар профессионал бренд сореатер(брендни яратувчи)ларга ишонишмайди.

Барча компаниялар ҳаммадан ўзим ақлли шиори остида ўз брендларини ясашади, ном қўйишади, слоган (шиор) ва ўз кўнглида стратегия ишлаб чиқади. Афсуслар билан таъкидлаш керакки, ушбу йўналиш ғарбда алоҳида бир соҳа бўлиб шакллантирилган. Бу йўналишда махсус олий таълим ўқув юртлари мавжуд.

Бизда эса шунчаки юзаки қаралади ва миллионлаб маблағ реклама баннерларига ишлатилади. Натижада ҳеч қандай фойда бўлмайди. Бизга маълумки “Агар реклама ҳақида гапирилса, бу ёмон реклама. Агар маҳсулот ҳақида гапирилса демак яхши реклама”. Шундай экан бу муаммоларга юзаки қараш ўринсиз деб ўйлаймиз.

2. Яна бир муаммолардан бири деб ички брендингни тўғри тузилмаганлиги ҳақида гапириш ўрин.

Юқоридаги жадвалдан шуни таъкидлаш мумкинки, ички брендингни тўғри ташкил этиш ва ходимларга тўғри мотивация бериш ҳар қандай бюджети катта бўлган пром аксиялардан устунроқ.

Энди назарни “Ўзбектуризм”нинг ички брендинг жараёнига қаратадиган бўлсак, ҳозирда корхонада бу борада ҳеч қандай ишлар олиб борилаётгани йўқ, лекин ходимлар энг яхши реклама ташувчиси эканлигини яна бир бор такидлаб ўтиш лозим. Шунинг учун ходимларга бренд ҳақида шундай мастер-сасслар ўтказиш керакки, ходимлар ўз корхонасидан, ўз

бренддан фахрланиш, ўзи ҳам шу хизматлардан фойдаланишга бўлган ҳоҳиш ҳисси пайдо болиши керак.

Туристтик брендни яратишда қуйидаги йўналишларга алоҳида эътибор қаратиш муҳим ҳисобланади:

**1. Ижтимоий-маданий йўналиш.** Бу туристик дестинациянинг номоддий капитали ҳисобланиб, туристик брендни яратишда биринчи навбатда эътиборга олинади. Бунда қуйидаги икки йўналишни кузатишимиз мумкин:

1) дестинациянинг географик жойлашуви, рекреацион ресурслари, ландшафти, экологик вазияти;

2) дестинация жойлашган ҳудуднинг тарихий шахслари, воқеалари, турли тарихий афсоналари, эртақлари ва минтақанинг турли тарихий рамзлари.

**2. Иқтисодий йўналиш.** Туристтик дестинация ёки турфирмаларнинг иқтисодий устун жиҳатлари бўлиб, биринчи навбатда иқтисодий фаолият билан шуғулланишда мавжуд рақобат афзалликлари, мутлоқ ва нисбий устунликлари бўлса, иккинчидан, бренддан фойдаланиш орқали товар ва хизматларнинг ноёб хусусиятга эга бўлиши, қўшимча инвестицияларни жалб қилиш имконини ошишидир.

Туристтик брендни яратиш жараёни қуйидаги 3.2-расмдан келтирилган



**3.2-расм. Туристтик брендни яратиш жараёни**

Туристтик брендни номлаш – брендни яратиш ва уни силжитишда муҳим аҳамиятга эга. Брендга ном бериш бренд-нейминг деб номланади. Бренд-нейминг фаолияти мураккаб ва масъулиятли бўлиб, брендинг муваффақиятига тўғридан тўғри боғлиқдир. Бренд-неймингнинг бугунги кунда 40 га яқин усуллари мавжуд бўлиб, улар асосида мингдан ортиқ номлар таҳлили қилинади. Бренд-неймингнинг энг оммабоп ва муваффақиятли усуллари қуйидагилар:

– **Неологизмлар асосидан ном бериш.** Ҳар бир турфирма бизнесни жадаллаштириш учун ўзининг шахсий “ном”ига эга бўлишни истайди. Бунда албатта танланган ном унинг орзуларини акс эттириши, тезда ўқилиши ва эсда қолишлиги ва бетакрорлиги муҳим. Бренд-неймингда неологизмдан фойдаланишнинг яна бир жиҳати бугунги кунда Интернет технологияларининг ривожланганлигидир. Аксарият турфирмаларнинг ўз расмий сайтлари мавжуд ва улар умумий .uz домени бирлаштириб туради. Аммо бугунги кунда .uz доменида “оддий ном”лар учун жой қолмаган. Шу боис турфирмалар ўз номининг такрорланмаслиги, ўзига хослиги ва

фирмининг мақсад ва йўналишларини ёритиб бериш учун неологизмлардан кенг фойдаланади.

Энг кенг тарқалган неологизмлар стилистик хатоликлар (SHAXEREZADA, SHAKHNAME TRAVEL), исм ва фамилиялар олдидан “tour”, “hotel”, “Royal”, “voyage”, “travel”, сўзини қўшиш (“SOGDA TOUR”, Hotel Diyora OTEL SAMARKAND, “Central Asia travel”) орқали ясалади.

