

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

САМАРҚАНД ИҚТИСОДИЁТ ВА СЕРВИС ИНСТИТУТИ

Қўл ёзма ҳуқуқида
УДК: 338.487:659.113.2

ҚАХҲОРОВ ЖАСУР АБУЛҚОСИМОВИЧ

**Самарқанд вилоятида халқаро туризмни
ривожлантириш имкониятлари**

**5А610101 –Хизматлар соҳаси (фаолият турлари ва йўналишлар
бўйича) мутахассислиги бўйича**

**Магистр академик даражасини олиш учун ёзилган
диссертация**

Илмий раҳбар: и.ф.н., доц. Б.Ш. Сафаров

САМАРҚАНД – 2013

МУНДАРИЖА

КИРИШ -----	3
I-БОБ. ХАЛҚАРО ТУРИЗМ РИВОЖЛАНИШИ ЖАРАЁНЛАРИНИНГ НАЗАРИЙ АСОСЛАРИ -----	9
1.1. Туризм тушунчаси ва унинг ривожланиш жараёнлари -----	9
1.2. Самарқанд вилоятида халқаро туризмни ривожлантиришнинг имкониятлари -----	13
1.3. Ўзбекистонда халқаро туризмни ривожлантириш, туристларни суғурталаш ва хавфсизлигини таъминлашнинг назарий масалалари- -----	23
1-боб бўйича хулоса.....	34
II -БОБ. САМАРҚАНД ВИЛОЯТИДА ХАЛҚАРО ТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНИШИНИНГ ИҚТИСОДИЙ КЎРСАТКИЧЛАРИ ТАҲЛИЛИ -----	35
2.1. Самарқанд вилоятида туристларга кўрсатилаётган хизматларнинг таҳлили -----	35
2.2. Туризмни ривожлантиришда давлат томонидан берилаётган имтиёзлар -----	41
2.3. Самарқанд вилоятида туризм соҳасига малакали мутахассисларни тайёрлашда СамИСИ нг ўрни -----	47
2-боб бўйича хулоса.....	54
III-БОБ. САМАРҚАНД ВИЛОЯТИДА ХАЛҚАРО ТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ ИСТИҚБОЛЛИ ЙЎЛЛАРИ ----- -----	55
3.1. Самарқанд вилояти туристик кластердаги инновацион жараёнлар бошқарувининг ташкилий-иқтисодий механизми -----	55
3.2. Самарқанд вилоятда халқаро туризм инфраструктурасининг ривожланиши -----	62
3.3. Самарқанд вилоятида халқаро туризмни ривожлантиришда “Johon Ramzo Travel” туристик фирмасининг стратегияси -----	69
3-боб бўйича хулоса.....	76
ХУЛОСА ВА ТАКЛИФЛАР -----	77
ИЛОВАЛАР -----	82
Фойдаланилган адабиётлар рўйхати -----	91

КИРИШ

Мавзунинг долзарблиги. Бугунги кунда Ўзбекистон иқтисодиёти жаҳон иқтисодиёти билан чамбарчас боғлиқ бўлиб бормоқда. Шу сингари, жаҳон иқтисодиёти ривожланишини бугунги кунда хизмат кўрсатиш соҳаси белгилаб бермоқда. Бу ўзгаришларни ҳисобга олган ҳолда республикамиз иқтисодиётнинг барча тармоқларида кичик бизнес ва тадбиркорликка кенг йўл очиб берилмоқда. Сўнги йилларда республикамизда иқтисодий ўсишни таъминлаш, янги иш ўринларини ташкил қилиш, бандлик муаммосини ҳал этиш, аҳолининг даромадлари ва фаровонлигини оширишда тобора муҳим ўрин тутаётган кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни жадал ривожлантириш, рағбатлантириш ва қўллаб-қувватлашга алоҳида эътибор қаратилмоқда. Бунинг натижасида 2013 йилни “Обод турмуш йили” - деб номланиши бу соҳада янада кенг имкониятларни очиб бермоқда.

Бунга алоҳида эътибор қаратган мамлакатимиз Президенти И.А.Каримов: «Таркибий янгиланишдаги алоҳида эътиборни талаб этадиган навбатдаги муҳим масала, бу — хизматлар соҳасининг жадал ривожланишини таъминлашдан иборат. Энг муҳими, шуни унутмаслик керакки, катта капитал қўйилмалар талаб қилмайдиган бу соҳа иқтисодиётнинг юксалишига, аҳоли бандлиги ва даромадларининг ортишига сезиларли даражада ижобий таъсир кўрсатади»¹, - деб таъкидлаган. Хусусан, “2012-йилда хизмат кўрсатиш соҳаси юқори суръатлар билан ривожланиб, аҳолига кўрсатилган хизматлар ҳажми қарийб 15 фоизга ўсди, ушбу соҳанинг мамлакатимиз ялпи ички маҳсулотидаги улуши эса бугунги кунда 52 фоиздан зиёдни ташкил

¹ И.А.Каримов «2012 йил Ватанимиз тараққиётини янги босқичга кўтарадиган йил бўлади» 2011 йилнинг асосий якунлари ва 2012 йилда Ўзбекистонни ижтимоий-иқтисодий ривожлантиришнинг устувор йўналишларига бағишланган Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2012 йил 19январ мажлисидаги маъруза Тошкент – «Ўзбекистон» – 2012, 24б.

этнода”². Аммо Ўзбекистонда туризм тармоғининг ривожланиши ўзининг тўлиқ имкониятлари доирасидаги даражасига эришгани йўқ.

Мамлакатимизда амалга оширилаётган ислохотлар қаторида туризм ва уни ривожлантириш бўйича бир қанча ишлар амалга оширилиши тўғрисида дастурий режалар тузилган. Бозор иқтисодиёти шароитида кучли рақобат юзага келаётгани туристик фаолиятда илғор технологияларни қўллашни тақоза этмоқда. Мамлакатимиз туризмни ривожлантириш орқали туристик фаолиятни яхшилаш ва ички бозорда рақобатни кучайтириш, ўзаро ҳамкорликни йўлга қўйиш замон талаби бўлиб қолмоқда. Мавзунинг долзарблиги ҳам шундан келиб чиққан бўлиб, республикаимизда туризмни ривожлантиришнинг янги усуллари топиш ва асослаб бериш вазифасини қўяди. Мазкур муаммоларни ўрганиш, уларни илмий таҳлил қилиш, бу борада тўпланган билим ва тажрибалар асосида мавжуд муаммоларни ҳал қилишга доир таклифлар киритиш магистрлик диссертацияси учун танланган мавзунинг долзарблигини кўрсатади.

Муаммонинг ўрганилганлик даражаси. Туризм соҳасида илмий тадқиқотлар олиб бораётган дунёнинг етакчи олимларидан Д. Ландберг, М. Кчишналор, М. Ставенга, М.Ансофф, Р.М.Болмостор ва бошқа кўплаб олимлар ўз илмий изланишларида туризм ривожланишига атрофлича тўхталиб ўтишган. Шунингдек, ҳамдўстлик мамлакатлари олимларидан В. Азар, В. Кистанов, А. Александрова, Н. Бургаков, В. Молчанов, Е. Пузакова, В. Честникова, И. Зорин, Ж. Коз, А. Кондратьев ва бошқа кўплаб олимлар ўз илмий тадқиқотларида туризм ривожланишидаги муаммоларни ҳал этиш тўғрисида ўзларининг илмий-амалий фикр-мулоҳазаларини берганлар. Мамлакатимиз олимларидан И.С. Тухлиев, М.Қ. Пардаев, А. Саидов, Б.Ҳ. Тураев, А. Норчаев, Б.Ш. Сафаров, О. Ҳамидов ва бошқа кўплаб олимлар ҳам ўзларининг илмий таклифлари билан республикаимиз туризмдаги муаммоларни бартараф этишнинг назарий-амалий асосларини

² Ўзбекистон Республикаси Президенти И.А. Каримовнинг 2012-йилда мамлакатимизни ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш яқунлари ҳамда 2013-йилга мўлжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган Вазирлар Маҳкамасининг мажлисидаги маърузаси // Халқ сўзи. 2013 йил 19 январь, № 13 (5687)

яратилишига муҳим ҳисса қўшишган. Лекин миллий туризмни ривожлантириш усуллари устида шу кунгача яхлит илмий изланиш амалга оширилмагандир.

Тадқиқот объекти. Тадқиқот объекти бўлиб, Самарқанд вилоятидаги туристик фирмалар, ва СамИСИ ҳисобланади.

Тадқиқот предмети. Тадқиқотнинг предмети бўлиб республикамизда туризмни ривожлантириш, туристик фаолиятни такомиллаштириш бўйича қабул қилинган қонунлар, Президент фармонлари, Вазирлар маҳкамаси қарорлари, шунингдек “Ўзбектуризм” Миллий Компанияси томонидан ишлаб чиқилган йўриқнома ва ҳаракат дастурлари ҳисобланади.

Тадқиқотнинг мақсад ва вазифалари. Тадқиқотнинг мақсади Ўзбекистонда туризмни ривожлантириш йўллари ишлаб чиқишга доир илмий ва амалий тавсиялар ишлаб чиқишдан иборат.

Бу мақсадга эришиш учун диссертация ишида қуйидаги вазифалар бажарилиши мақсад қилиб олинган:

- туризм тушунчаси ва унинг ривожланиш жараёнларини аниқлаш;
- Самарқанд вилоятидаги туристик ресурсларнинг туризмни ривожлантиришдаги аҳамиятини ўрганиш;
- Ўзбекистонда ҳақоро туризмнинг вужудга келиши ва ривожланиш босқичлари аниқлаш;
- Туризмни ривожлантиришда давлат томонидан берилаётган имтиёزلарни аниқлаш;
- Самарқанд вилоятида туризм соҳасига малакали мутахассисларни тайёрлашда СамИСИ нг ўрнини аниқлаш
- Самарқанд вилоятида халқаро туризмни ривожлантиришда халқаро тажрибани ўрганиш;
- Туристик фирмалар фаолиятини ривожлантиришда тадқиқотларини амалга ошириш стратегияси ишлаб чиқишдан иборатдир.

Тадқиқот услубияти ва услублари. Тадқиқот давомида абстракт-мантиқий фикрлаш, сабаб ва оқибат услубларидан, қиёслаш, гуруҳлаш,

тизимли ёндашув каби иқтисодий таҳлил ва статистиканинг усулларидан фойдаланилди.

Тадқиқотнинг назарий-ўслубий асоси. Диссертация ишида мамлакатимиз Президенти И.А.Каримовнинг фармонлари, қарорлари ва асарлари, Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг қарорлари, Ўзбекистон Республикаси Молия вазирлиги, Ўзбекистон Республикаси Давлат солиқ қўмитаси, «Ўзбектуризм» Миллий компанияси, Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитасининг меъёрий ва ҳуқуқий ҳужжатлари, шунингдек, мамлакатимиз ва хорижий иқтисодчи олимларнинг мавзу доирасидаги илмий ишлари, тавсиялари ва уларда қўлланилган методологик тамойиллар асос қилиб олинди.

Тадқиқотнинг назарий ва амалий аҳамияти унинг натижаларидан Самарқанд вилоятида халқаро туризмни ривожлантиришда йўналтирилган аниқ тавсияларни яратишнинг назарий ва методик асослари белгиланганлигида кўринади. Бу тавсиялар туристик корхоналар хўжалик фаолияти амалиётига уларнинг иш фаолияти самарадорлигини ошириш ва шу асосда туристлар талабини тўлиқ қондириш шароитини туғдирувчи бошқарув тизимини жорий қилиш имкониятини яратади. Тадқиқот натижаларидан олий ва ўрта махсус касб таълим тизимида туризм ва хизматлар соҳалари учун иқтисодчилар, менежерлар, маркетинглар, туроператорларни тайёрлашда фойдаланиш мумкин.

Тадқиқотнинг назарий-илмий хулосалари ва методик тавсияларидан «Ўзбектуризм» Миллий компанияси фаолиятида, Ўзбекистон Республикасининг 2015 йилгача мўлжалланган туризм соҳасини ривожлантириш Дастурини тайёрлаш жараёнида фойдаланиш мумкин бўлади.

Тадқиқотнинг илмий янгилиги. Диссертация ишида Самарқанд вилоятидаги халқаро туризмни ривожлантириш ва унга тўсиқ бўлаётган муаммоларни бартараф этиш борасида қуйидагилар ишлаб чиқилди:

- туризм тушунчаси ва унинг ривожланиш жараёнлари аниқланган;

- Самарқанд вилоятидаги туристик ресурсларнинг туризмни ривожлантиришдаги аҳамияти ўрганилган;
- Ўзбекистонда халқаро туризмни ривожлантириш, туристларни суғурталаш ва хавфсизлигини таъминлашнинг назарий масалалари аниқланган;
- Самарқанд вилоятида туристларга кўрсатилаётган хизматларнинг таҳлил қилинган;
- Туризмни ривожлантиришда давлат томонидан берилаётган имтиёзлар ўрганилган;
- Самарқанд вилоятида туризм соҳасига малакали мутахассисларни тайёрлашда СамИСИ нг ўрни аниқланган;
- Самарқанд вилояти туристик кластердаги инновацион жараёнлар бошқарувининг ташкилий-иқтисодий механизми таклиф этилган;
- Самарқанд вилоятида халқаро туризмни ривожлантиришда халқаро тажриба ўрганилган;
- Самарқанд вилояти халқаро туризмни ривожлантиришда “Johon Ramzo Travel” туристик фирмасининг стратегияси ишлаб чиқилган.

Тадқиқот ишининг апробацияси. Мазкур диссертация иши юзасидан муаллиф томонидан халқаро ва республика миқёсида ўтказилган илмий-амалий анжуманларда маърузалар қилинган ва 3та 0,8 б.т. ҳажмда тезислар чоп этилган.

Диссертация ишининг таркибий тўзилиши. Диссертация иши кириш, учта боб, хулоса ва фойдаланилган адабиётлар рўйхатидан иборат.

Кириш қисмида тадқиқот мавзусининг долзарблиги, унинг мақсад ва вазифалари, мавзунинг ўрганилганлик даражаси, предмети ва объекти, унинг услубий ва назарий асослари, илмий-амалий аҳамияти, ҳимоя учун олиб чиқиладиган масалалар, ҳажми, таркиби ҳақидаги маълумотлар берилган.

Биринчи боб “Халқаро туризм ривожланиши жараёнларининг назарий асослари” -деб номланади. Бунда туризм тушунчаси ва унинг ривожланиш

жараёнлари, Самарқанд вилоятида халқаро туризмни ривожлантиришнинг имкониятлари, Ўзбекистонда халқаро туризмни ривожлантириш, туристларни суғурталаш ва хавфсизлигини таъминлашнинг назарий масалалари ўрганилган.

Иккинчи боб “Самарқанд вилоятида халқаро туризмни ривожлантиришнинг иқтисодий кўрсаткичлари таҳлили” - деб номланади. Бу бобда, Самарқанд вилоятида туристларга кўрсатилаётган хизматларнинг таҳлили, туризмни ривожлантиришда давлат томонидан берилаётган имтиёзлар, Самарқанд вилоятида туризм соҳасига малакали мутахассисларни тайёрлашда СамИСИнинг ўрни таҳлил қилинган.

Учинчи боб «Самарқанд вилоятида халқаро туризмни ривожлантиришнинг истиқболли йўллари» - деб номланади. Бунда Самарқанд вилояти туристик кластердаги инновацион жараёнлар бошқарувининг ташкилий-иқтисодий механизми, Самарқанд вилоятда халқаро туризм инфраструктурасининг ривожланиши Самарқанд вилоятида халқаро туризмни ривожлантиришда “Johon Ramzo Travel” туристик фирмасининг амалга ошириш стратегияси тавсия этилган.

Диссертациянинг хулоса ва таклифлар қисмида туризмни ривожлантиришнинг самарали йўллари ҳақида якуний хулосалар берилиб, республикада туристик фаолиятни яхшилаш борасидаги бир қатор таклифлар умумлаштирилган.

Умуман олганда, магистрлик диссертациясида тадқиқот мавзусини ёритишда турли хил жадваллар ва чизмалардан ҳам фойдаланилган. Диссертация ишида кўтарилган мавзу жуда долзарб аҳамиятга эга бўлганлиги туфайли кейинги изланишларни олиб бориш учун ҳам асосий негиз бўлиб хизмат қилади.

I-БОБ. ХАЛҚАРО ТУРИЗМ РИВОЖЛАНИШИ ЖАРАЁНЛАРИНИНГ НАЗАРИЙ АСОСЛАРИ

1.1. Туризм тушунчаси ва унинг ривожланиш жараёнлари

Туризм саёҳатнинг хусусий ҳолати сифатида ўзига хос аниқ чекланишлар, тавсифномаси ва кўплаб таърифларга эга.

Саёҳатдан фарқлироқ туризм категорияси кўпроқ иқтисодиёт таъсиридадир ва келиб чиқиши жиҳатдан икки қиррали ҳисобланади. Туризм –бу аниқ оммавий саёҳат туридир ва шу билан бирга саёҳатларни амалга оширадиган ва ташкил этадиган соҳадир.

Туризмнинг умумий таърифини келтириб, уни ташкил этувчи элементларнинг кенг тавсифини берамиз.

Туризм – бу одамларнинг буш вақтларида ўз доимий турар жойларидан бошқа мамлакат ёки ўз мамлакатлари ичида таъссурут ва дам олиш, соғлиқни тиклаш, меҳмондорчилик, билим олиш ёки касбий амалий мақсадларида саёҳат қилишлари, лекин борган жойларида пул билан рағбатлантириладиган иш билан шуғулланмайдилар³.

Бундан ташқари туризмга турли даврларда турлича ёндашилгандир. Бу борада бир қатор тушунчаларни келтириш мақсадга мувофиқ деб биламиз. Туризм сўзининг негизи ҳисобланган «Tour» сўзи латинча «Tornare» сўзидан келиб чиққан бўлиб, доиравий шакл маъносини англатади. Бу сўз ўз маъносини ўзгартирмасдан бошқа ғарб тилларига ҳам кириб келган. Масалан, французчада «aylanish» маъносига тўғри келувчи «tourner» ва «tour» сўзлари ҳозирги кунда ҳам ишлатилмоқда. Инглизчада эса туризм сўзи, турист сўзидан кейин 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 бошланди⁴. Интернационал Вебстер луғатида тур (tour) нинг маъноси қуйидагича

³ И.В.Зорин, В.А.Квартальнов. Экономика туризма. -35 с

⁴ Н. Абдусаломова. Халқаро туризмда маркетинг жараёни. и.ф.н. дисс.-ТДИУ, 2001. –б. 34

ифодаланган: иш, завқ олиш ўқиш учун қилинадиган саёҳат ва бу саёҳатлар мобайнида турли хил жойларни зиёрат қилишдан ва режалаштирилган саёҳат дастуридан юзага келадиган жараён тур деб аталади. Саёҳатчи маълум муддатдан сўнг ўз юртига қайтади. Этимологик хатога йўл қўймаслик ва бу ҳодисанинг чегараларини белгилаш мақсадида туризм сўзини аниқ таърифлашга ҳаракат қилинган, чунки: тадқиқот ва таҳлил қилишда; статистик маълумотларни тўплашда; қонуний ва маъмурий норматив ҳужжатларни ишлаб чиқишда, шунингдек улар билан ишлашда; туризмнинг иқтисодий-ижтимоий механизми белгилашда муҳим касб этади.

Олимларнинг туризм соҳасига қизиқишлари XIX асрнинг охири XX аср бошларида юзага келди. Ф.В.Огилвиеннинг фикрича, илк маротаба туризм илми ҳақида 1899 йилда Италияда чоп этиладиган «**Giornale degli Economisti**» газетасида «Sul movimento forestieri in Italia» номли маҳола чоп этилди. Бундан ташқари Курт Краф туризм хусусидаги илк тадқиқотни Е.Гуер - Феулер томонидан 1895 йилда нашр қилинган «Beitraege zu einer Statistik des Fremdenverkehrs» билан рўёбга чиқарилгани ва шунингдек, 1883 йили ўша ёзувчининг Syurixda нашр қилинган яна «Amteichter Bericht ubez das Schveizer Hotelvesen» номли асарига тақриз бергани олимларнинг туризмга қизиқишларини тасдиқлайди⁵.

Австрияда ҳам туризмга нисбатан биринчи илмий қарашлар Graz шаҳрида 1884 йил 13-14 мартда бўлиб ўтган «Delegiertentages Zur Forderung des Fremdenverkehrs in den Osterreichischen Alpen Laendern» мажлисида тилга олинган. Бу мажлисга раислик қилган ёзувчи Жозеп Стаднер туризмни иқтисодий фаолият сифатида ифодалаган.

XIX асрга келиб жамиятда саноатни ривожланиш жараёни кескин тус олади. Бу жараённинг фойдаси билан бир қаторда унинг зарарли томонлари ҳам олимлар томонидан аниқланган. Инсоният бу жараённинг хавфли ва зарарли таъсирларидан ҳимояланиш учун табиатга ва атроф муҳитга янгича муносабатда бўла бошлади. Шу тариқа инсонлардаги

⁵ Алиева М., Қутлимуратов Ф. Туризм иқтисоди фанидан электрон дарслик. –ТДИУ 2005 й. –б.23.

саёҳатга эҳтиёж ва истак, атроф муҳитга бўлган қизиқиш ва муносабатни янада кучайтирди.

Жозеп Стаднер 1884 йилда туризмни иқтисодий фаолият сифатида ифодалагандан сўнг, унинг иқтисодий томонига урғу бериб, бу хусусида илк бор ўз фикрини билдирган олим Херман Вон Шуллер ҳисобланади. Бу олим туризмга шундай таъриф берган: «Бошқа бир ўлкадан, шаҳар ва ҳудуддан ажнабийларнинг келиши ва вақтинча истиқомат қилишлари натижасида юзага келадиган ҳаракатларнинг барчаси бу - туризмдир».

Илк маротаба Европалк олимлар туризмни иқтисодий фаолият эканлигини исботлашга ҳаракат қилганлар.

1930 йиллардан кейин Англиядаги иқтисодчи олимлар туризмнинг иқтисодий томонларига чуқурроқ ёндашишган. Норвал ва Огилвиелар туристлар томонидан қилинадиган ҳаракатларни савдо балансига таъсири устида тадқиқотлар олиб боришган⁶.

Булардан ташқари, туризмни айрим соҳаларга мансуб олимлар ҳам тарифлаганлар. Булардан энг машҳурлари Mathiot, Glucksmann ва Krapf лардур. Бу олимларнинг таърифларича, истеъмол функциясига вақтинча истиқомат қилиш, саёҳат ва тунаш жойлари ҳам киради. Олимлардан хусусан Walter Hunzikerнинг туризмга берган соддагина таърифи, бу соҳанинг илмий пойдевори, деб ҳисобланган «ажнабийларнинг бир жойга қилган саёҳатларидан таркиб топган ва давомли истиқомат қилиш, пул ишлашни мақсад қилмасдан, вақтинча тунаб ҳолишларидан юзага келадиган муносабатлар мажмуи - бу туризмдир». Аммо, олим бу таърифни ҳам унчалик тўлиқ эмаслигини айтиб ўтган.

Юқорида кўриб чиқилган олимларнинг илмий қарашларидан келиб чиқиб туризмни қуйидагича таърифлашимиз мумкин:

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

⁶ Файзиева Ш.Р. Ўзбекистонда туризм ривожланишининг иқтисодий механизмини такомиллаштириш. и.ф.н. дисс.-ЎЗМУ, 2006. –б.39

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.

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 таъсуротларни 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.

Юқори даражадаги туристик хизматларга талаб суръатининг пасайиши кузатилди. Талабнинг тартибга солиниши бир томондан туризм тижоратини ишончлилигига кафолат бўлса, иккинчи томондан фирмалар учун хизматлар бозорида ўз «улуши»ни топиш қийинлашиб борди.

Янги ташкил этилган туристик фирмалар учун айниқса, мураккаб шароит юзага келди. Чунки улар ўз маҳсулотларини бозорда позитсиялаштиришлари керак эди.

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.

1.2. Самарқанд вилоятида халқаро туризмни ривожлантиришнинг имкониятлари

Самарқанд вилояти 1938 йил 15 январда ташкил топган бўлиб, вилоят маркази Самарқанд шаҳридир. Унинг ер майдони 16,77 минг кв.км.ни ташкил этади. Вилоят аҳолиси 2867,1 минг киши (2010й.). Маъмурий жиҳатдан Самарқанд вилояти 14 та туман, 12 шаҳар ва шаҳарча ҳамда 1932 та қишлоқлардан иборат.

Географик ўрни. Самарқанд вилояти ҳудудий жойлашувига кўра, Ўзбекистон Республикасининг марказида, Зарафшон водийсининг ўрта қисмида жойлашган. Вилоят жанубдан қашқадарё, шимолдан Навоий, шимоли-шарқдан Жиззах вилоятлари, жануби-шарқда Тожикистон Республикаси билан чегарадош. Самарқанд вилоятининг бундай географик ўрни туризмни ривожлантиришга қулай имконият яратади. Самарқанд қадимдан «Буюк Ипак Йўли»нинг тугунида жойлаганлиги иқтисодий ва ижтимоий ривожланишига замин яратганлиги тарихдан маълумдир. Ҳозирги пайтда ҳам бу ерни маҳаллий ва халқаро автомобиль, темир йўл ҳамда ҳаво йўлларининг кесиб ўтганлиги туризмни ташкил этиш ва ривожлантиришда муҳим омил бўлиб хизмат қилади.

Минтақа туризмнинг ташкил этиш ва ривожлантиришда кўплаб табиий, ижтимоий-иқтисодий ва сиёсий омиллар муҳим ўрин тутди. Шу нуқтаи назардан халқаро туризмни ривожлантириш учун замонавий аэропорт, йўллар, савдо шаҳобчалари, маданий дам олиш уйлари, шаҳар ёдгорликларининг яхши сақланганлиги аҳамиятлидир. Бундан ташқари, туризм билан боғлиқ иқтисодиётнинг қишлоқ хўжалиги ҳамда саноат тармоқлари, хусусан озиқ-овқат тўқимачилик ва бошқалар ҳам бу соҳани ривожлантиришга ўз таъсирини кўрсатади.

Ҳозирги кунда замонавий туризм халқаро алоқа тизими (Интернет) турли хизматларнинг яратилишини тақозо этади. Айни пайта сайёҳ учун нафақат тарихий, архитектура обидалари, қолаверса табиий, диний, этнографик ва бошқалар ҳам зарурдир. Шундан келиб чиққан ҳолда,

туризмни ташкил этиш ва ривожлантиришга қатор омиллар таъсирини аниқлаш мумкин. Бу борада хусусан икки йирик, яъни табиий ҳамда ижтимоий-иқтисодий омиллар етакчи аҳамият касб этади.

Табиий шароити. Туризмни ташкил этиш, туристик маршрутлар, экскурсиялар уюштириш аввало қулай табиий шароитнинг мавжудлигини талаб қилади. Чунки ўзига хос рельеф, иқлим ва турли-туман экзотик ландшафт манзаралари кишиларни ўзига тортади. Самарқанд вилояти табиий ва иқлимий шароити республиканинг бошқа вилоятларига нисбатан анча қулай бўлганлиги сабабли ўлкада қадимдан аҳоли манзилгохлари вужудга келган, маҳаллий халқ деҳқончилик ва хунармандчилик каби соҳалар билан шуғулланган. Самарқанд дунё цивилизацияси ўчоқларидан бири сифатида, дунёвий ва диний билимлар, манавият-маърифат ва маданият маркази бўлиши билан биргаликда, ўзининг соф ҳавоси, иқлими ва гўзал табиати билан ажралиб туради.

Таъкидлаш жоизки, Ўзбекистон ўзининг гўзал табиати, ўсимлик дунёси билан бошқа республикалардан ажралиб туради. Мамлакатимизга ташриф буюрадиган сайёҳларни қадимий ёдгорликлардан ташқари минг йиллик тарихни эслатувчи дарахтлар бисёрдир. Шу боис, улардан туризм нуқтаи назаридан оқилона фойдаланиш мақсадга мувофиқдир. Бунинг учун минтақа «яшил бойлиги»ни географик жиҳатдан ўрганиш муҳим аҳамиятга эга.