– **Қувноқ нейминг.** Кўпчилик фирмаларнинг бренди ҳазил ва қизиқарли номлардан иборат бўлади. аммо шуниси қизиқарлики, уларнинг аксарияти ҳазил тариқасида қабул қилинмаслиги мумкин. Истеъмолчилар яхши ҳазил ва қизиқарли номни тезда эслаб қолишади ва ўз яқинларига бу ҳақида айтиб беради. бундай самарага фақатгина такрорий реклама орқали эришиш мумкин.

– **Анъанавий нейминг.** Одатда кўпчилик фирмалар ўз номига, ишлаб чиқараётган маҳсулот асосчисига, мамлакат, тармоқ ёки жойларга содиқ қолган ҳолда ўз номларини сақлаб қоладилар ёки қадимий номларни беради. Ҳатто янги пайдо бўлган товар ва хизматлар учун ҳам қадимий номларни бериш анъана тусига кирган. Шу сабабли бугунги кунда кўпчилик брендлар тарихий воқеалар, жойлар, шахслар, шаҳар ва эртак қаҳрамонлари номлари билан номланган. Масалан, AFROSIYOV PALAS, MAROQAND, TUMARIS.

**Ҳаёлий нейминг.** Бренд-нейминг жараёнида ҳаёлий номларга ҳам кенг эътибор берилади. Ҳаёлий номлар кишиларга фаровон ҳаёт, шинамлик, саргузашт, бетакрор табиат инъомларини ваъда қиладилар. Шу боис барча турфирмаларнинг брендида ҳаёлий образларга алоҳида эътибор қаратилади. Брендлардаги “жаннат”, “серкуёш”, “марварид”, “олтин”, “буюк” каби эпитет сўзлар истеъмолчиларга қуруқ ваъда, ҳасрат, соғинч, қўмсаш ва зерикишдан бошқа ҳеч нарса ваъда қила олмайди. Масалан, SAMARQAND SHARQ DURDONASI, IDEAL, BO'STONSAROY, GOLDEN ROAD TRAVEL ва шу кабилар.

Шу ўринда Самарқанд вилоятида амалга оширилаётган ижтимоий-маданий тадбирлар доирасида бренд тизимини такомиллаштириш муҳим

аҳамиятга эга. Бу тажриба халқаро туризмда кенг қўлланилади ва кенг миқёсдаги туристларни жалб этади. Масалан, Бразилиядаги фестиваллар, Испаниядаги Эл-классико футбол учрашувлари бу тадбирларга миллионлар туристларнинг ташриф буюришига имконият беради.

### 3.1-жадвал

#### Самарқанд вилоятида доимий равишда ўтказиладиган маданий-кўнгилочар тадбирларда ҳодиса ва воқеалар брендини қўллаш

№	Тадбир номи	Ўтказиш жойи	Давомийлиги
1.	“Наврўз” умумхалқ байрами	Вилоятнинг барча ҳудудларида	15-25 март
2.	Лазерли мусиқали шоу	Самарқанд шаҳри Регистон майдони	март-ноябр
3.	Миллий либослар театри намойиши	“Эл меъроси” театри биноси	март-ноябр
4.	Улоқ-кўпқари ўйинлари	Самарқанд, Ургут туманлари	март-май октябр-ноябр ойлари
5.	“Фавворалар” фестивали	Шаҳарнинг барча ҳудудларида	1 май
6.	“Самарқанд шарқ гавҳари” ёшлар туризм фестивали	Самарқанд шаҳри, Миронқўл қишлоғи ҳудудидаги СамИСИ оромгоҳи	25-27 июн
7.	“Самарқанд нонлари” кўрик танлови	Самарқанд шаҳри Йўлбарслар майдони	август ойининг учинчи шанба ва якшанбаси
8.	“Қовун сайли”	Самарқанд шаҳри Ота Турк кўчаси бўйлаб	август ойининг тўртинчи шанба ва якшанбаси
9.	“Шарқ тароналари” халқаро мусиқа фестивали	Самарқанд шаҳри Регистон майдони	август ойининг охириги декадаси

10.	<b>“Миллий таомлар ва шарқ ширинликлари” кўрик танлови</b>	Самарқанд шаҳри Алишер Навоий кўчаси бўйлаб	ноябр ойининг биринчи шанба ва якшанбаси
-----	--	--	--

Самарқанд вилоятида ҳам бу тадбирлар кенг анъанага айланган бўлиб, Самарқанд вилоятида доимий равишда ўтказиладиган маданий-кўнгилочар тадбирларда ҳодиса ва воқеалар брендини кўллаш мақсадга мувофиқ (3.1-жадвал). Мазкур тадбирларнинг даврий равишда ташкил этилиши ва туристик мавсумда амалга оширилиши туристларнинг Самарқанд ҳақида мазмунли таассуротлар олишларига хизмат қилади.

Мазкур маълумотларга кўра, 2010 йилга қадар бўлган давргача туристик оқимларнинг асосий қисми республиканинг туристик талаб катта бўлган ҳудудлари ва туристик марказлари – Тошкент, Самарқанд, Бухоро, Хоразм, Жиззах ва Фарғона водийсига тўғри келади. Республиканинг Қорақалпоғистон, Оролбўйи каби минтақалари, республика жануби, шу жумладан Термиз туризм соҳасида бой потенциал имкониятларга эга, аммо улар яхши ўзлаштирилмагани ва асосий марказлардан узоқда жойлашгани учун туристик корхоналар лойиҳалаштирилган мажмуини ривожлантириш истиқболларига киритилиши лозим.

Маркетинг фаолиятининг муҳим объекти - турфирма учун бозорларни аниқлашдан иборатдир. Алоҳида турмаҳсулот ва турпакет гуруҳлари, алоҳида минтақа ва мамлакатлар, ички ва ташқи бозорлар, капитал, иш кучи, харидор ва сотувчилар бозорлари мавжуд. Улардан туризм учун энг муҳими ташқи ва ички туризм бозорларидир. Ички туризм бозори - бир мамлакат чегарасидаги турмаҳсулот муомаласини ўз ичига олса, ташқи туризм - миллий давлат чегаралари ортидаги турмаҳсулот муомаласи йиғиндисидир. Ички туризм бозори иштирокчилари маҳаллий турфирмалар, компания ва ташкилотлар; ташқи туризм бозори иштирокчилари алоҳида мамлакатлар миллий чегарасидан ташқарига чиқадиган турмаҳсулотлар муомаласида иштирок этадиган

турфирмалардир, яъни бу бозор маълум бир мамлакатга нисбатангина ташқи ҳисобланади. Туризм соҳасида тадбиркорлар профессионализм тайёргарлигини ошириш мамлакатимиз туризми олдига қўйилган қуйидаги мақсадларга эришишни таъминлаб беради:

**биринчидан,** мамлакатимизга чет эллик туристларнинг катта миқдордаги оқимини жалб этиш орқали халқаро доирада бемалол рақобатлаша оладиган туризм саноатининг асосини яратиш;

**иккинчидан,** мамлакатимиз туризм саноати тараққий этиши учун етарли шарт-шароитларни яратиш ҳамда чет эллик туристларда мамлакатимизга ташриф буюриш истагини имкон қадар уйғотиш;

**учинчидан,** туризм соҳасида фаолият кўрсатаётган тадбиркорлар тасаввурида сифатли хизмат кўрсатиш ва бунинг учун зарур шарт-шароитлар тўғрисидаги тушунчани шакллантириш.

Маълумки, ҳар қандай корхона менежменти ўз ичига икки асосий жиҳатни олади. Биринчиси, ташкилот мақсадларини белгилаш, иккинчиси, ташкилотни, бунга мос равишда фирма персоналини бошқариш. Биринчи жиҳатда ташкилот мақсадларини амалга ошириш бўйича чора-тадбирлар ишлаб чиқилади ва уларнинг натижаси назорат қилинади. Бунда ташкилот менежменти моддий - мантиқий муаммоларни ҳал этиш, маълумотлар айирбошлашини ташкил этиш ва улар устидан назорат этишга қаратилган бўлади. Иккинчи жиҳат хусусида тўхталадиган бўлсак, шунини алоҳида таъкидлаб ўтиш жоизки, бозор муносабатлари шароитида ва рақобат муҳити ривожланган шароитда ташкилот ходимлари эҳтиёжларининг қондирилиши унинг самарали иш фаолиятини таъминловчи энг муҳим мақсадлардан бири ҳисобланади. Менежментнинг ушбу жиҳатлари бир-бири билан узвий боғлангандир.

Шунинг учун ҳам уларни бир-бирига қарама-қарши қўйиш ёки бир-биридан ажратиб кўрсатиш мантиққа зид. Бозор иқтисодиёти шароитида ҳар қандай ташкилот раҳбари бир томондан тўғри моддий-мантиқий

қарорни қабул қилиш керак бўлса, иккинчи томондан эса ташкилот олдига кўйилган мақсад ва вазифалар бажарилишига ўз ходимларини йўналтириши ва улар фаолиятини рағбатлантириши керак. Маълумки, туристик ташкилотлар томонидан кўрсатиладиган хизматлар ёки туристик маҳсулотлар фақатгина туристлар ташриф буюрганда амалга оширилади. Шунинг учун ҳам туристик ташкилотнинг персонали туристлар билан ўзаро муносабат ўрнатишда энг муҳим стратегик омил ҳисобланади.

### **3.3 Туристлик фирмаларда ҳаёт фаолияти хавфсизлиги чораларининг ташкил этилиши ва уни такомиллаштириш йўллари**

Ҳаёт фаолияти хавфсизлигида меҳнат муҳофазаси, қонунда кўрсатилганидек:

- меҳнат муҳофазаси иш жараёнида инсоннинг меҳнат қобилиятини, соғлиги ва хавфсизлигини таъминлаш учун йўналтирилган қонунлар мажмуаси, социал-иқтисодий, ташкилий, техник, гигиеник, профилактик тадбирларни ўз ичига қамраб олар экан, демак барча жабҳаларда фуқароларнинг меҳнат қилиш шароити талаб даражасида яратилиши лозим.

Ҳаёт фаолияти хавфсизлиги фанининг методологик асосининг яна бир томони, бу меҳнат шароитини, технологик жараённи, ажралиб чиқадиган захарли моддаларни ва фойдаланиш вақтида пайдо бўладиган хавфли вазиятларни мунтазам равишда илмий таҳлил қилиб боришдир. Чунки, фақат таҳлил асосида ишлаб чиқаришдаги хавфли жойлар, содир бўлиши мумкин бўлган хавфли вазиятлар аниқланади, уларнинг олдини олиш ва бартараф этиш чоралари ишлаб чиқилади. Бу масалаларнинг барчаси ўзаро боғланган, келажак режаларни ҳисобга олган ҳолда кўрилиб борилиши лозим.