Тоғ ва тоғ олди ҳудудлар ниҳоятда ўсимлик дунёсига бой бўлиб, ранг-баранг ўсимликлар ёнғоқ, олма, тоғолча, арчазорлар ва бошқалар. Омонқўтон ўрмонларида (майдони 2158 гектар, бу ерда 1887 йилда дастлабки кўчатлар экилган) ўзига хос ландшафт шакллари вужудга келтиради. Бу ерда гладичия, қайрағоя, дўлана, акация, грек ёнғоғи, заранг, қрим қорақайи ва бошқа кўплаб дарахтлар мавжуд. Омонқўтон ҳудудининг иқлим ва ўсимлик дунёсини ўзига хослиги бу жойда кўплаб дам олиш зоналари, оромгоҳлар қуриш имкониятини берган.

Самарқанд вилоятида бундан ташқари, Оҳакли тоғ ўрмон дам олиш зоналари мавжуд. Бу ердаги ҳам дам олиш уйлари (ҳозирги пайтда кўпроқ сайёҳларга хусусий тадбиркорлар хизмат кўрсатмоқда), «Ёшлик» туристик базаси ва бошқалар ўзининг қулай иқлимий, ландшафт ҳамда гўзал табиати билан ҳудудда мавсумий дам олиш маконларининг жойланишига сабаб бўлган:

Зарафшон дарёси қайирлари (Зарафшон қўриқхонаси) ўсимлик дунёсига бой ҳудудлардан биридир. Ўрганишлар шуни кўрсатадики, вилоят ҳудудининг аксарият жойларида, айниқса баҳор ойининг ўрталарида ўсимлик дунёсининг ниҳоятда гўзал манзарани ҳосил қилишни мавсумий ҳамда қисқа муддатли сайёҳликни ташкил этиш учун имконият яратади.

Вилоят туманларидаги асрлар давомида сақланиб келинаётган дарахтлар ҳам туристик аҳамиятга эгадир. Ургут (Юқори Чор-чинор, 1020 йиллик), Каттакўрғон (қорадарё қишлоғида 565 йиллик чинор, Тим қишлоғида 1000 йиллик арча), Жомбой (Ҳалвойи қишлоғида) ва бошқа туманларда минг йиллик дарахтлар сақланиб қолган.

Самарқанд шаҳри ва унинг атрофини республиканинг бошқа шаҳарларидан фарқи шундан иборатки, бу ерда қадимдан (Амир Темур боғларининг донғи бутун дунёга машҳур бўлганлиги тарихдан бизга маълумдир). Кўркам боғи-роғлар ташкил қилинган бўлиб, улар сайёҳларни ҳайратга солган. Шаҳарнинг 90 гектардан ортиқ ҳудуди парклар ва ҳиёбонлар, 500 гектар боғлар ва узумзорлар эгаллаган. Ҳозирги пайтда шаҳар ҳудудида, айниқса, Университет ҳиёбони ҳамда шаҳарнинг эски қисмидаги маҳаллалар, чойхоналардаги юзлаб турли хил қадимий чинорлар, қайрағоч ва тут дарахтлари, ўсимлик дунёсига қизиқувчи кўплаб сайёҳларни жалб этиши мумкин.

Вилоятнинг ҳайвонот дунёси ҳам хилма-хилдир. Тоғ ва тоғ олди минтақасида судралиб юрувчилар, қушлар, туёқлилар оиласининг вакиллари, ҳашоратлар ва бошқалар кенг тарқалган бўлиб, улар айниқса

баҳор, ёз ойларида шу жойлар ландшафтига ўзгача тароват ва хусн бағишлайди, сайёҳларнинг мароқли дам олиш ҳамда ов туризмини йўлга қўйиш имконини яратади.

Аҳолиси. Самарқанд вилояти аҳолисининг миллий этник таркиби бошқа вилоятлардан кўп жиҳатлари билан ажралиб туради. Айни пайтда шуни таъкидлаш жоизки, айниқса Самарқанд шаҳри аҳолисининг кўп миллатлиги ва этнографиясининг ўзига хослиги туризмда катта аҳамиятга эга. Бу ерда тожик, озарбайжон, эрон, арман ва бошқа миллат вакиллари салмоғи кўпроқ. Бундай этнографик вазият кўп жиҳатдан тарихий ривожланишга боғлиқ ва айни вақтда туризмда ҳам маълум мазмунга эга.

Аҳолисининг миллий таркиби ва унинг турли динларга алоқдорлиги маҳаллий туризмни вақт ҳамда ҳудудий жиҳатдан ташкил қилишда муҳим аҳамият касб этади. Масалан, маҳаллий миллат вакилларининг хусусан баҳор (март-апрель) ойларида ҳар хил диний қадамжоларга саёҳати кўпроқ кузатилади. Айни вақтда аҳоли ёш таркибида болаларнинг катта ҳиссаси болалар туризмини ривожлантиришни тақозо этади. Жумладан, вилоят қишлоқ жойларининг ўқувчилари учун баҳор ва ёз ойларида Самарқанд шаҳрига, унинг атрофидаги тоғ ва сойликларга, турли тарихий объектларга қисқа муддатли экскурсия туризми ташкил қилинади.

Хўжалиги. Самарқанд вилояти табиий географик хусусиятга кўра, тоғ ва тоғолди ҳамда текислик-воҳа қисмига ажратилади. Бу эса минтақада саноат ва қишлоқ хўжалиги тармоқларининг ривожланишига шароит яратади.

Вилоятда қишлоқ хўжалигида фойдаланиладиган ерлар 1677,3 минг гектарни ташкил этади. Бу ерда ҳайдаладиган экин майдони 26,1 %ни (шундан, суғорма деҳқончиликда 15%, лалмикор ерлар 10,5 %), яйловлар 48,4 фоиздан иборат. Бундан ташқари, дон экиладиган майдонлар 185,7 минг гектар (буғдой экин майдони 160,2 минг гектар, ялпи маҳсулот 454,7 тонна) бўлиб, ялпи етиштирилган маҳсулот, 2002 йил вилоят статистика бошқармаси маълумотига кўра, 533,9 минг тонна, ҳосилдорлик ўртача 28,7

центнерга етган. Шунингдек, вилоят боғдорчилик, узумчилик, сабзавот, полиз, картошка етиштириш бўйича ҳам республикада юқори ўринларда туради.

Самарқанд боғлари қадимдан ўзининг гўзаллаиғи, ҳосилдорлигининг юқорилиғи, ундаги меваларнинг ширинлиғи билан сайёҳларни ҳайратга солиган. Қишлоқ хўжалигига эътиборни кучайтириш биринчи навбатда минтақа аҳолисининг қишлоқ хўжалик маҳсулотлари билан таъминланиши яхшилайти, ишсизлики камайтиради, иккинчидан Самарқанд вилоятига келган сайёҳларни сифатли қишлоқ хўжалик маҳсулотлари, жумладан, сабзавот, картошка, полиз экинлари, гўшт, сут ва нон маҳсулотлари билан таъминлаш имконини беради.

Айни пайтда Самарқандга келган хорижий ва маҳаллий сайёҳлар деҳқон бозорларини кўришни ҳамда бирор маҳсулот харид қилишни жуда исташади. Шунинг учун уларнинг талабларини ўрганиш, шарқ бозорларидаги қишлоқ хўжалик маҳсулотларини сифат жиҳатдан юқори бўлишини таъминлаш муҳим аҳамият касб этади.

Маълумки, Самарқанд вилояти, республикада ялпи саноат маҳсулотлари ишлаб чиқариш бўйича олдинги ўринларда туради. Ҳозирги кунда вилоятда фаолият кўрсатаётган асосий саноат корхоналари 139 тани ташкил этиб, жами саноатда 60 мингдан ортиқ киши банд. Минтақа саноат тармоқлари жумласига кимё саноати, машинасозлик ва метални қайта ишлаш, қоғоз-целлюлоза, қурилиши материаллари саноати, чини ва шиша буюмлари, енгил, озиқ-овқат ҳамда бошқаларни киритиш мумкин.

Умуман олганда, вилоят саноати, ўз навбатида, минтақада маҳаллий ва халқаро туризм имкониятларини янада оширади. Айниқса, сайёҳлар учун совға боп буюмлар ишлаб чиқариш кенгаймоқда. Масаклан, Афғон-Бухоро-Самарқанд қўшма корхонасида гилам ва гилам маҳсулотлари асосан сайёҳлар учун ишлаб чиқарилмоқда. Самарқанд-Прага қўшма корхонасининг бежирим идишларига чанқоқбости минерал ичимликлари эса мавсумий сайёҳликда (айниқса, ёз ойларида) муҳим аҳамиятга эгадир.

Вилоятда туризмни ташкил этиш ва ривожлантиришда саноат корхоналари ўрни каттадир. Чунки, бу ерда мамлакатимизда ноёб ёки кам тарқалган саноат корхоналари айнан шу ерда жойлашган. (Чой қадоклаш, тамаки ферментацияси, киноаппаратура, совитгич, чини идишлар, лифт микроавтобус ишлаб чиқариш яхши йўлга қўйилган).

Транспорти. Вилоят туризмида транспорт инфраструктурасининг ўрни ниҳоятда катта аҳамиятга эга. Вилоятда умумий автомобил йўлларининг узунлиги 12510 км. бўлиб, шундан каттиқ қопалмли йўллар 4072 км.ни ташкил этади. Халқаро ва маҳаллий аҳамиятга эга автомобил йўллари вилоятнинг аксарият туманларини кесиб ўтади. Хусусан, улар Булунғур, Жомбой, Тойлок, Ургут, Пастдарғои, Каттакўрғон, Нарпай ва Пахтачи туманларида катта мавқега эгадир. Айни пайтда Самарқанд шаҳрининг географик жойлашувида автомобил йўлларининг ҳалқаси туманларни бир-бири билан боғлайди. Шунини алоҳида таъкидлаш жоизки, вилоятдаги аксарият туристик объектларнинг автомобил йўлларига яқин жойлашганлиги ҳам ўз ўрнида туризмни ривожлантиришда қулай шароитлар туғдиради.

Шундай қилиб, вилоят табиий ҳамда ижтимоий-иқтисодий омилларнинг таҳлили, биринчидан, бу ерда турли йўналишдаги туризмни ривожлантириш ва иккинчидан, минтақа ҳудудининг туристик географик нуқтаи назардан ички тафовутларга бой эканлигидан дарак беради.

Сайёҳларнинг дунёни кенгроқ англаш, билиш мақсадида ўзи учун номаълум бўлган жойларни кўришга ва ўрганишга бўлган эҳтиёжи йилдан-йилга кучайиб бормоқда. Бу, ўз навбатида, туристик объектлар турларининг кенгайшига, туристик бизнеснинг юзага келишига олиб келди.

Туристлик объектлар нафақат рекреация балки соғломлаштириш билан биргаликда тарихий, маданий, табиий, экотуристлик, этнографик (хунарамандчилик ва халқ амалий санъати, урф-одатлар, миллий анъаналари кабилар) ҳамда диний туристик объектлар сингари кўплаб

турлари вужудга келди. Масалан, кейинги йилларда ноёб ландшафт зоналари, иқлими қулай ва ноқулай масканларга (чўл, ғор, музликлар, океан ости дунёси, очиқ космос ва ҳ.к.) саёҳат уюштириш кенгаймоқда.

Самарқанд вилоят туризми таркиби ва географияси хилма-хил бўлиб, минтақада ўзига хос туристик маршрутларни йўлга қўйиш мумкин. Бу ерда, бизнингча, вилоят туристик имкониятлари ва ресурсларини қуйидаги асосий гуруҳларга ажратиш мақсадга мувофиқдир.

-маданий туристик объектлар. Инсон томонидан яратилган асрлар давомида сақланиб келинаётган тарихий бинолар, архитектура ёдгорликлари, археологик топилмалар, харобалар, диний зиёратгоҳлар, кадамжолар, қабристонлар, миллий ҳунармандчилик, урф-одатлар, тўй-томошалар, мақолалар ва бошқаларни ўз ичига олиб, вилоят туризмининг муҳим таркибий қисми ҳисобланади.

-табиий туристик объектлар. Буларга табиат томонидан яратилган ноёб ёдгорликлар, жумладан, карст ғорлари, рекреация масканлари, шифобахш булоқлар, балчиқлар, манзаралари ландшафт қўриқхона, тўқай ва ундаги ўсимликлар, ҳайвонот олами, нураш натижасида ҳосил бўлган шакллар ва бошқаларни киритиш мумкин.

Самарқанд вилоятининг табиий шароити, рельефи, иқлими ва сувлари даврлар давомида шаклланган.

Улардан туристик объект сифатида фойдаланиш ҳам аҳамиятлидир.

Инсониятнинг узок ўтмишидан далолат берувчи тарихий обидаларни томоша қилиш кишиларнинг ҳаёлан мозийга саёҳат қилишига, аждодларнинг бизга қолдирган бой маънавий меросини ўрганишга катта ёрдам беради. Жумладан, жаҳон миқёсида саёҳатга чиқувчиларнинг кўпчилиги дунёнинг турли мамлакатларидаги тарихий обидаларни кўриш мақсадида сафар қилишмоқда. Жаҳон Халқаро туризмида Италия, Франция, Хитой, Ҳиндистон, Миср каби давлатларга ташриф буюрувчи сайёҳлар инсоният томонидан яратилган тарихий, архитектура, қурилиш, бинокорлик ва бошқа кадамжоларни ҳайрат билан томоша қилишади

хамда завқ олишади. Бинобарин, барча нарсаларнинг вақт ўтиши билан кадр-қимматини сақлаб қолиши ва тарихий туристик аҳамият касб этиши тарихий обидалар сирасига киради.

Ўзбекистон ҳудудида тарихий обидалар кўплиги жиҳатидан Марказий Осиёда етакчи ўринда туради. Унинг қадимий Самарқанд, Бухоро, Хива, Шаҳрисабз, Термиз каби шаҳарларидаги тарихий обидалар, меъморий ёдгорликлар жаҳон хазинасининг дурдоналари ҳисобланади.

Маълумки, халқаро туризмини бир тури сифатида диний туризм йил сайин ўсиб бораётган соҳалардан биридир. Кишилар муқадас қадамжоларни, жумладан, қабристонлар, масжидлар ва мадрасааларни азиз маскан сифатида эъзозлашган. Шу сабабли диний туризм қадимдан ривожланиб келган. Мусулмонлар муқадас қадамжони сифатида Саудия Арабистондаги Макка ва Мадина шаҳарларини христианлар Ватикан, Иерусалим (қуддус) ва бошқа шаҳарларни зиёрат этишади. Ҳозирги пайтда ислом дунёси вакилларида 1,5-2 млн. киши ҳаж сафарида иштирок этмоқда.

Самарқандни азиз, муқаддас, авлиёлар ва буюк инсонлар абадий кўним топган жой сифатида эъзозлашади. Халқимиз улуғ дин уламолари, буюк кишилар, авлиёлар қабристонларни зиёрат этиш, ўтганлар руҳини шод этиш мақсадида Самарқанд шаҳри ва унинг туманларидаги зиёратгоҳларга ташриф буюришади ва катта маънавий энергия, озуқа олишади. Бинобарин, Самарқандда диний туризмни ривожлантириш учун Шохи Зинда, Хазрати Хизр, Рухобод, Амир Темур, Имом бухорий, Мотрудий, Хазрати Довуд, Чорчинор ва бошқа кўплаб зиёратгоҳ қадамжойлар мавжуд бўлиб, улар сайёҳликни юксалтиришга катта имконият яратади.

Кишилар саёҳат давомида бошқа минтақалар, давлатлар, шаҳарлар, тарихий обидалар, архитектура ёдгорликлари, гўзал табиати билан биргаликда шу жойда яшайдиган аҳолининг турмуш тарзини, урф-одат ва анъаналарини кўришни, яъни этнографик туризмни ҳам жуда исташади.

Бинобарин, саёҳат инсон тафаккурини кенгайтириб, дунёни теран англашга бошқа халқларни билишга, ўрганишга хизмат қилади, сиёсий жиҳатдан кишиларни бир-бирига яқинлаштиради. Бу ўз навбатида, давлатлар ўртасидаги иқтисодий ҳамда маданий алоқаларни ривожлантиришда муҳим омилдир.

Маълумки, Самарқанднинг сўлим боғлари, мусаффо ҳавоси, шифобахш сувлари, мафтункор табиати қадимдан кишиларни ўзига жалб қилиб келган. Унинг Ургут, Оҳалик, Хубдин тоғлари бўйлаб саёҳат қилганлар табиатнинг мўжизаларига яна бир бор иқрор бўладилар.

Лекин улардан ҳозирги пайтда туризм мақсадида тўлалигича фойдаланилмаяпти.

Шундай қилиб, Самарқанд вилоятини маъмурий туристик район, яъни миллий туризмнинг алоҳида минтақаси сифатида қараш мумкин. Унинг доирасида эса турли йўналиш ва босқичдаги районлар ажратилади.

Районларнинг бундай турли хиллиги энг аввало район ҳосил қилувчи омилларнинг характериға боғлиқ.

Маълумки, туристик районларни ажратишда икки асосий омил мавжуд. Бу ҳам бўлса табиий ландшафт ҳамда ижтимоий-маданий мазмунга молик ҳар хил тарихий объектлардир. Агар биринчи омил нуқтаи назаридан ёндошган бўлсак, Самарқанд вилояти ҳудудида икки табиий туристик районларни ажратиш мумкин: тоғ ва текислик туристик районалар. Уларнинг ҳар бири ўзига хос геоморфологик, иқлимий, гидрологик хусусиятларға, ҳайвонот ва ўсимлик оламиға, жозибалигига эға. Бинобарин, тоғ ҳамда текислик минтақаларида туризмнинг шакллари ҳам турлича. Бироқ, уларнинг барчасига ов туризми ҳамда экотуризм хосдир.

Вилоят ҳудудида тоғли районлар унча кўп эмас. Асосий, нисбатан баланд тоғлар унинг чекка шимол (нурота тизмаси, баландлиги 2150 метргача) ва жанубида (Зарафшон тоғ тизмаси, баландлиги 2600 метргача) жойлашган бўлиб, улар Айни вақтда вилоятнинг маъмурий чегара

чизиғига җамаат мос келади. Унча баланд бўлмаган Оқтов тизмаси (1350-1750 м). Нурота тоғининг жануброғида жойлашган. Бу ҳудудлар тоғ туризмини, жумладан ов, рекреация ҳамда спорт туризмини ривожлантириш имкониятларига эга. Айниқса тоғларни кўндалангига кесиб ўтадиган сой ёки сойликлар бўлиб саёҳат ўтказиш қизиқарли бўлиши табиий. Чунки, бундай кичик гидрологик элементлар ҳудуднинг ўзига хос «кесмаси» ёки профили бўлиб, уларда қисқа муддатли саёҳат (пиеда экскурсия) давомида турли хил манзаралар, ландшафтларнинг ўзгариб бориши кузатилади. Текислик қисми ўзлаштирилган воҳа, интенсив деҳқончилиги ҳамда чўл-экстенсив чорвачилик минтақаларидан иборат. Биринчидан, айниқса этнографик ва ов (жумладан дарё ва сув омборларида балиқ ови) туризмни шакллантирса бўлади.

Ижтимоий-маданий ёдгорликлар бўйича районлаштириш эса бутун ҳудудни қоплаб олмайди. Бундай районларни фақат Самарқанд ҳамда тарихий ёдгорликлар, диний мазмундаги объектлар бор туманларда ажратилади. Айнан ана шу турдаги районлар ҳудудий туристик мажмуаларга мос келади.

Юқоридаги туристик районлаштиришдан ташқари яна учинчи, интеграл типдаги районларни ҳам белгилаш мумкин. Ушбу тоифадаги районлар қуйи даражадаги маъмурий-ҳудудий бирликлар доирасида ажратилади. Уларнинг энг ижобий томони шундаки, бундай районларда туристик фаолиятни туман ҳокимлиги тасарруфида ташкил этиш, ривожлантириш ва бошқариш имкониятлари мавжуд. Шу нуқтаи назардан Самарқанд шаҳри туристик районлари ажратилади. Табиийки, мазкур районларнинг туристик имкониятлари ва салоҳиятлари бир хил эмас. Аммо, айнан ана шу ҳудудий хусусиятларни эътиборга олиш минтақанинг туристик сиёсатини амалга ошириш ва юзага келган муаммоларни ечишда муҳим омил бўлиб хизмат қилади.

1.3. Ўзбекистонда халқаро туризмни ривожлантириш, туристларни суғурталаш ва хавфсизлигини таъминлашнинг назарий масалалари

Ўзбекистон Республикаси 1991 йил 1-сентябрда ўзининг мустақилигини қўлга киритиши натижасида мамлакатда иқтисодий ислохотлар жадаллик билан ўтказила бошланди. Шу сингари миллий туризм ҳам шу йиллардан шакллана бошлади. Миллий туризмнинг шаклланиши ва ривожланишига "Ўзбектуризм" МК бош қош бўла бошлади. Ўзбекистонда туризмни ривожлантиришда «Ўзбектуризм» МК давлат бошқаруви, ташқи иқтисодий фаолият юритиш ҳуқуқларига эга бўлган хўжалик юритувчи ташкилот бўлиб ҳисобланади.

Миллий туризм ривожланиши демак шу йиллардан бошланди десак хато бўлмайди. Миллий туризмни ривожлантириш мақсадида ислохотлар босқичма босқич амалаг оширила бошланди.

Миллий туризм тизимида иқтисодий ислохотларнинг биринчи босқичи 1992 йилда бошланган дейиш мумкин. Республикада бошланган ушбу ислохот янги иқтисодиётга асосланиб олиб борилди.

Туризм тармоғини иқтисодий ислоҳ қилишнинг иккинчи босқичи 1993-95 йилларни ўз ичига олади. Бу даврда турмуш ривожланишнинг миллий модели ишлаб чиқилди. Бу босқич туристик хизмат кўрсатишнинг иқтисодий ўсиши билан бир қаторда бир қанча муаммоларни туғдирди. Бу муаммолар янги туристик маршрутларни ишлаб чиқариш, хизмат кўрсатишнинг яхшилаш, туризмнинг моддий-техник базасни кенгайтириш, бошқарувнинг ташкилий такомиллаштириш ва ҳ.о.лар билан боғлиқ бўлиб, уларни фақат «Ўзбектуризм» МК доирасида ечиш мумкин эмас.

Туристик объектлар давлат тармоғидан чиқарилди ва хусусийлаштирилди. Номерли фондда муҳим ўзгаришлар амалга оширилди.

1993 йил охирига келиб республика туризм тизимида ҳуқуқий ва мустақил балансга эга бўлган 123 ташкилот бор эди.

1995 йилнинг 1 июлида Ўзбекистон Республикаси Ташқи ишлар вазирлиги томонидан бутун мамлакат ҳудудида амал қилувчи ягона туристик виза ўрнатилди (давлат томонидан белгиланган объектлардан ташқари). Туризм ривожнинг иккинчи босқичига қўйилган бошқа бир кадам тарихий ва маданий ёдгорликлар, архитектура иншоотлари, яратилган санъат асарларнинг сақлаш ва кўпайтиришга йўналтирилган «мерос» миллий дастурни Вазирлар Маҳкамаси томонидан тасдиқланиши бўлди. Бу даврда Тошкент, Самарқанд, Бухоро ва Хивада халқаро туризм бўйича махсус очиқ иқтисодий зоналар тўғрисидаги низом ишлаб чиқилди. 1995 - 1997 йилларда туризмни ислоҳ қилишнинг учинчи босқичи амалга оширилди. Бунда хизматлар соҳасида фаол хусусийлаштириш бошланди. 1996 йили «Ўзбектуризм» МК тизимидаги барча туристик объектларнинг умумий соннинг 90 % ти давлат тасарруфидан чиқарилди⁷.

1998 йилдан ўзбек туризмни ислоҳ қилишнинг тўртинчи босқичга кадам қўйилди. Бу қайта тикланиш босқичи бўлиб, экспорт салоҳиятнинг ошиши, валюта, турист, хусусий капитал ва инвестициянинг барқарор оқимни таъминлашга олиб келди. Вазирлар Маҳкамасининг «Туристлик ташкилотлар ташкил этилишни такомиллаштириш тўғрисида»ги қарори билан «Ўзбектуризм» МК қайта ташкил қилинди ва Ўзбекистоннинг хусусий туристик ташкилотлари Ассоциацияси яратилди.

1999 йилнинг майдан бошлаб туризм иқтисодиётнинг ислоҳ қилишнинг бешинчи босқичи бошланади. Ўзбекистон Республикаси Президенти И.А Каримовнинг «Туризмни ривожлантириш тўғрисида»ги Фармони мамлакатда миллий халқаро туризмнинг мавқени, унинг иқтисодий асосларни қатъий белгилаш учун сиёсий асос яратди. Бу ҳужжат билан туристик ташкилотларга қўшимча божхона имтиёзларни яратилди. Бундан ташқари, Ўзбекистоннинг дипломатик вакилларида чет элда туризм бўйича маслаҳатчи лавозимига киритилди. 1999 йилнинг августида Парламент «туризм тўғрисида»ги қонунни абул қилди ва

⁷ «Ўзбектуризм» МК ҳисоботларидан.

иқтисодиётнинг бу тармоғнинг амал қилиш учун ҳуқуқий асос яратилди. Шундай қилиб, МК олдида асосий вазифа-Ўзбекистоннинг туристик компаниясни келажакда ривожлантириш ва такомиллаштириш, унинг халқаро туристик тизимга юқори ривожланган индустрия сифатида қўйиши турибди. Бунинг учун, албатта, иқтисодиётнинг бу тармоғидаги ислохотлар стратегияси ва тактикасни доимо такомиллаштириб бориш зарур.

Республика туризм салоҳияти ихтиёрида бўлган резервлар ҳозирча “жаҳон стандартлари”га жавоб бера оладиган туризм салоҳиятини барпо қилиш учун сарфланадиган зарур маблағлар ва инвестициялар йўқлиги сабабли фойдаланилмай турибди.

Туристлар оқимини жиддий четлаб қўяётган омиллардан яна бири шуки, туристлар Ўзбекистондаги энг машҳур ёдгорликлар ва бутун шаҳар қурилиш ансамбллари томоша қилиш учун келадилар. Аммо бу объектларнинг туристларни қабул қилиш имконияти нихоятда пастдир. Бутун дунёда қўшма корхоналар тузиш, туристик комплексларни ҳамкорликда ишлаб чиқариш ва қуриш, ишлаб турган объектларни янгилаш мақсадларида бевосита хорижий инвестицияларни жалб этиш давлатнинг туризмни ривожлантириш сиёсатидаги энг муҳим йўналишлардан биридир. Хорижий инвестициялашни имтиёзли йўналишлари қаторига туризмнинг замонавий инфраструктурасни, шу жумладан, транспорт, телекоммуникация, ахборот хизматлари, тадбиркорлик инфраструктураснинг ташкил қилишлар ҳам киради. Буларсиз ҳақиқий бозор муносабатларига ўтиш ва халқаро инвестиция фаолиятни кенг ривожлантириш амалда мумкин эмас. Чет эллик инвесторнинг максимал даромад олишига интилиши ҳамда бу лойиҳани келгусида амалга ошириш учун қулай шарт - шароитлар, хорижий капитал иштирок этган ҳар қандай инвестиция жараённинг асосий ҳаракатлантирувчи кучидир.