Ишлаб чиқаришда, ташкилотларда ҳар бир раҳбар ва муҳандиснинг Ўзбекистон Республикаси «Меҳнатни муҳофаза қилиш тўғрисида»ги Қонунига амал қилиш, ишлаб чиқариш хавфсизлиги масалаларини иш

фаолиятида тўғри ҳал этиши, унинг шу соҳадаги билим ва малакасига боғлиқ. Ҳаёт фаолияти хавфсизлиги билан бир қаторда унинг таркибий қисми бўлган меҳнатни техника хавфсизлиги ҳамда ёнғиннинг олдини олиш масалалари ҳозирги вақтда энг долзарб масалалардан ҳисобланади.

Бу борада, ялпи сафарбарлик билан ташкилотларда меҳнат хавфсизлигига доир барча қарор ва ҳужжатларни таҳлил қилиш, келгусида меҳнат хавфсизлиги даражасини кўтариш, иш юритишда техника хавфсизлиги машғулотларини ўтказиш, меҳнат муҳофазаси ишларини ташкил этиш, ўқув юртлири ўқитувчилари, талабалари, хизматчи ва ишчилари ўртасида шикастланишнинг олдини олиш ҳамда давлат стандарти масалалари талабларига риоя этиш мақсадида «Меҳнатни муҳофаз қилиш тўғрисида» Қонуннинг қабул қилинганлиги мақсадга мувофиқ бўлиб, бу соҳадаги барча чора-тадбирлар айнан қонун асосида талаб этилади.

Агар биз «Меҳнатни муҳофаза қилиш тўғрисида»ги Қонунни мазмун жиҳатидан кўриб чиқсак, унда унинг ўз таркибида жамоа шартномаси, меҳнат интизоми, аёллар ва болалар меҳнати, ижтимоий ҳимоя ҳамда бошқа масалаларни мужассамлаштирилганлигининг гувоҳи бўламиз.

«Меҳнатни муҳофаза қилиш тўғрисида»ги Қонун асосида ишлаб чиқаришдаги инсон соғлиги учун зарарли бўлган омилларни бартараф қилиш, бахқиз ҳодисаларнинг олдини олиш ва иш жойларининг санитария – гигиеник жиҳатдан қониқарли ҳолатда бўлиши учун барча зарур чора – тадбирларни кўриш масъулияти маъмурият зиммасига юклатилганлиги кўрсатиб ўтилган. Касбий зарарликлар мавжуд бўлган ҳудудларда меҳнат қиладиган ишчилар учун қисқартилган иш куни, қўшимча дам олиш кунлари жорий этилиши, зарарли иш жойларида ишлаганларга, яъни жуда иссиқ ҳароратли, совуқ, зах ва соғлиқ учун зарарли шароитда меҳнат қилаётганлар учун махсус устама ҳақ ҳамда ҳимоя кийимлари берилиши кўзда тутилади. Касбий касалликларнинг олдини олиш, ишчиларнинг соғлигини мустаҳкамлаш мақсадида уларни ўрнатилган тартиби жорий этилган.

Электр ускуналарнинг носозлиги ёки уларни ишлатиш қоида – талабларига амал қилмаслик, одамнинг шикастланишига олиб келади. Электр токи одам танасига термик, электролитик ва биологик хилда таъсир этиши мумкин. Натижада одамнинг нафас олишида, юрак фаолиятида, моддалар алмашувида, қон таркибида ва бошқа аъзоларида ўзгариш бўлиши мумкин.

Электрдан шикастланиш электрик куйишга, терининг металланишига, электр белгиларига, электроофтальмияга, механик таъсирга фарқланади. Электрдан куйиш тўрт даражада ифодаланади, яъни термик қизариши, пуфакчалар ҳосил бўлиши, тери юзасининг мўртланиши ва тери тўқимасининг тўлиқ куйиб кетишида намоён бўлади. Шунингдек, одамни ток уриш ҳолати ҳам тўрт даражада баҳоланади:

- I. – даражада одам хушини йўқотмайди, мускуллар қисқаради;
- II. – даражада мускуллар қисқаради, хушини йўқотади, лекин нафас олиши сақланиб, юрак ишлаб туради;
- III. – даражада нафас олиши, юрак фаолияти бузилади, хушини йўқотади;
- IV. – даражада ток уриш билан қон айланиши ва нафас олиш тўхтаб, клиник ўлим юз беради.

Электрдан шикастланиш ҳодисалари кўпроқ 1000 вольтгача кучланишдаги қурилмаларни қўллашда, ток уриши эса 1000 вольтдан юқори кучланишда ишлайдиган электр қурилмалари ток ўтказувчан қисмларига одам танасининг бирор жойи тегишли натижада содир бўлади.

Электр токини организмга – танага таъсири шикастланишга олиб келиши кўп хусусиятли бўлиб, куйидаги омилларга боғлиқ:

- токнинг тури ва миқдорига, частотасига;
- таъсир қилиш вақти ва йўлига;
- кучланишдаги қисмларни улаш жойига, юзасига, кучланиш миқдорига;
- ташқи муҳит шароитига ва инсон танаси қобилятига;
- ҳимоя воситаларидан фойдаланишига ва бошқалар.

Ўзгарувчан ток (50 Гс да) ўзгармас токка нисбатан хавфли ҳисобланади. Хавфсиз ўзгарувчан ток кучи миқдори 10 мА, ўзгармас ток учун 50 мА қабул қилинган. Таъсир этадиган вақт эса 0,01 – 0,03 секундни ташкил этади, вақт ортиб бориши билан (0,2-1 с) юрак фаолияти ўзгаради.

Ёнувчи модда билан ҳаводаги кислороднинг ўзаро таъсири натижасида жуда тез кечувчи ва кўп миқдорда иссиқлик ажралиб чиқувчи кимёвий реакцияга ёниш дейилади. Кўп ҳолларда ёниш ёнувчи модда заррачаларининг нурланиши билан бирга кечади. Ёнғин ҳосил бўлиши ва давом этиши учун ёнувчи модда (қаттиқ, суюқ ёки газсимон), оксидловчи модда (оддий шароитда оксидловчи модда вазифасини ҳаводаги кислород ўташи мумкин) ва ёндирувчи манба (учқун, очиқ аланга ва чўғланган нарса) мавжуд бўлиши керак. Шунини айтиш керакки, ҳаводаги кислород миқдори 15%дан юқори бўлгандагина оксидловчи вазифасини бажара олади, ундан паст концентрацияда эса ёниш содир бўлмайди. Бундан ташқари, оксидловчи модда вазифасини тегишли шароитларда хлор, бром, калий ва бошқа моддалар ҳам ўташи мумкин.

Хавфлилиги бўйича барча модда ва ашёларни қуйидаги турларга бўлиш мумкин: ёнмайдиган, ёниш ёки ёниш ва портлаш хавфи мавжуд ҳамда портлаш хавфи мавжуд моддалар.

Ёниш фақат маълум ҳарорат шароитидагина мавжуд бўлиши мумкин. Барча ёнувчи моддаларнинг таркибида углерод ва водород мавжуд. Иссиқлик таъсири остида ёнувчи моддалар парчаланиб юқоридаги газлар ажралиб чиққач, ҳаводаги кислород билан бирикиб аланга ҳосил қилади. Ёниш фазаларининг қуйидаги хиллари аниқланган.

1. Чақнаш. Агар аста-секин қиздириляётган ёнувчи суюқликка вақти-вақти билан ташқаридан аланга таъсир қилдирсак, маълум бир ҳароратга етганда, ундан ажралиб чиқаётган газсимон маҳсулот чақнайди ва шу захотиёқ ўчиб қолади. Суюқликнинг ана шу пайтдаги ҳарорати чақнаш ҳарорати дейилади. Чақнаган газларнинг тез ўчиб қолишининг сабаби, бу

хароратда суюқликдан ажралиб чиқаётган газлар алангани давом эттириш учун етарли эмаслигидир.

2. Алангаланиш. Суюқ ёнувчи моддаларни қиздириш чакнаш хароратидан юқорида ҳам давом эттирилса, унинг буғланиши жадаллашади ва шундай бир вақт келадикки, унга аланга яқинлаштирилса чакнаётган буғлар чакнайди ва ёнишда давом этади. Суюқликнинг шу ҳолатидаги харорати алангаланиш харорати деб аталади.

3. Ўз-ўзидан алангаланиш. Агар ёнувчи суюқликни алангаланиш хароратидан юқори бўлган ҳолатда ҳам қиздирилиш давом этирилса-ю, лекин очик аланга яқинлаштирилмаса, маълум бир вақтда ажралиб чиқаётган буғлар ўз-ўзидан алангаланиб кетади. Ёнувчи суюқликнинг ана шу ҳолатидаги харорати ўз-ўзидан алангаланиш харорати дейилади.

4. Ўз-ўзидан ёниб кетиш. Айрим ёнувчи қаттиқ моддалар нотўғри сақланса ўз-ўзидан ёниб кетиши мумкин. Масалан, нам ҳолда ғарамланган похол, пахта, тошкўмир, мой артилган латта ва бошқалар. Ўз-ўзидан ёниш жараёни маълум хароратдагина рўй бериши мумкин.

Ўт ўчириш воситалари асосан уч турга бўлинади:

1) ёнишни тугатиш усули бўйича – совитувчи, аралаштирувчи ихоталовчи, ингибиритлаштирувчи;

2) электр ўтказувчанлиги бўйича – электр токини ўтказувчи (сув, буғ, кўпик), электр токини ўтказмайдиган (газлар, кукунли бирикмалар);

3) захарлилиги бўйича – захарли (фреон, брометил), кам захарли (карбонат ангидрид, азот), захарсиз (сув, кўпик, кукунли бирикмалар).

### **Учинчи боб бўйича хулоса**

Ўзбекистонда бозор иқтисодиётининг шаклланиши жаҳон бозорларида туризм соҳасидаги кескин ўзгаришлар даврга тўғри келди. Жаҳонда туризм иқтисодиётнинг аҳамиятли тармоқларидан бирига айланди.