Бугунги кунда Ўзбекистонда миллий туристик модельни шакиллантириш жараёни амалга оширилмоқда. Республикада бозор иқтисодиёти шаклланаётган шароитда туризм ўзининг миллий даромадни қайта таъқсимлаш хусусияти асосида миллий иқтисодиётни барқарорлаштиришнинг муҳим омили бўлиб қолмоқда. Бозор иқтисодиётида туристларга асосан хусусий ва тижорат компаниялари хизмат кўрсатади. Бундан ташқари, агар давлат мақул иқтисодий ва ҳуқуқий атмосфера яратса туризм барқарор ривожланади. Бошқа томондан агар давлат касбий тайёрлаш, таббий ва маданий муҳитни муҳофаза қилиш, ахборот-реклама ишлари расиятчиликнинг енгиллаштириш муаммолари билан шуғулланмаса фақат бозор стихияси ҳукумронлик остида туризм ривожланишнинг керакли даражасига ета олмайди. Бунда давлат томонидан мос методологияси методик ва амалий ёндашувларнинг ишлаб чиқариш туристик хизматлар бозорнинг ташкил этилишига аҳамият бериш керак.

Ўзбекистон туризмида хизмат кўрсатишни ривожлантиришда ҳар бир ҳудуд ўзининг имкониятларидан келиб чиққан ҳолда туристларга хизмат турларини таклиф этади. Бунда бошқарув ҳам етакчи рол ўйнайди, чунки тўғри бошқарув ривожланишнинг гарови ҳисобланади. Республикамизда туристик ҳудудларни ажратишда нафақат туристик соҳанинг замонавий ҳолати, балки мавжуд административ-ҳудудий булим микёсида уни ривожлантириш истикболларини ҳисобга олиш зарур. Бундай бўлиниш миллий туризмни ривожлантиришда ва туристик ресурслардан рационал фойдаланишни тақазо этади. Туризм зоналарини булиниши уларга эркин иқтисодий зоналар макони берилганда ва мавжуд потенциал ресурслардан самарали фойдаланишда жуда катта аҳамиятга эга.

Туризм объекти уч компонентни ўз ичига олади: туризм ҳудуди, туризм ташкилоти ва туризм корхонаси.

Туризм ҳудудини аниқлашда бир неча ёндашув мавжуд, улар куйдаги саволларга бериладиган жавобларга боғлиқ: туризм сафари учун танланган ҳудудни қандай аниқлаш мумкин ва туризм мақсади сифатида қандай ўлчамларга эга бўлган ҳудуд бозор сегментлари томонидан қабул қилинади.

БТТ дам олиш мақсади, ўқитиш жараёни ёки соғломлаштиришни ташкил қилиш учун зарур бўлган кенг махсус қурилмалар ва хизматларга эга бўлган ҳудудга туризм ҳудуди деб таъриф беради. Туризм ҳудуди, бу сафар мақсади ва туризм маҳсулоти.

“Туризм ҳудуди” деб турист сафар мақсади учун танлаган жуғрофий ҳудудни тушунишади. Бундай ҳудудда турист етиб келиши, жойлашиши, овқатланиши ва дам олишини ташкил қилиш учун зарур бўлган ҳамма шароит муҳайё.

Туризм ҳудуди дам олиш нуқтаи назаридан 4 та параметрга эга: турар жой, жой, ландшафт ва экскурсиялар.

Замонавий туризмда ҳудудга таъриф беришда ҳудудни рақобатли бирлик деб тасаввур қилиш керак ва истеъмолга йўналтирилган фикрлашдан фойдаланиш лозим, бутун ҳудуднинг ишлаб чиқариш аппарати фақат истеъмолчининг талабига мос хизматлар мажмуасини ишлаб чиқиши ва бу хизматлар мажмуаси хизматлар мақсади деб тасвирланиши мумкин. Хизматлар занжири истеъмолчининг нуқтаи назаридан хизматларни алоҳида элементларга ажратувчи таҳлилий қуролдир. Истеъмолчи корхонанинг турли хизмат элементларидан фойдаланганда уларни шу ҳудуднинг хизмати ва хизмат сифати деб баҳолайди.

Ҳудуднинг рақобатбардош бирлик сифатидаги стратегик мақсади ҳудуднинг узоқ муддатли рақобатбардошлигини таъминлашдир. Туризм фаолият соҳаси 4 та блокдан иборат:

- коммуникация ва маҳсулотни сотиш;
- туристик анжуманларни ўтказиш;

- туризм иншоатларини фойдаланишга топширишга тайёрлаш;
- туризм инфратузилмасини режалаштириш.

Худуддаги туристларга химат кўрсатиш қуйидаги ташкилотлар орасида тақсимланади:

- хокимиятлар (шаҳар даражасида),
- меҳмонхона мажмуалари ва овқаталнишни ташкил қилувчилар вакиллари;
- туроператорлар ва воситачилар;
- транспорт ташкилотлари.

Туризм ташкилотлари туризм сиёсатини шакиллантиради, яъни улар туризм учун фойдали асос бўлувчи шу соҳа чегаравий шартларини яратиш ва қўл-остидаги худудлар ривожланишини рағбарлантириши керак. Туризм ташкилотлари хусусий ёки давлат бирлашмалари шаклида бўлиши мумкин. Улар ўз фаолиятларини уч даражада олиб борадилар: миллий (давлат), вилоят ва шаҳар (хокимият).

Масъулият ва мажбуриятларини тақсимлаш бўйича турли даражадаги туризм ташкилотлари орасида қуйидаги функцияларни кўрсатиш мумкин:

- таклиф функцияси энг қуйи поғонадаги ташкилотларга юкланган, улар хизматидан фойдаланувчилар билан ишлашади ва маҳсулотларни яхши билишади;
- манфатлар ҳимояси функцияси ҳар бир даражада бажарилиши керак;
- маркетинг функцияси ҳар бир худуднинг машҳурлиги, аҳамияти, обрўси ва молиявий имкониятларидан келиб чиққан ҳолда бажарилади;
- етакчи тимсолини яратиш ва сақлашни ҳар бир даражадаги ташкилотлар бажариши лозим.

Эски ташкилий тузилма қуйи босқич мансабдорлари юқори мансабдорларига бўйсинишга асосланиб фикрланган ва сиёсий қарорларни акс эттирган. Янги туристик ташкилотлар бозор муносабатлари нуқтаи

назаридан иш тутишмоқда. Шундай қилиб, туристик ташкилотлар бозор муносабатлари шароитида сотиш мумкин бўлган турхизматларни яратувчи бошқарув органи ва хусусий ташкилотлардан иборат.

Туризм корхоналари бирламчи ва икиламчи хизмат кўрсатувчи корхонага бўлинади. Биринчи турга қуйдагилар мансуб:

- туроператорлар ва турвоситачилар;
- махсус хизмат транспорт корхоналари;
- меҳмонхона ташкилотлари;

Иккинчи турга қуйдагилар киради:

- овқатланиш корхоналари;
- умумий фойдаланиш транспорт воситалари.

Минтакаларда бошқарув тизимини ташкил қилишнинг асосий хусусиятлари ҳисоби шу билан биргаликда Ўзбекистон республикаси доирасида административ булиниш натижасида тўртта туристик -Фарғона, Тошкент, Самарқанд-Бухоро ва Хоразм, учта истиқболли –Жиззах, Қарши-Термиз, Ўрта-Қорақалпоқ районларига ажратилган⁸.

Самарқанд - Бухоро туристик районида бошқарувни ташкил қилиш ҳудудий бирлик Самарқанд, Бухоро ва қисман Навоий вилояти ҳудудлари киритилади. Бу районда туризмнинг ривожланиши жаҳонга машҳур бўлган Самарқанд ва Бухоро меъморий ёдгорликлари ташкил қилади. Чўлнинг иссиқ иқлимини ҳисобга олган ҳолда ягона бош режа бўйича қурилган Навоий шаҳрига қизиқишни акс эттиради. Хорижий туризмнинг ривожланиши учун районнинг географик ҳолати жуда қулай. Зарафшон дарёси воҳаси орқали ўтувчи темир йўлларнинг кенг ривожланган тармоғи, Зарафшон тоғ тизмаси орқали ўтувчи баланд булмаган давонлари ва яхши йўллари туристлар фойдаланиш учун районни янада имкониятлироқ қилади.

Туристларни суғурталаш ва туристлар хавфсизлигини таъминлаш.

А.Н.Норчаев. Халқаро туризм. Маъруза матнлари. ТДИУ 2005 й. 65 б.

Классик суғурталашда туристга одатда воқеанинг маънавий томони компенсация қилинади, - у унинг организмига етказилган зарарига тўлов олади. Баъзи ҳолларда тўловлар суммаси ҳақиқий харажатлардан ошиб кетади. Аммо бу нарса суғурта компанияси ва турист ўртасидаги шартномага боғлиқ. Масалан, хорижга сафар қиладиган Россия туристларини суғурталовчи «Ингосстрах» фақат ҳақиқий харажатларни масалан, тез тиббий ёрдами пулли бўлган давлатларда (Европада) ёрдам кўрсатиш билан боғлиқ харажатларни 50 минг доллардан ортиқ бўлмаган суммада қоплайди. Туризм соҳасида суғурталашни қуйидаги шакллари мавжуд: турист ва унинг мулкни суғурталаш, турфирмалар рискинни суғурталаш, хорижий сафарга чиқадиган туристларни суғурталаш, хорижлик туристларни суғурталаш.

Суғурта бадалининг ҳажми бир неча сабабларга боғлиқ:

Биринчи – суғурта бадалининг катталигидан (суғурта бадали қанча кўп бўлса тўлов бадали шунча кўп бўлади).

Иккинчи – олтмиш ёшдан ошган кишилар икки баробар тўлайдилар.

Учинчи – хавф билан боғлиқ кишилар (учувчилар, денгизчилар спортчилар, изкуварлар, юк машинаси ҳайдовчилари) учун одатда оширилган тарифлар қўйилади. Одатда болалар учун чегирмалар кўзда тутилмайди. Баъзи компаниялар эса 2 - 3 ёшгача бўлган болаларни умуман суғурталамайди. Айрим фирмалар қимматбаҳо мулкни суғурталайди. Катта тур гуруҳлар учун суғурта якка туристларга нисбатан арзонроқ бўлади. Шунини билиш керакки даволаниш жуда қиммат бўлган давлатларнинг элчихоналари агар сиз 30 минг доллардан кам суммага суғурталанган бўлсангиз умуман виза бермайди. Масалан. АҚШ, Канада, Япония, Исроил, Германия, Австрия.

Агар чет давлатда саёҳат пайтида турист билан «Суғурта вазияти» юзага келса. Масалан врачга мурожаат қилишга тўғри келса ёки юк йўқотилган бўлса, турист суғурта полисида кўрсатилган телефонга қўнғироқ қилиб. Полисининг рақамини у билан алоқа боғлаш мумкин

бўлган телефон рақамини айтиб юзага келган вазиятни тушинтириши керак. Туристларни фақат врачлар ёзиб берган дориларни хақи тўланиши хақида огоҳлантириш лозим. Хорижга шахсий автомобилда чиқиш суғуртанинг алоҳида кўриниши билан расмийлаштирилади. Бу суғурта «яшил карта» (Шарқий Европа мамлакатларида «кўк карта») деб аталади, бу суғурта «яшил карта» хақидаги шартномани имзолаган давлатлар худудида амал қилади. Бунга қарийб бутун Европа ва шарқнинг баъзи бир давлатлари киради. «Яшил карта» сиз турист бу мамлакатларга кўйилмайди. «Яшил карта» бу агар турист йўл ҳаракати хавфсизлиги (ЙХХ) нинг сабабчиси бўлса учинчи шахслар ҳаёти ва мулкига етказилган зарарни суғурталашдир. Медицина полисига қўшимча равишда турист «автомобил аттестацияси» номли ҳайдовчиларга ёрдам суғуртасини расмийлаштирилиши мумкин. Бу машина бузилганда, ЙХХда ҳайдовчи касал бўлганда ва машинани бошқара олмай қолганда (суғурта компанияси томонидан ҳайдовчи берилади), таъмирлашда ишлатилади, саёҳатчиларни суғурта қилишнинг асосий шакллари туристларга турли имкониятлар берувчи уч хил суғурта бадали вариантыга эга бўлган “O’zbekinvest-Hayot” суғурта компаниясининг ҳамкори “Mondial Assistance” мисолида кўриб чиқамиз.

Биринчи вариант қиймати 200 доллардан кам бўлган саккиз кунгача турлар учун, суғуртачилар фикрига кўра энг қулайдир. Суғурта бадали минимал баҳоларга эга: 1 киши – 19 доллар, икки – киши 38 доллар, уч киши – 57 доллар. Бу баҳолар саккиз кунлик турларга қўлланилади. Турнинг муддати саккиз кундан ошса ҳар бир ортиқча кун учун 3 доллардан тўланади. Бу вариант қуйидаги ҳолларда суғурта тўловлари тўланишини кафолатлайди: саёҳатдан воз кечилганда, ижарага олинган машина таъмирланганда, тана аъзоларига зарар етганда ёки ўлим ҳолатида. Туристнинг айби бўлмаганда саёҳатнинг кечикиши ва юкнинг кечикиши энг паст баҳоларда ҳисобланади. Иккинчи вариант қиймати 400 долларгача, муддати 13 кунгача бўлган турларга тўғри келади. Суғурта

бадали қуйидаги баҳоларга эга: 1 киши – 39 доллар, икки – киши 78 доллар, уч киши – 117 доллар. Турнинг муддати ўн беш кундан ошса ҳар бир ортиқча кун учун 3 доллардан тўланади. Бу вариант суғурта тўловлари юқорироқ бўлишини кафолатлайди. Учинчи вариант қиймати 400 доллардан баланд бўлган туристик ва саёҳатлар учун мўлжалланган. Бадалнинг суммаси саёҳатни умумий қийматининг 8%и ҳисобидан олинади. Бу вариант бўйича юқорида биринчи ва иккинчи вариантларда кўрсатилган ҳолатлардан ташқари, яна қуйидаги ҳолатларда энг юқори суғурта тўловлари кафолатланади: туристик компания ва авиокомпания касодга учраганда (амалга ошмаган саёҳат бўйича); саёҳат пайтида тиббий ёрдам кўрсатиш ва шифохонага ётқизилганда; юк ва ҳужжатларнинг йўқотилиши; критик авиамедик ёрдам.

Кредит карточкалар ўзларининг молиявий фаолият доирасини кенгайтириб таркибига саёҳатларни суғурталашни ҳам олмоқда. Бундай суғуртани «Американ экспресс», «Виза», «Дайнерс» ва «Еврокард Мастеркард» таклиф этади. «Американ экспресс» карточкаларнинг икки турини таклиф қилади: яшил ва олтин. Яшил карточка агар йўл чиптаси карточкада олинган бўлса, инвалидлик ёки ўлим ҳолатида 100000 АҚШ доллар тўлайди. Қўшимча равишда тиббий ёрдам кўрсатилишига суғурталаниш мумкин, унинг нархи 15000 АҚШ доллар. Олтин карточка 2 млн. франки миқдорида суғурта бўлиб, ўз ичига фуқаролик жавобгарлиги, саёҳатнинг кечикиши (самолётларнинг кечикиши, рейсларнинг бекор қилиниши, ушбу ҳолда маънавий зарар учун 1 минг АҚШ доллар тўланади), багаж (карточка бўйича сотиб олинadиган 5 минг АҚШ доллар товарлар шаклида берилади), тиббий ва техникавий ёрдам (ватанига қайтариб юбориш, хориждаги тиббий харажатлар 25 минг АҚШ доллар бўлса тўланади), юридик ёрдам, жиноий залоғ. «Дайнерс» ҳам «Американ экспресс»нинг олтин карточкаси каби 2 млн. франкли суғурта таклиф қилади ва худди шундай хизматларни таклиф қилади. Фақат бунда хориждаги тиббий харажатлар 50 минг АҚШ доллар тўланади. Багаж ҳам

суғурталанади. Аммо бунда жавобгарлик авиакомпанияга юклатилади. Саёҳатни бекор қилиниши ёки кечиктирилиши суғурта қилинмайди. Саёҳат пайтида суғурталанган бўлиши учун транспорт билети карточкага олиниши лозим. «Еврокард Мастеркард» компанияси иккита карточка таклиф қилади: еврокард мастеркард ва голд мастеркард. Еврокард мастеркард карточкаси бўйича тиббий суғурта 30 минг АҚШ доллар, бутун саёҳатнинг суғуртаси 60 минг АҚШ доллар баҳоланади, саёҳатни бекор қилиниши ёки кечиктирилиши суғурта қилинмайди. Голд мастеркард агарда билет карточкага олинган бўлса, хорижда шифохонага тушиш ходисасидан 100 млн. АҚШ доллар суғурта қилади, юкни беришда кечикиш руй берса 1500 - 3500 АҚШ доллар тўланади.

«Виза» иккита карточка таклиф қилади: «Виза премьер» ва «Визанинг кўк карточкаси». «Виза премьер» мижозларини 12 млн. АҚШ долларга суғурталайди; хориждаги тиббий харажатлар бўйича 20 минг АҚШ доллар тўлайди, саёҳатни бекор қилиниши ёки кечиктирилишини бир кишига 30 минг АҚШ доллар миқдорида суғурта қилишни таклиф қилади.

«Визанинг кўк карточкаси» суғуртанинг барча капиталини 60 минг АҚШ доллар баҳолайди, хориждаги тиббий харажатлар бўйича 15 - 30 минг АҚШ доллар тўлайди. Суғуртага эга бўлиш учун транспорт билетлари «Виза премьер» карточкасига сотиб олиниши керак. Турларни сотаётган турагентлар туристларнинг саёҳатини суғурталаш кафолатининг имкониятлари ҳақида фаол равишда хабардор этадилар. Бу нарсa туристларга саёҳатнинг хавфсизлигига ишонч бериб, турни сотиб олишдаги ишончсизликка барҳам беради.

Дарҳақиқат, биз таҳлил қилган халқаро тажрибани Ўзбекистон ҳудудида туристларни суғурталаш ва туристлар хавфсизлигини таъминлаш бўйича ташкилий-иқтисодий механизмини ишлаб чиқариш лозим бўлади. Шу боис бу масалаларни кейнги ишларимизга кўриб чиқамиз.

1-боб бўйича хулоса

Халқаро туризмнинг мамалакат иқтисодиётидаги муҳим тармоқ эканлигини ҳисобга олган ҳолда Ўзбекистонда ҳам бу соҳани ривожлантириш, уни ўрганиш туризм имкониятларидан самарали фойдаланиш ва миллий туризм моделини шакллантириш зарурий ишлардан биридир. Миллий туризм моделини шакллантиришда ички имкониятларни ўрганиш ва таҳлил қилиш мақсадга мувофиқдир деб ўйлаймиз.

Турмақсулотларимиз кам истеъмол қилинадиган бозорлардаги туроператорларга нисбатан ўрнатиладиган муносабатларга қуйидаги устивор йўналишларни белгилашимиз мумкин:

- ўзлаштирилаётган бозордаги янги ҳамкор туроператорларни Самарқанд вилоятига янада юқори баҳо беришга ишонтириш;
- туристларнинг қизиқишини ўрганган қолда, махсус йўналишлар, дастурлар тузиш, чартер рейсларини амалга ошириш;
- ҳамкорликда ишлаётган туроператорлар томонидан кўрсатилаётган хизматлар етарли даражада бўлмаётганини билиб қолса, ушбу хизматларни оширишга ва уларни ахборот билан таъминлаш, пайдо бўлган муаммоларни биргаликда ечимини топишга эришиш лозим.

Лекин улардан ҳозирги пайтда туризм мақсадида тўлалигича фойдаланилмаяпти.

Шундай қилиб, Самарқанд вилоятини маъмурий туристик район, яъни миллий туризмнинг алоҳида минтақаси сифатида қараш мумкин. Унинг доирасида эса турли йўналиш ва босқичдаги районлар ажратилади.

Дарҳақиқат, биз таҳлил қилган халқаро тажрибани Ўзбекистон ҳудудида туристларни суғурталаш ва туристлар хавфсизлигини таъминлаш бўйича ташкилий-иқтисодий механизминини ишлаб чиқариш лозим бўлади. Шу боис бу масалаларни кейинги ишларимизга кўриб чиқамиз.

II-БОБ. САМАРҚАНД ВИЛОЯТИДА ХАЛҚАРО ТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНИШИНИНГ ИҚТИСОДИЙ КЎРСАТКИЧЛАРИ ТАҲЛИЛИ

2.1. Самарқанд вилоятида туристларга кўрсатилаётган хизматларнинг таҳлили

Бозор иқтисодиёти шароитида ва бозор муносабатлари ривожланиши натижасида Ўзбекистонда туризм соҳасини ривожлантириш учун қулай шарт-шароитлар юзага келаётганлиги, туризмнинг республика иқтисодиётига янада интеграцияланиши мамлакат иқтисодиётида муҳим аҳамият касб этмоқда. Жаҳон иқтисодиёти тажрибасидан маълумки, туризм соҳаси мамлакат хазинаси учун зарур бўлган валюта тушумини таъминлаш, янги иш жойларини вужудга келтириш ва шу билан биргаликда аҳолининг турмуш даражасини кўтариш учун хизмат қилади. Республикамиз халқаро туризм соҳасидаги имкониятларининг катталиги билан қўшни мамлакатлардан тубдан фарқ қилади. Ўзбекистон нодир тарихий архитектура ёдгорликларига, ширин-шакар мевалар, хилма-хил таомлар, ажойиб миллий анъана, урф-одатга эга бўлган меҳмондўст халққа эга. Халқаро туризмни ривожлантиришда Ўзбекистонда мавжуд бўлган сиёсий барқарорлик ҳам муҳим ўрин тутди.

Кейинги йилларда ҳукумат томонидан туризм соҳасини ривожлантиришга эътибор кўпайиб бормоқда, буни ҳукумат томонидан қабул қилинган қарор ва фармонлар мисолида ҳам кўриб ўтиш мумкин. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 1992 йил 27 июлдаги №447-раҳамли фармонида асосан собиқ туристик ташкилотлар негизида «Ўзбектуризм» Миллий Компанияси ташкил этилди.

«Ўзбектуризм» МК Ўзбекистон Республикасида туризмни ривожлантириш билан боғлиқ бўлган барча масалаларни, ҳаракатларни амалга оширувчи ташкилот ҳисобланади. Бу ташкилот асосан республикада туризмнинг барча турларини ривожлантириш, унинг моддий-техник базасини ва инфраструктурасини вужудга келтириш, туристларга хизмат кўрсатиш даражасини жаҳон андозаларига кўтариш, Ўзбекистон иқтисодиётига чет эл валютаси тушумини кўпайтириш,

республикадаги тарихий ва маданий ёдгорликлар ҳақидаги маълумотларни жаҳонга ёйиш, туризм соҳаси учун кадрлар тайёрлаш, янги иш жойларини ташкил этиш каби қатор масалалар билан шуғулланади. Республикада халқаро туризмни янги босқичга кўтариш ва самара билан фаолият кўрсатишга мос келадиган янги шароит ва механизм вужудга келди. Ҳозир Ўзбекистонга ташриф буюраётган туристларнинг деярли ҳаммаси мазкур компаниянинг хизматларидан фойдаланмоқда.

Ўзбекистонда халқаро туризмни янада жонлантириш мақсадида 1995 йилнинг октябрь ойида Тошкент шаҳрида «Буюк Ипак Йўли бўйлаб туризм» деб номланган биринчи халқаро туристик ярмарка ўтказилди. Бу ярмаркаларда тузилган шартнома ва битимлар халқаро туризмни янада ривожлантириш, республиканинг туризмга оид имкониятларини самара билан ишга солиш ва «Буюк Ипак Йўли»га хос бўлган қадимги анъаналарини тиклаш бобида кенг йўл очиб беради.

Вазирлар Маҳкамасининг «Ўзбекистон Республикасида халқаро туризмни ривожлантиришнинг замонавий инфраструктурасини яратиш бўйича чора-тадбирлар тўғрисида»ги қарори, «Ўзбекистонда 2015 йилгача туризмни ривожлантириш давлат дастури» туризмни ривожлантиришга қаратилган қатор фармон, қарорлар орасида алоқида аҳамият касб этади.

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 Ғарб ва Шарқида истиқомат қилган халқларни боғлаб турар эди. Бу йўлга «Ипак Йўли» деб ном берилишининг асосий сабаби шуки, бу ердан ташиладиган маҳсулотларнинг асосий қисми ипакдан иборат бўлган. Бу йўл асосан Италиядан Туркия орқали Ироқ ва Эронга борган, у ердан эса Марказий Осиёга ҳамда Шимолий Помир орқали Қашқар ва Ёркентгача борган. Бу

ердан йўл иккига ажраган ҳамда шимол томондан Такла-Макон саҳросини айланиб ўтиб Лобнор кўли яқинида яна қўшилган ва Шанхайгача борган.

«Буюк Ипак Йўли»да Мовароуннақр худуди етакчи ролни бажариб келган. «Буюк Ипак Йўли»да жойлашган Самарқанд, Бухоро, Хива, Термиз, Хўжанд каби қатор шаҳарлар асосий манзиллар бўлишган. 1994 йилнинг октябр ойида БМТнинг ЮНЕСКО бўлими иштирокида Ўзбекистонда БТТнинг кенгаши бўлиб ўтди. Кенгаш аъзолари Ипак Йўли бўйлаб туризм фаолиятини тиклаш, уни ривожлантиришга қаратилган Самарқанд Декларациясини қабул қилдилар.

Мамлакатимизда халқаро туризмни ривожлантириш ва уни янги босқичга кўтариш, ички имкониятлардан оқилона фойдаланиш ҳақида гап борганда, энг аввало кўкна маданий ва меъморчилик ёдгорликларига бой бўлган Самарқанд, Бухоро, Хива, Шаҳрисабз каби марказлар устида тўхталиб ўтиш зарур. Бу шаҳарларда жаҳон ақлини қайратга солувчи ва лол ҳолдирувчи тарихий ёдгорликлар мавжуд. Жаҳоннинг кўпгина мамлакатларида Ўзбекистон ана шу шаҳарлари билан машқур. Бу шаҳарларда қад кўтарган қурилиш ва меъморчилик санъати обидалари хориждан келган туристларни неча асрлардан буён қайратга солиб келмоқда. Ўзбекистоннинг ана шундай тарихий шаҳарларини ҳақли равишда «Шарқ жавоҳирлари» деб аташ мумкин. Буюк шоирлар, ёзувчилар, тарихчилар бу шаҳарларнинг ажойиб чиройи, уларда яшаган хунармандлар, меъмор усталарнинг ишларига қойил ҳолганлар.

Ўзбекистонда кейинги йилларда ажойиб иншоотлар, маданий дам олиш масканлари, зиёратгоқлар вужудга келди. Сўнгги йилларда республикаимизда бокс, ўзбек миллий кураши, теннис бўйича жаҳон миқёсида улкан чемпионатлар ўтказилмоқда, бу тадбирлар эса кўпгина хорижий мамлакатлардан туристлар келишига олиб келмоқда. Халқаро туризмни ривожлантиришда бу омилларни ҳам назардан четда ҳолдирмаслик лозим.

Ўзбекистонда ҳозирги кунда иш олиб борган ПРООН вакилларининг изланишлари натижасига қараганда, республикага ташриф буюрадиган туристларнинг сони 2015 йилга бориб кескин ортиб кетиши кутилмоқда. Бу эса ўз навбатида республикаимиз туризм инфратузилмаси олдига бир

канча янгида-янги вазифаларни кўяди ва уларнинг бажарилишини талаб қилади. Бироқ, жаҳон андозалари даражасида хизмат кўрсатишни йўлга қўйиб, ҳудуддаги давлатларнинг шу соҳадаги ўзаро рақобатига бардош бериш учун барча чораларни кўришни тақозо этади. Бу рақобатда енгиб чиқиш учун соҳа ходимларининг доимий изланишларини, туристик хизмат турларини кескин даражада кўпайтириш ва бошқа жараёнларни туристлар учун энг қулай ҳолда ташкил этиш керак.

Жаҳон тажрибасидан маълумки, халқаро туризм бозорини ривожлантириш ва унинг фаолиятни юқори даражага олиб чиқиш ўзига хос мураккаб жараёндир. Халқаро туризмда назоратсизлик, ўзибилармончилик бу жараён ривожига зиён етказади. Халқаро туризмдан катта фойда олаётган Европа мамлакатларида туристик фаолиятнинг айрим йўналишлари давлат томонидан тўғридан-тўғри ёки билвосита сиёсий-расмий бошқарилиб, аниқ мақсадга йўналтириб турилади.