Туризм индустрияси миллионга яқин ишчи ва хизматчиларни иш жойлари билан таъминлаб, улар касб маҳоратининг ўсишига имкониятлар

яратиб бермоқда. Шунини айтиб ўтиш керак-ки, бу соҳада иш билан таъминланиш бошқа соҳаларга қараганда икки баробар тез ўсмоқда.

Ички ва халқаро туризм ривожланиши тартибсиз равишда содир бўлмайди. Бу бошқарилиши керак бўлган инсон фаолиятининг махсус шаклидир.

Юқорида келтирилган таҳлиллар шундан далолат берадики, халқаро туризмда Европа минтақасининг ўрни алоҳида аҳамиятга эга. Европа минтақасининг халқаро туризмдаги улуши 52% ни ташкил этади, бу эса ўз навбатида ушбу мамлакатларда халқаро туризм тўғри йўлга қўйилганлигидан далолат беради ва бошқа мамлакатлар ушуб мамлакатлар тажрибасидан фойдаланиши мақсадга мувофиқлигини билдиради.

## Хулоса ва таклифлар

Яқин ўн йил ичида Ўзбекистонда туризм соҳаси юксак даражада ривожланди. Бу шубҳасиз давлатнинг ўзбек туризмни ташвиқот қилишдаги аҳамияти ҳам каттадир. Ҳозирги кунда мамлакатда туризмни ривожлантириш бўйича кўплаб қарорлар ва дастурлар қабул қилинмоқда. Бу дастурлар асосида албатта, молиявий ресурслар ётади. Биргина мисол, мамлакатимизнинг Тошкент, Хоразм, Сурхондарё ва Қашқадарё вилоятларида 2013-2015 йилларда туризм соҳасини ривожлантириш учун 260 миллион АҚШ доллари ажратилганлигини кўрсатишимиз мумкин.

Ўзбекистон ҳозирда халқаро туризмда мавжуд бўлган 15 кўринишдаги туризмни тақдим қилиши мумкин. Бундан ташқари туристлар томонидан буюртма қилинган ҳар қандай хизматларни бажариш имкониятларига эга Хар бир туристдан ўрта ҳисобда 1200 доллар тушади.

Ўзбекистонда 2015 йил маълумотларига кўра 450 ортиқ меҳмонхона хўжалигида<sup>28</sup> фаолият юритаётган корхоналар мавжуд, булар меҳмонхона ва меҳмонхона мажмуалари, турбаза ва кемпинглар туристлар хизматига тайер. Туристлар қабул қилиш ва жўнатишга келганда улар аввало миллий транспорт компанияларимиз тўғридан-тўғри алоқа ўрнатган давлатлар билан олиб борилмоқда. Булар Ўзбекистоннинг ўзидан 22 давлат ва МДҲ давлатларидан 10-12 давлат.

Ўзбекистонда бозор иқтисодиётининг шаклланиши жаҳон бозорларида туризм соҳасидаги кескин ўзгаришлар даврга тўғри келди. Жаҳонда туризм иқтисодиётнинг аҳамиятли тармоқларидан бирига айланди.

Халқаро туризм индустрияси миллионга яқин ишчи ва хизматчиларни иш жойлари билан таъминлаб, улар касб маҳоратининг ўсишига имкониятлар яратиб бермоқда. Шунини айтиб ўтиш керак-ки, бу соҳада иш билан таъминланиш бошқа соҳаларга қараганда икки баробар тез ўсмоқда.

Халқаро туризмни бошқариш соҳаси бўйича туризм ташкилотлари

---

<sup>28</sup> [www.uza.uz](http://www.uza.uz)

олдига иккита ўзаро боғлиқ вазифа қўйилади:

- бозор муносабатларини бутунлай амалиёга киритиш яъни туризм менежментига бозор иқтисодиёти мазмунини сингдириш;

- туризм соҳасидаги “ноу-хау” янгиликларини янги аср шароитига мослаштириш, яъни дунёдаги шу йўналишда бўлган ўзгаришларни максимал равишда ҳисобга олиш.

Мамлакатимизда халқаро туризмни ривожлантиришда илғор хорижий мамлакатлар тажрибасидан фойдаланиш мақсадга мувофиқдир. Ушуб битирув малакавий ишида Европанинг бир нечта мамлакатлари туризм соҳасини таҳлил этиб уларнинг ривожланиш йўллари мамлакатимиз туризм соҳасида қўллаш мақсадга мувофиқ деб билдик. Жумладан, Европа мамлакатлари каби мамлакатимизда ҳам туризм институтини очиш зарур.

Бу туризм институти Испаниядаги каби республикамиз туризми ривожланишида қўйидаги долзарб ишларни амалга оширишда етакчи ҳисобланиши керак<sup>29</sup>.

1. Туристтик йўналишларни тез-тез янгилаб туриш ва мавжудларининг сифатини ошириш;

Бунда ҳар томонлама изланиш олиб бориб энг биринчи навбатда атроф-муҳит ва миллий қадриятларни ёддан чиқармаслик ва қўйидаги дастурларни ишлаб чиқиш керак:

- туристик йўналишларнинг ягона норма ва нормативларини ишлаб чиқиш;
- саёҳат қилиш режасини пухта ишлаб чиқиш ва олдинги маълум йўналишларни мустаҳкамлаб бориш;
- янги ишлаб чиқилган йўналишлар билан туристларни таништириш, иқтисодий ва инфармацион қўллаб-қувватлаш.