Тўғридан-тўғри бошқариш шаклида зарурат туғилиб қолганда туристик хизматлар учун белгиланган нархлар тартибга солинади. Масалан, 1997 йил 24 апрелда қабул қилинган Солиқ кодексида Ўзбекистонда туристик фаолият билан шуғулланувчи сайёҳлик фирмалари иш бошлаган кундан бошлаб 3 йил мобайнида солиқ тўлашдан озод бўлиши кўзда тутилган. Бу кодексга мувофиқ, улар учун иш жараёнини оёққа турғазиб олиш мақсадида ҳар хил имтиёзлар берилади.

Туризм инфраструктурасининг ажралмас қисми бўлган меҳмонхоналардаги хизмат баҳоси бозор талабининг юқори ёки пастлигига қараб фарқланиши мумкин. Бу тафовутнинг шартлари ва меъёрлари нарх-наво сиёсати орқали аниқланади, ҳамда улар даромад олишнинг асосий омиллари ҳисобланади. Туризм соҳасида етакчилик қилаётган давлатлардан бири бўлган Испания меҳмонхоналарида «сифат-баҳо» шиориға қаттиқ амал қилинади. Шунинг учун туризм хизматининг асосий мезони бўлган нарх сиёсати Ўзбекистонда ҳам айрим туристик ташкилотлари орқали эмас, балки давлат томонидан доимий равишда назорат қилиб борилиши лозим.

2.1-жадвал

**Самарқанд вилояти туристик соҳасининг 2011-2014 йиллар давридаги
ривожланиш кўрсаткичлари**

№	Кўрсаткич номи	Йиллар			
		2011	2012	2013	2014
1	Туристлик хизматлар ҳажми, млн. Сўмда	22354,2	23740,0	25481,4	27547,3
2	Хизматлар экспорти, АҚШ минг долларида	7791,76	8267,65	8853,33	9476,8
3	Хорижий туристларга хизмат кўрсатиш, минг киши	91,09	105,92	123,17	143,18
4	Меҳмонхоналар ва жойлаштиришнинг бошқа муқобил воситалари, Дона	70	81	95	116
5	Меҳмонхоналар ва жойлаштиришнинг бошқа муқобил воситаларида тунашлар сони, минг дона	218,3	229,3	241,2	254,1
6	Меҳмонхоналарда 2 кишилиқ жойга жойлаштиришнинг ўртача қиймати, АҚШ долларида	7,7	6,85	5,94	4,97

*Манба: муаллиф томонидан таёрланди.

Республикадаги мавжуд меҳмонхоналардаги нархлар баъзи бир сабабларга кўра жаҳондаги ўртача нархлардан юқори бўлиб, туристларнинг меҳмонхоналарга бўлган талабидан юқоридир. Қар бир турист шинам, қар томонлама яхши жиқозланган жойни бир кечага 50-60 АҚШ долларига сотиб олишни хоқлайди. Биздаги меҳмонхоналарда эса бир кеча тунаш 200-350 АҚШ долларига тўғри келмоқда. Бу каби муаммоларни бартараф этиш учун республикамизда сўнгги беш йил ичида меҳмонхоналарнинг замонавий типлари кенг кўламда курила бошланди. Булар ичида «Регистон Плаза», «Регал», «Панарама», «Ориент Стар», «Зарина», «Азия Самарканд», «Афросиёб Палас», «Регистон» меҳмонхоналарини мисол қилишимиз мумкин. Бу меҳмонхоналар 3 ва 4 юлдузли бўлиб, халқаро даражага тўлиқ жавоб беради. Эндиги вазифа эса улардаги нархларни қайта кўриб чиқишдир.

«Ўзбектуризм» МК фаолиятини ўрганиш ва республикамизнинг ҳудудларида туризмни ривожлантиришда амалга ошириш лозим бўлган чора тадбирларни белгилашдан иборатдир (Илова 1). Бу тадбирларни амалга оширишда куйидаги ҳулосаларга келиш мумкин:

1. «Ўзбектуризм» МК томонидан ҳудудларга ташриф буюраётган потенциал туристларнинг туристик дастурларга бўлган талабини ўрганиш;

2. «Ўзбектуризм» МК томонидан туристлар талабини кондириш мақсадида ҳудудий истиқболли туристик дастурларни ишлаб чиқиш ва уларни ички бозорда текшириб кўриш;

3. Ҳудудий хизмат кўрсатиш таъминотчилари билан «Ўзбектуризм» МК томонидан шартнома асосида фаолият юритиш. Буларга куйидагилар киради:

-туристларни ётоқ билан таъминлаш мақсадида хусусий меҳмонхоналар билан;

-умумий овқатланиш корхоналари билан туристларга овқатланиш хизмати кўрсатиш бўйича;

-туристларга транспорт хизмати кўрсатиш учун транспорт корхоналари билан;

-туристларга экскурсия хизматларини кўрсатиш учун экскурсия фирмалари, музейлар, кўргазма заллари, парк ва бошқа кунгилочар ташкилотлар билан;

-туристлар спорт иншоотларидан фойдаланиши учун спорт ташкилотлари билан;

-туристлар ташриф буюриши учун шоу, кино, видеозаллар, театр корхоналари билан ва ўз фаолиятларини қонун доирасида юритишда маҳаллий ҳокимият вакиллари билан доимий равишда янги дастурларни ишлаб чиқиш ва мавжуд турларни назорат қилишга қаратилган бўлиши керак.

2.2. Туризмни ривожлантиришда давлат томонидан берилаётган имтиёзлар

Ҳозирги кунда республикамизда туризм соҳасида 800 дан ортиқ хусусий туристик фирмалар фаолият кўрсатмоқда. Буларнинг деярли барчаси кичик ва ўрта бизнес субъектлари ҳисобланади. Ушбу фирмалар томонидан кўрсатиладиган туристик хизматлар, яъни туристик маҳсулот турлари хусусида ҳам алоҳида тўхталиб ўтдик⁹.

Бозор иқтисодиёти шароитида ҳар қандай ташкилотлар бир-бири билан ўзаро интеграциялашувсиз ҳеч қандай ривожланишга эриша олмайдилар. Масалан, автомобиль ишлаб чиқариш компаниялари бу компания маҳсулотларига хизмат кўрсатадиган хусусий автосервисларни амалий жиҳатдан қўллаб-қувватлаши керак. Чунки, автосервислар компания томонидан чиқарилаётган автомобилларни таъмирлаш бўйича барча қулайликларга эга бўлса, бу автомобилларга бўлган талаб табиий равишда ошиб боради. Худди шунингдек, туризм соҳасидаги кичик ва ўрта бизнес субъектлари ҳам бир-бири билан ўзаро муносабатда бўлишлари туризм саноатининг истиқболли ривожланишига олиб келади (Илова 2).

Шу билан биргаликда республикамиз иқтисодиётида ўтган йиллар мобайнида инвентаризация натижасида аниқланган қарийб 2 мингта бўш бино кичик тадбиркорлик субъектларига ижарага берилди. Бунда биноларни ижарага бериш тарифлари тадбиркорлик субъектларининг қаерда жойлашгани ва уларнинг фаолият турига қараб 3 баробардан 10 баробарга қадар камайтирилди. Шунингдек, ўтган давр мобайнида кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектлари учун қуйидаги имтиёз ва қулайликлар яратилди:

- маҳсулотларнинг гигиеник сертификатини амал қилиш муддати илгариги 3 йилдан эндиликда чекланмаган муддатга ўтказилди;

⁹ www.uzbektourism.uz

- ташқи рекламани жойлаштириш тарифлари ўртача 20 дан 30 фоизгача пасайтирилди ҳамда айрим ҳудудларнинг қишлоқ жойларида ҳақ олиш бекор қилинди. Бунинг натижасида ташқи реклама берувчи тадбиркорларнинг улуши 34 фоизгача ошди;

- электр энергиясини олди-сотти шартномасида белгиланган ҳажмга нисбатан кам сарфланиши учун жарималар бекор қилинди ва ортиқча сарфлаш бўйича жарималар 50 фоизга қисқартирилди.

Кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларини молиявий жиҳатдан қўллаб-қувватлаш тадбирлари кучайтирилди. Хусусан, 2009 йил давомида кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектларига 1 трлн. 850 млрд. сўмдан ортиқ кредитлар ажратилди.

Шунингдек, кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик фаолиятининг жадал ривожланишида унга хизмат кўрсатувчи инфратузилма муассасаларининг ташкил этилиши ва хизмат сифати даражасининг яхшиланиб бориши сезиларли таъсир кўрсатмоқда (2.2-жадвал).

2.2-жадвал.

Ўзбекистонда тадбиркорлик субъектларига хизмат кўрсатувчи мавжуд инфратузилма объектлари (2010 йил ҳолатига, бирликда)

Инфратузилма объекти номи	Сони
Тижорат банклари филиаллари	1042
Минибанклар	2318
Ахборот-маслаҳат марказлари	262
Консалтинг марказлари	327
Аудитор фирмалари	113
Ўқув марказлари	917
Баҳолаш компаниялари	138
Товар хом ашё биржасининг савдо майдончалари	204
Микрокредит ташкилотлари	32
Кредит уюшмалари	103
Бизнес-инкубаторлар	34
Суғурта ташкилотлари	32
Брокерлик идоралари	1424

Манба: Б. Ходиев, А. Бекмуродов, У. Ғофуров. Ўзбекистон Республикаси Президенти И.Каримов маърузаларини ўрганиш бўйича ўқув қўлланма. –Т.: ТДИУ, 2010 йил

Жадвалдан кўринадик, бугунги кунда мамлакатимиз кичик бизнес соҳасига ўндан ортиқ турдаги 8 мингга яқин инфратузилма муассасалари хизмат кўрсатиб, фаолият учун зарур шарт-шароитларни яратиб бормоқда.

Бунинг натижасида кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектларининг мамлакатимизда янги иш ўринларини ташкил қилиш, аҳолининг даромадлари ва фаровонлигини оширишнинг муҳим омили сифатидаги натижалари салмоқли бўлиб бормоқда. Жумладан, мамлакатимизда 2009 йилда яратилган жами 940,5 мингдан ортиқ янги иш ўринларининг 391,8 мингтаси (41,7 фоизи) кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик соҳасига тўғри келмоқда. Бу ўтган йилдагига нисбатан 4,7 фоизга кўпроқ демакдир. Жами янги иш ўринларининг деярли 21 фоизи турли шакллардаги уй меҳнатини йўлга қўйиш, 7,5 фоизи янги объектларни ишга тушириш, мавжуд ишлаб чиқаришларни қайта қуриш ва кенгайтириш, деярли 30 фоизи иш жойларини кўпайтиришнинг қўшимча чора-тадбирларини амалга ошириш ҳисобига ташкил этилган. Бунинг натижасида, кичик тадбиркорликда банд бўлганлар сонининг жами иқтисодиётдаги банд бўлганлар сонига нисбатан улуши 2008 йилда 73,1 фоизни ташкил этган бўлса, 2009 йилга келиб 74,2 фоизга етди.

Кейинги йилларда Ўзбекистонга хорижий мамлакатлардан келаётган туристик оқимнинг асосий қисмига кичик ва урта бизнес билан шугулланувчи тадбиркорлар хизмат курсатишмоқда. Улар тлмонидан курсатилаётган хизматлар ҳажми йилдан-йилга ортиб бормоқда. Бу узгаришларни қуйидаги 2.3-жадвалдан кўришимиз мумкин.

2.3-жадвал.

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

№	Мамлакат номи	1998 йил	2004 йил	2009 йил
1.	Япония	8,481	9,579	11,209
2.	Голландия	1,019	2,712	2,866
3.	Англия	4,983	5,107	5,610
4.	Германия	13,681	14,731	15,476
5.	АҚШ	11,731	12,084	10,340

6.	Италия	3,897	5,782	6,148
7.	Франция	12,871	14,869	16,155

Манба: «Ўзбектуризм» МК.

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. 2010-йил “Ўзбектуризм” МК томонидан ишлаб чиқилган ва таклиф этилган туристик маршрутлар шуни кўрсатадики, хорижий туристлар қуйидаги йўналишлар бўйича кўпроқ саёҳат қилмоқдалар ва хорижий туроператорлар ҳам ушбу маршрутларга талабгор бўлмоқдалар (2.4-жадвал).

2.4-жадвал.

Ўзбекистондаги туристик маршрутлар

Т-С*	Т-С-Б-Т	С-Б-Х-Т	Т-С-Б-У-Т	Т-С-Ш-Б-У-Т	Т-Х-Б-С-Т-Ф
Украина Италия Англия Греция	Исроил Франция	Англия Германия	Япония Швейцария Греция Белгия Покистон Германия АҚШ	Италия Германия Швейцария Франция Англия	Исроил Франция Голландия

Изоҳ: Т–Тошкент, С–Самарқанд, Х–Хива, Б–Бухоро, У–Урганч, Ш–Шаҳрисабз, Ф–Фарғона.

Манба: «Ўзбектуризм» МК 2012 й.

Жадвалдан куришиб турибдики тадбиркорлар келгусида уз йуналишларини кандай белгилаб олишлари бозорлар сигимига богликдир. Тадбиркорлар интернет тармоғига тўғридан–тўғри уланадиган, янги хорижий ҳамкорлар топиш имкониятини узлари яратишлари лозим. Улар веб-портларини вужудга келтириш борасида хар кандай тусикларни енгиб

утишлари лозим ва инглиз, немис, француз ва япон тилларидаги ахборот услубий маълумотномаларни узатишлари мақсад сари интилишга ёрдам беради.

Юқоридаги бўлимларимизда айтиб ўтганимиздек, туризм соҳасида фаолият кўрсатаётган кичик ва ўрта бизнес субъектлари мос равишда бевосита ва билвосита фирмаларга бўлинади. Бевосита тадбиркорлик субъектлари туризм соҳасига тўғридан-тўғри алоқаси бўлган ҳар хил туристик саёҳатларни уюштирувчи агентликлар, туризм операторлари, хусусий меҳмонхоналар, кемпинглар, хусусий санаториялар ва пансионатлар, хусусий ижара уйлари ва умуман олганда, туристик хизматларни кўрсатувчи барча фирмаларни ўз ичига олади. Билвосита тадбиркорлик субъектлари эса, мамлакатимиз ички бозорларида чет эллик туристлар эҳтиёжини қондирадиган рақобатбардош маҳсулотлар ишлаб чиқаришга ихтисослашган кичик ва ўрта бизнес корхоналарини ўз ичига олади.

Маълумки, ҳозирги кунда мамлакатимизда халқаро туризмнинг жаҳон андозаларига мос келадиган жиҳатлари эндигина ривожланаётганлиги боис туристларга туристик хизматларни кўрсатиш борасида талайгина қийинчиликларга дуч келинмоқда. Булар бевосита туризм соҳасида фаолият кўрсатаётган кичик ва ўрта бизнес субъектлари ўртасидаги ўзаро муносабатнинг яхши ўрнатилмаганлигига бориб тақалади. Биз қуйида ана шу муаммони ҳал этиш йўллари хусусида ўз фикр-мулоҳазаларимизни билдириб ўтмоқчимиз.

Маълумки, Ўзбекистон Республикаси ўзининг кўплаб тарихий қадамжолари ва зиёратгоҳлари, кўҳна ва навқирон буюк шаҳарлари билан бирга гўзал ва хушманзара табиати, сержило дарёлари-ю кўллари, ажойиб ҳайвонот олами, дашту-чўллари, бепоён текисликлари-ю тоғу-тошлари, ўрмонзорлари каби бойликларига ҳам эгадир. Ҳозирги кунда мамлакатимизга ташриф буюрадиган чет эллик туристларнинг саёҳатларини ташкил этиш борасида фаолият кўрсатаётган туристик

агентликлар ўз фаолият доирасини мана шундай туризм ресурслари ҳисобидан кенгайтиришга ҳаракат қилишмоқда. Бироқ, бу борада туристик агентлар билан бошқа шу соҳага тааллуқли кичик ва ўрта бизнес субъектлари ўртасидаги ўзаро муносабатнинг замон талабларига мос равишда шаклланмаганлиги натижасида кўплаб тўсиқларга дуч келинмоқда. Бунинг учун, *биринчидан*, маркетинг тадқиқотларини амалга оширадиган кичик хусусий компаниялар билан туристик агентлар ўртасидаги ўзаро муносабатни қарор топтириш керак. Туристлик агентликлар янги ташкил этилганлиги боис уларда хизмат кўрсатувчи персонал миқдорининг камлиги ва бундан ташқари тажрибали маркетингларнинг етишмаслиги туфайли улар туристлар учун қандай туристик маҳсулотларга эҳтиёж борлигини, шунингдек, бу туристик маҳсулотларни туристларга реклама қилиш борасида қийинчиликларни бошидан кечиришмоқда. Маркетинг тадқиқотларини ўтказувчи агентликлар эса ўзларидаги маркетинг хизматларини туристик агентликларга таклиф этишса, бу муаммо ҳал бўларди. Улар ҳам маҳаллий, ҳам чет эллик туристларнинг қандай туристик маҳсулот турларига эҳтиёжлари борлигини тўлиқ ўрганиш имкониятига эгадирлар. Бундан ташқари, бу агентликлар мамлакатимизнинг хушманзара ҳудудларини чет элларга реклама қилишлари ҳам туристик агентликларга қараганда осондир. Бунинг сабаби, маркетинг тадқиқоти ўтказувчи агентликларда ҳам тадқиқот ўтказиш, ҳам реклама уюштириш учун етарли даражадаги моддий-техник базанинг шаклланганлигида ўз ифодасини топади. Шунини алоҳида таъкидлаб ўтиш жоизки, агарда туристларга мамлакатимизда мавжуд туризм ресурслари етарли даражада реклама қилинса, у ҳолда туристларнинг мамлакатимизга бўлган қизиқиши янада ортади. Бу эса туризм соҳасида фаолият кўрсатадиган кичик ва ўрта бизнес субъектлари салмоғини ошишига олиб келади.

Иккинчидан, туристик агентлар билан дам олиш санаториялари, меҳмонхоналар ва кемпинглар бевосита алоқа ўрнатиши керак. Масалан,

Жиззах вилоятида Зомин тоғ тизмасида Зомин дам олиш санаторияси жойлашган бўлиб, бу санаториянинг атрофида кўплаб дам олиш пансионатлари фаолият кўрсатишади. Бироқ, ачинарли томони шундаки, санаторияга ҳам, пансионатга ҳам чет эллик туристлар деярли ташриф буюрмайди. Ваҳоланки, Зомин тоғ тизмаси иккинчи Швецария деб юритилади. Туристларнинг бу дам олиш зонасига камдан-кам ташриф буюришларига асосий сабаб қуйидагиларда ўз ифодасини топган.

-Зомин тоғ тизмаси манзаралари етарли даражада реклама қилинмайди;

-Зомин тоғ тизмасига етиб бориш учун автотранспорт йўллари жаҳон сифат андозалари талабларига жавоб бермайди;

-Санатория ва пансионотлардаги шарт-шароитлар ҳам жаҳон сифат андозаларига мос келмайди.

Бу каби муаммоларни хал этиш учун санаториялар ва пансионотлар туристик агентлар билан мунтазам равишда ўзаро алоқани ўрнатишлари керак. Санаториялар ва пансионотлар маъмурияти автомобил транспорт йўлларини жаҳон сифат андозаларига жавоб берадиган даражага келтириш учун ташаббус кўрсатишлари, туристик агентлар билан келишган ҳолда ўз биноларидаги шарт-шароитларни яхшилашлари, шунингдек, дам олиш зонаси билан вилоят марказлари ўртасидаги замонавий транспорт воситалари қатновини тўғри йўлга қўйишда ташаббус кўрсатишлари керак ва хоказо.

2.3. Ўзбекистонда туризм соҳасига малакали мутахассисларни тайёрлашда СамИСИнинг ўрни

Ўзбекистон Республикаси иқтисодиётининг мустақиллигини мустаҳкамлаш ва кучли иқтисодиёт асосларини яратиш турли соҳаларда бозор муносабатларини ривожлантиришни тақозо этади. Давлат иқтисодий тараққиётининг муҳим шартларидан бири товар ва

хизматларни изчиллик билан жаҳон бозорига кириб боришда сайёҳлик хизматларидан унумли фойдаланишдан иборатдир. Бу жараёни амалга оширишда туризм соҳасида кадрлар тайёрлаш муҳим омил ҳисобланади. Бугунги кунда республикамизнинг бир қатор коллеж, институт ва университетларида туризм йўналишида малакали мутахассислар тайёрланмоқда. Улардан Тошкент давлат иқтисодиёт университети, Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти, Бухоро давлат университети, Урганч давлат университети, Сингапур менежментни ривожлантириш институт ива бошқалар. Бу жараёнларни кенг таҳлил қилиш мақсадида Тошкент давлат иқтисодиёт университетини танладик. Сабаби Тошкент давлат иқтисодиёт университети республикамизда биринчилардан бўлиб туризм соҳасига мутахассисларни етказиб бера бошлади.

Туризм соҳасининг илмий таъминотини ташкил этиш ва ривожлантириш ҳам давлатимизнинг ушбу соҳадаги сиёсатининг асосий йўналишларидан биридир. Чунки, соҳа ҳам ўта мураккаб соҳа. Уни кўр-кўрона ривожлантириб бўлмайди. Бу соҳани иқтисодиётнинг асосий қисмига айлантириш ва тегишли фойда олишга эришиш учун уни илмий жиҳатдан чуқур тадқиқ қилишни тақозо қилади.

Туризмнинг ривожланиши учун мамлакатимизда унинг илмий асоси яратилмоқда. Вазирлар Маҳкамасининг 2004 йил 26 апрелда қабул қилинган «Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институтини ташкил қилиш» тўғрисидаги қарори ушбу соҳа ривожининг илмий асосини яратди. Мазкур қарор билан шу институтга «Туризм менежменти», «Туризм маркетинги», «Туризм хизматлари операторлиги» каби ўқув йўналишлари бўйича бакалавр тайёрлаш, 2008 йилдан магистратура очиш ва илмий-тадқиқотлар олиб бориш учун эса аспирантура ҳамда ихтисослашган Кенгаш очиш масалалари юклатилди.

Булардан кўриниб турибдики, давлатимиз туризмни ривожлантириш, уни илмий асосда йўналтириш, фаолиятини муттасил такомиллаштириш учун тегишли чораларни кўрмоқда. Давлатимизнинг бу

сиёсати шу соҳа учун кадрлар тайёрлаш, малакасини ошириш билан уйғунлашиб кетади. Шу туфайли ушбу соҳага ҳам алоҳида аҳамият бериб келинмоқда.

Туризм соҳаси учун кадрлар тайёрлаш, қайта тайёрлаш ва уларнинг малакасини ошириш ҳам давлат сиёсатининг асосий йўналишларидан биридир. 2004/2005 ўқув йилига қадар мамлакатимизда фақат «Туризм» ўқув йўналиши бўйича бакалаврлар тайёрланар эди. Шу ўқув йилидан бошлаб, таъкидлан-ганидек, «Туризм менежменти», «Туризм маркетинги» ва «Туризм хизматлари операторлиги» бўйича ҳам кадрлар тайёрланадиган бўлди. Олдин туризм соҳасига кадрлар фақат ихтисослашган коллежларда тайёрланадиган бўлса, эндиликда 2004 йилдан бошлаб олий ўқув юртларида ҳам тайёрланадиган бўлди. Кўриниб турибдики, бу соҳага ҳам давлатимиз ҳар томонлама эътибор бериб келмоқда.

Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институтида «Сервис ва туризм» факультети ташкил қилинган.

Факультет қошида 3 та кафедра (Халқаро туризм ва туризм сервиси, Хизматлар кўрсатиш, сервис ва уни ташкил этиш, Касб-хунар таълими) фаолиятини олиб бормоқда. Шунингдек, факультетда жами 58 нафар профессор-ўқитувчи доимий штатда меҳнат қилишмоқда, шу жумладан бита академик, 3 та фан доктори профессор, 22 та фан номзоди доцентлар ва 8 дан ортиқ катта ўқитувчи ва 24 ассистентлар фаолият кўрсатмоқдалар.

Факультетнинг кўпчилик профессор-ўқитувчилари туризм ва сервис соҳалари бўйича Польша, Германия, Финландия, Австрия, Туркия, Миср, Таиланд, Испания ва бошқа бир қанча давлатларда малака ошириб келган.



2.1-расм. Факультетнинг таркибий тузилиши

Факультетда қуйидаги бакалавр таълим йўналишлари бўйича таълим берилади.

Бакалавр таълим йўналишлари

- «Туризм» фаолият йўналишлари бўйича;
- Хизматлар соҳаси «Сервис»;
- Мехмонхона хўжалигини ташкил этиш ва бошқариш.

Факультетда ўқув жараёни Давлат таълим стандартларига асосланган намунавий ўқув дастурларига, тасдиқланган ўқув режаси ва ўқув графиги асосида ташкил этилган. Ҳар йили ишчи ўқув дастурлари мақсадга мувофиқ янгиланиб борилади. Шунингдек, ўқув жараёнларини ташкил этишда дарсларни қизиқарли ва мазмунли қилиб талабаларга етказишда янги педагогик технологияларни турли усулларидадан фойдаланиб келинади.

Жумладан:

- ✓ Дарсларни вазиятли (ситуацион) масала ва топшириқлар билан бойитиш;
- ✓ Дарс машғулотларида янги педагогик технологиялар, интерактив, танқидий фикрлаш усулларида кенг фойдаланиш;
- ✓ Маъруза матнларини аввалдан тарқатиб, талабаларни машғулотга тайёрланиб келишига эришиш ва уларнинг мавзунини ўзлаштириш даражасини таҳлил қилиб бориш;
- ✓ Дарс машғулотларини мунозара кўринишида ўтказиш;

- ✓ Педагогик технологиялар;
- ✓ Кейс технологиялар;
- ✓ Электрон ва виртуал кутубхонадан фойдаланиш;
- ✓ Электрон почтадан фойдаланиш;
- ✓ Видеомаърузалар яратиш ва видеоконференциялар ўтказиш;
- ✓ Глобал интернет тизимидан фойдаланиш;
- ✓ Дарслик ва ўқув адабиётларини яратишда Power Point, Excel, матн муҳаррири дастурларидан фойдаланиш.

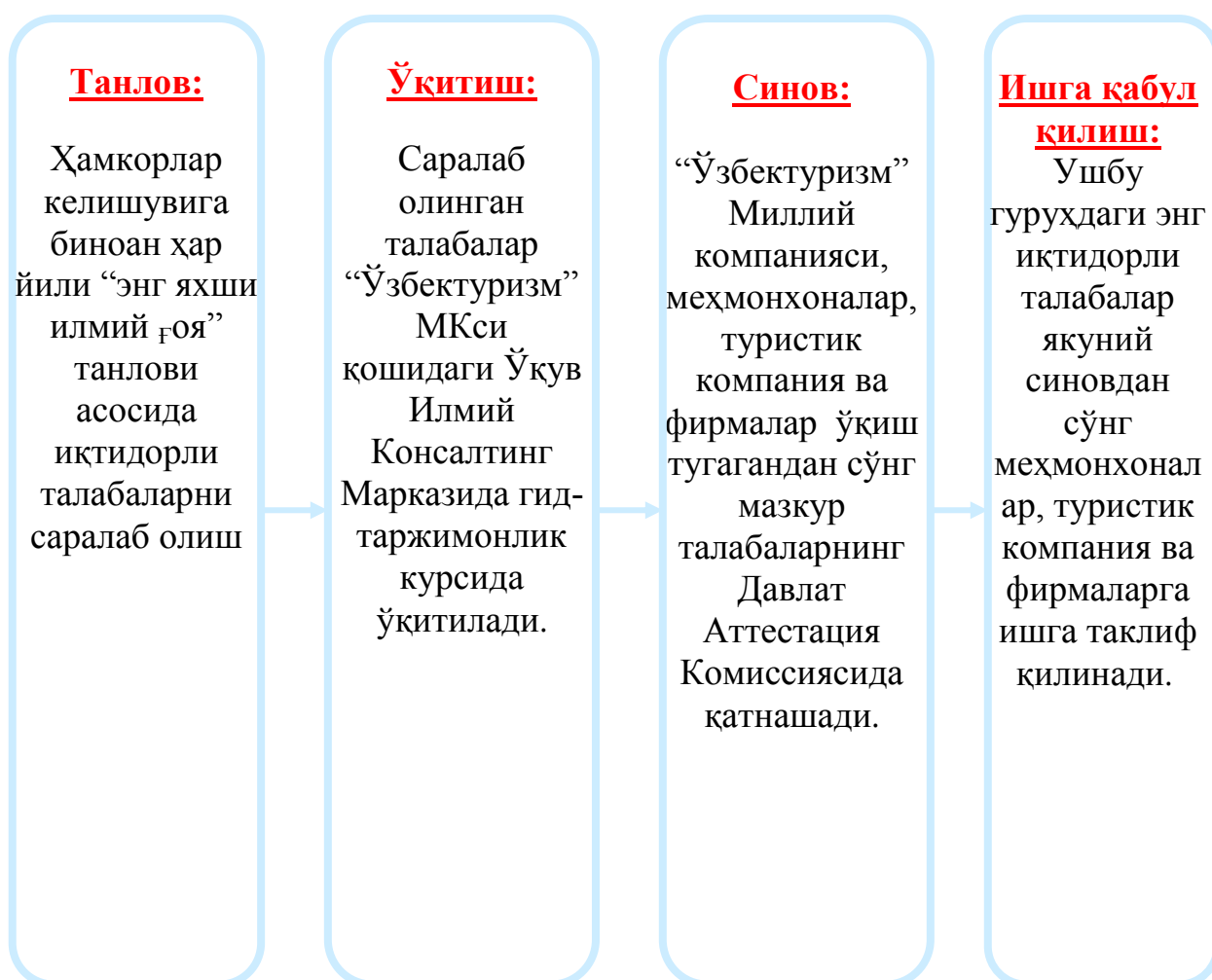
Факультетимиз профессор-ўқитувчилари томонидан йўналишлар бўйича тасдиқланган ўқув режаларида белгиланган фанларнинг барчасидан дарслик ва ўқув қўлланмалар чоп этилган. Жумладан, “Халқаро туризм”, “Туризм асослари”, “Туризм иқтисоди”, “Меҳмондўстлик индустрияси”, “Халқаро туризм бозори”, “Меҳмонхона сервис”, “Халқаро туристик андозалар” каби дарсликларни шулар қаторига киритиш мумкин. Факультетда чоп этилаётган дарслик ва ўқув қўлланмалар Давлат таълим стандартларига мос равишда намунавий ўқув режага мувофиқ барча таълим йўналишлари бўйича амалга оширилган.

Факультет қуйидаги хорижий олий ўқув юртлари ва ташкилотлари билан ҳамкорлик қилиб келмоқда:

- Бутун жаҳон туризм ташкилоти
- Испаниянинг “Сантьяго Де Компостела” университети
- Бельгиянинг Брюссель университети
- Германиянинг Магдебург университети
- Финландиянинг лапландия университети
- Литванинг Вильнюс университети
- Чехиянинг Масарик университети
- Польшанинг Адам Мискевич номидаги Познань университети
- Миср Араб Республикасининг Ал-Асқар университети
- Кореянинг Пай-Шай университети

- Австриянинг Залцбург “Туризм ва меҳмонхона хўжалиги” институти
- Донецк туризм бизнеси институти
- Таиланд

«Сервис ва туризм» факультетининг “Ўзбектуризм” Миллий компанияси, меҳмонхоналар, туристик компания ва фирмалар билан ҳамкорлиги



2.2-расм. СамИСИ «Сервис ва туризм» факультетининг ҳамкорлик йўналишлари

Факультет бугунги кунда республикамизнинг нуфузли ташкилотлари бўлмиш

- ✓ “Ўзбектуризм” Миллий компанияси;
- ✓ “Сухробхон” туристик компанияси;

- ✓ “Согда-тур” туристик компанияси;
- ✓ “Ориент-стар” туристик компанияси;
- ✓ “МТД-Тревел” туристик фирмаси;
- ✓ “Караван-travel” туристик фирмаси;
- ✓ “Пилигрим” туристик фирмаси;
- ✓ “ЖохонРамзоТревел” туристик фирмаси;
- ✓ “Афрасиёб-palace” меҳмонхонаси;
- ✓ “Регистон Плаза” меҳмонхонаси;
- ✓ “Регал” меҳмонхонаси;
- ✓ “Malika” меҳмонхонаси;
- ✓ “Азия Самарканд” меҳмонхонаси

билан амалий ҳамкорликда қатор ишларни амалга оширмоқда.

Факультет талабалари ҳар йили ўтказиладиган халқаро туристик ярмаркаларда фаол қатнашиб келмоқдалар. Хусусан, 2011 йилнинг 16-17 октябр кунлари бўлиб ўтган халқаро туристик ярмаркада факультет жамоаси қатнашиб, туризм соҳасида кадрлар тайёрлаш бўйича **“Йилнинг энг яхши устоз”** номинациясига проф. И.С. Тухлиев ғолиби бўлди.

Факультетда ҳар йили “Ўзбектуризм”МК, меҳмонхоналар ва туристик фирмалар томонидан курс иши ва рефератлар танловини ўтказиш анъанага айланган. Хусусан, факультет ташаббуси билан ҳамда туристик фирмаларнинг ҳомийлиги остида **“Самарқанд вилоятида туризм ва сервисни ривожлантиришнинг устувор йўналишлари”** мавзусида ўтказилган рефератлар кўрик танловининг биринчи босқичида 28 та рефератлар орасидан 9 таси экспертлар хулосасига асосланиб танлаб олинди. Иккинчи босқичда танлаб олинган 9 та янги яхши илмий салоҳиятга эга бўлган рефератлар тақдироти ўтказилди. Бунда факультетнинг уч нафар талабаси совринли ўринларни эгалладилар.

Умуман олганда бу факультетда ўқув ишлари йилдан йилга такомиллаштирилиб боришмоқда. Келажакда бу каби мутахассис тайёрлайдиган олий ўқув юртлари республикада янада кўпаяди.

II-боб бўйича хулоса

Самарқанд вилоятида халқаро туризмни ривожлантиришда катта имкониятлар борлигини таъкидлаб утган эдик. Бу имкониятларни тўғри йуналтирган ҳолдагина мақсадга эришишиш мумкин бўлади. Халқаро туризмни ривожлантиришда муҳим аҳамият касб этадиган омиллардан бири миллий туристик маҳсулотни халқаро бозорда рақобатли бўлиши ва сотувини яхшилашни таъминлашдир.

Миллий турмаҳсулотларга халқаро бозорда талаб ортиб бориши вилоятнинг халқаро майдондаги мавқеини ортиши билан бир вақтда янги иш уринларини очиш, бозор иқтисодиёти шароитида аҳолининг ижтимоий ҳимоялашни вужудга келтиришда ва мамлакат ривожига керак бўлган валюта тушуми ҳиссаси билан алоҳида аҳамият касб этади.

Замонавий туризмнинг шаклланишида малакали кадрлар ҳар доим керак бўлади. Шунини ҳисобга олган ҳолда, олий укув юртларида туризм соҳасига мутахассислар етказиб беришни купайтириш лозим.

Давлат томонидан туризмни бошқаришни янада кучайтириш лозим, чунки утиш даврида иқтисодий ислохатлар тўғри йуналтирилиши керак бўлади.

Халқаро туризмни ташкил қилишда мунтазам равишда янги технологиялардан фойдаланиш ва турфирмаларни энг муҳим инфор­мацион ахборотлар билан таъминлаб туриш зарурдир, чунки ҳозир янгиликларни уз вақтида узлаштирни замон талаб қилмоқда.

Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институтида «Сервис ва туризм» факультети ташкил қилинган.

Факультет қошида 3 та кафедра (Халқаро туризм ва туризм сервис, Хизматлар кўрсатиш, сервис ва уни ташкил этиш, Касб-хунар таълими) фаолиятини олиб бормоқда. Шунингдек, факультетда жами 58 нафар профессор-ўқитувчи доимий штатда меҳнат қилишмоқда, шу жумладан бита академик, 3 та фан доктори профессор, 22 та фан номзоди доцентлар ва 8 дан ортиқ катта ўқитувчи ва 24 асситентлар фаолият кўрсатмоқдалар.

III-БОБ. САМАРҚАНД ВИЛОЯТИДА ХАЛҚАРО ТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ ИСТИҚБОЛЛИ ЙЎЛЛАРИ

3.1. Самарқанд вилояти туристик кластердаги инновацион жараёнлар бошқарувининг ташкилий- иқтисодий механизми

Ижтимоий иқтисодий фаолият соҳаларининг тараққиёт имкониятлари инвестицияларни жалб қилиш учун асос булади. Туризм соҳасида бундай имкониятларнинг кўлами бениҳоя кенг. Ўзбекистон туристик захиралар борасида дунёда етакчи ўринлардан бирини эгаллайди ва тарихий маданий объектлар миқдори жиҳатидан дунё мамлакатлари биринчи ўнлигига киради. Аммо, афсуски, мамлакатимизнинг туризм бозоридаги ҳозирги рақобатбардошлиги етарли даражада эмас.

Туристик хизматлар соҳасининг ривожига кўп жиҳатдан хизмат кўрсатиш инфраструктурасининг ҳолати билан боғлиқ. Ушбу инфраструктуранинг талаб даражасида фаолият кўрсатиши ва тараққий этиши учун кўп миқдорда маблағ сарфланиши лозим, чунки сайёҳларнинг хизмат сифатига талаби тобора ўсиб бормоқда. Бироқ туристик хизматларнинг ҳозирги мавжуд тизимида инновацион жараёнлар татбиғининг кўпгина муҳим қирралари инобатга олинмасдан қолмоқда. Беҳад кенг қўлламдаги туристик тадбирларнинг имкониятларидан тўлиқ фойдаланилмаслик, бозор муносабатлари шароитида туристик хизмат корхоналар фаолияти самарасининг пастлиги инновацион жараёнлар бошқарувининг янгича усул йўлларини излаш муамосини долзарблаштиради.

Республика ҳукумати туристик хизматлар бошқаруви соҳасини такомиллаштириш масаласига катта эътибор қаратмоқда. Охириги йилларда минтақада туризм соҳасини ривожини таъминлашнинг самарадор омили сифатида кластерли ёндашув тавсия қилинмоқда. Вазирлар Маҳкамасининг 2012 йил 10 октябрда қабул қилинган “Ўзбекистон Республикасида туризм соҳасини янада қўллаб қуватлаш ва

ривожлантириш чора тадбирлари” тўғрисидаги қарорида айнан шу ёндашув назарда тутилади. Шунга биноан, туристик хизмат соҳасидаги инновацион жараёнлар бошқаруви туристик кластер доирасида ўз самарасини топади, деб ҳисоблаймиз.

Туризм соҳасидаги инновацион жараёнлар ишлаб чиқариш, маҳсулот тақсимоти, уни айирбошлаш ва истеъмол қилиш элементларининг тизимий муносабатларини ўзида акс эттиради. Туризмнинг асосий мақсади сайёҳларнинг маънавий ва моддий эҳтиёжларини етарли даражада қондириш бўлганлиги боис, инновацион жараёнлар ҳам худди шу мақсад сари йўналтирилиш керак бўлади. Сайёҳлар талабини фақат сифатли ва эҳтиёжга жавоб берадиган хизмат кўрсатиш билан қондириш мумкин. Шунинг учун инновацион жараёнлар асосан туристик хизматнинг сифатини ошириш ва истеъмол қийматини қайта тиклашга йўналтирилмоқда. Ушбу жараёнлар бошқарувининг мақсади эса, туризм инфраструктурасининг бир текис фаолият кўрсатиши ва ривожланишини захиравий имкониятлардан фойдаланишга йўналтиришдир¹⁰.

Ҳозирги кунда маҳаллий ҳукумат органлари инновацион жараёнларнинг туризм соҳасига татбиқ қилинишининг тизимли бошқарувини таъминлай олмаптилар. Бошқарув асосан корхоналар умумий фонди жалб қилишнинг миқдори ва сифатини назорат қилишда, темирйул ва автобус транспорти хизматини жорий қилишда кўзга ташланади. Сайёҳлик хизматлари соҳасининг кенг очик ижтимоий иқтисодий яхлит тизилма эканлигини назарга тутадиган умумий тизимли бошқарувнинг таъминланмаганлиги туризм бозори мақсад ва вазифалари номуносиваблигини, рақобатбардошлик даражасининг пасайишига сабаб бўлади. Хўжалик субъектлари ва туристик хизмат истеъмолчилари мақсад ва муносабатларини мувофиқлаштириш асосида инновацион жараёнлар фаолиятининг самарасини таъминлаш учун иқтисодий ўсишнинг янги

¹⁰ Тухлиев И.С., Қудратов Ғ.Х., Пардаев М.Қ. Туризмни режалаштириш. Дарслик. – Т.: “Iqtisod-Moliya” нашриёти. 2010. – 238 б.

марказлари туристик кластерлар яратилиши талаб қилинади. Бу, ўз навбатида, миқдорий ўзгаришлардан янги сифат ўзгаришларига ўтишга имкон яратиши билан бир қаторда, келажакда рақобатбардошликни таъминлаш ва ҳудудда туристик корхоналарнинг узоқ муддатга мўлжалланган тараққиёт стратегиясини белгилашга замин тайёрланди.

Равшанки, ҳар қандай мураккаб таркибли ҳудудий тузилма, шунингдек, туристик кластер турли шаклдаги хўжалик субъектлари фаолиятини давлат ва маҳаллий ҳукумат органлари томонидан мувофиқлаштириб борилишига эҳтиёж сезади. Туристик кластерда инновацион жараёнлар татбиғи самарасини ошириш мақсадида бошқарувнинг иқтисодий ташкилий механизми таклиф қилинади. Бу механизм ҳаракати бошқарув тизими мақсад вазифаларининг фаолият усуллари, воситалари ва бошқарув элементлари бўлган бошқа унсурлар билан мос келишини назарга тутди (Илова З).

Инновацион жараёнлари бошқаруви иқтисодий ташкилий механизмининг муҳим вазифаларидан бири туристик кластер иштирокчиларининг ўзаро муносабатга киришуви, ҳамкорлик алоқаларини йўлга қўйишнинг янги шакл, воситаларини яратишдир. Соҳада ҳамкорлик узлуксиз, самара сари интилувчан, яратувчанлик хусусиятини олиши учун туристик кластер доирасида юзага келаётган инновацион жараёнларнинг хусусиятларини инобатга олиш лозим бўлади. Бу муҳитда динамик ёндашув методологик йўналишни танлаш учун асос бўлса, мақсад сари интилиш эса, бошқарувнинг режалаштиришдан то назоратгача бўлган тўлиқ жараёнини қамраб олади. Охир оқибатда шакллантирилган стратегиянинг амалга татбиқ этилиши, натижага эришилиши таъминланади.

Бошқарувнинг ташкилий-иқтисодий элементларининг мувофиқлашуви ва узаро бирикуви ҳам ягона мақсад сари йўналтирилади. Бу мақсад турли ножўя омиллар таъсиридан холос бўлиш, талаблар доирасида юзага келадиган ўзгаришларга ҳозиржавоблик кўрсатишга

ёрдам берувчи туристик кластер иштирокчиларининг муносабатларини шакллантиришни кўзлайди. Асосий мақсадни амалга ошириш жараёнида мувофиқлаштириш вазифасининг амалга оширилиши муҳим фактордир ва бу вазифани асосан Самарқанд вилояти ҳокимияти ўз зиммасига олади.

Вилоят ҳокимиятининг бошқарув ташкилий иқтисодий механизми фаолиятининг асосий вазифалари қуйидагилардан иборат:

- туристик кластернинг турли шаклдаги иштирокчиларининг фаолиятини кластер ривожининг умумий стратегиясига мос келадиган ягона мақсад сари йўналтириш;
- туристик хизмат соҳаси учун зарур бўлган мутахассисларни тайёрлаш, қайта тайёрлаш ва малакасини оширишни таъминлаш мақсадида касбий таълим тизимини янада такомиллаштириш;
- илмий техник тараққиёт тизимини жорий қилиш ва туристик хизмат соҳасига инновацион ахборот технологияларини татбиқ этиш;
- туристик кластернинг асосий ва ёрдамчи таркибий қисмлари, туристик хизмат инновациясига бевосита ва билвосита дахлдор корхоналар ҳамда бошқа иштирокчилар фаолиятини мувофиқлаштириш;
- туристик кластер мажмуасининг унинг мавжуд бўлган барча захиравий имкониятларига мутаносиб ҳолда тараққий қилишини таъминлаш;
- туристик кластер ривожининг инвестицион капитал оқими ўсишига имкон яратувчи устувор йўналишларини аниқлаш.

Белгиланган вазифаларнинг самарали ижросини таъминлаш мақсадида Самарқанд вилояти ҳузурида туристик кластер тараққиётини мувофиқлаштирувчи кенгаш тузиш эҳтиёжи туғилади.

Ушбу кенгаш таркибидаги аналитик назорат бўлимининг асосий мақсади туристик кластер бошқарувидаги инновацион жараёнлар тизимини такомиллаштиришга оид тавсияларни беришдир. Шунга биноан бўлим қуйидаги вазифалар ижросини таъминлайди:

- туристик кластер стратегик режаларини унинг иштирокчилари мақсад ва вазифалари билан мукобиллаштириш;

- туристик кластер тараққиётининг стратегик режасини тузиш ва унинг ижросини таҳлил қилиш;
- туристик кластер фаолиятига қизиқиши бўлган корхона, ташкилотларга унга иштирок этиш борасидаги маслаҳатларни бериш;
- туристик кластер тараққиёти режаларини таҳлил қилиш ва унга лозим бўлган тузатишларни киритиш;
- туристик кластер фаолиятига оид маълумотларни тўплаш ва таҳлил қилиш асосида унинг самарасини аниқлаш;
- туристик кластер фаолиятининг мажмуавий назорати таҳлилини олиб бориш ҳамда баҳолаш;
- туристик кластер фаолиятида юзага келадиган асосий бизнес жараёнларини аниқлаш ва иштирокчилар жавобгарлигини белгилаш.

Ахборот-логистик бўлимининг асосий мақсади эса бошқарув тизимини юқори даражадаги ахборот манбалари билан таъминлаш ҳамда кластернинг ҳар бир иштирокчисига лозим бўлган ахборотни ўз пайтида етказишдир.

Ушбу бўлимнинг асосий вазифалари қуйидагича белгиланади:

- туристик оқимни кластер иштирокчилари ўртасида зиддиятли ҳолатлар юзага келишини истисно этган ҳолда макон ва вақт ҳудудларидаги аниқ тақсимотни режалаштириш;
- инновацион жараён иштирокчиларининг ўзаро ҳамкорлигини таъминлаш ва туристик хизмат соҳаси заҳиравий имкониятларидан оқилона ҳамда мақсадли фойдаланишни йўлга қўйиш;
- логистик жараёнлар бошқарувини назоратга олиш. Туристик кластер иштирокчиларини хизматларни замонавийлаштириш жараёнида ички ва ташқи муҳитда кечаётган ҳодисалар ҳақидаги маълумотларга бўлган эҳтиёжини узлуксиз қондириш.

Маркетинг бўлимининг асосий мақсади туристик кластер ишлаб чиқариш тақсимотини шакллантиришга оид тавсияларни яратиш ҳамда

барча иштирокчиларнинг шу йўналишдаги фаолиятини мувофиқлаштиришдир.

Маркетинг бўлимининг асосий вазифалари қуйидагича белгиланади :

- бозор конъюктураси, туристик захиравий имкониятларини баҳолаш ,туристик кластер фаолияти натижалари ва уларга таъсир ўтказувчи омилларининг доимий таҳлилини жорий қилиш;
- туристик кластернинг ички ва ташқи бозордаги маҳсулотлар ва баҳо сиёсатига нисбатан фаолияти мақсадларини белгилаш ҳамда маҳсулотлар тақсимооти ва таклифининг оқилона йўллари,ушуллари аниқлаш.

Мувофиқлаштирувчи кенгаш ва маҳалий органларнинг туристик кластер ривожига борасида ҳамкорлиги асосида инновацион жараёнлар бошқарувининг мақсад ва тамойиллари шаклланади ҳамда ушбу соҳани янада такомиллаштириш стратегияни режалаштирилади.

Тавсифланаётган инновацион жараёнлар бошқарувининг ташкилий – иқтисодий механизми инновацион туристик хизматлар фаолиятида юзага келадиган ҳамкорлик қонуниятларини акс эттирувчи бошқарув тамойиллари асосида шаклланади.Булар қуйидагилардан иборат:

1. Мақсадлар мувофиқлиги биз таклиф қилаётган тизимдаги энг асосий тамойил бўлиб ,бунда инновацион жараён субъектларининг ижтимоий - иқтисодий кўрсаткичларни кўтариш мақсадини кўзлайдиган рақобатбардошлик даражасини ошириш йўлидаги мақсадларининг ўзаро мос келиши назарга тутилади.
2. Муносабат ва алоқаларнинг уйғунлашуви. Олдингиси билан мустаҳкам боғлиқ бўлган ушбу тамойил инновацион жараённинг ички ва ташқи тугунлари ўртасидаги алоқалар кучайишига ишора қилади. Зеро туристик хизматни шакллантириш, сотиш, баҳам кўриш ва истеъмол қилиш билан банд бўлган ва турли жуғрофий ҳудудларда жойлашган турли шаклдаги субъектларнинг ҳамкорлиги соҳа тараққиётида муҳим ролни ўйнайди.
- 3.Умумий самарадорлик. Бунда самарадорлик инновация жараёни барча иштирокчилари фаолиятининг натижалари умумлашмасида белгиланади.

Туристик хизмат соҳасидаги инновацион жараёнларнинг асосий мақсади сарф қилинган харажатлардан максимал фойда олишга йўналтирилади.

4. Капитал алмашинуви. Инновацион жараённинг барча босқичларида капитал алмашинуви содир бўлади. Давлат минтақада туризм хизмати ривожини инфраструктурани бевосита молиялаштириш, грантлар, дотация, субсидия ва солиқ имтиёзлари воситасида қўллаб қуватлайди. Бу эса, ўз навбатида, корхоналарнинг турли дастур, тадбирлар учун молиявий ёрдам олиш йўлидаги рақобатини кучайтиради. Натижада, туризм соҳаси навбатдаги босқичда давлат ҳисобидан эмас, балки инвесторлар томонидан молиялаштирилади. Инновацион жараённинг ҳар бир босқичида капитал алмашинуви катта фойда келтиради. Худди шу йўсинда туризмда мультипликатор таъсири равшанлаша бошлайди.

5. Бозорлар хилма – хиллиги. Туризм хизматлари соҳасидаги инновацион жараёнлар бошқаруви туристик кластерда мавжуд бўлган бозорлар хилма-хиллиги мувофиқлашувига кўмак бериши керак. Бунда туристик маҳсулотнинг бозор эҳтиёжига жавоб бериши (мос келиши) ҳам муҳимдир.

6. Иқтисодий эркинлик, яъни ҳўжалик юритаётган ҳар бир субъект қонун доирасидаги ҳар қандай туристик фаолият билан шуғулланиши мумкин. Ушбу тамойилнинг моҳияти инновацион жараёнлар бошқаруви ҳар бир субъектга ҳеч қандай тўсиқсиз иқтисодий фаолиятга киришув, ихтиёрий фаолият турини танлаш, ўзи яратаётган маҳсулот ҳамда даромаддан эркин фойдаланиш шароитини туғдиришдан иборатдир.

7. Инновацияларга талаб ва рақобат. Туристик хизматлар соҳасидаги инновацион бошқарув жараёни бозор ҳудудидаги рақобатни кучайтириши лозим.

Санаб ўтилган тамойилларнинг фаоллашуви бошқарув таъсирининг самарадорлигини оширишга имкон яратади.

Туристик кластердаги инновацион жараёнлар бошқаруви усуллари танлови мавжуд муаммолар ечимини топишга йўналтирилиши керак бўлади. Усулларнинг бундай танловида ички ва ташқи муҳит таҳлили,

туристик хизмат истеъмолчиларининг имконияти мониторинги ҳамда захиравий имкониятлар таҳлили натижалари эътиборга олинади. Агарда олдин режалаштирилган мақсадга эришиш учун захирадаги имкониятлар етарли эмаслиги маълум бўлса, ушбу мақсадни аниқлаштириш ва лозим бўлганда туристик кластер фаолияти стратегиясига ҳам ўзгаришлар киритиш талаб қилинади.

Кластер таркибида ҳар бири ўз иқтисодий фойдасини кўзлайдиган турли шаклдаги субъектлар фаолият кўрсатаётганида бошқарувнинг самарали варианты билвосита таъсир ўтказишдир. Бунда бевосита аралашувсиз минтақавий туристик кластер фаолиятига шароит яратилади. Шунинг билан биргаликда, бошқарувнинг маъмурий – ҳуқуқий методларидан тамомила воз кечиш жоиз эмаслигини ҳам унутмаслик керак. Маркетингнинг замонавий методлари муҳим ролни ўтайди ва улар воситасида кластернинг захиравий имкониятлари, ички ва ташқи омиллар, энг аввало, аттракторлар тўлиқ мажмуа сифатида таҳлил қилинади, туристларнинг эҳтиёж – талаблари ўрганилади.

Ушбу турдаги ташкилий-иқтисодий механизмнинг охириги босқичида иқтисодий ҳамда ижтимоий-маданий кўрсаткичлар асосида инновацион жараёнлар бошқарувининг натижалари баҳоланади. Эришилган натижалар таҳлили туристик кластер тараққиётини кўзлайдиган мақсад ва вазифаларни режалаштиришга имкон беради.

3.2. Самарқанд вилоятда ҳалқаро туризм инфраструктурасининг ривожланиши

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 кўпчиликни қизиқишни уйғотади¹¹.

Самарқанднинг марказий қисмида шаҳарнинг пайдо бўлиши билан боғлиқ кўриқхона ва ўрта асрларга оид ёдгорликлар ҳамда ҳозирги кундаги замонавий Европа услубида бунёд этилган иншоотлар қад кўтарган.

Шаҳарнинг тарихий ва ҳозирги ҳолати:

1. «Афросиёб» харобалари (эрамиздан аввалги V-XX аср) археологик кўриқхона ҳисобланади. Бу ерда инсонлар ҳаёти билан боғлиқ сирли маълумотлар минглаб йиллардан бери сақланади. 1 ҳудуд 220 гектар.
2. «Эски шаҳар» (ўрта аср шаҳри-шаҳар атрофидаги девор ва дарвоза таъмирланган) (XII-XX аср) 2-ҳудуд 360 гектар.
3. «Янги шаҳар» (тарихий-меъморий ёдгорликлар. Европа шаҳарсозлиги услубида қурилган). (XIX-XX аср) 3-ҳудуд 300 гектар.

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. Тахминларга кўра 2015 йилга бориб саёҳатчилар сони 200,0 минг кишини ташкил қилади, 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.

2011 йилда Самарқандга 142,2 минг киши ташриф буюрган бўлса шундан 91,09 минг нафари (64%) хорижий сайёҳлар ҳисоланади. Шу соҳа билан шуғулланган туристик фирмаларнинг умумий сони 148 тани ташкил

¹¹ Камилова Ф.К. Халқаро туризм бозори. Ўқув қўлланма. Т.: ТДИУ, 2007. – 192 б.

қилган. Бу кўрсаткичлар 2010 йилга келиб Самарқандга жами 135,5 минг нафар туристлар ташриф буюришди шундан 88,2 минг хорижий туристлар ҳисобланади. Бундан кўриниб турибдики саёҳатчилар сони 2010 йилга нисбатан 2011 йилда кўпайиб кетган.