2. Миллий туристик маҳсулотнинг сифатини ошириш. Бунда асосан халқаро бозорда туристларга хизматлар таклиф қилиш, янгидан таклиф

---

<sup>29</sup> Норчаев.А.Н. Халқаро туризм ривожлантиришнинг иқтисодий ўсишга таъсири. и.ф.н. дисс. – ТДИУ, 2004. б. -97.

этилаётган туристик маҳсулотларни ишлаб чиқаришни ва хужжатлаштириш устида ишлаш каби амалларни бажариш керак бўлади. Республикадаги ички имкониятни ҳисобга олган ҳолда миллий турмаҳсулотнинг рақобатбардошлигини оширишда маданий туризмни имкониятларидан фойдаланиш мақсадга мувофиқдир. Бунинг замирида инсониятнинг бойлиги бўлган тарихий шаҳарлар, ўзбек миллатига ҳос бўлган урф-одатлар, миллий таомлар, халқ ҳунармандчилиги, меҳмондустлиги каби ва бошқа шу каби ижтимоий-иқтисодий манфаатларни олдинга суриш лозим.

3. Самарқанд шаҳрида амалга оширилаётган ижтимоий-маданий тадбирлар доирасида хорижий туристларни жалб этишда бренд тизимини такомиллаштириш муҳим аҳамиятга эга. Бу тажриба халқаро туризмда кенг қўлланилади ва кенг миқёсдаги туристларни жалб этади. Масалан, Бразилиядаги фестиваллар, Испаниядаги Эл-классико футбол учрашувлари бу тадбирларга миллионлар туристларнинг ташриф буюришига имконият беради.

Самарқанд вилоятида ҳам бу тадбирлар кенг анъанага айланган бўлиб, Самарқанд вилоятида доимий равишда ўтказиладиган маданий-кўнгилочар тадбирларда ҳодиса ва воқеалар брендини қўллаш мақсадга мувофиқ. Мазкур тадбирларнинг даврий равишда ташкил этилиши ва туристик мавсумда амалга оширилиши туристларнинг Самарқанд ҳақида мазмунли таассуротлар олишларига хизмат қилади.

4. Туристлик брендини яратишда қуйидаги йўналишларга алоҳида эътибор қаратиш муҳим ҳисобланади:

А) Ижтимоий-маданий йўналиш. Бу туристик дестинациянинг номоддий капитали ҳисобланиб, туристик брендини яратишда биринчи навбатда эътиборга олинади. Бунда қуйидаги икки йўналишни кузатишимиз мумкин:

1) дестинациянинг географик жойлашуви, рекреацион ресурслари, ландшафти, экологик вазияти;

2) дестинация жойлашган хууднинг тарихий шахслари, воқеалари, турли тарихий афсоналари, эртаклари ва минтақанинг турли тарихий рамзлари.

Б) Иқтисодий йўналиш. Туристик дестинация ёки турфирмаларнинг иқтисодий устун жиҳатлари бўлиб, биринчи навбатда иқтисодий фаолият билан шуғулланишда мавжуд рақобат афзалликлари, мутлоқ ва нисбий устунликлари бўлса, иккинчидан, бренддан фойдаланиш орқали товар ва хизматларнинг ноёб хусусиятга эга бўлиши, қўшимча инвестицияларни жалб қилиш имконини ошишидир.

1. Ўзбекистон Республикаси Конституцияси. Тошкент: “Ўзбекистон”, 2012 й.

2. Ўзбекистон Республикасининг “Таълим тўғрисида” Қонуни. Тошкент: Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлисининг Ахборотномаси. 1997 й., 9-сон

3. Ўзбекистон Республикасининг Туризм тўғрисидаги қонуни.– Ўзбекистоннинг янги қонунлари. Т.-22 – Т.: Адолат, 2000. 131-140 б.

## **II. Ўзбекистон Республикаси Президенти Фармонлари ва Қарорлари**

4. Ўзбекистон Республикаси Президентининг «Ўзбекистон Республикасининг 2014 йилги асосий макроиқтисодий кўрсаткичлари прогнози ва давлат бюджети параметрлари тўғрисида»ги 2014 йил 4 декабрдаги №2270- сонли Қарори.

5. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Тадбиркорлик субъектларини текширишларни янада қисқартириш ва уларфаолиятини назорат қилишни ташкил этиш тизимини такомиллаштириш борасидаги қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги 2011 йил 4 апрелдаги Фармони. // Халқ сўзи, 2011 йил 5 апрель.

6. Президентимизнинг 2012 йил 10 майдаги «2012-2016 йилларда Ўзбекистон Республикасида хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириш дастури тўғрисида»ги қарори

7. 2013 йил 17 апрелдаги «2013-2016 йилларда қишлоқ жойларда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини жадал ривожлантириш юзасидан қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида»ги қарори

## **III. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси Қарорлари ва Ўзбекистон Республикаси вазирликларининг ҳуқуқий-меъёрий ҳужжатлари**

8. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2012 йил 26 сентябрдаги “Олий таълим муассасалари педагог кадрларини қайта тайёрлаш ва уларнинг малакасини ошириш тизимини янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги 278-сонли қарори.