Ташриф буюрган чет эллик туристлар асосан Франциядан-10,8 минг нафар, Германиядан-1,8 минг нафар, Италиядан-1,6 минг нафар, Япониядан-3,5 минг нафар, Исроилдан-1,8 минг нафар, Италиядан-1,6 минг, Австралиядан-1,4 минг, Англиядан-1,2 минг нафарни ташкил қилади. қолган туристлар бошқа чет ва МДХ давлатлари фуқароларини ташкил қилишади.

МДХ мамлакатларидан 8,2 минг сайёҳ ташриф буюради. Бу 1980-90 йилларга нисбатан тўрт 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. 2009 йилда, мисол тариқасида айтсак, Самарқандга маҳаллий туристларнинг сони 26,4 минг кишини ташкил қилган.

3.1-жадвал

Самарқанд вилоятига келган чет эллик туристлар

№	кўрсаткичлар	2000	2004	2007	2011
1.	Туристлар сони (минг/к)	51,1	99,0	113,2	142,2
2.	Чет эл туристлар (минг/к)	15,3	37,5	70,9	93,9
	Фоизда	30,0	37,8	62,7	66

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

Жадвалдан кўриниб турибдики, вилоятга келаётган жами туристлар сони ҳам ундаги хорижий меҳмонлар миқдори ҳам йилдан-йилга кўпайиб бормоқда.

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 инқирозга юз тутган даври десак

хато бўлмайди. Чунки бозор иқтисодиётига ўтиш даврида республикамиз аҳолиси ўзидан ортиб гуруҳ-гуруҳ бўлиб саёҳатларни амалга оширмай кўйди. Вилоятлардаги «Ўзбектуризм» МК филиалларини эса бундай тадбирларга ортиқча харажат қила олмайди.

3.2-жадвал

Самарқанд ҳудудида туризмнинг ривожланиш динамикаси

№	Кўрсаткичлар номи	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
1	Туристик хизматлар ҳажми (млн. сўм,)	1.4	30.2	65.6	190	452.4 7	5710. 9	6689.1	11078. 4	13567. 2	13348, 5	20888, 1
2	Туристик корхоналар даромади (млн. сўм,)	0.3	17.2	19	21	71.68	541.3	370.5	1192.0	474.1	1007,3	1291,8
3	Туристларга хизмат кўрсатиш (минг киши)	51.1	42.8	41.3	56.3	99	59.1	81.7	113.2	120.0	130.9	140.9
4	Хизматлар экспорти (минг АҚШ долларида)	5854. 5	4768	3750	3822. 7	5000	4450. 8	4978.3	7008.9	7391.8	5778,8	7422,8

* Манба: «Ўзбектуризм» Миллий компанияси маълумотлари асосида тайёрланди

Жадвалдан кўриниб турибдики, маҳаллий туризм деярли стабил ҳолда, туристик хизматлар ҳажми 2000 йилга нисбатан 2010 йилда ўсган. Чет эллик туристларни келиши ҳам беш баробарга кўпайиб 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. XX1 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. 2012 йилда Самарқанд вилоятида 85 та туристик фирмалар, 35 та меҳмонхоналар (шундан 30 таси хусусий) фаолият олиб борди. Бу меҳмонхоналардан иккитаси тўрт юлдузли улар «Регистон Плаза» ва туристик марказ «Афросиёб Палас» меҳмонхоналари. Бу кўрсаткичлар 2012 йилга келиб туризм фаолияти билан шуғулланиш ҳуқуқига эга бўлган 67 та фирма ва бир йўла 2754 нафар турситларни қабул қилиш қувватига эга бўлган 4 та йирик («Регистон Плаза»-4 юлдузли-227 ўринли, «Афросиёб Палас»-4 юлдузли-500 ўринли, «Бизнес Центр Самарқанд»-3 юлдузли-212 ўринли) ва 29 та хусусий меҳмонхоналар фаолият кўрсатиб келмоқда (Илова 4).

2005-2012 йилда туризм фаолияти билан шуғуланувчи жами 117 та фирма лицензия олди, шундан 13 та янги хусусий меҳмонхоналар («Юлдуз» 12 ўринли, «Жони»-23 ўринли ва «Шарқ»-45 ўринли ва бошқалар) ишга туширилди.

Асосий йирик меҳмонхоналар чет элик ҳамкорлар билан иш олиб борадилар. «Отель-Централ» Австрия билан бирга, «Ориент Стар» Франция билан ва «Зарафшон» Швейцария давлатлари билан ҳамкорликда хизмат кўрсатадилар.

Ушбу меҳмонхоналарнинг бир вақтда туристларни кутиб олиш имконияти 2,5 минг киши бўлиб, саёҳатчиларни шаҳар бўйлаб 2-3 кун тарихий обидалар билан таништириб чиқиш имконига эга.

Самарқанд шаҳрида 148 та тарихий-архитектура ёдгорликлари аниқланган. Бундай экспонатларга эга бўлган шаҳарни бежизга «Очиқ осмон остидаги музей» деб аташмайди. Шундай имкониятга эга бу шаҳарда энди туристларни қизиқтирувчи янги-янги нарсалар, янги маршрут ва экскурсиялар дастурини ишлаб чиқиш керак.

2013 йилда 200-ўринга мўлжалланган 4 та хусусий меҳмонхоналар очилиши режалаштирилмоқда.

2012 йилда Самарқанд шаҳрида туризм соҳасида юқори кўрсаткичларга эришган қуйидаги турстик фирмалар ва меҳмонхоналарни санаб ўтиш мумкин:

-«Регистон Плаза» меҳмонхонаси-5,5 мингдан зиёд.

-«Ориент вояж» хусусий сайёҳлик агентлиги-3,5 мингдан зиёд.

-«Согда Тур» туристик компанияси-2 мингдан зиёд.

-«Силк тур» МЧЖ-1,7 минг.

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 автомобиль йўллар вилоятнинг аксарият туманларини кесиб ўтади. Айни пайтда Самарқанд шаҳрининг географик жойлашувида автомобиль йўлларининг ҳалқаси туманлари бир-бири билан боғлайди. Шунини алоҳида таъкидлаш жоизки, вилоятдаги аксарият туристик объектларнинг автомобиль йўлларига яқин жойлашганлиги ҳам ўз ўрнида туризмни ривожлантиришда қулай шароит туғдиради.

Самарқандда мустақилликдан сўнг ҳаво транспорти анча ўсди. Жумладан, Самарқанд аэропорти чет эллик инвесторлар кўмаги билан барча турдаги самолётларни қабул қилиш имкониятига эга бўлди. Ҳозирги кунда Самарқанд аэропортдан республиканинг турли вилоятларига қолаверса, хорижий давлатларга (МДХ) рейслар жорий этилганлиги туризмда аҳамиятлидир.

Ўзбекистонда темир йўллар тарихи бевосита Самарқанд билан боғлиқ. Вилоятни кесиб ўтган темир йўл икки (Қарши ва Бухоро) йўналиши бўйлаб тарқалган ва у Булунғур, Жомбой, Пастдарғом, Нуробод, Каттақўрғон, Нарпай ҳамда Пахтачи туманларини кесиб ўтади. 2005 йилдан бошлаб Тошкент-Самарқанд тез юрар поездда йўлга қўйилди.

«Регистон» деб номланган ушбу тез юрар поезда Фарғона водийси, Тошкент шаҳри, Тошкент вилояти аҳолиси 1 кунлик саёҳатга келишларига имконият пайдо бўлди.

Вилоятда туристларга транспорт хизматларини кўрсатиб келаётган «Ориент», «Алижон» корхоналарининг фаолияти бир мунча яхши. Лекин шуни ҳам таъкидлаш жоизки вилоятда енгил автомобилларни ижарага берувчи корхоналарнинг мавжуд эмас. Шундай корхона ва фирмалар ташкил этилса, узоқ муддатга 10-20 кунга келувчи туристлар ўзлари машиналарида сайр этишлари вақтларини мароқли ўтказишларига, урф-одатлар, қадриятлар, турмуш тарзи ва ҳ.к.лар билан танишишларига имконият яратилган бўларди.

Вилоятда умумий овқатланиш корхоналари фаолиятини унчалик яхши деб бўлмайди. Ҳар бир халқнинг ўзини миллий таомлари бор, лекин бу таомларни меҳмонлар истеъмол қилмасликлари мумкин. Масалан, европалар биринчи марта кўраётган овқатини олдин яхшилаб ўрганиб тайёрланишини технологиясини кўриб кейин истеъмол қилади. Балки улар ўзларининг Европа таомларини истеъмол қилишни ҳоҳлашар ёки туристлар орасида вигитерианлар бор бўлиши мумкин, шуларни инобатга олган ҳолда ресторан ва кафеларда турли хил давлатларнинг камида бир турдаги овқатларини тайёрлаш йўлга қўйилса, меҳмонхларнинг хоҳиш истаклари ўз вақтида бажарилса мақсадга мувофиқ бўлар эди. Ҳозирги кунда меҳмонхоналаримизда 20 та, максимум 25 та Европа таомлари тайёрланиши мумкин. Ваҳоланки ғарб стандартларига кўра бу чегараланмаган. Япония ва Италиялик туристларнинг 25% и хусусий ресторан ва кафелар фаолиятидан мамнун бўлса, қолгани эса аксинча жавоб беришади. Шунга кўра туристларга хизмат кўрсатувчи масъул овқатланиш корхоналарига СЭСлар томонидан алоҳида эътибор берилса уларнинг хизматлар кўрсатиш даражаси яхшиланса, сайёҳлар талаблари ўз вақтида қондирилса, вилоятга ташриф буюрган сайёҳлар мамнун бўлишса, туристлар оқимининг ошиб боришига замин бўлади.

Туристлар сонини оширишда сайёҳлик ташкилотларининг роли ниҳоятда каттадир. Бу асосан туристик фирмалар ва кишиларнинг фаол ҳаракатидир. Туристик фирмалар асосан саёҳатни режалаштиради ва ташкиллаштиради ҳамда мутахассислар ёрдамида туристик бозорни ўрғанади. Ҳозирги кунда вилоятдаги хусусий туристик фирма «Сарбон тур», «Алижон», «JohonRamzoTravel», «Сухробхон» лар туристларни жалб қилиш ва хизмат кўрсатиш бўйича юқори кўрсаткичларга эришиб келмоқда.

Вилоят туризм инфраструктурасини ривожлантириш меҳмонхоналар, умумий овқатланиш корхоналарининг хизмати, транспорт хизматлари, спорт соғломлатириш, соғлиқни сақлаш ташкилотлари, туристик фирма ва ташкилотлар хизматларини жаҳон андозалари даражасига етказиш вилоятга келувчи туристлар сонини ошишига Самарқанд вилоятини келажакда асосий «Туристик минтақа» га айланишига асос бўлиб хизмат қилади.

3.3. Самарқанд вилоятида ҳалқаро туризмни ривожлантиришда «JohonRamzoTravel» туристик фирмасининг стратегияси

«JohonRamzoTravel» туристик фирмаси 2010 йил 2 октябрдаги 1 сонли баённомаси ва 2010 йил 2 октябрдаги таъсис шартномаси асосида ташкил этилган.

«JohonRamzoTravel» туристик фирмаси 2011 йил 7 июнь кунидан Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси камиссияси мажлиси 7 баёни асосида туризм соҳасида фаолият кўрсатиш ҳуқуқини олди ва “Ўзбектуризм” МК томонидан берилган лицензиясига эга бўлди (Илова 5).

Биз «JohonRamzoTravel» туристик фирмаси мисолида 2012 йилда ўз тараққиёт ривожланишини ишлаб чиққан ва уни амалга оширишга киришган фирманинг фаолиятини таҳлил қиламиз. Фирма ҳозирги пайтда муваф-фақиятли ривожланмоқда, зарурий моддий-техник ва малакавий базага эга. Бироқ, у талабнинг мавсумий ўзгаришларига дуч келмоқда ва

киммат нархдаги реклама фаолиятини амалга оширади ҳамда баъзи туристик йўналишлар бўйича юқори сарф-харажатга учрамоқда. Фирманинг буюртмалар портфелидаги ҳолати ҳақидаги маълумотлар, рақобатчилар ҳолати ва бизнес соҳасида фирма фаолиятининг истиқболи келтирилган.

«JohonRamzoTravel» туристик фирмаси ўн бешта асосий йўналишларидан тўққизтаси ўсиш босқичида бўлиб, ҳаётий даврийликнинг етуклик босқичига ўтиш истиқболига эга. Бостон консалтинг гуруҳи матрицасида тўққизта йўналиш бизнеснинг истиқболли соҳасига киритилган ва булар фирманинг рақобатчилик устунликларини намойиш этади. Фаолиятнинг уч йўналиши бозорни ўзлаштиришда барқарор даромад олиб келади. Фақат бир йўналиши пасайиш босқичида бўлиб, бу Германия мамлакатидир. Бу пасайиш асосан виза олиш қоидаларининг қатъийлашуви билан боғлиқ. Эндиликда агентликлар ҳужжат топширишда имтиёзларга эга эмас, туристларнинг суҳбатга шахсан келишларининг зарурлиги жорий қилинган. Фирма туристнинг хориждаги ҳар бир қадамини қайд этиши зарур, ҳужжатлар пакетига ҳамкордан таклифномани батафсил ёзилган дастур билан ва ҳар бир кунга тўловнинг тасдиғи билан, ички паспорт нусхасини, агар чет эл паспорти 2010 йилдан кейин берилган бўлса, унга эскисини илова қилиб бериш лозим. Бунинг ҳаммаси Германия йўналиши бўйича талабнинг кескин тушиб кетишига олиб келди. Буюртмалар портфелида икки мамлакатнинг ҳолати муаммоли соҳага мансуб бўлиб, бу Хорватия ва Россия дарёлари бўйлаб саёҳатлар, уларнинг яхши истиқболлари кўзга ташланмоқда.

Ҳозирги вақтда туристик фирмаларнинг ички ва ташқи муҳитни ўрганиш жараёни SWOT – таҳлил матрицасини тўлдириш учун асос бўлиб хизмат қилади. Матрицани тўлдириш жараёнида тадқиқотчи фирманинг кучли томонларидан ташқи муҳитда пайдо бўлган имкониятлардан фойда олиш учун фойдаланиш бўйича стратегияни ишлаб чиқишга йўналтирувчи жуфтлик комбинациялар ҳосил бўлади.

Шуларни ҳисобга олиб, биз «JohonRamzoTravel» туристик фирмасининг SWOT – таҳлилини амалга оширишда, ўз таркибига олувчи фирма ички муҳитининг кучли томонларини ташқи муҳитнинг имкониятлари билан солиштиришда қуйидаги тўртта асосий стратегияни алоҳида ажратдик: рақобатчилик устунликлари ва савдо белгисидан фойдаланиш асосида ташкилот нуфузини қўллаб-қувватлаш; ходимлар билим ва кўникмаларига таяниб, истеъмолчиларнинг ишонч даражасини сақлаб қолиш; савдо белгиси ва малакали кадрлардан фойдаланиб, “юлдуз” – турмахсулотларини олға суриш; етуклик даражасидаги турмахсулотлар даромадлилигига ишончли таъминотчилар ҳисобидан эришиш. Фирманинг ички муҳитдаги кучли томонини ташқи муҳитдаги хавф-хатарлар билан қиёслаш агентлик тармоғини кенгайтиришга имкон бермоқда. Бунинг учун агентликлар «JohonRamzoTravel» туристик фирмаси билан ҳамкорлик афзалликларини эътироф этиши муҳимдир. Фирма бозорга таклиф қилаётган турмахсулотининг харидоргир бўлишини таъминлаш учун Россия ва Хорватия истеъмолчилари диққатини жалб қиладиган ҳолда фаоллаштириши лозим. Ҳозирги пайтда фирма тегишли йўналишларни ишлаб чиқиш учун бозор тадқиқотини молиялаштириши зарур бўлмоқда. Нарҳда талаби юқори бўлмаган янги ишончли ҳамкорларни қидириш, меҳмонхоналар билан тўғридан-тўғри шартномалар тузиш натижасида фирма миқдорларга арзонроқ турларни тақдим этиши мумкин.

Фирманинг заиф томонлари ва ташқи муҳит имкониятларини таққослаш фирмани ички ва халқаро бозор мониторингига ундайди ва ташқи муҳит ўзгаришларга тез мослашувга имкон яратади. Юқори нуфуз ва хизматлар сифатини сақлаб туриш йўли билан янги рақобатчилардан устунликка эришиш мумкин. Фирма замонавий технологиялардан фойдаланиб, юқори малакали ходимлар шакллантирган антиқа туристик маҳсулотни тақдим этиш ҳисобига истеъмолчилар савдосида ўсишни кўзда тутади. Фирманинг заиф томонларини ташқи муҳит хавф-хатарлари билан таққослаш фирма фаолиятини концентрик диверсификациялаш бўйича

тадбирларни амалга оширишга йўналтиради (истеъмолчилар савдо қобилиятининг пасайиши ва янги рақобатчилар таъсирини нейтраллаш мақсадида янги йўналишлар ишлаб чиқиш). Фирманинг ҳаётий даврийлигида пасайиш даражасида бўлган фаолиятларга барҳам бериб, бўш турган маблағларни янги турларни ишлаб чиқишга йўналтириши зарур. Янги рақобатчилар таъсирини камайтириш учун фирма янги ишончли ҳамкорларга ва хизмат кўрсатиш стандартларини оширишга эътибор қаратиши керак.

«JohonRamzoTravel» туристик фирмасини SWOT таҳлил қилиш натижасида унинг истикболда ривожланиши учун қуйидаги инновацион стратегия иқтисодий механизмини тавсия қиламиз.

**«JohonRamzoTravel» туристик фирмасининг инновацион стратегияси
иқтисодий механизми таркиби**

Бош стратегия: *Истеъмолчиларга рақобатчиларникига қараганда юқори сифатли туристик хизматлар маҳсулотини тақдим этиш йўли билан бозорда мустаҳкам ўрин эгаллаш*

1. Истеъмолчилар билан интеграллашув стратегияси

- 1.1. Доимий мижозлар базасини кенгайтириш;
- 1.1.2. Чегирмалар тизимини ишлаб чиқиш;
- 1.2. Турагентлар тармоғини кенгайтириш;
- 1.2.1. Хизмат кўрсатиш сифатини ошириш;
- 1.2.2. Бонусли дастур.

2. Тез ўсиб бораётган бозорда юқори даражада рақобатли бизнеснинг тезкор ўсиш стратегияси

- 2.1. Реклама компаниясини ташкил этиш;
- 2.1.1. Телеведениеда, хорижда реклама;
- 2.1.2. Марказий нашрларда реклама;
- 2.1.3. Минтақавий матбуотда реклама;
- 2.2. Нархларни тушириш (арзонлаштириш);
- 2.2.1. Тур нархларини тушириш (арзонлаштириш);

2.2.2. Ҳамкорлар билан тўғридан-тўғри шартномалар тузиш.

3. Яхши рақобатчилик позицияларига эга бўлмаган, аммо истиқболли бозорларда ишлаётган туристик йўналишлар дифференциацияси стратегияси

3.1. Нархларни тушириш (арзонлаштириш);

3.1.1. Тур нархларини тушириш (арзонлаштириш);

3.1.2. Ҳамкорлар билан тўғридан-тўғри шартномалар тузиш;

3.2. Реклама турларини ташкил этиш;

3.2.1. Тур нархларини тушириш (арзонлаштириш).

4. Концентрик диверсификация стратегияси

4.1. Маркетинг тадқиқотларини ўтказиш;

4.1.1. Талабни ўрганиш;

4.1.2. Бетакрор турлар ишлаб чиқиш;

4.2. Маршрутларни (йўналиш) шакллантириш;

4.3. Ҳамкорлар билан шартномалар тузиш .

5. Етук бозорларда юқори даражада рақобатчилик бизнесини дифференциациялаш стратегияси

5.1. Нархларни тушириш (арзонлаштириш);

5.1.1. Тур нархларини тушириш (арзонлаштириш);

5.1.2. Ҳамкорлар билан тўғридан-тўғри шартномалар тузиш;

5.2. Мавжудлари асосида янги дастурлар ишлаб чиқиш;

5.3. Реклама компаниясини ташкил этиш;

5.3.1. Хорижий ва маҳаллий матбуотда реклама;

5.3.2. Реклама турларини ташкил этиш.

6. Ходимларнинг малакасини ошириш стратегияси

6.1. Ходимларни ўқитиш;

6.1.1. Ҳар бир ходим учун индивидуал ўқитиш-ўргатиш графигини яратиш;

6.1.2. Стратегияни амалга оширишга барча даражадаги менежерларни жалб қилиш;

6.2. Истеъмолчиларга хизмат кўрсатиш сифатига талабларни ишлаб чиқиш.

7. Турмаҳсулот брендини олға суриш стратегияси

7.1. Маркетинг тадқиқотлари;

7.1.1. Турмаҳсулот брендини олға суришнинг истикболли манбаларини аниқлаш;

7.1.2. Истеъмолчилардан «JohonRamzoTravel» МЧЖ мурожаат қилишлари ҳақида сўровнома ўтказиш;

7.2. Реклама компаниясини ташкил этиш;

7.2.1. ОАВда реклама;

7.2.2. Телевидениеда реклама.

8. Яхши рақобат позицияларига эга бўлмаган йўналишларга барҳам бериш стратегияси

8.1. Бозордан «Германия» йўналишини чиқариш;

8.2. Айрим шартномаларни бекор қилиш.

«JohonRamzoTravel» туристик фирмасининг инновацион стратегиясини амалга ошириш бўйича тадбирлар дастури батафсил илова 6- га берилган.

Амалиётда фирма стратегияларининг эҳтимолли вариантлари, одатда, бир-бирини истисно қилмайди ва турли кўринишларда ўзаро боғланган бўлиши мумкин. Фирма тараққиётининг муқобил вариантларига нисбий муносабатда бўлиш лозим, чунки бир неча имкониятларни бир вақтда ишлаб чиқиш учун заҳиралар етишмаслиги мумкин. Тадқиқотлар туристик соҳани ривожлантиришнинг инновацион механизмини яратиш учун унга аҳамиятли хусусият зарур эканлигини кўрсатмоқда: а) инновацион мақсадлар ва фаолият натижалари; б) мақсадга эришишнинг инновацион воситалари; в) доимий равишда инновацион фаолиятнинг юзага келишини таъминловчи инновацион менежмент. Айтилганларни инобатга олган ҳолда таклиф этилаётган туризм корхонаси инновацион стратегияларининг механизмини ишлаб чиқилди (Илова 7).

Туризм соҳасидаги инновацион стратегия механизми шаклланишининг асосий йўллари қуйидаги жиҳатлар билан боғлаш керак. Биринчидан, туристик ташкилотларни ривожлантириш тажрибасини (ижобий ва салбий) тўплаш, тизимлаштириш ва умумлаштириш зарур. Бунда асосий эътибор стратегияни амалга ошириш, илмий изохга муҳтож муаммоларни аниқлаш билан боғлиқ қонуниятлар ва қарашларнинг ўрганилишига қаратилиши лозим, иккинчидан, фан соҳасида (хусусан, туризм ҳақидаги фан) туризмдаги инновацияларни стратегик бошқарув ҳақидаги изчил илмий билим мажмуасини шакллантириш керак. Туризм бозори тараққиётида инновацион стратегияни ишлаб чиқишда туризм соҳасидаги етакчи олимлар илмий ва амалий билимларининг уйғунлигига интилишлари лозим. Биз тақдим этаётган механизмдан фойдаланиш Ўзбекистон туристик хизматлар бозоридаги инновацион ўзгаришларнинг миллий инновацион жараёнини барқарор ва узлуксиз амалга оширишга замин бўлиб хизмат қилади.

Тактик стратегия жиҳатдан яқин муддатда туризм илмий марказлари (олийгоҳлар, илмий-тадқиқот ташкилотлари бўлимлари базасида) томонидан туристик ташкилотларга зарурий услубий ёрдам кўрсатиш лозим бўлади, бунда менежерлар эътиборига инновацион соҳа бозорида пайдо бўлаётган замонавий илмий янгиликлар ва ишланмалар имкониятларини етказиш зарур.

III-боб бўйича хулоса

Кластер таркибида ҳар бири ўз иқтисодий фойдасини кўзлайдиган турли шаклдаги субъектлар фаолият кўрсатаётганида бошқарувнинг самарали варианти билвосита таъсир ўтказишдир. Бунда бевосита аралашувсиз минтақавий туристик кластер фаолиятига шароит яратилади. Шунинг билан биргаликда, бошқарувнинг маъмурий – ҳуқуқий методларидан тамомила воз кечиш жоиз эмаслигини ҳам унутмаслик керак. Маркетингнинг замонавий методлари муҳим ролни ўтайди ва улар воситасида кластернинг захиравий имкониятлари, ички ва ташқи омиллар, энг аввало, аттракторлар тўлиқ мажмуа сифатида таҳлил қилинади, туристларнинг эҳтиёж – талаблари ўрганилади.

Ушбу турдаги ташкилий-иқтисодий механизмнинг охириги босқичида иқтисодий ҳамда ижтимоий-маданий кўрсаткичлар асосида инновацион жараёнлар бошқарувининг натижалари баҳоланади. Эришилган натижалар таҳлили туристик кластер тараққиётини кўзлайдиган мақсад ва вазифаларни режалаштиришга имкон беради.

Вилоят туризм инфраструктурасини ривожлантириш меҳмонхоналар, умумий овқатланиш корхоналарининг хизмати, транспорт хизматлари, спорт соғломлатириш, соғлиқни сақлаш ташкилотлари, туристик фирма ва ташкилотлар хизматларини жаҳон андозалари даражасига етказиш вилоятга келувчи туристлар сонини ошишига Самарқанд вилоятини келажакда асосий «Туристик минтақа» га айланишига асос бўлиб хизмат қилади.

Туризм бозори тараққиётида инновацион стратегияни ишлаб чиқишда туризм соҳасидаги етакчи олимлар илмий ва амалий билимларининг уйғунлигига интилишлари лозим. Биз тақдим этаётган механизмдан фойдаланиш Ўзбекистон туристик хизматлар бозоридаги инновацион ўзгаришларнинг миллий инновацион жараёнини барқарор ва узлуксиз амалга оширишга замин бўлиб хизмат қилади.

ХУЛОСА ВА ТАКЛИФЛАР

Халқаро туризмнинг мамалакат иқтисодиётидаги муҳим тармоқ эканлигини ҳисобга олган ҳолда Ўзбекистонда ҳам бу соҳани ривожлантириш, уни ўрганиш туризм имкониятларидан самарали фойдаланиш ва миллий туризм моделини шакллантириш зарурий ишлардан биридир. Миллий туризм моделини шакллантиришда ички имкониятларни ўрганиш ва таҳлил қилиш мақсадга мувофиқдир деб ўйлаймиз.

Турмақсулотларимиз кам истеъмол қилинадиган бозорлардаги туроператорларга нисбатан ўрнатиладиган муносабатларга қуйидаги устивор йўналишларни белгилашимиз мумкин:

- ўзлаштирилаётган бозордаги янги қамкор туроператорларни Самарқанд вилоятига янада юқори баҳо беришга ишонтириш;
- туристларнинг қизиқишини ўрганган қолда, махсус йўналишлар, дастурлар тузиш, чартер рейсларини амалга ошириш;
- қамкорликда ишлаётган туроператорлар томонидан кўрсатилаётган хизматлар етарли даражада бўлмаётганини билиб қолса, ушбу хизматларни оширишга ва уларни ахборот билан таъминлаш, пайдо бўлган муаммоларни биргаликда ечимини топишга эришиш лозим.

Самарқанд вилоятида туризм индустриясини ривожлантиришда қуйидаги омилларга алоҳида эътиборни қаратиш лозим деб биламиз:

- халқаро туризмда кичик тадбикорликни фаолиятдан кенг фойдаланиш;
- Самарқанд вилоятининг туристик имкониятлари билан чет эллик инвесторларни таништириш;
- кўплаб саёқатларга чиқадиган Европа мамалакатларда бўладиган туристик ярмаркаларда сурункали иштирок этишни таъминлаш;
- ички туристик бозорда ўзаро рақобатни янада кучайтириш;
- замонавий туристик комплексларни бунёд этишда чет эл сармоясини жалб этишга эришиш:

- жақон бозорида талаб катта бўлган халқаро туристик йуналишларни йўлга қўйишда ва ишлаб чиқишда қатнашиш;
- миллий урф одатлар ва тарихий архитектура ёдгорликларини асл кўринишда сақлаб қолишига эришиш;
- миллий туристик мақсулотларни ягона маркага бирлаштириш;
- туризм соқаси учун малакали мутахасисларни тайёрлашни такомиллаштириш;

Халқаро туризм бозорида хизматлар ва мақсулотларни ўтказиш каналининг чекланганлиги туризмнинг тижорат соқасидаги бир қанча йўқатишларни келтириб чиқарувчи асосий омиллардан бири қисобланади. Авваламбор, шуни қисобга олган қолда, Ўзбекистонда туризм соҳасида қуйидаги тадбирларни амалга оширишга катта эътибор қаратиш лозим:

- мақсулотни ўтказишнинг турли хил каналлари ва воситачик шакллари аниқлаш мумкинлигини инобатга олган қолда, ушбу сотув тизимини тўлиқ таснифлаб чиқиш, янги каналларни зудлик билан ўзгартириш ва керакли маблағ билан кечиктирмасдан таъминлаш.
- воситачиларнинг шаклларига кўра қилинадиган харажатларни тақлил қилиш ва икки томонлама манфатларидан келиб чиққан қолда қамкорликни янада ривожлантириш.
- воситачиларни таклиф қилинаётган хизматларга нисбатан аниқ ахборотга эга бўлишини ўз вақтида таъминлаб туриш.
- ташриф буюраётган туристлар орқали воситачиларнинг мавқеи ва ақамияти тўғрисидаги фикрларни ўрганиш, турли анкета саволларини тузиш.

Туристтик хизматлар асосини ташкил киладиган меҳмонхона хизматлари маркетинги мавжуд меҳмонхона хўжалигини ривожлантириш, меҳмонхона бозоридан фаол фойдаланиш учун мувофиқ бўлган янги ўринларни очиш мақсадида тадқиқотлар олиб бориш технологиясини ва ажратилиши режалаштирилаётган инвестициялар қисоб-китобини ўз ичига олади.

—хусусий ва давлат сектори вакиллари иштирокида Самарқанд вилоятида

туризм индустрияси ривожланишидаги муаммолар ва масалалари бўйича маслақатлашув кенгашини ташкил қилиш;

–Самарқанднинг туризм бўйича маркетингига жалб қилинган барча манфаатдор томонларнинг мунтазам равишда йиғилишлар ўтказишлари ўта муқимдир;

–Самарқанд вилояти меҳмонхоналар индустриясининг "Меҳмонхоналар учун инвестицияларни жалб қилишда асосий эътибор ўрта тоифадаги (уч юлдузли) катта бўлмаган (ўрта қисобда 200 та ўринга мўлжалланган) меҳмонхоналарни қуришга қаратилиши лозим. Бу мавжуд имкониятлардан тўлароқ фойдаланиш, ҳажми деярли катта бўлмаганлиги сабабли молиялаштириш осонроқ бўлишига, фойдаланиш ва бошқариш жараёнида харажатларни камайтириш, шунингдек, ўрта даражада тайёргарликдан ўтган мутахассислар учун ҳам бошқара олиш имконини беради.

Бундан ташқари Самарқанд вилоятида туризм индустриясини ривожлантиришда тадқиқотларидан фойдаланишни такомиллаштиришда келгусида бунданда аниқ тадбирлар амалга оширилади деган умиддамиз.

Юқорида баён қилинган фикрлардан хулоса қилиб, қуйидаги таклифларни келтирамиз:

- туристик хизмат кўрсатишда тарихий обидалардан кенг фойдаланиш;
- халқаро туристларга хизмат кўрсатишда туристик имкониятларни ҳисоблаш ва имконият даражасининг энг юқори нуктасидан фойдаланиш;
- куплаб саёхатларга чиқадиган Европа мамалакатларда бўладиган туристик ярмаркаларда сурункали иштирок этишни таъминлаш;
- ички туристик бозорда узаро рақобатни янада кучайтириш, туристик фирмаларга давлат томонидан берилаётган имкониятларни қайта қуриб чиқиш;
- халқаро туризмда айникса ташкил этишда маданий мерос урф-одатлар ва анъаналардан унумли фойдаланиш;
- халқаро туризмда туристлар талабини урганиб чиқиш;

- замонавий туристик комплексларни бунёд этишда чет эл сармоясини жалб этишга эришиш:
- жаҳон бозорида талаб катта бўлган халқаро туристик йўналишларни йулга қуйишда ва ишлаб чиқишда катнашиш (Буюк ипак йўли имкониятларидан кенг фойдаланиш)
- миллий урф одатлар ва тарихий архитектура ёдгорликларини асл кўринишда сақлаб қолишига эришиш ва халқаро туристларга унинг яратилиши тарихи ҳақида кенгрок тушунча бериш:
- туризм соҳаси учун малакали мутахассисларни тайёрлашни такомиллаштириш.

Самарқанд вилоятида халқаро туризмни ривожлантиришда катта имкониятлар борлигини таъкидлаб ўтган эдик. Бу имкониятларни тўғри йўналтирган ҳолдагина мақсадга эришишиш мумкин бўлади. Халқаро туризмни ривожлантиришда муҳим аҳамият касб этадиган омиллардан бири миллий туристик маҳсулотни халқаро бозорда рақобатли бўлиши ва сотувини яхшилашни таъминлашдир.

Миллий турмаҳсулотларга халқаро бозорда талаб ортиб бориши вилоятнинг халқаро майдондаги мавқеини ортиши билан бир вақтда янги иш уринларини очиш, бозор иқтисодиёти шароитида аҳолининг ижтимоий ҳимоялашни вужудга келтиришда ва мамлакат ривожига керак бўлган валюта тушуми ҳиссаси билан алоҳида аҳамият касб этади.

Самарқанд вилоятида халқаро туризм соҳасининг ривожланиши нафақат туристик ресурслар балки, илғор давлатлар технологиясини қўллаш ҳам белгилаб беришини таъкидлаш лозим.

Замонавий туризмнинг шаклланишида малакали кадрлар ҳар доим керак бўлади. Шунинг ҳисобга олган ҳолда, олий ўқув юртлирида туризм соҳасига мутахассислар етказиб беришни қўпайтириш лозим.

- Давлат томонидан туризмни бошқаришни янада қўпайтириш лозим, чунки ўтиш даврида иқтисодий ислохатлар тўғри йўналтирилиши керак бўлади.

- Халқаро туризмни ташкил қилишда мунтазам равишда янги технологиялардан фойдаланиш ва турфирмаларни энг муҳим информацион ахборотлар билан таъминлаб туриш зарурдир, чунки ҳозир янгиликларни уз вақтида узлаштирни замон талаб қилмоқда.

Туристтик кластердаги инновацион жараёнлар бошқаруви усуллари танлови мавжуд муаммолар ечимини топишга йўналтирилиши керак бўлади. Усулларнинг бундай танловида ички ва ташқи муҳит таҳлили, туристтик хизмат истеъмолчиларининг имконияти мониторинги ҳамда захиравий имкониятлар таҳлили натижалари эътиборга олинади. Агарда олдин режалаштирилган мақсадга эришиш учун захирадаги имкониятлар етарли эмаслиги маълум бўлса, ушбу мақсадни аниқлаштириш ва лозим бўлганда туристтик кластер фаолияти стратегиясига ҳам ўзгаришлар киритиш талаб қилинади.

Тактик стратегия жиҳатдан яқин муддатда туризм илмий марказлари (олийгоҳлар, илмий-тадқиқот ташкилотлари бўлимлари базасида) томонидан туристтик ташкилотларга зарурий услубий ёрдам кўрсатиш лозим бўлади, бунда менежерлар эътиборига инновацион соҳа бозорида пайдо бўлаётган замонавий илмий янгиликлар ва ишланмалар имкониятларини етказиш зарур.

Юқорида берилган ҳар бир таклиф ва хулосалардан кузланаётган асосий мақсад Ўзбекистонни ҳам туризми ривожланган давлатлар қаторида кўриш, халқаро майдонда Самарқанднинг обрўсини кўтариш, дипломатик муносабатларни ривожлантиришдан иборатдир. Мазкур диссертация муаллифнинг Ўзбекистоннинг жаҳон ҳамжамиятига интеграцияланиши, ўзига муносиб ўрин эгаллашига баҳоли қудрат ҳисса қўшиш мақсадида қилинган камтарона уриниши бўлиб, келгусида бу борадаги изланишлар кўпчилик тадқиқотчилар томонидан кенг қўламда олиб борилишига умид билдирамыз.

ИЛОВАЛЛАР

ИЛОВА 1

Ўзбекистон Республикасида 2006-2010 йилларда хизмат кўрсатиш ва туризм соҳасидан тушадиган даромадларнинг кўрсаткичлари (млн. сўм ҳисобида)

Минтақалар	2006 й	2007 й	2008 й	2009 й	2010 й	Жами 2006- 2010 йй
Ўзбекистон Республикасида жами	45755	54906	66985	82392	107110	357148
Шундан:						
Қорақолпоғистон Республикаси	12,3	14,8	20	30	40	117,1
Вилоятлар:						
Андижон	77,5	93	113	139	181	603,5
Бухоро	2928,7	3514,4	4287	5230	6800	22760,1
Жиззах	99,2	119	142,8	175,6	228	764,6
Қашқадарё	198,1	237,7	290	360	468	1553,8
Навоий	39,2	47	56	68	88	298,2
Наманган	41,5	49,8	61	75	98	325,3
Самарқанд	6495	7794	9352	11222	14500	49363
Сурхондарё	2883	3000	3155	3407	4200	16645
Сирдарё	6,6	15	20	30	40	111,6
Тошкент	247,5	297	363	450	585	1942,5
Фарғона	1093	1100	1200	1280	1350	6023
Хоразм	1157	1388	1700	2091	2720	9066
Тошкент ш.	30476,4	37236,3	46285,2	57834,4	75812	247644,3

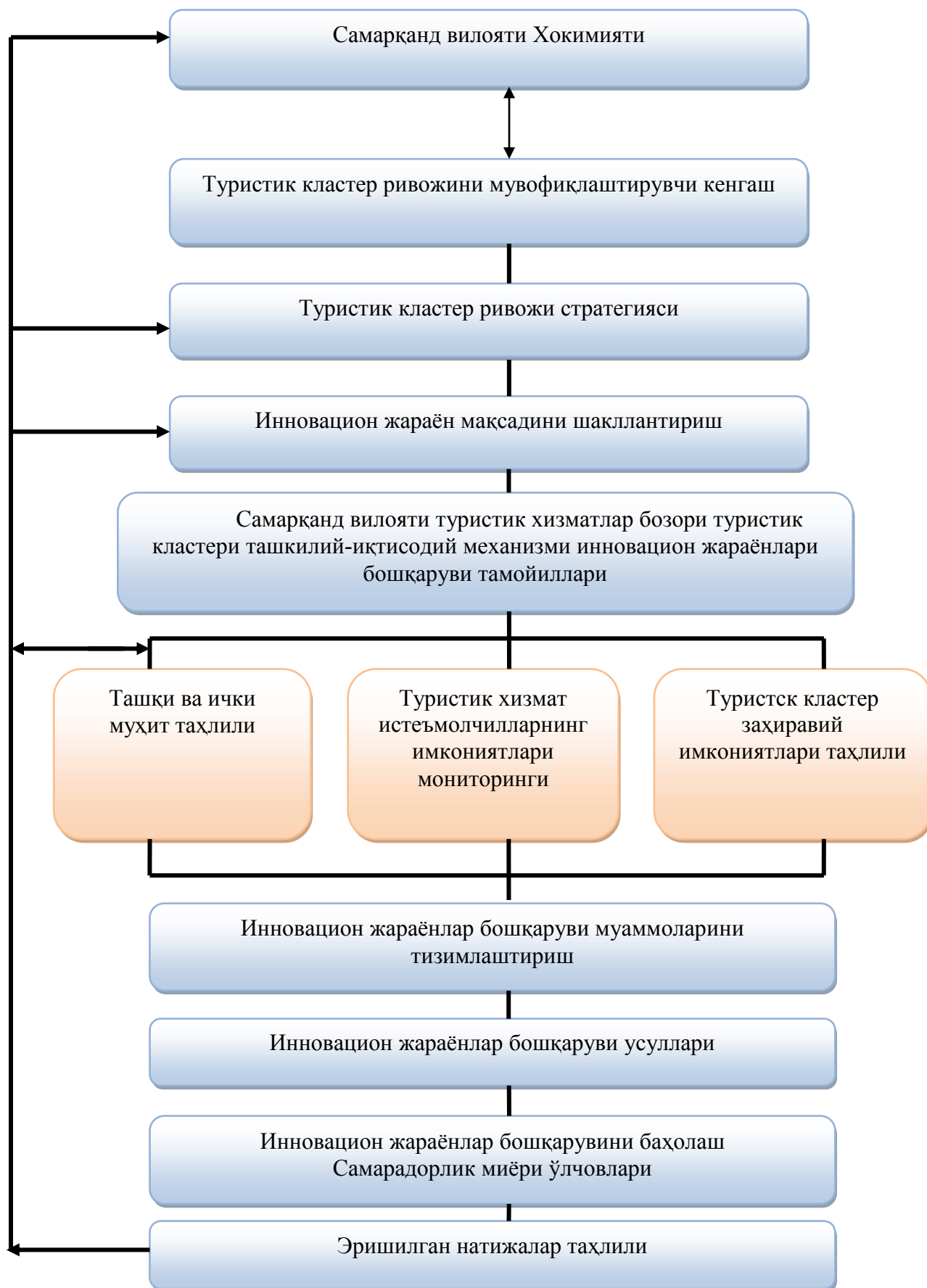
Манба: «Ўзбектуризм» МКнинг 2006-2010 йилларда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини жадал ривожлантириш дастури.

ИЛОВА 2

Ўзбекистон Республикасида 2006-2010 йилларда хизмат кўрсатиш ва туризм соҳасидан тушадиган фойдаларнинг кўрсаткичлари (млн. сўм ҳисобида)

Минтақалар	2006 й	2007 й	2008 й	2009 й	2010 й	Жами 2006- 2010 йй
Ўзбекистон Республикасида жами	1712	2000	2440	2976	3869	12997
Шундан:						
Қорақолпоғистон Республикаси	1,1	1,3	1,7	2,5	3,3	9,9
Вилоятлар:						
Андижон	3,5	4	4,9	6	7,8	26,2
Бухоро	170	190	231,8	282,8	367,7	1242,3
Жиззах	3,6	4,2	5	6,1	7,9	26,8
Қашқадарё	18,1	21	25	31	40,3	135,4
Навоий	2,4	2,8	3	4	5	17,2
Наманган	2,3	3	4	5	6,5	20,8
Самарқанд	304	350	420	504	651	2229
Сурхондарё	82	90	95	102,5	126,3	495,8
Сирдарё	0,5	0,6	0,8	1	2	4,9
Тошкент	14,1	16,2	19,8	24,5	31,8	106,4
Фарғона	18	21	23	25	26,4	113,4
Хоразм	39	45	55	68	88,5	295,5
Тошкент ш.	1053,4	1250,9	1551	1913,6	2504,5	8273,4

Манба: «Ўзбектуризм» МКнинг 2006-2010 йилларда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини жадал ривожлантириш дастури.



Самарқанд вилояти туризм хизматлар бозори туристик кластеридаги инновацион жараёнлар бошқарувининг ташкилий-иқтисодий механизми

ИЛОВА 4

Самарқанд шаҳридаги меҳмонхоналар ҳақида маълумот (2012 й.)

№	Меҳмонхоналар номи	Категорияси)	Жами ўринлар сони					Нархи				
				Оддий. люкс	1-кишил ик	Икки кишилик	Уч кишил ик.	Оддий. Люкс	Бир кишил ик	2-кишил ик	3-кишил ик	Бир одам бўлганда
1.	Афрасиаб Палас	4 *	270/500	4/4	56	412		220/250	95	75		
2.	Отель «Регистон Плаза»	4 *	165/227	s	54	96		190/250	105	82,5		
3.	Отель Централ Самарканд	3 *	105/212	50	8	124	30	80	50	30	30	
4.	Ориент-Стар	3*	35/70	8		62		60		25		30
5.	Шер-Дор		28			28				25		30
6.	Хилс		30			30				15		20
7.	«Фуркат»	2 *	22/39		5	34			25	15		
8.	Лежанд ду Самарканд		15/33			24	9			20	15	27
9.	Зерафшан		40/82	18		52	12	22	11	8	6	
10.	Малика		26/52			52				25		30
11.	Людмила		34/82			46	36			4	3,5	
12.	Камилла	2 *	27/43	26	6	8	3	30	25	20	15	
13.	«Премьер-Хаус»	3 *	10/20			20				30		35
14.	Константин		20/40			40				35		40
15.	Тумарис		12/24		8	4	6		25	20	15	
16.	Алижон		15/35		1	16	18		10	10	8	

17.	Тимур зе Грейт		4/8			8				10		15
18.	Бону-Ш		5/10			10				7		10
19.	Мухандис		4/10			4	6			20	15	20
20.	Зарина		15/30		1	24	6		15	10	10	
21.	Севара		10/20			20				20		25
22.	Сухробхон		3/6			6				8		
23.	Оксарой (Дилшода)		4/8			8				10		10
24.	Нажиба		4/8			8				10		
25.	Нусратилло		7/14			14				10		10
26.	Аль-Бухари		4/8			8				15		20
27.	Федан		6/12			12				10		15
28.	Шахнаме –тревел		6/12			12				20		25
29.	Барокат		4/8		1	4	3		10	7	7	
30.	Шохина СТД		3/6		2	4			10	10		
31.	Жамшед.		11/22			22	3	4		20		25
32.	Шарк		27/45			26	3	16		3		3

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

"O'ZBEKTURIZM" MILLIY KOMPANIYASI	NATIONAL COMPANY "UZBEKTOURISM"
--------------------------------------	------------------------------------



LITSENZIYA LICENCE

№ 760-11

**O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI VAZIRLAR MAHKAMASI
KOMISSIYASI MAJLISINING**

20 11 "16 " IYUN 7 BAYONI ASOSIDA BERILDI

"JOHON RAMZO TRAVEL"

Mas'uliyati cheklangan jamiyati
(Tashkilot nomi)

"JOHON RAMZO TRAVEL"

LTD
(Name of the Applicant)

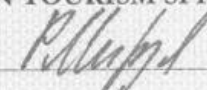
Samarqand sh., Yu.Gagarin ko'ch., 60/61-uy SHIR-301710373

60/61. Yu.Gagarin str., Samarkand, 301710373
(Tashkilot manzili, SHIR, Address of organisation)

6304-2
(Klassifikatsiya kodi (ilovaga muvofiq))

TURIZM SOHASIDA FAOLIYAT KO'RSATISH HUQUQINI OLDI.

**HAS OBTAINED THE RIGHT FOR CARRYING
ACTIVITIES IN TOURISM SPHERE.**

RAIS
CHAIRMAN  R. MIRZAEV

Amal qilish muddati Muddatsiz yil
Valid until year

№ 001494





**«JohonRamzoTravel» туристик фирмаси инновацион стратегиясини
амалга ошириш бўйича чора-тадбирлар дастури**

№	Тадбирлар	Масъул шахс	Сана
1.	Стратегик ўзгаришларни молиялаштириш дастурини ишлаб чиқиш	Молия режалаштириш бўлими	2013 йил июн
2.	Жисмоний шахсларга хизмат кўрсатиш стандартлари тизимини ишлаб чиқиш	Бош директорнинг туризм соҳаси бўйича ўринбосари	2013 йил июн
3.	Туристлик агентликларга хизмат кўрсатиш стандартлари тизимини ишлаб чиқиш	Бош директорнинг туризм соҳаси бўйича ўринбосари	2013 йил июл
4.	Доимий мижозларга чегирмалар тизимини ишлаб чиқиш	Бош директорнинг туризм соҳаси бўйича ўринбосари	2013 йил июл
5.	Турагентлар учун бонусли дастурни такомиллаштириш	Туризм соҳаси бўйича директор	2013 йил июл
6.	Турагентлар учун бонусли дастурни такомиллаштириш йўналишлари фаолиятини реклама компаниясини ташкил этиш: Буюк Британия, Греция, БАА, Францияга гуруҳли, Австрия, Италия, Россия, Франция, Швейцарияга индивидуал турлар	Реклама бўйича директор	2013 йил июн
7.	Буюк Британия, Австрия, Франция, Швейцарияда меҳмонхона вакиллари билан фойдали шартларни кўзловчи бевосита шартномалар тузиш	Бош директор	2013 йил июл
8.	Хорватияга реклама турлари ва Россия дарёлари бўйлаб саёҳатлар ташкил этиш	Туризм соҳаси бўйича директор	2013 йил июн
9.	Хорватиядаги меҳмонхона вакиллари билан тўғридан-тўғри шартномалар тузиш	Бош директор	2013 йил июн
10.	Эҳтимолли талабни аниқлаш мақсадида тадқиқотлар ўтказиш	Маркетинг бўйича директор; маркетинг бўлими менежерлари	2013 йил июл
11.	Жозибадор турлар ишлаб чиқиш ва йўналишлар тузиш	Операторлик бўлими бошлиғи	2013 йил июл

		Операторлик бўлими менежери	
12.	Янги йўналишлар бўйича хамкорлар билан шартномалар тузиш	Бош директор	2013 йил июл
13.	Мавжудлари асосида янги дастурларни ишлаб чиқиш	Сотиш бўлими менежерлари; Операторлик бўлими менежери	2013 йил июл
14.	Ишлаб чиқилган йўналишларни тасдиқлаш	Бош директорнинг туризм соҳаси бўйича ўринбосари	2013 йил июл
15.	Йўналишлар учун реклама комплекслари ташкил этиш: Австрия, Швейцария, Тунисга гуруҳли турлар	Реклама бўйича директор	2013 йил август
16.	Австрия, Швейцарияга реклама турларини ташкил этиш	Туризм соҳаси бўйича директор	2013 йил август
17.	Ходимларни ўқитишнинг индивидуал графикларини ишлаб чиқиш	Кадрлар бўлими бошлиғи	2013 йил июл
18.	Савдо белгиси рекламасининг истикболли манбасини аниқлаш	Маркетинг ва реклама бўлимининг менежери	2013 йил июл
19.	«JohonRamzoTravel» МЧЖ савдо белгисига мурожаат қилиш сабабларини истеъмолчилардан сўраш	Тур бўлимининг барча менежерлари	2013 йил июндан
20.	«JohonRamzoTravel» МЧЖ савдо белгиси реклама компаниясини ташкил этиш	Реклама бўйича директор	2013 йил июл
21.	Германиядаги хамкорлар билан шартномани бекор қилиш	Бош директор	2013 йил август
22.	Стратегияларни амалга оширишда фаол иштирок этган ходимларни рағбатлантириш тизимини ишлаб чиқиш	Бош директорнинг туризм соҳаси бўйича ўринбосари	2013 йил июн
23.	Стратегияни амалга ошириш бўйича тадбирларни бажариш назорати	Бош директорнинг туризм соҳаси бўйича ўринбосари	2013 йил июндан
24.	Тадбирларни ташқи муҳит ўзгаришларига кўра таҳлил қилиш	Бош директорнинг туризм соҳаси бўйича ўринбосари	2013 йил июндан



**«JohonRamzoTravel» туристик фирмасининг инновацион стратегияси
иқтисодий механизми таркиби**

ФОЙДАЛАНИЛГАН АДАБИЁТЛАР РЎЙХАТИ

1. ҲУҚУҚИЙ-МЕЪЁРИЙ ҲУЖЖАТЛАР

1.1. Ўзбекистон Республикаси қонунлари

- 1.1.1. Ўзбекистон Республикаси Конституцияси. – Т.: “Ўзбекистон”, 2003.
- 1.1.2. Ўзбекистон Республикасининг «Туризм тўғрисида»ги қонуни. – Т.: 1999 йил, 20 август.
- 1.1.3. Ўзбекистон Республикасининг “Фуқароларнинг ўзини-ўзи бошқариш органлари тўғрисида”ги қонуни. – Т.: 1999 йил, 14 апрель.
- 1.1.4. Ўзбекистон Республикасининг «Инвестиция фаолияти тўғрисида»ги қонуни. – Т.: 1998 йил, 24 декабр.
- 1.1.5. Ўзбекистон Республикасининг «Ташқи иқтисодий фаолият тўғрисида»ги қонуни. – Т.: 2000 йил, 25 май.
- 1.1.6. Ўзбекистон Республикасининг «Фаолиятнинг айрим турларини лицензиялаш тўғрисида»ги қонуни. – Т.: 2000 йил, 25 май.
- 1.1.7. Ўзбекистон Республикасининг «Давлат статистикаси тўғрисида»ги қонуни. – Т.: 2002 йил, 12 декабр.

1.2. Ўзбекистон Республикаси Президенти Фармонлари ва Қарорлари ҳамда Вазирлар Маҳкамасининг Қарорлари

- 1.2.1. ««Ўзбектуризм» Миллий Компаниясини ташкил қилиш тўғрисида» Ўзбекистон Республикаси Президентининг 1992 йил 27 июлдаги ПФ-480-сонли фармони.
- 1.2.2. ««Ўзбектуризм» Миллий Компаниясининг фаолиятини ташкил этиш масалалари тўғрисида» Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 1992 йил 20 октябр 484-сонли қарори.
- 1.2.3. «Буюк Ипак Йўлини қайта тиклашда Ўзбекистон Республикасининг иштирокини авж олдириш ва республикада халқаро туризмни ривожлантириш борасидаги чора-тадбирлар тўғрисида» Ўзбекистон Республикаси Президентининг 1995 йил 2 июндаги ПФ-1162-сонли қарори.
- 1.2.4. «Ўзбекистон Республикасида халқаро туризмнинг замонавий инфраструктурасини барпо этиш чора-тадбирлари тўғрисида» Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 1995 йил 3 июндаги 210-сонли қарори.
- 1.2.5. «Сайёҳлик ташкилотлари фаолиятини ташкил этишни такомиллаштириш тўғрисида» Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 1998 йил 8 августдаги 346-сонли қарори.
- 1.2.6. «Ўзбекистонда туризм соҳаси учун малакали кадрлар тайёрлаш

тўғрисида» Ўзбекистон Республикаси Президентининг 1999 йил 30 июндаги ПФ-2332-сонли фармони.

- 1.2.7. «Ўзбекистонда туризм соҳаси учун кадрлар тайёрлаш тизимини такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида» Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 1999 йил 2 июлдаги 324-сонли қарори.
- 1.2.8. «Туризм фаолиятини лицензиялаш тўғрисидаги низомни тасдиқлаш ҳақида» Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2003 йил 11 ноябрдаги 497-сонли қарори.
- 1.2.9. «Ўзбекистон Республикасида 2006—2010 йилларда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантиришни жадаллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида» Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2006 йил 17 апрелдаги ПҚ-325-сонли қарори.
- 1.2.10. «Ўзбекистон Республикасида 2010 йилгача бўлган даврда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантиришни жадаллаштиришга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида» Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2007 йил 21 майдаги ПҚ-640-сонли қарори.