#### **IV. Ўзбекистон Республикаси Президенти асарлари**

9. 2015 йилда мамлакатимизни ижтимоий - иқтисодий ривожлантириш яқунлари ҳамда 2016 йилга мўлжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор йўналишларга бағишланган Вазирлар Маҳкамасининг мажлисидаги маърузаси. Тошкент. “Халқ сўзи” газетаси, 2016 йил 18 январ

#### **V. Дарсликлар, Ўқув қўлланмалар**

10. David Weaver, Laura Lawton "Tourism Management" 5th Edition. SBN: 978-1-118-64481-2,

11. Kotler P., Bowen J. & Makens J. “Marketing For Hospitality & Tourism” Pearson International Edition. 2014, USA

12. Sondra J. Dahmer, Kurt W. Kahl “Restaurant Service Basics Wiley” 2 edition 2009, New York, United States

13. David Weaver "Sustainable tourism: Theory and Practice” 3rd edition, Sydney Pearson Education 2006, Australia

14. John R. Walker “Introduction to Hospitality Publisher: Prentice Hall”; 6 edition 2012, Australia

15. By Hans Mol Series edited by Terry Phillips “English for Tourism and Hospitality in Higher Education Studies”, Course Book with audio CDs" Patricia Paskins, 2010

16. S. Gross L. Klemmer “Introduction to Tourism Transport” Hochschule Harz - University of Applied Sciences, Germany 2014, Germany

17. Mike J. Stabler, Andreas Papatheodorou, M. “Thea Sinclair The Economics of Tourism”, Publisher: Routledge; 2 edition 2010, USA

18. Ashim Gupta (Author) “Travel Agency and Tour Operations: Concepts and Principles” Publisher: Centrum Press 2012, New Delhi, India

19. Кнышева Е.Н. Маркетинг туризма. Учеб. пособ. - М.:НД. «Форум» -М.,2010.-352 с.

20. R.S.Amriddinova “Mexmonxona servis xizmatini tashkil qilish” SamISI. 2008

21. Косолапов А.Б. Туристское страноведение. Европа и Азия: учебно – практическое пособие. – 2-е изд., стер. / А.Б. Косолапов. – М.: КНОРУС, 2006. – 400 с
22. Пардаев А, Норчаев А. Халқаро туризм. Дарслик. - Т.: ТДИУ, 2010, - 320 б.
23. География туризма: учеб. /кол. Авторы; под ред. А.Ю. Александровой. 2-е изд., испр. и доп. - М.: КНОРУС, 2009. – 592 с.
24. Косолапов А.Б. Технология и организация туроператорской и турагенсткой деятельности: учеб. пособ. - М.: КНОРУС, 2008. – 288 с.
25. Komilova F.K. Tourism marketingi, O'quv qo'llanma, Toshkent. "Uzinkomsentr". 2003. – 170 б.
26. Камилова Ф.К. "Халқаро туризм бозори". Ўқув қўлланма. Тошкент. ТДИУ 2012 й. – 201 б.
27. Дурович А.П. Маркетинг в туризме: Учеб. пособ. – Минск: Новое знание, 2010. - 496с.
28. Ефимов О. П. Экономика гостиниц и ресторанов: Учеб. пособ. - М.: Новое знание, 2010.- 392с.
29. Туризм и гостиничное хозяйство: Учебное пособие. под.ред.Л.П.Шматько – изд.центр.»Март», 2010-с.39.
30. Турковский Марек. Маркетинг гостиничных Услуг. –М.: «Финансы и статистика».2008 – с.29.
31. Ф.К. Камилова "Меҳмонхона ва ресторан хўжалиги маркетинги" фани бўйича таълим технологияси. Т. ТДИУ, 2010.- 326 б.

## **VI. Статистика тўпламлари маълумотлари**

32. Инвестиции республики Узбекистан 2014. Статистический сборник.– Т.: Госкомитет РУз по статистике, 2014. – 148 с

## **VII. Интернет сайтлари**

33. [www.tourlib.columb.net.ua/lib.htm](http://www.tourlib.columb.net.ua/lib.htm)
29. [www.travel.ru](http://www.travel.ru)
30. [www.Palomnik.Ru](http://www.Palomnik.Ru)

32. [www.Uzreports.uz](http://www.Uzreports.uz)
33. [www.Uzbektourism.uz](http://www.Uzbektourism.uz)
34. [www.world-tourizm.org](http://www.world-tourizm.org).

UNWTO Tourism Highlights 2015 Edition, [Электрон  
манба]:<http://www.unwto.org>

Travel & Tourism Economic Impact 2015 World, [Электрон  
манба]:<http://www.wttc.org>

Стрельников А.В. «Организационно-экономический механизм обеспечения конкурентоспособности образовательных услуг вузов, занимающихся подготовкой кадров для сервиса и туризма». Автореферат дисс.... кан. экон. н. Москва – 2012. С.4.

Богданов Ю.В. Развитие индустрии туризма как фактор социально-экономического роста региона (на примере Санкт-Петербурга и Ленинградской области) Автореферат дисс. ... кан. экон. н. Санкт-петербург – 2004. С.4.

Енджейчик И. Современный туристский бизнес. Экостратегии в управлении фирмой. Пер. с польск. М: Финансы и статистика, 2003. – 320с., С.10.