1.3. Ўзбекистон Республикаси Президенти И.А.Каримовнинг асарлари ва маърузалари:

- 1.3.1. Каримов И.А. Ўзбекистон. Миллий истиқлол, иқтисод, сиёсат, мафкура. 1-том. – Т.: “Ўзбекистон”. 1996. – 364 б.
- 1.3.2. Каримов И.А. Биздан озод ва обод Ватан қолсин. 2-том. – Т.: “Ўзбекистон”. 1996. – 380 б.
- 1.3.3. Каримов И.А. Ватан саждагоҳ каби муқаддасдир. 3-том. – Т.: “Ўзбекистон”. 1996. – 366 б.
- 1.3.4. Каримов И.А. Бунёдкорлик йўлида. 4-том. – Т.: “Ўзбекистон”. 1996. – 349 б.
- 1.3.5. Каримов И.А. Янгича фикрлаш ва ишлаш давр талаби. 5-том. – Т.: “Ўзбекистон”. 1997. – 384 б.
- 1.3.6. Каримов И.А. Хавфсизлик ва барқарор тараққиёт йўлида. 6-том. – Т.: “Ўзбекистон”. 1998. – 429 б.
- 1.3.7. Каримов И.А. Биз келажагимизни ўз қўлимиз билан қурамыз. 7-том. – Т.: “Ўзбекистон”. 1999. – 412 б.
- 1.3.8. Каримов И.А. Ватан равнақи учун ҳар биримиз маъсулмиз. 9-том. – Т.: “Ўзбекистон”. 2001. – 432 б.
- 1.3.9. Каримов И.А. Хавфсизлик ва тинчлик учун кўрашмоқ керак. 10-том. – Т.: “Ўзбекистон”. 2002. – 432 б.
- 1.3.10. Каримов И.А. Биз танлаган йўл - демократик тараққиёт ва маърифий дунё билан ҳамкорлик йўли. 11-том. – Т.: “Ўзбекистон”. 2003. – 318 б.
- 1.3.11. Каримов И.А. Тинчлик ва хавфсизлигимиз ўз куч қудратимизга, ҳамжиҳатлигимизга ва қатъий иродамизга боғлиқ. 12-том. – Т.:

- “Ўзбекистон”. 2004. – 400 б.
- 1.3.12. Каримов И.А. Ўзбек халқи ҳеч қачон, ҳеч кимга қарам бўлмайди. 13-том. – Т.: “Ўзбекистон”. 2005. – 448 б.
- 1.3.13. Каримов И.А. Инсон, унинг ҳуқуқ ва эркинликлари - олий қадрият. 14-том. – Т.: “Ўзбекистон”. 2006. – 280 б.
- 1.3.14. Каримов И.А. Мамлакатимиз тараққиёти ва халқимизнинг ҳаёт даражасини юксалтириш - барча демократик янгиланиш ва иқтисодий ислохотларимизнинг пировард мақсадидир. – Т.: “Ўзбекистон”. 2007. – 200 б.
- 1.3.15. Каримов И.А. Юксак маънавият – енгилмас куч. – Т.: «Маънавият», 2008. – 176 б.
- 1.3.16. Каримов И.А. Жаҳон молиявий-иқтисодий инқироzi, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари. – Т.: “Ўзбекистон”. 2009. – 46 б.
- 1.3.17. Каримов И.А. Мамлакатни модернизация қилиш ва кучли фуқаролик жамияти барпо этиш – устувор мақсадимиздир // “Халқ сўзи” газетаси, 2010 йил, 27 январ.
- 1.3.18. Каримов И.А. Асосий вазифамиз – Ватанимиз тараққиёти ва халқимиз фаровонлигини янада юксалтиришдир // “Халқ сўзи” газетаси, 2010 йил, 30 январ.
- 1.3.19. Каримов И.А. Мамлакатимизда демократик ислохотларни янада чуқурлаштириш концепцияси // “Халқ сўзи” газетаси, 2010 йил, 13 ноябр.
- 1.3.20. Каримов И.А. Барча режа ва дастурларимиз ватанимиз тараққиётини юксалтириш, халқимиз фаровонлигини оширишга хизмат қилади // “Халқ сўзи”, 2011 йил, 22 январь.
- 1.3.21. Каримов И.А. 2012 йил Ватанимиз тарраққиётини янги босқичга кўтарадиган йил бўлади // “Халқ сўзи”, 2012 йил, 20 январь.

2. КИТОБ ВА ТУРКУМ НАШРЛАРИ

2.1. Бир томлик китоблар, монографиялар, дарсликлар, мақолалар тўпламлари

- 2.1.1. Абдуллаев Ё. Статистиканинг умумий назарияси. – Т.: Фан, 1993. – 240 б.
- 2.1.2. Абдуллаев Ё.А., ва бошқалар. Менежмент. Дарслик. – Т.: Ўқитувчи, 2001. – 704 б.
- 2.1.3. Абдукаримов И.Т., Пардаев М.Қ., Исроилов Б.И. Корхонанинг иқтисодий салоҳияти таҳлили: Монография. – Т.: Иқтисодиёт ва ҳуқуқ дунёси, 2003. – 256 б.
- 2.1.4. Абдуллаева Т., Тухлиев Н. Экологический туризм: сущность, тенденции и стратегия развития. – Т.: Гос. науч. изд-во “Ўзбекистон миллий энциклопедияси”, 2006. – 414 с.

- 2.1.5. Агзамов С., Ташмуратов Т. Менеджмент международного туризма – Т.: ТашГУ, 1996. – 98 с.
- 2.1.6. Азар В.И., Туманов С.Ю. Экономика туристского рынка. – М.: ИПКГ, 1998. – 239 с.
- 2.1.7. Азар В.И. Экономика и организация туризма. Методологические вопросы. – М.: Экономика, 1992. – 184 с.
- 2.1.8. Акофф Р. Планирование будущего корпораций. – М.: Прогресс, 1995. – 324 с.
- 2.1.9. Александрова А. Ю. Международный туризм. Учебное пособие для ВУЗов. – М.: Аспект Пресс, 2001. – 464 с.
- 2.1.10. Алимов Р.А., Қурбонова Д.М., Жаҳон инқирози сабоқлари: жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози оқибатларининг салбий таъсирларини бартараф этишнинг ўзбек модели / Ўзбекистон: жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози, инновацион тараққиёт ва миллий иқтисодиёт рақобатбардошлигини ошириш / ЎзФА, Иқтисодиёт ин-ти; А.Ф.Расулевнинг таҳрири остида. – Т.: KONSAUDITINFORM-NASHR, 2011. – 408 б.
- 2.1.11. Ансофф Ю.И. Стратегическое управление. / Сокр. пер с англ. – М.: Экономика, 1999. – 519 с.
- 2.1.12. Althof W. Incoming-Tourismus. Muenchen; Wien; Oldenbourg, 1996. – p. 184.
- 2.1.13. Алиева М.Т., Умаржонов А. Туристик мамлакатлар иқтисодиёти. – Т.: Иқтисодиёт – Молия, 2005. – 339 б.
- 2.1.14. Балабанов И.Т., Балабанов А.И. Экономика туризма. Учеб. Пособие. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 176 с.
- 2.1.15. Bergsma J., Inskeep E., Tourism planing and development, 1995. – p. 355.
- 2.1.16. Биржаков М.Б., Ситуация на рынке туристических услуг в Санкт-Петербурге. // Петербургский аналитик, 1999, №2. – с. 5.
- 2.1.17. Биржаков М.Б. Введение в туризм. – Издание 9-е переработанное и дополненное. – СПб.: Издательский дом Герда, 2007. – 576 с.
- 2.1.18. Бобылева С.Н. Экономика природопользования. – М.: 1995.
- 2.1.19. Богданов Е.И. Планирование на предприятии туризма .СПб.: Изд.д. «Бизнес- пресс» .2005.
- 2.1.20. Боголюбов В.С., Орловская В.П. Экономика туризма – М.: Академия. 2005. – 119 с.
- 2.1.21. Bryden J. Tourism and development. N.Y.; L., 1998.
- 2.1.22. Гаагская декларация по туризму. Материалы межпарламентской конференции по туризму. Гаага (Нидерланды), 10-14 апреля 1989 г.
- 2.1.23. Горбунов А.А. Управление развитием городских социально-экономических систем – СПб.; ИСЭП РАН, 1996. – 232 с.
- 2.1.24. Горохов А.Ф., Шубаева В.Г. Туристская дестинация: сущность, структура и условия ее социально-экономической адаптации к требованиям рынка. – СПб.: ГУЭФ, 2005.

- 2.1.25. Гуляев В.Г. Туризм: экономика и социальное развитие. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 304 с.
- 2.1.26. Гэлбрейт Дж. Новое индустриальное общество // Пер. с англ. – М.: Прогресс, 1999. – 480 с.
- 2.1.27. Дубров А.М., Обработка статических данных методом главных компонент. – М.: «Статистика», 1988 – 135 с.
- 2.1.28. Енджейчик И. Современный туристский бизнес. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 320 с.
- 2.1.29. Жиделева В.В. Экономика региона. – Сыктывкар., 1998. – с. 25.
- 2.1.30. Жихаревич Б.С. Современная экономическая политика городских и региональных властей. – СПб.: ИСЭП РАН, 1995. – 137 с.
- 2.1.31. Жукова М.А. Менеджмент в туристском бизнесе: учебное пособие. – 2-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2006. – 193 с.
- 2.1.32. Жукова М.А. Индустрия туризма: менеджмент организации. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 192 с.
- 2.1.33. Зайцева Н.А. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме. Учебник. – М.: Академия, 2003. – 224 с.
- 2.1.34. Запесоцкий А.С. Стратегический маркетинг в туризме. Теория и практика. – СПб.: СПбГУП, 2003. – 334 с.
- 2.1.35. Здоров А.Б. Экономика туризма. Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 267 с.
- 2.1.36. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 196 с.
- 2.1.37. Иванова М.А. Экономическая статистика. Учебник. – М.: ИНФРА, 2000. – 210 с.
- 2.1.38. Иватов И. Ресторанное хозяйство в туристической сфере. Учебное пособие. – Т.ТГЭУ, 1998. – 131 с.
- 2.1.39. Irmatov M.M., Axmedov I.A., Aliyeva M.T. Turizmni rejalashtirish. O'quv qo'llanma. – T.: "IQTISODIYOT-MOLIYA", 2005. – 168 б.
- 2.1.40. Камилова Ф.К. Халқаро туризм бозори. Ўқув қўлланма. Т.: ТДИУ, 2007. – 192 б.
- 2.1.41. Кабаков В.С., Шатрова Е.В. Стратегия предпринимательства. – СПб.: СПбГИЭА, 1996. – 73 с.
- 2.1.42. Кабушкин Н. И., Дурович А.П. Организация туризма. Учеб. пособие. – Минск: Новое знание, 2003. – 286 с.
- 2.1.43. Карпова Г.А., Быков А.Т., Воронцова М.Г. и др. Сфера туризма: этапы развития, экономика и управление. Учебное пособие. – М.: Пресс-сервис. 1998. – 437 с.
- 2.1.44. Карпова Г.А., Водовода А.В. Концепция устойчивого развития туризма и рекреационная деятельность на охраняемых природных территориях: Материалы научно-практической конференции. – СПб., 1997. – с. 18.
- 2.1.45. Kaspar C. Das Schweizerische Tourismuskonzept. Bern, 1999.
- 2.1.46. Квартальнов В.А. Теория и практика туризма. Учебник 2-е изд., стер. – М.: Советский спорт, 2004. – 361 с.

- 2.1.47. Квартальнов В.А. Стратегический менеджмент в туризме. Современный опыт управления: Монография / Рос. междунар. академия туризма. – М.: Финансы и статистика, 1999. – 454 с.
- 2.1.48. Квартальнов В.А., Романов А.А. Международный туризм: политика развития. – М.: РМАТ, 1998. – с. 11.
- 2.1.49. Кинг У., Клилианд Д. Стратегическое планирование и хозяйственная политика. – М.: Прогресс, 1998. – 398 с.
- 2.1.50. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: Учебник для вузов. Второе издание. – М.: ЮНИТИ - ДАНА, 2002. – 1063 с.
- 2.1.51. Кунц Г., О-Доннел С. Управление: системный и ситуационный анализ управленческих функций. Том I / Пер. с англ. – М.: Прогресс, 1991. – 493 с.
- 2.1.52. Лексин В.Н., Швецов А.Н. Государство и регионы. Теория и практика государственного регулирования территориального развития. – М.: УРСС. 1997. – 372 с.
- 2.1.53. Летров А.Н. Методология выработки стратегии развития предприятия: Монография. – СПб.: СПбГУЭиФ, 1992. – 107 с.
- 2.1.54. Литвак Б.Г. Разработка управленческого решения. Учебник. - 3-е изд., испр. – М.: Дело, 2002. – 392 с.
- 2.1.55. Львовский Е.Н. Статистические методы построения эмпирических формул: Учеб. пособие для вузов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: 1988. – 70 с.
- 2.1.56. Магнус Я.Р., Катышев П.К., Пересецкий А.А. Эконометрика. Учебник. – М.: 2005. – 499 с.
- 2.1.57. Маматкулов Х.М. Хизмат кўрсатиш соҳасига оид атамалар ва иборалар изоҳли луғати. –Т.: “IQTISOD-MOLIYA”, 2010. – 398 б.
- 2.1.58. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: пер. с англ. – М.: “Дело”, 1992. – 702 с.
- 2.1.59. Менеджмент туризма: Основы менеджмента: Учебник/ Ред. коллегия: Квартальнов В.А. и др. – М.: “Финансы и статистика”, 2003. – 133 с.
- 2.1.60. Мирзаев Р. Туристические жемчужины Узбекистана. – Т.: Ипак Шарк, 2005. – 243 с.
- 2.1.61. Моисеева, Н. К. Стратегическое управление туристской фирмой. Учебник. Изд. 2-е, перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2007. – 204 с.
- 2.1.62. Морозов М.А. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме. Учебник. 2-е изд., испр. доп. – М.: ИЦ «Академия», 2005. – 293 с.
- 2.1.63. Мироненко Н.С., Эльдаров Э.М. Гуманитарные аспекты исследования рекреационных систем // Вестник Московского Университета. Сер.5. География, 1998.
- 2.1.64. Мухаммедов М. и др. Экономика торговли. – Самарканд, 1998. – 282 с.

- 2.1.65. Национальное и региональное планирование туризма, Всемирная Туристская Организация, Мадрид, 1994.
- 2.1.66. Национальное и региональное планирование туризма, Всемирная Туристская Организация, Мадрид, 2003.
- 2.1.67. Папирян Г.А. Менеджмент в индустрии гостеприимства. – М.: Экономика 2000. – 207 с.
- 2.1.68. Пардаев М.Қ., Атабаев Р. Туристтик ресурсларни таҳлил қилиш ва баҳолаш. – С.: СамИСИ, 2006. – 137 б.
- 2.1.69. Пардаев М.Қ. Турфирмалар молиявий хўжалик фаолияти таҳлили. Маъруза курси. // И.Т.Абдукаримов, И.С.Тухлиев ва б. – С.: СамИСИ, 2011. – 184 б.
- 2.1.70. Pearce P. Tourism development. L., Известия ИГЭА. 2007. № 6 (56).
- 2.1.71. Петров А.Н. Стратегическое планирование развития предприятия: Уч. пособие. – СПб.: СПбГУЭиФ, 1994. – 106 с.
- 2.1.72. Porter M.E., Competitive Strategie. New York, The Free Press, 1998. – p. 164
- 2.1.73. Райзберг Б., Лозовский Л., Стародубцева Е. Современный экономический словарь. – М.: Инфра – М., 1997. – 486 с.
- 2.1.74. Расулев А.Ф., Жаҳон инқирози шароитларида миллий иқтисодиётни давлат томонидан тартибга солишнинг янги даъватлари / Ўзбекистон: жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози, инновацион тараққиёт ва миллий иқтисодиёт рақобатбардошлигини ошириш / ЎзФА, Иқтисодиёт ин-ти; А.Ф.Расулевнинг таҳрири остида. – Т.: KONSAUDITINFORM-NASHR, 2011. – 408 б.
- 2.1.75. Рохчин В.Е., Филлипов А.И. Социально-экономическое развитие муниципальных образований. Методология разработки концепции и механизм ее реализации. – СПб.: ИСЭП РАН, 1996. – 117 с.
- 2.1.76. Рохчин В.Е., Жилкин С. Стратегический выбор города: научный подход. – СПб.: ИСЭП РАН, 1998. – 112 с.
- 2.1.77. Рохчин В.Е., Чекалин В.С. Региональное и муниципальное планирование. Часть 1. Региональное планирование. – СПб.: СПбГИЭА, 1995. – 175 с.
- 2.1.78. Рыночная экономика: учебник в 3-х томах., том 2, часть 1. // Основы бизнеса – М.: Изд-во “Соминтек”, 1992. – 182 с.
- 2.1.79. Сапрунова В. Туризм. Эволюция. Структура маркетинга. – М.: Ось-89, 1997. – 160 с.
- 2.1.80. Соболева Е.А. Соболев И.И. Финансово-экономический анализ деятельности турфирмы. Учебно-методическое пособие. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 128 с.
- 2.1.81. Ташмуратов Т.Т. Халқаро туризм. – Т.: Турон – Иқбол., 2007. – 320 б.
- 2.1.82. Ташмуратов Т.Т., Саидов А., Умаркулов Э. Туризм иқтисоди. – Т.: ТМИ, 2000. – 200 б.

- 2.1.83. Тураев Б.Х. Организационно–экономические механизмы регионального туризма. Монография. – Т.: Фан, 2009. – 154 с.
- 2.1.84. Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Национальные модели развития туризма. – Т.: Гос.науч.изд-во Ўзбекистон миллий энциклопедияси, 2006. – 424 с.
- 2.1.85. Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Основы безопасности в туризме. – Т.: Гос. науч. изд-во Ўзбекистон миллий энциклопедияси, 2008. – 367 с.
- 2.1.86. Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Формальности системы туризма Республики Узбекистана. – Т.: Гос.науч.изд-во Ўзбекистон миллий энциклопедияси, 2007. – 374 с.
- 2.1.87. Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Экологический туризм: сущность, тенденции и стратегия развития.- Т.: Гос.науч.изд-во Ўзбекистон миллий энциклопедияси, 2006. – 414 с.
- 2.1.88. Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Менеджмент и организация бизнеса в туризме Узбекистана. – Т.: Гос.науч.изд-во Ўзбекистон миллий энциклопедияси, 2006. – 367 с.
- 2.1.89. Тухлиев И.С., Бектемиров А.Б., Усманова З.И.. Туризмда стратегик маркетинг. Ўқув қўлланма. – С.: СамИСИ, 2010. – 144 б.
- 2.1.90. Тухлиев И.С., Ҳайитбоев Р., Ибодуллаев Н.Э., Амриддинова Р.С. Туризм асослари. Ўқув қўлланма. Қайта ишланган ва тўлдирилган 3-нашри. – С.: СамИСИ, 2010. – 284 б.
- 2.1.91. Тухлиев И.С., Қудратов Ғ.Х., Пардаев М.Қ. Туризмни режалаштириш. Дарслик. – Т.: “Iqtisod-Moliya” нашриёти. 2010. – 238 б.
- 2.1.92. Тухлиев И.С., Пардаев М.Қ. Туризм бозорининг шаклланиши, ривожланиши ва ўзига хос хусусиятлари. – Т.: “NOSHIRLIK YOG’DUSI”, 2010. – 74 б.
- 2.1.93. Уразов К.Б., Худайбердиев Н.У. Туристтик ташкилотларда бухгалтерия ҳисобини ташкил қилиш асослари. Услубий кўрсатмалар. – Самарканд: СамИСИ, 2007. – 40 б.
- 2.1.94. Ушаков Д. С. Стратегическое планирование в туризме / пособие – Ростов н/Д : Феникс, 2007. – 285 с.
- 2.1.95. Қудратов Ғ.Х., Тухлиев И.С. Туризм иқтисодиёти. Услубий қўлланма. – С.: СамИСИ., 2007. – 84 б.
- 2.1.96. Чудновский А.Д., Жукова М.А. Менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве. – М.: КНОРУС, 2005. – 320 с.
- 2.1.97. Шенгелия Н.Ю. Основы стратегического и оперативного планирования туризма: Учебное пособие. – М.: МИГМТ, 2000.
- 2.1.98. Шмойлова Р.А. Теория статистики. Учебник. – М., 2004. - 250 с.
- 2.1.99. Эндрю Ф.Сигел. Практическая бизнес-статистика. 4-е издание. – М.: Издательский дом “Вильямс”, 2002. – 389 с.
- 2.1.100. Эштаев А.А. Туризм индустриясини бошқаришнинг маркетинг стратегияси. Монография. – Т.: Фан, 2011. – 280 б.

- 2.1.101. Юреев А.П. Планирование туризма. Учебное пособие. Донецк – 2003.
- 2.1.102. Wanhill S., Cooper C, Gilbert D.s Fletcher J. Tourism. Principles and Practice. Second Edition. New York, 1998. – p.122
- 2.1.103. Статистический бюллетень: Основные показатели развития туризма и отдыха в Республике Узбекистан в 2010 году. Ташкент-2011.

3. ДИССЕРТАЦИЯ ВА ДИССЕРТАЦИЯЛАР АВТОРЕФЕРАТИ

- 3.1. Абдусаломова Н.М. Халқаро туризмда маркетинг жараёнининг ривожланиши («Ўзбектуризм» МК мисолида): иқтисод фанлари номзоди дис. – Т.: 2001. – 156 б.
- 3.2. Бухтоярова И.В. Статистический анализ рынка туристских услуг в России: Дис. ... канд. экон. наук. – Москва: МГУ, 2003. – 185 с.
- 3.3. Ибрагимов Н.С. Ўзбекистонда халқаро туризмни ривожлантиришда дестинацион менежмент концепциясини қўллаш: иқтисод фанлари номзоди дис. – С.: СамИСИ, 2008. – 149 б.
- 3.4. Мирбабаев Б.Ю. Ўзбекистон туризмида маркетинг ва унинг глобаллашув шароитида такомиллашуви: иқтисод фанлари номзоди дис. автореф. – Т.: ТДИУ, 2008. – 23 б.
- 3.5. Николаев С.С. Стратегия формирования единого туристского пространства: автореф. дис. ... канд. экон. наук. – СПб., 2000. – 22 с.
- 3.6. Рахманова Н.Р. Особенности формирования стратегии маркетинга на рынке туристических услуг: Автореф. дис. ... кан. экон. наук. – Т: 2010. – 23 с.
- 3.7. Рябуха А.Ю. Управление развитием местных сообществ на основе использования туристского пространства: дис. ... канд. экон. наук. – Краснодар: 2006. – 156 с.
- 3.8. Саидов А.Ф. Организационно-экономические механизмы управления туризмом Республики Узбекистан: Дис. ... док. экон. наук. – Т.: 1994. – 252 с.
- 3.9. Сафаров Б.Ш. Минтақавий туризм хизмат бозорининг иқтисодий механизмини такомиллаштириш: иқтисод фанлари номзоди дис. – С.: СамИСИ, 2011. – 150 б.
- 3.10. Себекина Т.А. Формирование комплекса продвижения туристских услуг дестинации (на примере Камчатки): автореф. дис. ... канд. экон. наук. – М.: 2006. – 22 с.
- 3.11. Степанова С.А. Развитие туристского комплекса региона на основе повышения инвестиционной привлекательности туристско-рекреационных территорий: Автореф. дис. ... док. экон. наук. – Санкт-Петербург: СПб ГИЭУ, 2010. – 42 с.
- 3.12. Тураев Б.Х. Совершенствование системы менеджмента в туристической деятельности: Автореф. дис. ... канд. экон. наук. – С.: СамИСИ, 2005. – 25 с.

- 3.13. Усманова Д.К. Особенности формирования туристского продукта и перспективные направления его развития: Дис. ... канд. экон. наук. – С.: СамИСИ, 2009. – 157 с.
- 3.14. Файзибаева Н.Т. Развития международного туризма республики Узбекистан в условиях глобализации мирохозяйственных связей: Дис. ... канд. экон. наук. – Ташкент: 2000. – 135 с.
- 3.15. Файзиева Ш.Р. Ўзбекистонда туризм ривожланишининг иқтисодий механизмини такомиллаштириш: иқтисод фанлари номзоди дис. – Тошкент: 2006. – 148 с.
- 3.16. Ҳамидов О.М. Выбор конкурентной стратегии предприятия на рынке туристических услуг Узбекистана: Дис. ... канд. экон. наук – С.: СамИСИ, 2006. – 155 с.

4. ЖУРНАЛЛАРДАГИ МАҚОЛАЛАРГА ҲАВОЛАЛАР

- 4.1. Голышева Е.В. Развитие сферы туризма Республики Узбекистан в период финансово-экономического кризиса // Актуальные проблемы туризма-2010, – Ташкент, 2010. - № 2. - С.5-9.
- 4.2. Гурвиц Л., Майерсон Р., Маскин Э. Теория экономических механизмов // Нобелевская премия по экономике 2007 г.- Vol. 97, No 1. - С. 169-179.
- 4.3. Уразов К.Б., Худойбердиев Н.У. Хизмат кўрсатиш ва сервис соҳаси корхоналарида бухгалтерия ҳисобининг долзарб муаммолари // “Сервис” журнали – Самарқанд, 2009. №1 – 107-114 б.
- 4.4. Якимкина Н.В. Экономический механизм антикризисного управления // Справочник экономиста. – Москва, 2007. - №1.- С.120-128.
- 4.5. Глобальные башораты развития туризма до 2000 года и в последующий период // Мир в целом. – Мадрид, 1994. - С.143

5. ИЛМИЙ -АМАЛИЙ АНЖУМАНЛАР, КОНФЕРЕНЦИЯЛАРДАГИ МАЪРУЗАЛАР ВА ТЕЗИСЛАР.

- 5.1. Муҳаммедов М.М., Рахматов Ф. Социальные аспекты развития туризма в Узбекистане//Современные проблемы теоретической и практической медицины: Сбор. Науч. Труд., II выпуск. – Самарканд, 2006. – С. 66-69.
- 5.2. Пардаев М.Қ. Туристик фирмалар хўжалик фаолиятининг ўзига хос хусусиятлари // Ўзбекистон Республикасида иқтисодиёт ва молиянинг долзарб муаммолари: Халқаро илмий-амалий анжумани материаллари. – Самарқанд, 2006. – Б. 65-67.
- 5.3. Пардаев М.Қ. Туристик фирмалар хўжалик фаолиятини баҳолаш ва таҳлил қилишда қўлланиладиган кўрсаткичлар тизими // Ўзбекистон Республикасида иқтисодиёт ва молиянинг долзарб муаммолари:

- Халқаро илмий-амалий анжумани материаллари. – Самарқанд, 2006. – Б. 251-253.
- 5.4. Пардаев М.Қ. Туристик корхоналар фаолиятини таҳлил қилишда қўлланиладиган математик моделларнинг типлари // Ўзбекистон Республикасида иқтисодиёт ва молиянинг долзарб муаммолари: Халқаро илмий-амалий анжумани материаллари. – Самарқанд, 2006. – Б. 257-259.
- 5.5. Файзиева Ш.Р. Ўзбекистонда халқаро туризмнинг ривожлантириш муаммолари ва истиқболлари // Ўзбекистон иқтисодий ислохотларни чуқурлаштириш йўлида: Халқаро илмий-амалий анжумани материаллари. – Тошкент, 2001. – Б. 104-106.
- 5.6. Ҳамидов О. Основные тенденции развития туризма в условиях глобализации // Ўзбекистонда халқаро туризмни ривожлантириш муаммолари: Халқаро илмий-амалий анжумани материаллари. – Самарқанд, 2001. – Б. 64-67.

6. ИНТЕРНЕТ САЙТЛАРИ

- 6.1. <http://www.anons.uz>
- 6.2. www.lex.uz
- 6.3. www.stat.uz
- 6.4. www.uzbektourism.uz
- 6.5. www.tour.uz
- 6.6. www.tours.ru/cjuntry/uz/
- 6.7. www.world-tourism.org
- 6.8. www.russiatourism.ru
- 6.9. www.interunion.ru
- 6.10. www.unwto.org
- 6.11. www.wto-marketing.ru
- 6.12. www.wttc.org
- 6.13. http://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_economic_law/17156/.
- 6.14. http://abc.informbureau.com/html/oicssenoaaiue_iaoaieci.html
- 6.15. <http://www.smartcat.ru/Referat/xtiegramkc.shtml>
- 6.16. <http://www.un.org>

